

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Televisi merupakan salah satu media massa yang dapat menyebarkan informasi secara cepat dan serentak keseluruh penjuru tanah air. Hadirnya televisi ini membuat sesuatu yang jauh menjadi terasa dekat. Bahkan dengan adanya televisi, kita dapat secara langsung menyaksikan penggerebakan sekelompok buronan oleh *Detasemen khusus 88*, lengkap beserta adegan baku tembak di antara keduanya.

Begitu dekatnya televisi dalam kehidupan kita, membuatnya menjadi idola di tengah masyarakat Indonesia. Garin Nugroho (dalam Kris Budiman 2002:35), seorang praktisi perfilman Indonesia memberikan pendapatnya mengenai televisi, “Televisi bagaikan anak pertama dalam keluarga serba menjadi pusat perhatian”. Televisi seolah telah menjadi media massa yang favorit dan digemari oleh masyarakat Indonesia saat ini.

Perhatian masyarakat terhadap televisi tersebut menimbulkan berbagai dampak yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Sunardian Wirodono (2006), mengungkapkan secara tajam bahwa televisi mempunyai imbas yang besar dalam masyarakat.

Sebagai primadona media, televisi memberikan imbas yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Bahkan kehadirannya yang massif, dengan bau kapitalistiknya yang kental langsung tidak langsung berpengaruh pada perilaku pola

pikir masyarakat Indonesia. Apa lagi dalam deretan media informasi lainnya (Sunardian, 2006).

Dijelaskan lebih jauh oleh Sunardian, bahwa penetrasi media televisi mencapai 90,7%; jauh melebihi saudara tuanya yaitu radio yang hanya mencapai angka 39%, surat kabar 29,8%, dan majalah 22,4% (Sunardian, 2006) Pantas saja jika saat ini televisi telah menjadi media yang sangat populer di tengah masyarakat Indonesia, dan mempengaruhi kehidupan masyarakat.

Siaran, terlebih lagi siaran televisi, memiliki daya penetrasi sangat kuat terhadap individu atau kelompok, akibatnya siaran televisi dapat menimbulkan dampak yang luas di masyarakat (Wahyudi, 1994:7). Positif atau negatif dampak tersebut bagi masyarakat, tentunya akan tergantung pada kualitas program acara yang di buat dan disiarkan oleh sebuah stasiun televisi. Hal tersebut yang kemudian memunculkan tuntutan bagi media televisi untuk memproduksi acara-acara yang bermutu.

Salah satu acara yang mendapatkan perhatian dari penonton adalah Kick Andy. Program *talk show* yang di pandu oleh Andy Flores Noya ini cukup populer dikalangan masyarakat saat ini. Program *talk show* ini selalu menampilkan perjuangan orang-orang “biasa” yang “luar biasa”, dan selalu mengundang dercak kagum dari penontonnya.

“Kick Andy adalah sebuah tayangan yang boleh dibilang cukup komplet. Materi yang dikaji sangat beragam sehingga membuat pemirsa tau lebih banyak tentang segi-segi kehidupan yang sering kali mengejutkan bahkan memilukan.” – Eurico Guterres (Adyanto, 2010).

Program *talk show* ini sudah menginjak di usianya yang kelima pada bulan Maret 2011 lalu. Namun waktu lima tahun itu justru tidak membuat Kick Andy ditinggalkan oleh penontonnya, sebaliknya penonton semakin bertambah.

Pada awal mulanya untuk mendapatkan 50 penonton untuk dapat datang ke studio itu memerlukan usaha yang cukup berat, namun saat ini penonton kick andy mencapai 700 orang setiap minggunya, bahkan untuk dapat menonton acara secara langsung, penonton harus menunggu kurang lebih tiga bulan.<sup>1</sup>

Kehadiran Kick Andy ternyata menimbulkan dampak yang cukup positif bagi penontonnya. *Talk show* ini berhasil mengubah seseorang yang dendam kepada orang lain, namun setelah menonton Kick Andy dirinya memaafkan orang yang dibencinya itu. Seorang guru mengaku batal melakukan praktek bunuh diri setelah menonton Kick Andy (Risdiyanto 2008: 7).

Sajian khas Kick Andy yang santun namun mengena membuat penonton terinspirasi oleh apa yang telah dilakukan oleh narasumber yang dihadirkan dalam *talk show* tersebut. “*Orang biasa yang luar biasa*” menjadi bahasan penting dalam *talk show* ini. Salah satu penontonnya bahkan rela untuk menempuh jarak puluhan kilo untuk dapat menonton Kick Andy di televisi.

Bagaimana mungkin ada orang yang begitu semangatnya sehingga rela menempuh jarak 40 kilometer dengan sepeda motor setiap Kamis malam hanya untuk menonton Kick Andy. Dalam komentarnya di *website*, Hery mengaku di tempat ia bekerja, di Kabupaten Barru Pare Pare, Sulawesi Selatan, sinyal televisi tidak dapat ditangkap dengan baik. Karena itu untuk menonton Kick Andy di Metro TV, dia terpaksa harus

---

<sup>1</sup> Diadaptasi dari: <http://metrotvnews.com/read/behindscenedetail/2011/09/09/43/Kick-Andy-terus-Melebarkan-Sayap>. (diakses 26 Oktober 2011)

ke kota terdekat yang jaraknya puluhan kilometer. Dimana dia menonton? “Di warung-warung yang kebetulan punya televisi,” Ujar Herry (Risdiyanto, 2008).

Begitu besarnya antusiasme penonton ini membuat Kick Andy mendapatkan berbagai penghargaan atas karyanya. Jaya Suprana, seorang kreator penghargaan MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia), menganugerahkan gelar kepada Kick Andy sebagai “*Acara Televisi Paling Inspiratif*”. Gelar ini di terima Kick Andy pada bulan Agustus 2008, karena dedikasinya dalam menyajikan tayangan yang manusiawi kepada khalayak.

Selain penghargaan yang diberikan MURI, Kick Andy juga mendapatkan predikat sebagai program televisi paling berkualitas, berdasarkan riset rating publik yang dilakukan oleh Yayasan SET bekerja sama dengan beberapa lembaga riset dan Jaringan Masyarakat Pemerhati Televisi. Ini menunjukkan bahwa selain populer, Kick Andy juga mempunyai dampak yang positif bagi masyarakat dengan sajian programnya yang berkualitas.

Untuk program *talkshow*, yang paling berkualitas *Kick Andy* (*Metro TV*, 60,8%), disusul *Oprah Winfrew Show* (*Metro TV*, 10,4%), *Ceriwis* (*Trans TV*, 4,7%), *Dorce Show* (*Trans TV*, 4,2%), *Mario Teguh* (*Metro TV*, 2,8%), dan lainnya (17,0%) (Yurnadi, 2008)

Pada tanggal 15 Maret 2011 yang lalu Kick Andy menayangkan rekaman wawancara Andy F. Noya bersama Antasari Azhar yang dilakukan langsung di penjara Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Tangerang, Banten. Dalam wawancara tersebut Andy F. Noya mencoba untuk menkonfirmasi mengenai beberapa kasus yang terkait dengan Antasari Azhar termasuk

beberapa tindakan yang bagi beberapa kalangan merupakan “*dosa-dosa*”<sup>2</sup> Antasari Azhar.

Sampai saat ini kasus Antasari Azhar ini belum mencapai titik temu yang jelas. Dugaan mengenai rekayasa kasus ini masih menuai beberapa kontroversi yang berkaitan dengan hukum maupun politik. Kasus Antasari Azhar ini menjadi menarik ketika diangkat dalam sebuah *talk show* terkemuka di negeri ini. Alasan ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengemasan kasus Antasari Azhar ini dalam program Kick Andy.

Sebagai sebuah program yang tayang dalam media massa Kick Andy tidak akan lepas dengan apa yang disebut dengan konstruksi. Dalam jurnalnya yang berjudul *The Unspoken Rules of Talk Television*, Bernard Timberg menjelaskan bahwa *talk show* tidak lepas dari konstruksi isu oleh media.

Downey represent an extreme examples, but all television *talk shows* are regulated by invisible rules of acceptability. Guest are carefully chosen, question prescreened. In the comedian Richard Pryor’s appearance on the Letterman show’s in 1986, as much as 80 percent interview was set up in advance (Timberg, 1994)

Kecurigaan penulis akan adanya alasan politis dalam pemilihan Antasari Azhar sebagai narasumber membuat penulis tertarik untuk meneliti fenomena ini. Sebagai *talk show* yang inspiratif, Kick Andy menghadirkan Antasari Azhar sebagai narasumber, hal ini akan sangat berhubungan dengan bagaimana Kick Andy memprofilkan Antasari Azhar ditengah kasus hukum yang menyimpannya. Penulis yakin penelitian ini dapat memberikan gambaran

---

<sup>2</sup> (sebutan Andy F. Noya untuk tindakan Antasari Azhar yang diduga membuat dirinya dipenjara)

umum mengenai pandangan politik Kick Andy dalam kasus hukum Antasari Azhar ini.

Sebagai acuan peneliti menggunakan penelitian terdahulu terkait dengan profiling, analisis framing dalam televisi, dan analisis framing dalam *talk show*. Untuk acuan penelitian mengenai profiling tokoh politik dalam media massa, peneliti menggunakan penelitian terdahulu dengan judul *Profiling Nurdin Halid dalam editorial di Tabloid Olah Raga Bola (Analisis Framing Pencitraan Nurdin Halid dalam Ulasan Rubrik “Catatan Ringan” dan “Usul Usil” di Tabloid Olahraga Bola terkait Kasus Pidana Ketua Umum PSSI)* oleh Pupung Arifin (2008). Dalam penelitian ini Arifin menemukan adanya pencitraan Nurdin Halid sebagai seorang tokoh yang arogan, disisi lain Tabloid Bola yang mempunyai kedekatan dengan PSSI telah melakukan kontrol sosialnya sebagai sebuah media. Peneliti mengambil beberapa intisari mengenai pencitraan tokoh publik dari penelitian ini.

Penelitian kedua yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan framing terhadap program acara televisi adalah penelitian yang dilakukan oleh Prisca Niken (2010) yang berjudul *Kode Etik Jurnalistik dalam Berita (Studi Analisis Framing Mengenai Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Tayangan Berita Langsung TV One edisi Penggerebekan Teroris di Temanggung yang Ditayangkan Selama 18 jam)*. Penelitian ini berusaha untuk meneliti bagaimana kode etik yang dipraktekkan media televisi dalam penyiaran penggerebekan teroris selama kurang lebih 18 jam secara langsung di media

massa. Peneliti menggunakan penelitian ini sebagai acuan untuk melakukan analisis framing dalam media televisi.

Penelitian ketiga adalah penelitian mengenai analisis framing dalam *talk show* terkemuka yaitu Oprah Show. Penelitian ini dilakukan oleh Marianne Jeanette Crosby (2009), yang berjudul *Viewing the World through Oprah's Eyes (A Framing Analysis of the Spiritual Views of Oprah Winfrey)*. Penelitian ini mengulik masalah spiritualitas Oprah dalam *talk show* -nya yang terkemuka. Hasil penelitian ini lebih merupakan kritik terhadap program acara tersebut. Peneliti menggunakan penelitian ini sebagai titik berangkat untuk melakukan analisis framing dalam media *talk show*.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Program acara Kick Andy merupakan *talk show* yang berkualitas (Yurnaldi, 2008). Beberapa narasumber yang dihadirkan dalam *talk show* ini sebagian besar adalah seorang tokoh yang mempunyai nilai yang dapat dijadikan teladan bagi pemirsanya. Ciri khas Kick Andy itulah yang membuat program ini banyak digandrungi para penonton setia.

Kick Andy mengangkat Antasari Azhar bukan tanpa maksud. Selain untuk menggali lebih dalam mengenai kasus yang menimpa Antasari, alasan Kick Andy memilih Antasari untuk menjadi narasumber patut untuk diteliti. Penulis merumuskan masalah ini dalam sebuah pertanyaan yaitu:

1. Bagaimana Program Kick Andy memprofilkan Antasari Azhar dalam *talk show* yang bertajuk “*Antasari Azhar Bicara Dari Balik Penjara*”?
2. Apa alasan Program Kick Andy memilih Antasari Azhar sebagai narasumber dalam acara Kick Andy?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kick Andy melakukan profiling mengenai Antasari Azhar, serta mengetahui alasan tim kreatif Kick Andy memilih Antasari Azhar sebagai narasumber dalam *talk show*.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

#### **1. Manfaat Akademis**

Memberikan sumbangan untuk pengembangan ilmu komunikasi dan referensi bagi penelitian sejenis atau selanjutnya, terutama penelitian tentang profiling tokoh publik dengan menggunakan metode analisis framing.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan bagi pembaca dan menambah pengetahuan tentang *frame* media dalam melakukan konstruksi dari sebuah realita. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk terapan ilmu komunikasi, khususnya bagi para pekerja media televisi.

## **E. KERANGKA TEORI**

Kerangka teori digunakan sebagai landasan bagi peneliti untuk mengelaborasi data yang diperoleh. Selain itu, kerangka teori peneliti gunakan untuk menguatkan pemikiran yang dikeluarkan oleh peneliti sehingga kebenarannya bisa diterima oleh pihak lain. Beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah *talk show* sebagai tayangan berita, konstruksi realitas dalam sebuah *talk show* , teori ideologi media, teori framing, dan teori pencitraan.

### **1. *Talk show* Sebagai Program Berita**

Sebuah stasiun televisi dituntut untuk memproduksi berbagai macam acara setiap harinya. Mulai dari program berita dan hiburan disajikan untuk mengisi jam tayang yang hampir 24 jam penuh. Persaingan yang ketat antar stasiun televisi di Indonesia menuntut kreativitas para pekerja media untuk mengemas sebuah fenomena yang ada dalam masyarakat. Semakin menarik pengemasannya maka semakin banyak penonton yang akan melihatnya dan secara finansial akan berdampak pada pemasukan terhadap iklan sebagai pemasukan.

Pengaruh tersebut tidak hanya terlihat dalam program hiburan saja, namun saat ini beberapa televisi berita mencoba untuk menyajikan berita semenarik mungkin kepada penontonnya. Beberapa bentuk program mulai muncul, bahkan penonton dapat berpartisipasi langsung dalam sebuah acara lewat layanan telepon interaktif. Selain itu masyarakat dapat memberikan

tanggapan atas isu yang diangkat sebuah acara televisi melalui media sosial seperti *twitter* atau *facebook*. Beberapa program menggunakan media sosial ini untuk secara langsung menarik komentar pemirsa terhadap topik yang diangkat.

Secara teori ada beberapa pembagian jenis program televisi, khususnya berita. Morissan (2008) menyebutkan adanya dua pembagian dalam pembentukan program berita. Morissan membagi jenis program berita ke dalam dua kategori yaitu *hard news* dan *soft news*.

Berita keras atau *hard news* adalah segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak secepatnya. (Morissan, 2008 hal.25)

Berita keras ini memiliki karakter yang harus cepat disajikan, sebab informasi yang terkandung dalam berita keras ini sarat dengan nilai aktualitas, yang terpaut dengan waktu penayangannya. Di era persaingan media massa yang semakin ketat ini tentu saja aktualitas akan menjadi hal yang mutlak, hal ini disebabkan kebutuhan akan informasi yang cepat pula. Kecepatan tersebut yang membuat masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi melalui media televisi yang menyiarkan program berita.

Satu *item* berita keras biasanya berdurasi 2-3 menit, hal itu memungkinkan beberapa televisi untuk menayangkan paket berita itu setiap jam dalam satu hari. Program berita serupa biasa disebut sebagai *Breaking News*. Satu paket program *Breaking News* berisi rata-rata dua sampai tiga berita dengan konten yang aktual dan mendesak untuk ditayangkan. Selain lewat disajikan dalam bentuk berita kilas atau *breaking news*, berita keras juga dapat disajikan dalam bentuk *buletin* yang merupakan perpaduan dari

beberapa konten berita keras yang terdiri dari *Straight News*, *Feature*, dan atau *Infotainment*.

*Straight news* berarti berita langsung. Disebut berita langsung karena hanya berisi intisari dari sebuah informasi. *Straight news* biasanya menyajikan cukup sebatas rumusan 5W+1H (*what, who, when, where, why, how*). Berita jenis ini sangat terikat waktu (*date line*) sebab informasi sangat cepat basi jika terlambat untuk disajikan.

*Feature*, merupakan berita ringan yang memiliki karakteristik menarik. Menarik disini berkaitan dengan informasi yang ditampilkan dalam berita tersebut. Menarik karena informasi yang disajikan adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada dasarnya feature hardnews dan softnews dapat dibedakan dari durasi feature tersebut. feature dalam hardnews hanya berdurasi tidak lebih dari 3-4 menit saja, mengingat alokasi waktu yang digunakan untuk berita yang lain. Feature dalam softnews disebut sebagai news feature. Sedangkan dalam softnews, feature dapat menjadi satu tayangan program yang berdurasi 25-30 menit.

*Infotainment* merupakan informasi yang menghibur. Kata infotainment berasal dari dua kata yaitu informasi dan *entertainment* yang berarti hiburan. Infotainment berisi berita-berita yang terkait dengan kehidupan orang-orang terkenal, artis, politikus, atau beberapa tokoh masyarakat lainnya. Program berita reguler biasanya menyajikan infotainment diakhir paket reguler, sebagai berita penutup. Saat ini di Indonesia program infotainment lebih dikenal sebagai tayangan yang menyuguhkan sisi kehidupan para artis sinetron,

musisi, atau pemain film. Penyajiannya pun terlepas dari tayangan berita regular.

Pembagian program berita televisi yang kedua adalah *soft news*. Program dengan konten *soft news* ini biasanya berdiri sendiri di luar program berita regular seperti yang telah dijelaskan dalam program hard news.

Berita lunak atau *soft news* adalah segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun bersifat tidak harus segera ditayangkan. Berita yang masuk dalam kategori ini ditayangkan pada suatu program tersendiri diluar program berita. (Morissan, 2008 hal.27)

Program dengan konten *soft news* ini tidak terlalu terikat dengan waktu penayangan, oleh sebab itu penggalian fakta secara mendalam sangat mungkin untuk dilakukan. Berita lunak atau *soft news* ini dapat disajikan dalam beberapa kategori program yaitu *Current Affair*, *News Magazines*, *Dokumenter*, dan *Talk show*.

*Current affair* secara harafiah berarti “persoalan kekinian”. Morissan (2008) mendefinisikan *Current affair* sebagai program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya, namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Kategori program *current affair* memang cukup berhubungan erat dengan waktu penayangan, namun tidak seketat *hard news*, batasannya adalah selama isu terkait masih layak dan mendapatkan perhatian khalayak, maka dapat disajikan. *current affair*

Kategori program berita lunak yang kedua adalah *News Magazines*. Secara harafiah, memang pendekatan *news magazines* mirip dengan konten *magazines* atau majalah cetak pada umumnya. *News magazines* adalah program yang menyajikan informasi ringan namun mendalam atau dengan

kata lain *magazines* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang. Program *magazines* ini lebih menitik beratkan pada aspek menarik dari pada aspek pentingnya.

Kategori ketiga adalah program *dokumenter*. Biasanya program dokumenter dalam televisi disajikan dengan format film yang lebih dinamis dan menarik. Program *dokumenter* menurut Morissan adalah sebuah program yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Pada masa televisi nasional masih menjadi media televisi utama di Indonesia, program *dokumenter* banyak diisi dengan kisah-kisah tokoh sejarah, dan politik Indonesia pada waktu itu. Setelah era reformasi program dokumenter lebih banyak mengangkat isu-isu yang terkini terkait dengan kesejahteraan masyarakat, atau potret kehidupan nyata masyarakat Indonesia.

Kategori program yang terakhir adalah program *talk show* atau program perbincangan. Program *talk show* biasanya dipandu oleh seorang pembawa acara dengan menghadirkan beberapa narasumber terkait dengan topik yang diangkat. Program *talk show* ini menampilkan beberapa narasumber sesuai isu yang hendak diangkat, mulai dari isu politik hingga isu kemanusiaan dapat diangkat dalam program ini. kepiawaian pembawa acara dalam program ini sangat diperlukan untuk menarik fakta-fakta dari narasumber.

Berdasarkan penggolongan kategori program berita diatas, maka jelaslah bahwa program Kick Andy merupakan program berita yang masuk dalam kategori *soft news*. Kick Andy dipandu oleh seorang pembawa acara yaitu Andy Flores Noya, dengan menampilkan rata-rata tiga narasumber yang

berbeda setiap episodenya. Tema yang diangkat pun tidak jauh dari nilai-nilai berita yang sudah lazim. Kick Andy banyak mengangkat beberapa isu yang sarat dengan nilai human interest, yang kemudian dikupas lebih tajam dalam wawancara dalam bentuk *talk show*.

## **2. Konstruksi Realitas dalam *talk show***

Televisi adalah sebuah media pemberitaan ungkapan ini dikemukakan oleh seorang kritikus media yaitu David Karp (1984). Lewat pendapatnya tersebut Karp ingin menunjukkan bagaimana media mempunyai kekuatan untuk menyampaikan referensi berita bagi masyarakat. Kekuatan media menjadi salah satu alasan bagaimana media televisi dapat menjadi sebuah media pemberitaan yang dipercaya oleh masyarakat untuk menyampaikan realitas sosial yang terjadi.

Berita seharusnya menjadi sebuah representasi dari realitas yang ada di masyarakat, namun banyak kritik muncul mengenai pandangan tersebut. Todd Gitlin (dalam Grossberg 1998; hal.335) mengakui bahwa, “Jurnalis telah melakukan tugasnya untuk mencari kebenaran dari sebuah realitas, namun pertanyaannya adalah bagaimana bisa sebuah cuplikan berdurasi 10 detik bisa merepresentasikan realitas yang sebenarnya?”

Sebagai sebuah berita seperti yang telah dijelaskan dalam sub-bab sebelumnya, *talk show* memiliki konstruksi atas realitasnya. Grossberg (1998; hal. 178) berpendapat bahwa ideologi media memungkinkan media tersebut untuk membentuk realitas dalam berbagai cara. Berdasarkan pendapat tersebut

maka konstruksi realitas sangat mungkin terjadi dalam program apapun, termasuk dalam program *talk show* yang dalam penelitian ini adalah Kick Andy.

Realitas dalam sebuah berita merupakan hasil dari re-konstruksi oleh jurnalis mulai dari proses pencarian berita hingga berita tersebut dipublikasikan. Eriyanto (2002) menjelaskan bagaimana kaum kostruksionis memandang proses tersebut. Kaum kostruksionis berpandangan bahwa pembuatan berita selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Berdasarkan pandangan kaum kostruksionis tersebut dapat disimpulkan bahwa realitas yang hadir dalam media massa seperti televisi merupakan hasil dari rekayasa wartawan yang bertugas, demi beberapa tujuan tertentu.

Bernard Timberg (1994) dalam atikel jurnalnya yang berjudul *The Unspoken Rule of Talk Television*, menjelaskan adanya beberapa hal yang menunjukkan konstruksi atas sebuah realitas dalam *talk show*. Timberg menjelaskan bahwa narasumber dan naskah telah dipilih serta dipersiapkan terlebih dahulu, sehingga memungkinkan pembawa acara untuk mengendalikan pembicaraan.

Downey represent an extreme example, but all television *talk show* s are regulated by invisible rule of acceptability. Guest are carefully chosen, question prescreened. In the comedian Richard Pryor's appearance on Letterman show in 1986, as much as 80% of interview was set up in advance. This was standard procedure in the preparation of guest interviews. (Timberg, 1994: hal. 277)

Ketika mengkaji isi sebuah media, serta melihat bagaimana pembentukan wacana sosial di dalamnya maka sama saja dengan melihat bagaimana media merepresentasikan dunia ini, melalui simbol-simbol media menciptakan kerangka akan sebuah wacana pada masyarakat, serta beberapa hubungan yang terbentuk. Itu semua direfleksikan dalam berita atau lebih khusus lagi dalam penelitian ini adalah sebuah program *talk show* .

### **3. Framing sebagai pembentuk realitas**

Framing merupakan sebuah proses di mana realitas dibentuk sedemikian rupa. Jenny Kitzinger (dalam Devereux 2007) menegaskan bahwa representasi dari realitas melibatkan proses framing. Framing bekerja seperti layaknya seorang fotografer yang menangkap sebuah momen spesial dengan beberapa sudut pengambilan gambar. Melalui *view finder*-nya, sang fotografer memilih objek, *angle*, *foreground*, *background*, dan beberapa aspek yang secara estetik mengandung makna tertentu. Hasil dari pengambilan gambar tersebut tidaklah memperlihatkan keseluruhan dari apa yang ada di lokasi saat fotografer mengambil gambar. Sang fotografer hanya mengambil beberapa “frame” dari lokasi atau momen tertentu.

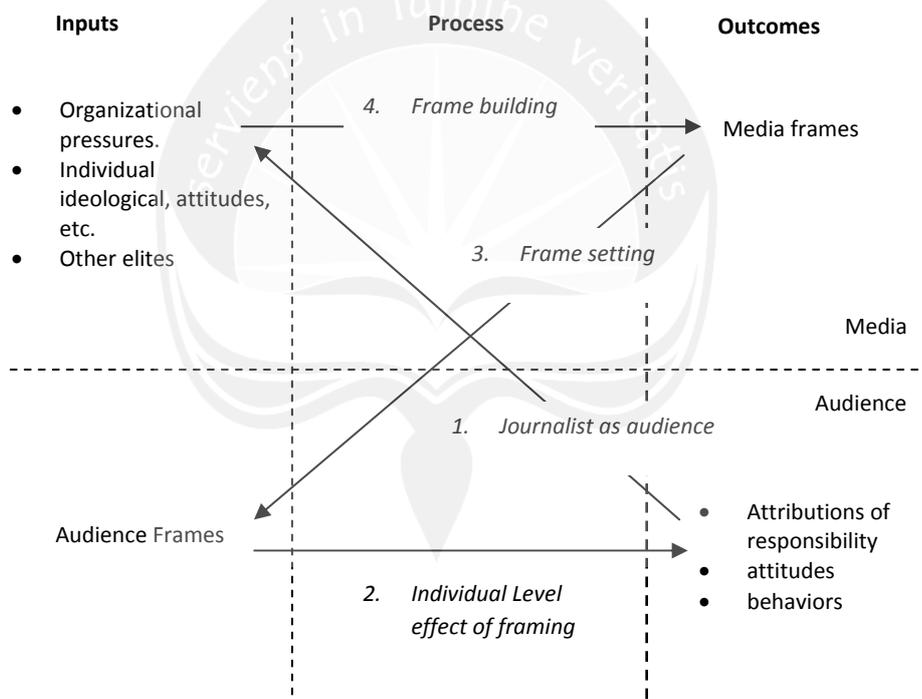
Framing refers to process whereby we organize reality – categorizing events in particular ways, paying attention to some aspect rather than others, deciding what an experience or events means or how it comes about. The term is used to refer to how we interpret our every day encounters with the world around us. It also used to refer how a picture ‘frames’ a particular scene, and how a newspaper ‘frame’ a story. (Devereux, 2007. hal. 134)

Dengan framing, realitas dapat dibentuk sedemikian rupa demi tujuan tertentu. Konstruksi realitas tersebut antara lain adalah untuk menonjolkan

sebuah isu agar mendapatkan perhatian dari khalayak, ketika isu tersebut disebarluaskan melalui media massa. Media massa, lebih khusus lagi jurnalis, membingkai isu dengan beberapa fakta yang relevan dan menempatkan fakta tersebut dalam sebuah konteks yang selengkap mungkin.

Secara mudah Scheufele menyederhanakan proses framing ini ke dalam sebuah skema sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Skema Kerja Framing**



*Skema Model Framing (Scheufele. 1999)*

Dalam skema tersebut Scheufele membagi proses framing menjadi tiga kolom, yaitu *Inputs*, *Process*, dan *Outcome*. Di mana dalam skema tersebut ada empat proses yang terjadi, yaitu: *frame building*, *frame setting*, *individual-level effect of framing*, hubungan antara *individual frame* dan *media frame*

yaitu “*journalist as audience*”. Tahap pertama, proses pembangunan *frame*, terjadi proses tarik ulur antar elemen yang menjadi *inputs*-nya (orientasi dari media, preferensi nilai dari diri jurnalis, juga pendapat kaum elite yang menjadi *opinion leader*).

Berikutnya dalam *frame setting*, media melalui awaknya melakukan penekanan terhadap isu, penonjolan maupun penyembunyian fakta, juga pertimbangan lain dalam menyusun kata-kata yang dirangkai menjadi sebuah berita. Pada akhirnya *frame* yang terbentuk dalam tataran audience bisa sama atau justru bertolak belakang dengan *frame* media. Hal ini dapat mempengaruhi media ketika akan membuat *follow up* dari berita yang sudah diterbitkan. Jurnalis yang juga sebagai audiens media akan melihat dan mempertimbangkan apa yang diinginkan masyarakat dalam membuat berita.

Analisis framing dapat di terapkan dalam beberapa level dari komunikasi massa. Seperti yang diungkapkan oleh Kitzinger bahwa analisis framing dapat diterapkan dalam tiga level komunikasi massa. Level pertama berkaitan dengan level teks.

Frame analysis can be used to examine the production of media coverage: how journalist and their source operate, and how this can affect the way a story is told. (Kitzinger, dalam Devereux. 2007, hal.137)

Dalam level ini analisis framing dapat digunakan untuk menguji bagaimana media memproduksi teks berita, lebih detailnya adalah bagaimana wartawan mengolah sumber beritanya dan bagaimana wartawan tersebut menceritakannya dalam sebuah teks.

Level kedua berkaitan erat dengan level konteks, dimana sebuah isu ditempatkan. Dalam level ini analisis framing digunakan untuk menganalisa

konteks dari berita yang ditayangkan media massa. Lebih dalam lagi, framing digunakan untuk melihat bagaimana sebuah isu ditampilkan dalam surat kabar, televisi, termasuk dalam *website on line* (Kitzinger, dalam Devereux. 2007, hal.137).

Kitzinger (2007) menambahkan, analisis framing juga dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana audiens dapat terpengaruh dengan pemberitaan media, bagaimana mereka membuat beberapa asumsi dan bagaimana reaksi audiens terhadap berita atau tayangan media massa. Analisis framing dapat disandingkan dengan beberapa metode mengenai opini publik untuk meneliti level ketiga ini. Dalam penelitian ini peneliti hanya akan menggunakan analisis framing dalam dua level yaitu level teks dan level konteks.

#### 4. Pencitraan

Media seringkali memberitakan seorang tokoh tentang apa yang dilakukan ataupun dialaminya, sebenarnya hal ini juga tak lepas dari upaya bagaimana media memprofilkan seorang tokoh. Namun, upaya bagaimana media memprofilkan seorang tokoh, dalam konteks media massa lebih sering menggunakan istilah pencitraan.

**Citra:** a. rupa, gambar, gambaran; b. (bidang manajemen) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; c. (bidang sastra) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase, atau kalimat dan merupakan unsure dasar yang khas dalam karya prosa dan puisi; d. (bidang kehutanan) data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi; e. (bidang politik) gambaran diri yang ingin diciptakan oleh seorang tokoh masyarakat (PPP, 1994).

Dalam penelitian ini, pencitraan diartikan sebagai pencitraan politik, yaitu gambaran diri seorang tokoh politik dalam masyarakat.

Haryatmoko (2007; hal. 22-23) menyatakan bahwa profit atau keuntungan hanya mungkin diperoleh jika punya pengaruh. Maka, ia menyimpulkan, obsesi media kini telah bergeser untuk mempengaruhi dan membentuk citra. Media, dengan alasan tersebut, menjadi ibarat sekeping mata uang, yaitu di satu sisi media mempunyai tugas untuk berpihak pada idealismenya, namun di sisi lain, media juga tidak bisa lepas dari praktik industri untuk bisa bertahan hidup. Sebagai sebuah unit industri, media akan berusaha untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya untuk menutup biaya produksinya.

Baudrillard (dalam Haryatmoko, 2007; hal.33) mengungkapkan, pencitraan mendiskualifikasi kategori kebenaran, sehingga tidak bisa lagi dibedakan antara realitas, representasi, simulasi, kepalsuan dan hiperrealitas. Ketika seorang pejabat atau *public figure* diberitakan di media, bagaimana gambaran mengenai pribadinya akan tercermin dari pencitraan oleh media. Hal ini seperti yang terjadi pada kasus Antasari Azhar yang ditayangkan dalam salah satu episode Kick Andy. Dalam episode "Antasari dari Balik Jeruji Penjara", Kick Andy mencoba menghadirkan Antasari dengan berbagai kegiatan dan rutinitasnya di penjara.

Kasus yang menimpa Antasari Azhar merupakan salah satu fenomena dalam kehidupan politik di Indonesia. Sebagai seorang tokoh politik kasus Antasari Azhar ini erat kaitannya dengan citra politik. Citra politik adalah gambaran seseorang tentang politik. Anwar Arifin (2006;2) menjelaskan bahwa citra politik dapat dipandang sebagai suatu gambaran tentang politik yang di dalamnya terdapat kekuasaan, kewenangan, autoritas, konflik, dan

konsensus yang memiliki makna. Citra politik akan membantu seseorang dalam pemahaman, penilaian, pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan, atau pimpinan politik.

Terkait pencitraan politik, penulis mengindikasikan adanya hubungan alasan Kick Andy mengangkat tema tersebut dengan agenda pengajuan PK Antasari Azhar yang pada telah dilaksanakan beberapa waktu yang lalu setelah acara tersebut disiarkan ke publik. Program tersebut disiarkan pada tanggal 18 Maret 2011, tanggal yang sama dimana Antasari merayakan ulang tahunnya yang ke-58. Bisa jadi tayangan Antasari Azhar di Kick Andy ini sebagai sebuah paket kado ulang tahun dari Kick Andy kepada Antasari dalam bentuk penokohnya di media massa.

## **F. METODOLOGI**

### **1. Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Konsep mengenai konstruktivisme diperkenalkan pertama kali oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Tesis utamanya adalah manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus menerus (Eriyanto, 2002). Media merupakan satu cara dimana realitas tersebut terbentuk dalam masyarakat. Realitas yang di konstruksi sedemikian rupa demi maksud tertentu akan terlihat seolah-olah alami tanpa adanya rekayasa.

Eriyanto (2002) mengemukakan adanya empat asumsi yang melekat pada pendekatan konstruksionis. Pertama, dunia ini tidaklah tampak nyata secara objektif pada pengamat, tetapi diketahui melalui pengalaman yang umumnya dipengaruhi oleh bahasa. Kedua, kategori linguistik yang dipergunakan untuk memahami realitas bersifat situasional, karena kategori itu muncul dari interaksi sosial dalam kelompok orang pada waktu dan tempat tertentu. Ketiga, pemahaman terhadap realitas pada waktu tertentu dan dalam konteks komunikasi tertentu. Sebagai konsekuensinya, pengetahuan banyak bergantung pada perubahan sosial ketimbang realitas objektif di luar pengalaman. Keempat, pemahaman realitas yang terbentuk secara sosial membentuk banyak aspek kehidupan lain yang penting. Maka dari itu cara kita berpikir dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari umumnya ditentukan oleh pemahaman terhadap realitas.

## **2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007). Moleong sendiri menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah:

”Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2007; hal.4)

Penelitian kualitatif berusaha menggali lebih mendalam tentang suatu permasalahan. Penelitian kualitatif ini memandang manusia sebagai instrument utama dalam melakukan penelitian. Data yang dikumpulkan akan diperoleh melalui peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain sebagai alat pengumpul data. Kriyantono (2006) mengatakan bahwa peneliti merupakan bagian integral dari data, artinya ikut aktif menentukan jenis data yang diinginkan, karena itu penelitian kualitatif bersifat subyektif dan hasilnya lebih pada penjelasan sebab akibat, bukan hasil dari generalisasi.

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan Metode Analisis Isi Kualitatif dengan varian Analisis Framing. Pada dasarnya analisis framing merupakan versi terbaru dari analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Analisis framing membantu peneliti untuk mengungkap bagaimana sebuah media melakukan proses agenda setting.

Media mempunyai kekuatan untuk membentuk opini khalayak dengan melakukan agenda setting. Dennis dan Stanley (2010; h. 346) menjelaskan agenda setting sebagai pemikiran bahwa media tidak mengatakan apa yang khalayak pikirkan, namun apa yang harus khalayak pikirkan. Maksudnya adalah bahwa media mempunyai kekuatan untuk membentuk opini masyarakat lewat pemberitaannya. Dalam hal ini-lah analisis framing berguna sebagai metode untuk memperjelas bagaimana proses agenda setting tersebut terjadi dalam media. \

Alex Sobur (2001), menjelaskan konsep lain tentang framing. Dalam pendapatnya framing dimaknai sebagai potongan-potongan perilaku manusia yang membimbing seorang individu dalam melihat realitas yang terjadi disekitarnya.

Pada mulanya frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik kebijakan, wacana, serta realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman pada 1974. Yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strip of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas.  
(Sobur, 2001;hal. 162)

Dalam konsep ini sobur menjelaskan bahwa framing merupakan kepingan-kepingan perilaku, hasil dari sebuah penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek tertentu dalam kehidupan.

Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk menerapkan metode tersebut untuk menguak lebih jauh konstruksi yang terjadi dalam *talk show* Kick Andy, terhadap kasus Antasari Azhar. Penulis ingin meneliti mengenai pencitraan Antasari Azhar dalam *talk show* tersebut. Penulis mengambil transkrip dan copy tayang dari program tersebut untuk kemudian dianalisis menggunakan framing model Gamson dan Modigliani untuk melihat kecenderungan frame dari siaran tersebut. Selanjutnya penulis akan melakukan wawancara kepada beberapa pihak antara lain, produser program acara Kick Andy, Andy Noya dan Manajer News Magazine Metro TV.

#### **a. Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah media khususnya dalam program Kick Andy yang menyajikan tayangan "Antasari Azhar dari balik Jeruji Penjara". Begitu banyak program *talk show* yang disiarkan oleh stasiun-stasiun

televisi di Indonesia, namun hanya satu program *talk show* yang masih menarik hati para pemirsanya dengan materi yang ringan, namun tetap memiliki isi yang dapat menginspirasi, memotivasi para penonton untuk melihat lingkungannya dengan cara yang berbeda. Bahkan menonton Kick Andy dapat menjadi sebuah pengalaman tersendiri bagi penontonnya, seperti yang dikatakan oleh Andrea Hirata, seorang penulis terkenal,

“Kick Andy memberikan pilihan tontonan humanis, dengan cara yang amat berbeda. Merupakan pembicaraan yang serius tentang beragam seni kehidupan, dan menontonnya seperti menonton sebuah teater, bagi saya menonton Kick Andy merupakan sebuah experience” (Adyanto, 2010).

Program *talk show* yang disiarkan di Metro TV setiap hari Jumat pukul 21.30, dan disiarkan ulang pada hari minggu pukul 14.30 ini, memang menjadi primadona bagi semua kalangan penonton. Mulai dari remaja sampai dengan orang tua tertarik dan selalu *ketagihan* untuk menonton kejutan-kejutan yang ada dalam *talk show* ini. Penelitian ini ingin melihat bagaimana Kick Andy mengemas program dengan narasumber seorang politikus yang terkait dengan sebuah kasus hukum yang belum jelas kebenarannya di ranah publik.

#### **b. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah tayangan *talk show* Kick Andy yang berjudul “Antasari Bicara dari Balik Jeruji Penjara” yang disiarkan pada tanggal 18 Maret 2011, dan ditayangkan ulang pada tanggal 27 Maret 2011. Penulis mengambil *copy* tayang dari program tersebut, kemudian menguraikannya dalam bentuk transkrip untuk kemudian diteliti secara tekstual.

#### 4. Jenis Data Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan data primer dan data sekunder untuk membantu jalannya penelitian, selain itu dengan klasifikasi data tersebut proses analisis data pun akan menjadi lebih jelas. Peneliti menggunakan data primer sebagai data utama yang akan diteliti, baik data tekstual, maupun kontekstual yang diperoleh dari hasil wawancara. Data sekunder juga dibutuhkan dalam penelitian ini untuk mendukung beberapa temuan yang diperoleh dalam pengolahan data primer. Beberapa data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa data primer, antara lain adalah *copy* tayangan dari Kick Andy episode “Antasari Bicara dari Balik Jeruji Penjara”. Dari data tersebut kemudian penulis akan melakukan transkrip atas tayangan tersebut, dan membandingkannya dengan transkrip asli sebelum mengalami editing.

Selain dari transkrip tersebut, penulis juga melakukan wawancara untuk menggali data-data yang terkait dengan konteks penelitian ini. Wawancara akan dilakukan untuk menguji data-data tekstual yang diperoleh dari analisis teks sebelumnya. Dari hasil analisis data teks, kemudian dilakukan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait dengan produksi program *talk*

*show* Kick Andy, khususnya produser program dan Andy Flores Noya sebagai pembawa acara program ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung terhadap subjek penelitian. Data sekunder diperlukan untuk menambah literatur penulis, dan membantu penulis dalam menganalisis data yang diperoleh pada pengumpulan data sebelumnya. Penulis akan menggunakan beberapa buku, penelitian, jurnal, dan beberapa artikel.

c. Teknik Pengumpulan Data

**Level Teks**

Analisis teks dilakukan penulis dengan cara observasi teks. Observasi ini ingin melihat bagaimana sikap tim kreatif yang tercermin melalui kalimat-kalimat atau pertanyaan yang dipilih dalam *talk show* untuk mengetahui bagaimana frame *talk show* Kick Andy terhadap kasus Antasari Azhar.

**Level Konteks**

Pada level konteks, peneliti bermaksud menggali informasi dan melakukan *crosscheck* pada tim kreatif dan pihak media yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam. Pertanyaan yang akan diajukan adalah seputar alasan Kick Andy mengangkat kasus Antasari ini kedalam sebuah program *talk show* , dan bagaimana sikap media atau tim kreatif sendiri seputar kasus yang menimpa Antasari Azhar.

Untuk memperlancar proses pengumpulan data ini, maka diperlukan beberapa pertanyaan penuntun. Pertanyaan penuntun ini masih akan

mengalami penambahan, ketika ditemukan data baru setelah proses pengolahan data teks. Beberapa pertanyaan penuntun, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1  
Tabel daftar pertanyaan pendukung

Inforaman/Narasumber	Pertanyaan Penuntun
Produser / Kru yang terkait dengan proses produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana awal munculnya wacana pengangkatan Antasari Azhar sebagai narasumber?</li> <li>• Kapan ide ini muncul sebagai materi tayang?</li> <li>• Siapa pihak yang mengusulka Antasari Azhar diangkat menjadi narasumber?</li> <li>• Apa alasan Antasari Azhar dipilih sebagai narasumber?</li> <li>• Isu apa yang diangkat dalam program ini?</li> <li>• Sejauh mana Antasari Azhar menarik diangkat sebagai isu publik?</li> </ul>
<i>Host</i> atau pembawa acara program Andy Flores Noya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana posisi anda dalam proses produksi <i>talk show</i> Kick Andy?</li> <li>• Apa yang membuat anda tertarik untuk mengangkat isu Antasari Azhar kepada publik?</li> <li>• Sejauh mana anda mengenal Antasari Azhar?</li> <li>• Bagaimana pendapat anda mengenai kasus yang menimpa Antasari Azhar?</li> </ul>

## 5. Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis framing. Dengan analisis ini dapat membantu untuk menjelaskan relasi antara teks dan konteks dari sebuah pemberitaan di media. Eriyanto mendefinisikan analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002).

Penelitian ini menggunakan analisis framing model Gamson dan Modigliani, karena model framing ini memungkinkan kata, kalimat, dan gambar dianalisis sebagai bagian untuk memahami frame, juga disertakan dalam unit analisis elemen retorik yang perlu diperhatikan untuk menunjukan perangkat framing. Dalam model ini yang banyak ditekankan adalah penandaan dalam bentuk simbolik, baik lewat kiasan maupun retorika yang secara tidak langsung mengarahkan perhatian khalayak. Menurut pendapat Sobur (Sobur,2001), model framing Gamson dan Modigliani memahami wacana media sebagai satu gugusan perspektif interpretasi (*interpretative package*) saat mengkonstruksi atau memberi makna sebuah isu.

Tabel 1.2  
**Skema Analisis Framing Model William Gamson dan Andre Modigliani  
(Eriyanto, 2002)**

<b>FRAME</b>	
<b>Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issues</b>	
<b>Framing Devices (Perangkat framing)</b>	<b>Reasoning Devices (Perangkat Penalaran)</b>
<b>Methaphors</b> Perumpaan atau pengandaian.	<b>Roots</b> Analisis klausal atau sebab akibat.
<b>Catchphrases</b> Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.	<b>Appeals to principle</b> Premis dasar, klaim-klaim moral.
<b>Exempla</b> Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai	<b>Consequences</b> Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.
<b>Depiction</b> Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.	
<b>Visual Image</b> Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.	

Tahapan analisis data dalam penelitian ini akan menggabungkan hasil analisis pada level teks dan konteks. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, analisis teks akan dilakukan dengan menggunakan perangkat framing model Gamson dan Modigliani. Hasil temuan dari level teks ini akan digunakan untuk mengkonfirmasi atau bahkan menggali *hidden agenda* dari konteksnya. Konteks yang dimaksud adalah bagaimana Kick Andy menokohkan Antasari Azhar lewat tayangan *talk show* nya.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN**

Dalam bab kedua ini peneliti akan memaparkan beberapa hal yang berhubungan dengan *talk show*, tentang sejarah, prinsip-prinsip, dan beberapa jenis *talk show* secara umum. Selain itu peneliti akan menjelaskan beberapa hal yang terkait tentang program *talk show* Kick Andy, mengenai sejarah dan proses kreatif yang terjadi dalam produksi *talk show* ini. Dalam subbab terakhir peneliti akan memaparkan gambaran umum mengenai kasus yang menimpa Antasari Azhar, sebagai pengantar.

#### **A. TALK SHOW TELEVISI**

##### **A.1. Sejarah Singkat**

Sejarah mengenai munculnya *talk show* di televisi sangat erat kaitannya dengan kehidupan politik dan budaya, khususnya pada awal kemunculannya di Amerika. *Talk show* mulai muncul di tahun 1960-an saat Jack Paar dan Hal Gurnee, melakukan siaran *talk show* pertama kali. Siaran *talk show* yang mereka lakukan ini di-identifikasi sebagai siaran *talk show* pertama kali, namun bukti yang menyebutkan adanya siaran tersebut telah lenyap, berikut rekaman *taping*-nya. Mahalnya harga kaset pada waktu itu membuat beberapa stasiun televisi di Amerika menggunakan kaset master tersebut selama beberapa kali dan akhirnya rekaman terdahulu terhapus dan tergantikan rekaman lainnya.

Bagai sebuah mata rantai yang hilang, *talk show* kembali populer pada tahun 1990-an. Masyarakat politik Amerika menggunakan *talk show* sebagai strategi kampanye beberapa kandidat calon presiden dan beberapa senator Amerika. Pada tahun 1990-an ini buku pertama tentang kritik terhadap *talk show* juga mulai muncul. Hal ini menunjukkan adanya ketertarikan para peneliti terhadap program *talk show* ini. Bernard M. Timberg (2002), menceritakan bahwa *talk show* telah mengambil alih tugas dan fungsi jurnalisisme tradisional.

Pada kancah politik Amerika *talk show* menjadi strategi yang kuat dalam kampanye nasional. Pada tahun 1992, Ross Perot kandidat salah satu partai di Amerika muncul dalam *talk show* bersama Larry King, dalam program talk shonya yang berjudul *Larry King Live* (Timberg, 2002). Timberg (2002) juga mencatat bahwa *talk show* mempunyai hubungan erat dengan keberhasilan Bill Clinton dalam memenangkan pesta demokrasi Amerika, yang membuat dirinya disebut sebagai “*Talk show President*” pada waktu itu. Clinton muncul dalam beberapa *talk show* seperti, *Donahue*, *The Arsenio Hall Show*, dan bahkan *MTV* sebagai televisi yang menyiarkan hiburan dengan segmentasi anak muda.

*Talk show* mulai mendapatkan perhatiannya sebagai salah satu produk media massa. *Talk show* telah menjadi tempat bertemunya tiga kekuatan dalam media massa yaitu berita, hiburan, dan politik (Timberg, 2002). Beberapa kritik mengenai *talk show* mulai muncul, terutama karena kontrol terhadap *talk show* yang sangat kurang dibandingkan dengan kekuatannya dalam mempengaruhi audiens. William Bennet, yang pada saat itu menjabat sebagai Menteri Pendidikan, sekaligus anggota partai koalisi Amerika sempat memboikot beberapa program

*talk show* yang dianggap sebagai “*trash talk*”. Kemudian ditahun yang sama Donna Syalala melakukan pertemuan dengan beberapa produser, dan beberapa pembawa acara *talk show* , untuk membahas dan membicarakan beberapa kekurangan yang terjadi dalam program *talk show* . Pertemuan ini kemudian dikenal dengan “*talk summit*” (Timberg, 2002).

*Talk show* semakin berkembang dari waktu ke waktu dan semakin mendapatkan format yang sempurna dan diterima oleh publik sebagai penontonnya. Bernard M. Timberg (2002) menegaskan adanya tiga siklus perkembangan *talk show* sampai saat ini. Siklus tersebut menandai beberapa perkembangan *talk show* sampai dengan saat ini.

Secara sederhana Timberg membagi perkembangan *talk show* ini menjadi tiga siklus, yaitu siklus awal dimana *talk show* mulai ditemukan dengan format awal. Siklus tengah, dimana *talk show* mulai dilirik oleh media sebagai alat komunikasi politik, dan siklus terakhir dimana *talk show* berkembang, dan mulai diterima masyarakat sebagai salah satu bentuk jurnalisme baru yang mempertemukan berita, hiburan, dan politik. Timberg tidak menyebutkan hubungan waktu antara ketiga siklus tersebut, namun siklus ini yang menunjukkan adanya perkembangan *talk show* secara menyeluruh sampai saat ini.

Kick Andy merupakan salah satu acara *talk show* di Indonesia, yang secara konsep sedikit mirip dengan *talk show* yang di pandu oleh Oprah Winfrey. Awal munculnya ide untuk membuat sebuah *talk show* yang menggabungkan berita dan hiburan di Metro TV justru diprakarsai oleh pemilik media televisi berita pertama

di Indonesia, yaitu Surya Paloh. Agus Pramono, produser senior acara Kick Andy, dalam Buku yang berjudul Kick Andy; Kumpulan Kisah Inspiratif 2 (Adyanto, 2010) menjelaskan bahwa munculnya Kick Andy ini dikarenakan keprihatinan Surya Paloh akan acara-acara televisi yang kurang mendidik. Sebagai televisi berita Surya Paloh menginginkan adanya sebuah *talk show* yang dapat memberikan inspirasi positif bagi masyarakat.

Maka pada awal bulan maret 2006 munculah Kick Andy. Secara konsep *talk show* ini mempunyai karakter yang sama dengan *talk show* pada umumnya. *Host* merupakan seorang tokoh central yang membawa *talk show* tersebut menjadi lebih hidup. Dari awal bertemunya dengan Andy Noya, sang pemilik media, yaitu Surya Paloh, tertarik dengan kepiawaian Andy Noya dalam melakukan interview dengan beberapa narasumber. “Pak Surya Paloh sudah mengenal Andy Noya sebagai seorang sosok yang pandai dan jenius dalam melakukan wawancara dengan narasumber, tanpa membuat narasumber tersebut tersinggung.” Jelas Agus Pramono.

Kepiawaian Andy Noya dalam melakukan wawancara tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah program *talk show* bertajuk Kick Andy. Jika dilihat dari judul program tersebut, memang program *talk show* ini memiliki karakter yang sama dengan para pendahulu-nya seperti *Larry King Live*, *Oprah Winfrey Show*, dan beberapa *talk show* pendahulu lainnya. Kedudukan *host* masih sangat dipeprtimbangankan sebagai daya tarik sebuah *talk show* .

## **A.2. Prinsip-prinsip *Talk Show* (Bernard M. Timberg)**

Sebagai sebuah tayangan televisi yang khas, *talk show* mempunyai beberapa prinsip yang membedakannya dengan tayangan television talk lainnya. Lebih spesifik, Bernard Timberg membagi beberapa prinsip *talk show* tersebut dalam empat ciri yang unik dan khas. Prinsip-prinsip tersebut berhubungan dengan beberapa hal yang terdapat dalam *talk show* dan merupakan ciri khas *talk show*, seperti *host* (pembawa acara), waktu pembicaraan, karakteristik *talk show* sebagai product media, serta bagaimana *talk show* tersebut di konstruksi. Dalam sub-bab ini pembahasan seputar prinsip-prinsip *talk show* akan dihubungkan dengan bagaimana prinsip-prinsip tersebut dipraktekkan dalam program Kick Andy di Metro TV.

### **a. Kedudukan *Host* dalam *talk show***

Timberg (2002) menyebutkan bahwa *host* dalam *talk show* merupakan salah satu ikon penting. Karakter seorang *host* akan sangat menentukan karakter *talk show* tersebut. Karakter *host* tersebut akan mempengaruhi bagaimana warna dan tujuan dari *talk show*, serta bagaimana pertanyaan disusun dan menjadi acuan dalam pembicaraan yang akan dilakukan. Dalam *talk show* Kick Andy, tentu saja Andy F. Noya sebagai *host* sangat berperan dalam membentuk karakter program tersebut. kepiawaiannya dalam memberikan beberapa pertanyaan yang lugas, membuat *talk show* ini cocok untuk dikonsumsi oleh semua target audiens. Pada dasarnya Kick Andy mempunyai target audiens dengan *Social Economic Status (SES)* A – B, namun

pada perjalanannya program ini diterima juga pada kalangan menengah ke bawah atau dalam pembagian kelas audiens dalam televisi lebih dikenal dengan SES C. Menurut Agus Pramono, dalam perjalanannya banyak beberapa materi yang kemudian diterima dalam beberapa kelas sosial dalam masyarakat, dan membuat Kick Andy memunyai target audiens yang beragam. Selain dari sisi materi yang diangkat, karakter Andy Noya yang lugas membuat pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mudah diterima dan dimengerti oleh penonton program Kick Andy ini.

Timberg (2002) menyebutkan beberapa kedudukan *host* dalam *talk show* antara lain; *host* merupakan “bintang” dalam *talk show* jika dilihat dari perannya sebagai pembawa acara. Kedua, jika dilihat dari sisi produksi, *host* berkedudukan sebagai *managing editor*, yang bertugas untuk memilah beberapa pertanyaan yang hendak dilemparkan kepada narasumber. Ketiga, jika dilihat dari sisi marketing, *host* merupakan label atau *trade mark* dari program. Keempat, dari sisi organisasional, karakter *host* yang mandiri dapat menjadi salah satu pendukung yang sangat vital dalam tim produksi maupun tim kreatif. Maka dari itu posisi *host* merupakan pemegang kunci dalam sebuah *talk show* , dan karena karakternya yang khas menjadikannya tidak tergantikan.

Jika dilihat lebih dalam Andy Noya menempati keempat posisi *host* tersebut dalam Kick Andy. Sebagai “bintang” tentu saja Andy Noya merupakan hal terpenting dalam *talk show* ini. Karakter Andy Noya mendominasi setiap pertanyaan-pertanyaan dalam *talk show* ini, walaupun di

sisi lain terdapat tim riset yang membantunya untuk menyusun beberapa data terkait dengan materi tayang.

Berdasarkan hasil kuliah kerja lapangan yang peneliti lakukan sebelumnya di Kick Andy, bahwa sebagai *managing editor*, Andy Noya mengikuti setiap rapat penentuan ide, dan memegang kunci keputusan mengenai ide yang akan diangkat sebagai materi tayang. Selain itu, Andy Noya selalu memeriksa tiap-tiap potongan video testimony, sebelum taping dilakukan. Proses editing-pun tak lepas dari pantauan Andy Noya, setiap produser wajib melakukan screening bersama Andy Noya sebelum program tersebut ditayangkan. Fungsi ini cukup membuat Andy Noya menjadi *host* yang berpengaruh besar dalam tim kreatif Kick Andy.

Peran Andy Noya dalam marketing juga cukup berpengaruh. Selain program Kick Andy yang disiarkan secara regular, Kick Andy juga memiliki program Kick Andy Hope, dimana Andy Noya akan mendatangi beberapa tokoh-tokoh inspiratif, mengulasnya dalam *talk show* di lokasi, kemudian memberikan sumbangan kepada narasumber tersebut. Tidak jarang sumbangan berasal dari beberapa perusahaan yang dibujuk oleh Andy Noya sendiri, agar mau memberikan sedikit sumbangan terhadap narasumber tersebut. Kebanyakan klien dan kolega merasa senang dan tertarik ketika Andy Noya menawarkan kerjasamanya dalam program Kick Andy Hope. Hal ini menunjukkan bahwa posisi Andy Noya dalam marketing program sendiri cukup signifikan untuk memikat kerjasama dengan klien.

Dalam tim kreatif sendiri, Andy Noya merupakan sosok pemimpin yang bijak. Beberapa keputusan bahkan dipegang langsung oleh Andy Noya, seperti keputusan materi yang akan ditayangkan hingga pemecahan masalah dalam tim diputuskan oleh Andy Noya. Pengalamannya sebagai pemimpin redaksi membuat Andy Noya cukup disegani dalam tim kreatif.

#### **b. Kaitan waktu pembicaraan dalam *talk show***

... the tekevision *talk show* is that is experienced in the present tense as “conversations”. Live, taped, or shows in returns, *talk show* s always maintain the illusion of present tense (Timberg, 2002).

Salah satu ciri paling khas dari *talk show* adalah perbincangan atau dalam bahasa inggris disebut sebagai “*conversations*”. Sebagaimana diartikan perbincangan ini selalu berhubungan dengan waktu. Timberg (2002) menjelaskan, walaupun *talk show* tersebut diproduksi secara langsung, rekaman taping, maupun *talk show* yang ditayangkan kembali, seting waktu yang digunakan selalu merupakan waktu dimana perbincangan itu terjadi dan disiarkan.

Saat Kick Andy melakukan *taping* di penjara dan mewawancarai Antasari Azhar, proses *taping* tersebut dilaksanakan dua minggu sebelum ditayangkan di televisi. Saat *taping* tersebut berlangsung, *setting* yang digunakan adalah *setting* tempat saat tayangan tersebut ditayangkan di televisi. Dalam tayangan tersebut Andy Noya tidak menyebutkan kapan wawancara tersebut dilaksanakan, namun seolah-olah wawancara tersebut dilaksanakan pada tanggal penayangannya di televisi. Di akhir acara terdapat rekaman istri

dan putri Antasari Azhar, mengucapkan ulang tahun kepada Antasari yang bertepatan dengan tanggal ditayangkannya rekaman tersebut di televisi. Seperti dikatakan oleh Timberg, maka Kick Andy memenuhi kriteria kedua berkenaan dengan setting waktu pembicaraan berlangsung.

### c. *Talk show* sebagai sebuah komoditas

Sebagai sebuah produk media massa, *talk show* televisi merupakan sebuah komoditas yang dapat dipersaingkan dengan program-program televisi yang lain. “*television talk has proven over time to be valuable commodity and talk show host themselves are valuable commodities. Their worth to networks and advertisers is reflected to their salaries*” (Timberg, 2002). Dari pernyataan Timber tersebut terlihat jelas bagaimana *talk show* itu bersaing dengan produk televisi yang lain. *Host* tetap menjadi ikon, bahkan pengiklan akan melihat bagaimana kredibilitas seorang *host* dan latar belakang *host* dalam membawakan acara *talk show*.

Sebagai sebuah komoditas yang sangat terkait dengan finansial, maka *talk show* terkait dengan apa yang disebut Timberg sebagai ‘*the invisible rules*’. Narasumber akan dipilih secara hati-hati dan pertanyaan akan dipilih sebelum acara *talk show* ini diproduksi. Tidak dipungkiri, sebagai sebuah program televisi, Kick Andy juga melihat rating televisi sebagai ukuran. Beberapa strategi dibuat untuk menghasilkan rating yang cukup baik. Selain sebagai ukuran keberhasilan, rating juga berguna sebagai ukuran untuk mendapatkan iklan dari sponsor untuk mendanai program ini.

#### **d. *Talk Show* merupakan sebuah konstruksi**

Timberg (2002) menjelaskan bahwa proses yang tersaji dan terjadi dalam *talk show* harus terlihat spontan, namun juga harus diatur sesuai tujuan *talk show* tersebut (Timberg menyebutnya sebagai “*highly structured*”). Karakter *talk show* yang menarik adalah jawaban-jawaban narasumber yang spontan dan terlihat seolah tanpa ada penggalan yang dibuat-buat, namun untuk mencapai hal tersebut narasumber-pun harus secara hati-hati dipilih dan pertanyaan-pun disusun sedemikian rupa agar tetap tepat sasaran.

*Talk show* akan selalu berubah dari segi format acara, namun keempat prinsip ini akan tetap menjadi prinsip yang terus menerus berlaku dalam *talk show*. Selama kurang lebih lima dekade, *talk show* selalu mempunyai ciri seperti yang disebutkan oleh Timberg di atas.

#### **A.3. Tiga Sub-Genre *Talk show***

Secara umum *talk show* dapat dibagi dalam tiga jenis berdasarkan fenomena *talk show* yang terjadi sebelumnya. Pembagian sub-genre *talk show* ini melihat beberapa program yang telah ada sebelumnya yang menjadikan munculnya beberapa sub-genre *talk show*. Sub-genre *talk show* ini oleh Bernard M. Timberg (2002) dibagi dalam tiga kelompok.

##### **a. *The Late Night – Entertainment Talk show***

*Talk show* ini mempunyai ciri-ciri antara lain dibawakan oleh seorang *host* selebriti atau orang yang terkenal, dengan bintang tamu satu orang atau lebih, selain itu *talk show* ini disiarkan pada malam hari. *Talk show* jenis ini

ditemukan pertama kali dalam *talk show* yang berjudul *Broadway Open House and Tonight Show*, yang muncul pada akhir tahun 1950-an. Pada tahun 1960 *talk show* tersebut di sempurnakan oleh NBC dengan *Tonight Show*, yang menjadi pionir *talk show* serupa. Persaingan mengakibatkan *talk show* ini menjadi populer sampai pada akhir tahun 1970-an. Kemudian di awal tahun 1980, David Letterman menciptakan acara serupa, dengan variasi komedi.

**b. *The Daytime-Audience Participant Show***

Konsep acara ini dipraktekkan pertama kali oleh Phil Donahue pada tahun 1967. Program ini berawal dari beberapa topik yang disiarkan Donahue dalam “*Radio Call-In Show*” pada tahun 1963-1967. Seperti sebutannya sebagai Audience Participant Show, *talk show* yang disiarkan disiang hari ini mempunyai konsep dimana penonton dapat berpartisipasi langsung dengan narasumber. Donahue adalah salah satu *host* yang untuk pertama kali dapat mengarahkan penonton untuk memberikan tanggapan atas pernyataan narasumber. *Talk show* jenis ini sukses pada tahun 1970-1980. Setelah itu *talk show* serupa lebih didominasi oleh konten hiburan.

**c. *The Early Morning – News Talk Magazines Show***

Sub-genre *talk show* ini ditayangkan pada dini hari atau pagi hari dimana biasanya dipandu oleh dua orang *host* yang saling berbincang tentang suatu hal. Pioner program ini adalah NBC dengan acara yang disebut dengan “*Two Sleepy People*” yang dipandu oleh Mike Wallace dan Buff Cobb. *Talk show* ini didominasi oleh kaonten-konten yang dibicarakan oleh kedua *host* dengan sudut pandang mereka sendiri.

Program Kick Andy memadukan kedua *sub-genre talk show* yang dijelaskan oleh Bernard Timberg, yaitu The Late Night dan The Day Time *Talk Show*. Kick Andy disiarkan pada pukul 21.30 WIB, ini menunjukkan bahwa acara ini disiarkan malam hari, bahkan durasi yang cukup panjang membuat acara ini selesai hampir tengah malam, yang menjadikan *talk show* ini dapat disebut sebagai *late night talk*. Selain itu, *host* yang memandu acara ini adalah seorang tokoh jurnalis terkenal di bidangnya, yaitu Andy Noya. Walaupun hanya terkenal dikalangan para jurnalis dan para pekerja media, namun nama Andy Noya sudah cukup lama berkibar, yang menjadikannya menjadi seorang wartawan senior karena pengalamannya di beberapa media besar seperti Tempo, Rollingstone, Tri Jaya FM, dan Media Group.

Selain termasuk dalam *late night show*, Kick Andy termasuk juga dalam *Day Time – Audiens Participants Show*. Dalam *talk show* pada umumnya pakar atas suatu hal tertentu ditempatkan sejajar dengan narasumber atau *host*, namun dalam Kick Andy, pakar ditempatkan sejajar dengan audiens yang lain, sehingga seolah audiens yang memberikan komentar atas apa yang terjadi dalam perbincangan antara *host* dan narasumber. Dari kursi audies sang pakar akan memberikan komentarnya atas fenomena yang terjadi dalam masyarakat yang telah terwakilkan oleh narasumber.

## **B. GAMBARAN UMUM PROGRAM**

### **B.1. Latar Belakang Munculnya Program Kick Andy**

Pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana asal muasal munculnya program *talk show* Kick Andy. Penjelasan ini diadaptasi dari buku Kisah Inspiratif I, yang disusun oleh Gantyo Kosepradono. Buku tersebut berkisah mengenai seluk beluk program Kick Andy mulai dari awal kemunculannya hingga beberapa narasumber yang diceritakan kembali dalam sebuah tulisan.

Program *talk show* Kick Andy pada mulanya muncul dari ide Surya Paloh untuk menempatkan Andy Noya ke dalam sebuah program televisi. Sosok yang lugas dan tampak biasa-biasa saja ini-lah yang justru membuat pemilik Media Group ini tertarik dengan Andy Flores Noya. kepiawaiannya dalam bersilat lidah dengan beberapa narasumber membuat andy noya dapat menggali lebih jauh mengenai fakta yang sesungguhnya terjadi.

Sebelumnya Andy Noya membawakan sebuah acara bertajuk *Today's Dialogue*. Dalam acara tersebut Andy Noya sering mengecoh narasumber dengan beberapa pertanyaan yang membuat narasumber tidak bisa berkelit. Sikap Andy Noya yang santai, apa adanya, bahkan cenderung mempunyai suara yang 'cempreng', menjadi karakter tersendiri pada saat mewawancarai narasumber yang kebanyakan adalah politikus.

Kemampuan Andy Noya tersebut tidak disia-siakan oleh Surya Paloh. Beberapa ide muncul untuk menempatkan Andy Noya kedalam sebuah program *talk show*, tidak hanya dalam *today's dialogue*, namun dalam sebuah program tersendiri yang dipandu langsung oleh Andy Noya. Surya Paloh berpendapat

bahwa Andy Noya harus punya program tersendiri, sehingga dapat menandingi beberapa *host* terkemuka dunia, seperti Larry King (CNN) atau Jay Leno (CNBC).

Andy Noya dianggap mempunyai karakter yang khas dalam melakukan wawancara dengan narasumbernya. Pertanyaan-pertanyaan yang menukik, tajam, namun tidak menyakitkan, menjadi karakter Andy Noya. Karakter tersebut yang tidak ingin disia-siakan oleh Surya Paloh. Surya Paloh kemudian memanggil Andy Noya, beserta beberapa tim Metro TV untuk mengingatkan akan gagasan tersebut.

Ide tersebut ternyata disetujui oleh beberapa pimpinan Metro TV. Permasalahan yang muncul kemudian adalah bentuk program seperti apa yang akan dibuat untuk Andy Noya? Ada wacana untuk menjiplak program yang dibawakan Larry King atau Jay Leno, namun akhirnya diurungkan. Program serupa dianggap membosankan dan pada waktu itu beberapa stasiun televisi memiliki program serupa.

Program yang dibuat harus memiliki karakter yang sesuai dengan karakter Metro TV, maka dari itu beberapa tim Metro TV dilibatkan dalam proses pembentukan konsep program ini. Adjie S. Soeratmadjie, dalam sebuah forum Manajer Promosi Metro TV, mengajukan konsep acara bernama Andy Noya Show. Konsep ini diajukan kepada direksi Metro TV pada tanggal 27 Juli 2004, dengan format acara *talk show*.

Konsep yang diajukan tersebut ternyata belum terlalu sempurna, pada tanggal 20 Desember 2004, konsep yang sudah disempurnakan diajukan lagi

kepada dewan direksi Metro TV. Proses tersebut berhenti selama kurang lebih satu tahun, sampai kemudian gagasan tersebut muncul kembali. Adjie belum puas dengan gagasan nama Andy Noya show. Nama tersebut dinilai kurang “menjual”. Lalu dia mengusulkan Kickin’ Andy sebagai judul program. Dinilai meniru nama sebuah program yaitu Kickin’ Byron, nama tersebut kemudian diubah menjadi Kick Andy.

Konsep acara yang direncanakan sempat mendapatkan tentangan dari Andy Noya yang pada saat itu menjabat sebagai Pemimpin Redaksi Metro TV. Konsep yang direncanakan cenderung mirip dengan program Oprah Winfrey, dimana lebih banyak mengetengahkan unsur hiburan. Andy Noya tidak menyadari bahwa dirinya mampu untuk membawakan acara semacam *talk show* Oprah ini. Seiring berjalannya waktu akhirnya Andy Noya menerima konsep yang diajukan.

Konsep program Kick Andy menggabungkan dua konsep yang digunakan Oprah dan Larry King (Koespradono, 2008). Nama Kick Andy dinilai cocok, sebab sesuai dengan karakter Andy Noya dalam membawakan program ini. Nakal, kritis, namun masih berjalan dalam ranah etika dan karakter penonton Indonesia.

“Jadi memang sudah ditentukan sejak awal gitu ya, harus ada unsur *Andy*-nya, Andy ini kan suka *nge-kick* gitu ya. Artinya suka memberikan pertanyaan yang menyentil, *nge-kick* itu ibaratnya mengkritik tanpa orang itu tersakiti, awalnya diberi nama *Kicking Andy*, tapi dirasa kurang asik gitu ya, jadi dipilih nama *Kick Andy*.” (Agus Pramono, dalam wawancara tanggal 5 Mei 2012)

Berbeda dengan program Andy Noya sebelumnya yaitu *Today's Dialogue*, program *Kick Andy* lebih banyak mengetengahkan beberapa cerita yang sedikit melenceng dari ranah politik. *Kick Andy* dirancang untuk memberikan inspirasi bagi penonton. Kisah-kisah yang ditampilkan dalam *talk show* ini lebih banyak mengenai kisah-kisah yang sarat dengan motivasi. Contohnya, perjuangan seorang Guru miskin di Temanggung yang berjuang menyekolahkan Sembilan anak didiknya sampai ke luar negeri.

Program ini selalu masuk dalam Top Program Metro TV, artinya program *Kick Andy* ini selalu mendapatkan perhatian dari para penonton. Walaupun masih memegang teguh semangat idealism, namun program ini tetap laku untuk dijual kepada sponsor. Selain itu, sumbangan yang masuk melalui *Kick Andy Foundation* semakin deras. Banyak donatur yang tergerak untuk membantu lewat *Kick Andy Foundation* ini.

Menginjak usianya yang ke-enam ini, *Kick Andy* mulai melakukan beberapa inovasi. Program-program sosial seperti gerakan “Seribu Kaki Palsu”, “Books for Blind”, dan Program *Kick Andy Hope* telah berhasil dilaksanakan, dan berjalan dengan baik. Beberapa penghargaan diberikan oleh *Kick Andy* kepada para pahlawan masyarakat setiap tahunnya. Program *Kick Andy Heroes* dibuat untuk merayakan hari ulang tahun *Kick Andy*, sekaligus memberikan penghargaan bagi para tokoh inspiratif Indonesia.

## B.2. Logo Kick Andy

Program *talk show* Kick Andy telah menginjak tahun yang keenam. Dalam enam tahun terakhir ini Kick Andy telah melakukan pergantian logo program selama satu kali. Logo yang digunakan Kick Andy dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.1

### *Logo Kick Andy*

Perubahan Logo Kick Andy	
	
Logo yang dipakai tahun 2006 – 2008	Logo setelah <i>rebranding</i> tahun 2008 – sekarang

## B.3. Tim Kick Andy

Tim Kick Andy atau biasa disebut sebagai Tim Kreatif Kick Andy, adalah beberapa orang yang bertugas untuk menghimpun ide sampai menjadi materi tayang yang siap untuk di produksi di dalam studio. Tim Kreatif ini yang menentukan ide apa yang akan disajikan dalam setiap kali produksi tayangan *talk show* Kick Andy. Anggota tim kreatif ini antara lain dapat dilihat dalam tabel berikut ini.