

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Sejalan dengan pesatnya perkembangan media komunikasi elektronik khususnya dunia maya, media menimbulkan pengaruh atau dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat mulai dari kelas atas, menengah sampai masyarakat kelas bawah. Media massa sangat berkuasa dalam mengubah hidup publik, apa lagi dalam hal merubah sikap, karakter, dan tingkah laku¹. Hampir setiap hari masyarakat disugahi dengan tayangan-tayangan di stasiun TV. Film, sinetron, gosip hampir tidak pernah absen di setiap harinya. Begitu *powerfull*-nya media massa, menyebabkan banyak orang beranggapan bahwa variabel inilah yang paling signifikan dalam memicu penyakit-penyakit sosial, seperti pornografi, kriminalitas, dan kekerasan. Keandalan penyiaran berulang-ulang isi berita yang melekat pada media dianggap senjata paling ampuh dalam mengubah sikap publik².

Yang menjadi masalah dalam perkembangan tersebut yaitu ketika masyarakat tidak bisa memilih tayangan mana yang patut dan layak ditonton oleh anggota keluarga atau tidak. Diakui atau tidak, setiap tayangan di TV tidak semua bersifat positif dan layak ditonton oleh anggota keluarga. Jika yang ditonton adalah acara-acara yang mendidik dan bermanfaat seperti tayangan

¹ Ilham Prisgunanto, *Praktik Ilmu Komunikasi; dalam Kehidupan Sehari-hari*, (Jakarta: Teraju, 2004), hlm. 313

² *Ibid.* hlm. 314

pendidikan, olah raga, ilmu pengetahuan, sains dan sejenisnya tentu akan membawa pengaruh dan dampak yang baik. Tapi ironis jika yang ditonton adalah tayangan yang menyebar fitnah, gosip, pergaulan bebas, perselingkuhan dan pornografi tentu akan membawa pengaruh negatif terhadap para penikmatnya.

Jika dicermati, sekarang ini banyak TV yang menayangkan program atau acara-acara yang kurang mendidik, seperti tayangan yang membuka aib seseorang dan pola hidupnya. Ini adalah sebuah masalah sehingga dapat menimbulkan pencemaran nama baik. Biasanya tayangan seperti ini dikenal dengan infotainment atau sejenisnya. Program seperti ini biasanya disukai oleh kalangan tertentu khususnya kaum hawa.

Infotainment adalah informasi atau berita yang diperlakukan sebagai sebuah hiburan. Pada dasarnya infotainment bisa didefinisikan sebagai berita mengenai aspek-aspek hiburan masyarakat modern, mulai dari pelaku hiburan tersebut (*entertainer*), penikmatnya, simpatisan, maupun pembuatnya. Dalam konteks masyarakat Indonesia khususnya masyarakat penikmat TV nasional, infotainment sudah menjadi bagian hidup. Betapa tidak, karena mulai pagi sampai menjelang malam, pemirsa disuguhi minimal dua kali tayangan infotainment dari satu setasiun TV saja³.

³ Savindi, *Lika-liku Infotainment*, <http://infotainment2007.blogspot.com/2010/04/05>

Setiap stasiun TV dalam menayangkan program infotainment memiliki sifat, nama dan ideologi yang berbeda-beda. Dengan maraknya tayangan tersebut maka munculah berbagai persepsi dari kalangan masyarakat, meskipun tidak secara formal dan resmi banyak kritik yang bermunculan. Namun ada juga yang menjadikan tayangan tersebut sebagai jamuan setiap waktu yang tidak boleh ketinggalan mengenai berita selebriti.

Di antara pihak yang mengkritik acara infotainment beralasan bahwa acara tersebut bersifat penyebar gosip terhadap aib orang lain, mengenalkan gaya hidup yang tidak sesuai dengan keadaan masyarakat kecil. Padahal sudah jelas dalam agama maupun norma sosial bahwa mengungkit aib orang lain jelas dilarang. Bahkan dahulu pernah ada wacana fatwa haram menonton acara-acara seperti itu. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam surah Al Hujarat ayat 12.



Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah

kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang. (QS. Al.Hujarat:12)⁴.

Berangkat dari sinilah maka penulis tertarik untuk meneliti masalah ini yaitu mengambil sebuah tayangan infotainment yang ditayangkan oleh stasiun RCTI di televisi swasta nasional, yaitu *silet*. Tayangan *silet* sudah sangat dikenal oleh kalangan masyarakat, dari anak kecil sampai orang tua, sehingga tidak sedikit masyarakat yang tidak mau ketinggalan tayangan tersebut.

Berdasarkan hasil poling menyatakan bahwa dari 750 suara yang masuk, 189 suara memilih *silet* sebagai infotainment terfavorit UMI 2009. Sekitar 25 % dari penikmat televisi seluruhnya adalah pemirsa setia *silet*, dibandingkan dengan tayangan infotainment yang lain yaitu hanya memiliki suara rata-rata sekitar 20 % ke bawah dari poling tersebut⁵. Dengan gaya bahasa yang puitis, menarik dan dipandu oleh dua wanita cantik yaitu Feni Rose dan Donna Arsita, *silet* mengupas tuntas kasus para selebritis. Acara *silet* hadir setiap hari selama 1 (satu) jam yaitu mulai pukul 11.00-12.00 di RCTI. Dengan begitu menarik dan maraknya acara tersebut penulis akan mengambil sebuah persepsi dari sekelompok masyarakat mengenai acara *silet* di RCTI.

⁴ Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya dengan transliterasi*, (Semarang, PT Karya Toha Putra, 1998), hlm 1041

⁵ Silet menjadi infotainment terfavorit UMI 2009. lihat <http://pangeran229.wordpress.com/2009/03/04/silet/s>. dikunjungi tanggal 20 Agustus 2010

Dalam hal ini adalah ibu-ibu yang bergabung dalam Muslimat NU Kota Semarang.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok masalah yang penulis angkat adalah:

1. Bagaimana siaran infotainment *silet* yang ditayangkan di RCTI ?
2. Bagaimana persepsi Anggota Muslimat NU Kota Semarang tentang tayangan infotainment *silet* di RCTI ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang diangkat. Maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan siaran infotainment *silet* di RCTI
2. Untuk mengetahui persepsi anggota Muslimat NU Kota Semarang terhadap tayangan infotainment *silet* di RCTI dalam konteks metode dakwah.

Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dan manfaat yaitu:

1. Dapat dijadikan acuan untuk memilih program-program televisi yang aman dan layak bagi anggota keluarga pada umumnya.
2. Menumbuhkan pemahaman kepada pelaku dakwah bahwa televisi bisa dijadikan sebagai salah satu media dakwah.

1.4. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu Bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, kata pengantar, daftar isi dan daftar lampiran.

Adapun bagaian utama meliputi; Bab I Pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II berisi tinjauan pustaka dan landasan teori persepsi terhadap media massa yang meliputi persepsi, persepsi terhadap infotainment, peran televisi dalam dakwah, program televisi, infotainment.

Sedangkan bab III yaitu berisi metodologi penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, definisi operasional, sumber data, samper purposive, metode pengambilan data dan teknik analisis data.

Bab IV berisi kajian data dan analisis data yang meliputi gambaran umum Muslimat NU kota Semarang dan Infotainment, hasil penelitian dan analisisnya.

Sedangkan bab V adalah penutup meliputi simpulan, saran-saran dan kata penutup.

Bagian akhir dalam skripsi ini adalah daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata peneliti.