

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI TENTANG PERSEPSI TERHADAP INFOTAINMENT

#### 1.1. Penelusuran Literatur

Karya tulis yang berjudul persepsi anggota muslimat NU kota Semarang tentang tayangan infotainment *silet* di RCTI ini membutuhkan tinjauan pustaka yang merupakan masalah substansial untuk pengarahannya penulisan skripsi ini selanjutnya.

Penelusuran karya ilmiah yang sudah ada, akan penulis lampirkan berikut ini. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari terjadinya kesamaan obyek kajian dalam penelitian ini. Berikut di antara hasil penelitian terdahulu yang ada relevansinya dengan penelitian penulis sehingga dapat dijadikan acuan dalam penelitian.

*Pertama*, skripsi saudara Rukhayati (2005) yang berjudul; *Tinjauan Dakwah terhadap Materi Program Infotainment "Kroscek" di TRANS TV*. Jenis penelitiannya adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Masalah yang diteliti adalah nilai-nilai dakwah pada tayangan infotainment "Kroscek" di TRANS TV. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan kroscek di TRANS TV sedikitnya mengandung nilai-nilai pesan dakwah meskipun tidak setiap tayangan mengandung nilai-nilai tersebut. Hal ini dilihat dari para artis atau selebritis yang notabnya menjadi pemeran kasus utama yang terbiasa hidup glamour dan individualis, ternyata mereka tetap mempunyai rasa kemanusiaan yang tinggi.

Seperti memberikan bantuan pada bencana alam, panti sosial dan anak-anak yatim. Selain itu, dalam kehidupan keluarga juga masih ada perhatian terhadap anak dan suami atau anggota keluarga yang lain<sup>1</sup>. Kendati demikian sisi negatifnya juga tidak kalah besarnya seperti kebanyakan para selebriti melakukan tindakan-tindakan mesum, pergaulan bebas, kawin cerai dan lain sebagainya.

*Kedua*, skripsi saudari Miyatun (2007) dalam penelitiannya yang berjudul "*Persepsi Ulama Semarang Tentang tayangan Misteri Illahi di Indosiar*". Jenis penelitiannya adalah kualitatif dengan metode survei. Yang menjadi subjek yaitu Ulama kota Semarang (NU, Muhammadiyah, dan Pengasuh pondok pesantren di kota Semarang).

Adapun masalah yang dikedepankan adalah bagaimana para Ulama memandang sinetron Islami Misteri Illahi di Indosiar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ulama Semarang mempunyai persepsi bahwa sinetron Misteri Illahi bertentangan dengan akidah umat Islam, khususnya dengan prinsip tauhid, hal itu karena menjurus pada syirik. Sebagian besar Ulama Semarang menganggap bahwa sinetron Misteri Illahi bertentangan dengan akhlak umat Islam khususnya dengan penggunaan kostum yang dianggap kurang etis dan adegan perkelahian yang memicu kekerasan<sup>2</sup>. Film ini diakhiri dengan pembacaan ayat-ayat Al-Qur'an oleh seorang kyai dan menghubungkannya film dengan ayat tersebut. Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa misteri Illahi adalah kisah

---

<sup>1</sup> Rukhayati, *Tinjauan Dakwah terhadap Materi Program Infotainment "Kroscek" di TRANS TV*, (Skripsi : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang, 2005)

<sup>2</sup> Miyatun, *Persepsi Ulama Semarang tentang Tayangan Misteri Illahi di Indosiar*, (Skripsi: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang, 2007 )

nyata dan faktual. Walaupun demikian bagaimanapun juga film tersebut adalah sebuah rekayasa yang sudah diskenariokan.

*Ketiga*, skripsi saudara Fahrudin (1993) dalam skripsinya berjudul; *Tanggapan Masyarakat terhadap Acara Kuliah Subuh oleh Televisi Pendidikan Indonesia (Studi Analisis Pembinaan Agama Islam Melalui Audio Visual pada Masyarakat Kodia Semarang)*. Jenis penelitiannya adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan cara berpikir induktif. Masalah yang diteliti yaitu bagaimana tanggapan masyarakat terhadap program kuliah subuh di Televisi Pendidikan Indonesia (TPI). Hasil penelitiannya disimpulkan bahwa tanggapan masyarakat terhadap acara kuliah subuh di TPI merespon dengan baik. Acara tersebut merupakan program dalam membina kehidupan umat beragama khususnya Islam. Hal ini merupakan trobosan yang positif dengan memanfaatkan layar kaca (audio Visual) sebagai media dakwah yang efektif. Di samping itu acara tersebut dapat menambah khasanah ke-Islaman dan menunjang serta membantu keberhasilan dakwah di kodia Semarang khususnya<sup>3</sup>.

Alasan penulis mengambil penelitian di atas sebagai penelitian yang relevan yaitu sama-sama membahas masalah media massa elektronik yang berupa program dari sebuah televisi. Tayangan tersebut mendapat respons yang baik dari masyarakat awam/kecil pada umumnya. Namun ada tanggapan yang berbeda dari

---

<sup>3</sup> Fahrudin *Tanggapan Masyarakat terhadap Acara Kuliah Subuh oleh Televisi Pendidikan Indonesia Studi Analisis Pembinaan Agama Islam Melalui Audio Visual pada Masyarakat Kodia Semaran* .(Skripsi: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang, 1993)

kaum tertentu. Yang membedakan dengan penelitian yang penulis angkat adalah dari segi subjek dan objeknya.

## **1.2. Landasan Teori Tentang Persepsi Terhadap Infotainment**

### **2.2.1 Persepsi**

#### **a. Pengertian Persepsi**

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Proses penginderaan terjadi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya (Branca, 1964; Woodworth dan Marquis, 1957)<sup>4</sup>.

Stimulus yang mengenai individu itu kemudian diorganisasikan, diinterpretasikan, sehingga individu menyadari tentang apa yang diinderanya itu. Proses inilah yang dimaksud dengan persepsi.

---

<sup>4</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: C.V Andi, 1999), hlm. 53

Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera (Drever dalam Sasanti, 2003)<sup>5</sup>. Di samping itu menurut Moskowitz dan Orgel (1969) persepsi itu merupakan proses yang *intergrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya<sup>6</sup>. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa persepsi itu merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang *intergrated* dalam diri individu. Karena merupakan aktivitas yang *intergrated*, maka seluruh pribadi, seluruh apa yang ada dalam diri individu ikut aktif berperan dalam persepsi itu.

Dengan persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya, dan juga tentang keadaan diri individu yang bersangkutan (Davidoff, 1981)<sup>7</sup>.

Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa dalam persepsi stimulus dapat datang dari luar diri individu, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan. Bila yang dipersepsi dirinya sendiri sebagai objek persepsi, inilah yang disebut persepsi diri (*self-perception*). Persepsi merupakan aktivitas yang *intergrated*, maka seluruh apa yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman,

---

<sup>5</sup> Bartol, *Pengertian Persepsi*,  
<http://teori-psikologi.blogspot.com/2008/05/pengertian-persepsi.html>, Selasa, 12 Oktober 2010.

<sup>6</sup> Bimo Walgito, *Op.cit* hlm..54

<sup>7</sup> Dikutip oleh Bimo Walgito, *Ibid*, hlm. 54

kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut. Berdasarkan atas hal tersebut, dapat dikemukakan bahwa dalam persepsi itu sekalipun stimulusnya sama, tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu satu dengan individu yang lain tidak sama. Keadaan tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi itu memang bersifat individual (Davidoff, 1981)<sup>8</sup>.

William James menyatakan bahwa persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indera kita, serta sebagian lainnya diperoleh dari pengolahan ingatan (*memory*) kita (diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki)<sup>9</sup>.

Jalaludin Rakhmat dalam Psikologi Komunikasi menyatakan bahwa persepsi ialah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*)<sup>10</sup>.

#### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

---

<sup>8</sup> Dikutip oleh Bimo Walgito, *Loc.cit*

<sup>9</sup> Dikutip oleh Isbandi Rukminto, *Psikologi pekerjaan sosial, dan ilmu kesejahteraan sosial*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1994). Hlm. 105-106

<sup>10</sup> Jalaudin Rachmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008). hlm. 51

Persepsi seseorang juga sangat ditentukan oleh dua faktor utama yaitu; fungsional dan struktural<sup>11</sup>.

1) Faktor fungsional atau faktor yang bersifat personal

Yang termasuk faktor ini antara lain kebutuhan individu, pengalaman, usia, masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, dan lain-lain yang bersifat subyektif. Misal; bila orang menonton televisi untuk mencari informasi dan orang menonton televisi untuk mencari hiburan duduk di depan televisi, yang pertama akan menonton program berita dan program seni budaya, yang kedua akan menonton program sinetron atau infotainment. Kebutuhan biologis menyebabkan persepsi yang berbeda.

2) Faktor struktural atau faktor dari luar individu

Yang termasuk faktor ini yaitu; lingkungan keluarga, hukum-hukum yang berlaku, dan nilai-nilai dalam masyarakat<sup>12</sup>. Misalnya, jika si A, yang *pro* terhadap infotainment, ketika menonton program infotainment, program TV yang unik dan bergengsi, ditemukan isi beritanya membicarakan kasus, kisah atau masalah selebriti, si A akan menganggap "Infotainment merupakan program yang unik dan bergengsi, walaupun isi beritanya membicarakan kasus, kisah atau masalah selebriti". Tetapi, jika si B, yang *kontra* terhadap infotainment, ketika menonton program

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm.52-58

<sup>12</sup> Bartol, *loc.cit*

infotainment, program TV yang unik dan bergengsi, ditemukan isi beritanya membicarakan kasus, kisah atau masalah selebriti, si B akan segera memberi komentar, ”program infotainment tidak unik dan tak bergengsi, apalagi isi beritanya membicarakan kasus, kisah atau masalah selebriti”. Karena si B berteman baik dengan si A maka bisa tentu si B akan berpengaruh menjadi suka dengan infotainment karena pengaruh si A, begitu juga sebaliknya.

Tentunya persepsi tidak muncul dengan sendirinya melainkan karena ada faktor-faktor tersebut. Sehingga akan muncul sebuah keputusan mengenai sesuatu objek. Melalui pemberian nilai terhadap objek tersebut.

### **2.2.2. Relevansi Persepsi dengan Pemanfaatan Media Massa**

Dalam globalisasi media massa dan informasi, dunia menyaksikan peranan telekomunikasi serta media elektronik yang luar biasa. Media massa merupakan alat komunikasi yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima serentak dan sesaat<sup>13</sup>. Jenis-jenis media massa yaitu *Pers* (surat kabar), Radio, internet televisi dan sebagainya. Adapun yang dimaksud dengan media komunikasi massa adalah setiap alat yang dipergunakan untuk

---

<sup>13</sup> Budyatna, *Peranan Fungsi Media Massa*,  
[http://Davidsanjana.wordepres.com/2008/07/21/peran\\_fungsi\\_media\\_massa](http://Davidsanjana.wordepres.com/2008/07/21/peran_fungsi_media_massa), Sabtu, 02 oktober 2010.

mengadakan pengumuman, atau menyebarkan sesuatu penerangan/propaganda kepada umum<sup>14</sup>. Alat komunikasi yang tertua adalah bahasa, kemudian kemajuan teknik akhirnya berhasil menyebarkan bahasa itu secara luas, melalui alat-alat komunikasi massa seperti *pers*, radio, televisi dan sebagainya<sup>15</sup>.

Komunikasi massa media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana yaitu televisi<sup>16</sup>. Media televisi adalah hasil karya peradapan nilai-nilai budaya modern manusia dalam kehidupan yang semakin kompleks dan majemuk<sup>17</sup>. Menurut Skornis dalam bukunya” *Television and Society; An Incuest and Agenda*”(1965), Dibandingkan dengan media massa yang lainnya (radio, surat kabar, buku, majalah dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat politis, bisa pula informatif, hiburan dan pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut<sup>18</sup>. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu para pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi,

---

<sup>14</sup> Aqib Suminto, *Problematika Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Panjimas,1984), hlm. 53

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Masa; Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1996). hlm.16

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm. 101

<sup>18</sup> Dikutip oleh Wawan Kuswandi, *Ibid*, hlm. 8

akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata tele dan vision; yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh<sup>19</sup>. Televisi adalah media elektronik yang sangat cepat dalam menyajikan berita dan informasi terkini dan televisi sebagai bagian dari kebudayaan audiovisual baru merupakan medium yang paling kuat pengaruhnya, dalam membentuk sikap dan kepribadian baru masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur baru yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai bertumbuh pula di masyarakat<sup>20</sup>.

Sebagian orang menyatakan bahwa terpaan media lebih merupakan kegiatan yang kebetulan dan amat dipengaruhi faktor eksternal<sup>21</sup>. Lingkungan eksternal amat memainkan peranan yang amat penting dalam menentukan terpaan media. Kita dapat menonton televisi bila siaran dapat diterima pada pesawat televisi kita. Walaupun demikian, ini tidak berarti bahwa faktor-faktor personal tidak mempengaruhi penggunaan media. Kita cenderung untuk menyukai media tertentu atau

---

<sup>19</sup> Andry, 2010, *Televisi*.<http://id.wikipedia.org/wiki/>

<sup>20</sup> Fred Wibowo, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*, (Jakarta: PT Gramedia Widasarana, 1997), hlm. 1

<sup>21</sup> Jalaludin Rakhmat, *Ibid*. hlm. 206

acara tertentu dari berbagai komunikasi massa yang ada. Dalam hal ini kita menggunakan media massa dalam motif. Ada berbagai kebutuhan yang dipuaskan oleh media massa. Kebutuhan ini dapat dipuaskan oleh sumber lain selain media massa. Kita ingin mencari kesenangan, media massa dapat memberikan hiburan. Kita mengalami goncangan batin, media massa memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari kenyataan. Kita kesepian, dan media massa berfungsi sebagai sahabat. Tentu saja hiburan, ketenangan, dan persahabatan dapat diperoleh dari sumber lain seperti kawan, hobi atau tempat ibadah.

Kaarle Nordenstreng menyebutkan bahwa motif dasar untuk menggunakan media adalah kebutuhan akan kontak sosial<sup>22</sup>. Menurut Wilbur Scramm menyebutkan empat fungsi media massa dalam memenuhi kebutuhan *Surveillance* (pengawasan lingkungan), *Correlation* (hubungan sosial), *hiburan dan transmisi budaya*<sup>23</sup>.

Citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Buat khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan mendefinisikan citra. Media massa datang menyampaikan informasi tentang lingkungan sosial para selebritis yang kurang pas dengan tatanan moral dan budaya; televisi menjadi jendela kecil untuk menyaksikan berbagai peristiwa yang jauh dari jangkauan alat indera kita. Realitas yang ditampilkan media adalah

---

<sup>22</sup> *Ibid.* hlm.208

<sup>23</sup> *Ibid*

realitas yang sudah diseleksi, yaitu realitas tangan kedua (second hand reality)<sup>24</sup>. Televisi memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh yang lain. Sehingga kita tidak dapat, dan tidak sempat mengecek peristiwa-peristiwa yang disajikan media, kita cenderung memperoleh informasi itu semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa. Akhirnya kita membentuk citra tentang lingkungan sosial kita berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media massa. Karena televisi menyajikan adegan kekerasan, sebagian penonton televisi mempersepsi lebih banyak orang yang berbuat jahat, lebih merasa bahwa berjalan sendirian berbahaya, dan lebih berpikir bahwa orang hanya memikirkan dirinya sendiri.

### 2.2.3. Peran Televisi dalam Dakwah

Menurut pengertian bahasa, dakwah berarti seruan atau ajakan kepada sesuatu<sup>25</sup>. Menurut pengertian istilah, maka dakwah berarti seruan atau ajakan kepada islam<sup>26</sup>. Sebagaimana kata Syekh Ali Mahfuzh: mendorong manusia agar melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruhnya berbuat kebajikan dan meninggalkan kemungkaran, agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Syeh Ali Mahfuzh, *Hidayatul Mursyidin*, Kairo, 1957, hal. 17)<sup>27</sup>.

---

<sup>24</sup> *Ibid.* hlm.224

<sup>25</sup> Aqib Suminto, *Loc .cit.*

<sup>26</sup> *Ibid* 226

<sup>27</sup> Dikutip oleh Aqib Suminto, *Ibid* 228

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pokok pengertian dakwah yaitu ”*amar ma’ruf nahi munkar*”, memerintahkan kebajikan dan memberantas kemungkar, menyuruh berbuat baik dan melarang berbuat buruk. Baik dan buruk di sini dipandang dari segi ajaran islam. Yakni segala perbuatan yang Allah perintahkan agar dikerjakan manusia adalah baik, dan segala perbuatan yang dilarang-Nya adalah buruk. Ringkasnya setiap kegiatan untuk menarik manusia kepada kebaikan adalah dakwah, demikian juga setiap usaha untuk mencegah dan menghindarkan mereka dari kejahatan atau kemungkar adalah dakwah.

Kenyataan membuktikan bahwa hubungan antar manusia modern sekarang ini, hampir tidak bisa menghindarkan diri dari pemakaian alat-alat komunikasi massa. Bahkan menurut Carl I. Hovland, ciri yang sangat menojol bagi abad XX ini ialah kenyataan bahwa kita hidup dalam abad komunikasi massa. Bagi masyarakat kita, surat kabar, radio, majalah, buku, televisi dan lain-lain, semua itu menjadi sumber pokok untuk mengetahui kenyataan, pendapat, hiburan dan penerangan (Carl I. Hovland, “*Effects of the Mass “Media of Communication*”, dalam Gardner Lindzy, *Handbook of Social Psychology* hal. 1062)<sup>28</sup>.

Seperti apa yang kita ketahui pada jaman seperti ini perkembangan teknologi di dunia sudah sangat berkembang, dengan

---

<sup>28</sup> Dikutip oleh Aqib Suminto, *Ibid.* hlm 54.

kecanggihan yang ada saat ini, sangat mempermudah kinerja manusia dalam berbagai hal. Contoh kecil seperti dalam berkomunikasi. Alat-alat komunikasi saat ini sudah sangat berkembang di dunia, sebagaimana yang telah kita ketahui mula-mula alat komunikasi manusia hanyalah surat, sekarang manusia sudah menciptakan alat-alat yang dapat meringankan kerja manusia yaitu dengan menciptakan sebuah telegram. Semakin majunya teknologi maka menciptakan telepon, kemudian yang lagi marak adalah handphone. Tidak hanya sampai disitu para ilmuwan juga menciptakan sebuah alat komunikasi yang berupa gambar bergerak atau lebih dikenal oleh masyarakat yaitu televisi (TV). Televisi merupakan media audio visual yang saluran penyebaran informasinya cukup efektif dan efisien.

Efektif karena televisi dapat menembus daya pikir dan daya rasa pemirsanya, efisien karena lepas terpaanya yang dapat menjangkau ratusan bahkan jutaan massa yang secara geografis diberbagai tempat<sup>29</sup>. Disitu kita tidak hanya mendengar pembicaraan orang dari jarak jauh melainkan juga dapat melihat sosok orang yang berbicara secara jelas.

Menurut Dedy Djamaludin Malik dalam tulisannya yang berjudul "Mencari Solusi Dakwah Efektif di Televisi". Mengungkapkan bahwa televisi mempunyai banyak keunggulan dibandingkan dengan media

---

<sup>29</sup> Asep.S.Muhtadi, "Pers dan Penyebaran Agama-Agama dalam Dakwah Melalui Media TV". Dalam Dakwah kontemporer , Pola Alternatif Dakwah Islam, Bandung : Pusdai Press, 2000. hal.66.

massa lainnya, yaitu<sup>30</sup>; *Pertama*, pesan televisi disajikan secara audio visual. Berbeda dengan radio misalnya, yang hanya audio dan surat kabar yang hanya visual saja. Televisi unggul dalam membangun daya tarik, persepsi, perhatian, dan imajinasi dalam mengkontruksi realitas.

*Kedua*, dilihat dari sisi aktualitas peristiwa, televisi bisa lebih cepat memberikaan informasi kepada pemirsa dari pada surat kabar, radio dan majalah.

*Ketiga*, dari segi khalayak, televisi menjangkau jutaan pemirsa ketimbang surat kabar, radio atau majalah yang hanya menjangkau ratusan ribu pembaca.

*Keempat*, efek kultural televisi lebih besar daripada efek yang dihasilkan jenis-jenis media lainnya, khususnya pembentukan perilaku proposional.

Kita sadari bahwa di abad sekarang ini dengan perkembangan ilmu dan teknologi dapat kita manfaatkan sebagai salah satu media kita untuk berdakwah dan salah satunya adalah media televisi.

Karena pada zaman seperti ini televisi cukup berperan penting dalam mengubah kepribadian, tata nilai, sistem budaya dan juga gaya hidup seseorang atau masyarakat. Jangkauan televisi pada saat ini telah masuk ke seluruh penjuru tanah air. Hal ini tentu saja menjadi sebuah alasan yang tepat untuk dipertimbangkan apabila kita menjadikan televisi

---

<sup>30</sup> Sidik Amin, *Dakwah Kontemporer Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*, Bandung : Pusdai Press, 2000, hlm.87.

sebagai media untuk berdakwah. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih manfaat.

Sesungguhnya televisi adalah penggabungan antara radio dan film, sebab media ini dapat meneruskan peristiwa dalam bentuk gambar hidup dengan suara dan bahkan dengan warna aslinya pada sebuah peristiwa yang sedang dan telah berlangsung<sup>31</sup>.

Saat ini tidak ada satu detikpun yang lewat tanpa tayangan-tayangan televisi, baik nasional maupun internasional dengan berbagai alat komunikasi yang canggih, dan tidak ada satu wilayahpun yang bisa di kaver dengan media ini. Sampai-sampai alat ini telah mengubah dunia yang luas menjadi dusun besar (*global village*)<sup>32</sup>. Namun umat Islam terutama di negara kita belum maksimal untuk memanfaatkan wasilah ini karena terbentur oleh *high cost* yang harus diinventarisasi<sup>33</sup>.

Untuk itu umat Islam harus lebih pintar dan canggih dalam menggunakan media massa tersebut karena selama ini media massa cenderung dikuasai oleh non muslim sehingga penayangan-penayangan tidak tepat dan sering berdampak negative ketimbang positifnya. Jika umat Muslim dapat menjadi inofator lewat media massa maka terciptalah

---

<sup>31</sup> Hadi Kusuma, *Televisi Sebagai Media Dakwah*, ” <http://hadinet.wordpress.com/2008/05/01>.  
Kamis, 06 September 2010

<sup>32</sup> *Ibid*

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm.2

negara yang islami dengan *pemfilteran* penayangan-penayangan yang melenceng dari akidah dan syariat Islam<sup>34</sup>.

#### 2.2.4. Program Televisi

Program merupakan unsur yang sangat luas terhadap masyarakat oleh sebab itu stasiun penyiaran harus benar-benar memperhatikan dan merancang programnya dengan baik. Program berasal dari kata *programme* dalam bahasa inggris yang memiliki pengertian acara atau rencana<sup>35</sup>. Program adalah semua yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya<sup>36</sup>. Program-program produk televisi ada beragam macamnya, hal ini diciptakan berdasarkan kebutuhan masyarakat yang mempunyai latar belakang sangat heterogen dan semakin berkembang. Sehingga masyarakat yang satu dengan lainnya memiliki kebutuhan acara televisi yang berbeda-beda.

Di antara program-program televisi yang biasa ditayangkan oleh televisi nasional adalah sebagai berikut:

- a. Program Seni Budaya

---

<sup>34</sup> *Ibid*, hlm.3

<sup>35</sup> Syafei, 2009, *Perencanaan Program Televisi*, <http://programme.television.com>, Sabtu, 27 November 2010.

<sup>36</sup> Syafei, *Loc.cit*.

Program seni budaya termasuk produksi karya artistik dalam produksi program televisi. Secara garis besar program ini dibagi dua jenis yaitu seni pertunjukan dan seni pameran<sup>37</sup>.

b. Program Mimbar Televisi

Program uraian (*the talk*), vox-pop, *interview* baik di dalam studio maupun di luar studio dan diskusi televisi disebut program mimbar televisi (*the talk program*). Program ini tampil dalam bentuk sajian yang mengetengahkan pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik atau yang sedang hangat dibicarakan masyarakat<sup>38</sup>.

c. Program Berita

Pengertian sederhana program *news* berarti suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang mempunyai nilai berita (*factual* dan esensial) dan disiarkan melalui media secara periodik<sup>39</sup>.

d. Program Feature

Feature adalah suatu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema, diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan berbagai format<sup>40</sup>.

e. Program Magazine

---

<sup>37</sup> Fred Wibowo. *Op.Cit*, hlm. 29

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 37

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 85

<sup>40</sup> *Ibid.* hlm.124

Program magazine dikenal di Indonesia sebagai program majalah udara. Contoh dari bentuk program itu, seperti acara “Apresiasi Film TVRI” dan “spektrum”. Sebagaimana majalah cetak, program magazine mempunyai jangka waktu terbit, mingguan, bulanan, dwibulanan, tergantung dari kemauan produser<sup>41</sup>.

f. Program Spot

Spot adalah suatu program yang ingin mempengaruhi atau mendorong pendengar untuk tujuan-tujuan tertentu. Spot merupakan program yang sangat pendek. Durasi suatu spot antara 10 detik sampai 1 menit<sup>42</sup>.

g. Program Sinetron

Di masa lalu ketika stasiun televisi hanya satu, yaitu TVRI, nama program sinetron belum begitu dikenal. Program seperti ini dahulu dikenal dengan drama televisi atau sandiwara televisi. Tetapi sekarang hampir setiap waktu setiap televisi swasta menayangkan sinetron<sup>43</sup>.

Sejalan dengan kemajuan teknologi dan perkembangannya, program televisi mulai bertambah lagi seperti *reality show*, infotainment dan sebagainya. Tentunya program-program tersebut beralih fungsi dari sebagai penyalur informasi menjadi tujuan bisnis (materi).

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm.132

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm.37

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm.153

### 2.2.5. Infotainment

#### a. Sejarah Infotainment

“Infotainment” Istilah ini muncul belum begitu lama di Indonesia, dan merupakan kawin silang antara kata "informasi" dan "entertainment"<sup>44</sup>. Infotainment adalah informasi atau berita yang diperlakukan sebagai sebuah hiburan dan selebritis. Infotainment secara sederhana pula bisa dikatakan sebagai berita mengenai aspek-aspek hiburan masyarakat modern, mulai dari pelaku hiburan tersebut (*entertainer*), penikmatnya, simpatisan maupun pembuatnya<sup>45</sup>.

Infotainment pada awal mulanya berdiri untuk menampilkan berita-berita seputar kehidupan selebritis dan dunia hiburan Indonesia. Dihadapan program-program TV lainnya saat itu di sekitar tahun 1997, Infotainment muncul sebagai program TV yang tidak hanya unik tetapi juga bergengsi. Mungkin karena rasa ingin tahu masyarakat yang begitu menumpuk terhadap para idolanya. Karena sebelumnya tidak ada media massa yang dapat memuaskan rasa dahaga tersebut, begitulah infotainment cepat mendapat tempat di hati pemirsa televisi<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Parmudji, *Devinisi Infotainment*, [http://adserver.adtech.de/adlink.com/20/01\\_Minggu\\_03\\_Oktober\\_2010](http://adserver.adtech.de/adlink.com/20/01_Minggu_03_Oktober_2010)

<sup>45</sup> Rezanades Muhammad, MM, *Infotainment; Antara Idealisme dan Bisnis*, <http://infotainment2007.blogspot.com/2010/01/25>

<sup>46</sup> *Ibid*

Tidak seperti sekarang yang mendapat citra `buruk' di masyarakat, dahulu infotainment tampil bersahabat, atau paling tidak diniatkan sebagai medium yang aman untuk ditonton dalam membawakan informasi seputar selebritis. Istilah “media gosip” sebenarnya tidak pernah ditempelkan dalam periode awal-awal kejayaan infotainment. Atau pun tidak pernah dimaksudkan untuk memberitakan seputar kisah perselingkuhan, perceraian, keretakan rumah tangga, narkoba, penyimpangan seksual selebritis dan lain- lain.

Menarik untuk disimak adalah perkembangan infotainment itu sendiri. Dulu di awal 2000-an hanya ada beberapa acara infotainment, itupun hanya stasiun televisi tertentu dan tak lebih dari satu kali sehari. *Booming* mulai terjadi beberapa terakhir ini. Salah satu penyebabnya secara psikologis adalah ketegangan hidup dan kondisi sosial-politik di tingkat elit yang terus bergejolak.

b. Karakteristik Program Infotainment

Tayangan infotainment tentunya memiliki perbedaan dari tayangan berita yang lainnya. Misalkan berita nasional Liputan 6, selalu menyajikan fenomena-fenomena dan peristiwa penting yang terjadi dimasyarakat dan lingkungannya, berita itu bersifat umum yang dapat menimpa siapa saja<sup>47</sup>.

---

<sup>47</sup> Sebagai contoh Liputan 6 yang disiarkan oleh stasiun televisi SCTV setiap siang, petang dan malam

Sedangkan infotainment menyajikan berita-berita selebritis, mulai dari gaya hidup, asmara, sampai kasus-kasus hukum yang menyimpannya, semua disajikan dalam bahasa yang puitis dan menarik. Dalam pemberitaannya, wartawan infotainment mengkonstruksi realitas selebritis sesuai dengan pandangan, nilai-nilai, dan ideologi yang dianutnya. Apa yang diberitakan adalah hasil konstruksi wartawan. Bisa terjadi antara infotainment yang satu dengan yang lainnya memiliki konstruksi yang berbeda dalam pemberitaannya. Dalam konteks masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat penikmat televisi nasional, infotainment sudah menjadi bagian hidup. Betapa tidak, karena mulai pagi hingga malam pemirsa bisa disuguhi minimal dua kali tayangan infotainment dari satu stasiun televisi.

c. Efek Tayangan Infotainment

Berbicara dampak infotainment sebenarnya tidak lepas dari pengaruh media massa tersebut. Media televisi sebagai sarana tayang realitas sosial menjadi penting artinya bagi manusia untuk memantau diri manusia dalam kehidupannya. Pemantauan itu bisa dalam bentuk perilaku, mode bahkan sikap pada ideologi tertentu. Semuanya tergantung dari bagaimana kesiapan manusianya untuk menghadapi informasi televisi.

Faktor pendidikan manusia adalah salah satu pemecahan yang paling utama sebagai filter untuk mencegah efek negatif materi

tayangan televisi. Selain itu informasi yang ditayangkan televisi juga menjadi tolok ukur untuk memantau sampai sejauh mana informasi tersebut benar-benar memiliki arti penting bagi hidup manusia secara moral maupun edukasi<sup>48</sup>.

Namun fenomena yang terjadi justru kadang masyarakat lebih memilih tayangan yang hakikatnya tidak bermanfaat. Justru kadang merusak moral bagi pemirsanya, khususnya pada usia anak-anak dan remaja. Bisa dilihat mode dan gaya hidup remaja sekarang lebih banyak mengadopsi budaya dari tayangan televisi misalnya dalam berpakaian, pergaulan, pola makan dan sebagainya. Mereka lebih tertarik bukan apa yang dilakukan kepada media, akan tetapi kepada apa yang dilakukan media kepada pemirsa. Masyarakat ingin tahu bukan untuk apa mereka menonton TV, tetapi bagaimana televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku masyarakat. Inilah yang disebut dengan efek komunikasi masyarakat<sup>49</sup>.

Kaitannya dengan tayangan infotainment yaitu bahwa tayangan tersebut lebih condong menayangkan selebritis, sehingga jika seseorang yang mengidolakan seorang artis akan selalu menunggu tayangan tersebut jika selebritis tersebut sedang diperbincangkan dalam berita infotainment. Bahkan tidak sedikit dari kalangan remaja maupun ibu-ibu pada umumnya lebih banyak menghabiskan waktunya untuk

---

<sup>48</sup> Wawan Kuswandi, *Op.cit.* hlm. 23

<sup>49</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.cit.* hlm. 217

menyaksikan tayangan tersebut. Ada asumsi yang menyatakan bahwa infotainment ternyata lebih banyak berdampak buruk bagi ibu-ibu rumah tangga yang menyaksikan. Selain waktu luang yang terbuang percuma, ibu-ibu penyuka infotainment juga seringkali mengabaikan pekerjaan rumah demi mengikuti tayangan berbau gosip tersebut.

Dampak kecil yang bisa dirasakan adalah adanya realitas bahwa biasanya ibu-ibu rumah tangga membicarakan isi infotainment yang mereka tonton pada saat berkumpul di acara pengajian, arisan, atau saat berbelanja<sup>50</sup>. Ini bisa dibayangkan kalau ini terus berlanjut ke depan, budaya apa yang terbentuk dalam masyarakat. Tentu yang muncul adalah budaya gosip.

Selain dampak negatif pada pemirsanya, juga membuat citra selebritis yang kena gosip akan menurun. Tidak semua artis suka dengan berbagai pemberitaan negatif dan mengada-ada mengenai dirinya dalam tayangan/liputan infotainment<sup>51</sup>. Mungkin lebih banyak yang merasa terganggu kehidupannya. Yang lebih ialah ketika sang artis merasa dirugikan oleh pemberitaan negatif tersebut, karena merasa nama baiknya dicemarkan, bahkan merasa jobnya menurun karena dampak publikasi tersebut. Hal ini semakin banyak membuat resah

---

<sup>50</sup> Tri Darmiyati, *Prihatin Dampak Negatif Infotainment*, <http://www.jogjapolitan.com/2009/08/prihatin-dampak-negatif-infotainment.html>, Senin, 27 September 2010

<sup>51</sup> Lihat Suara Merdeka Edisi Sabtu, 17 Juli 2010 ‘Sosok Lisa Soebandono; *Keberatan Infotainment*’ hlm. 12 kolom 3

pada kalangan tersebut<sup>52</sup>. Tapi perlu diketahui tidak semua mempunyai perasaan seperti itu, kadang justru ada yang sengaja membuat masalah agar mereka semakin terkenal.

Berkaitan dengan efek yang lain terhadap masyarakat adalah kadang masyarakat suka meniru apa yang ditampilkan di media massa khususnya televisi. Jika yang ditayangkan adalah sebuah prestasi baik yang dicapai oleh seorang selebritis, hal ini dapat dijadikan pelajaran bagi *fansnya*. Tapi jika yang ditayangkan adalah perilaku yang melanggar norma asusila, tentu tidak baik. Ironisnya dalam tayangan infotainment lebih menekankan pada gaya hidup selebritis mulai dari berpakaian yang minim, model rambut dan pergaulannya yang notabnya mereka lebih banyak mengadopsi pola hidup barat.

Hal ini akan membuat sebuah tragedi jika manusia sekarang banyak yang meniru adegan para selebritis. Lihat saja di lingkungan masyarakat sekarang khususnya para remaja, mereka berpakaian serba seksi, pergaulan bebas, ini adalah salah satu dampak dari tayangan-tayangan yang tidak mendidik.

Selain itu ada kalanya infotainment menayangkan tentang gerakan sosial, peristiwa atau bencana, dalam sajiannya-pun yang menjadi subyek dan dimintai keterangan adalah para selebritis.

---

<sup>52</sup> Irham. *Dampak Infotainment*, <http://entertainment.desktopnexus.com/10/01/2010>

Heru Effendy menjelaskan bahwa televisi berkat jangkauannya yang luas dan mendalam, mempunyai peran dan dampak yang dalam mengajar dan mendidik anak Indonesia. Televisi sangat bisa mempengaruhi masyarakat penontonnya<sup>53</sup>. Untuk itu, masyarakat harus mempertimbangkan dengan baik pengaruh-pengaruh apa saja yang diinginkan dan yang tidak diinginkan dari sebuah tayangan televisi. Selanjutnya juga mengungkapkan proses pengajaran dan pendidikan bisa dipengaruhi oleh siaran televisi<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> Heru Effendy, *Industri Petelevisian Indonesia: Sebuah Kajian* ( Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 11

<sup>54</sup> *Ibid*, hlm.12