

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ACARA
INFOTAINMENT INSERT DI TRANS TV
(Studi Kasus di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen
Kabupaten Demak)**



SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Sosial Islam (S.Sos.1)**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

**Nuril Mustaqim
1105069**

**FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2011

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) ekslembar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Dakwah
IAIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nuril Mustaqim
NIM : 051211069
Fak. / Jur. : Dakwah / KPI
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ACARA
INSERT DI TRANS TV (Studi Kasus di Desa
Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)**

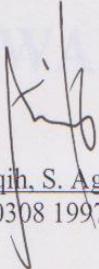
Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

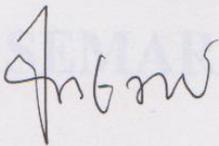
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 25 Juli 2011

Pembimbing,
Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi dan Tata Tulis


Ahmad Faqih, S. Ag, M. Si.
NIP. 19730308 199703 1 004


Rustini Wulandari, S. Sos, M. Si.
NIP. 19740821 200312 2 001

PENGESAHAN

SKRIPSI

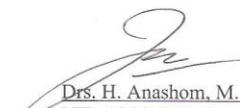
**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ACARA INSERT DI TRANS TV
(Studi Kasus di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)**

Disusun oleh
Nuril Mustaqim
051211069

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 29 Juli 2011
Dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

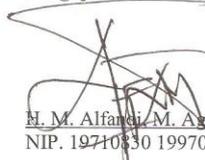
**Ketua Dewan Penguji/
Dekan/ Pembantu Dekan**


Drs. H. Anashom, M. Hum
NIP. 19661225 199403 1 004

**Sekretaris Dewan Penguji/
Pembimbing**


Ahmad Faqih, S. Ag, M. Si
NIP. 19730308 199703 1 004

Penguji I


M. M. Alfandi, M. Ag
NIP. 19710330 199703 1 003

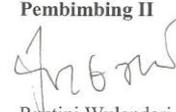
Penguji II


Nur Cahyo, M. Kom
NIP. 19731222 200604 1 001

Pembimbing I


Ahmad Faqih, S. Ag, M. Si
NIP. 19730308 199703 1 004

Pembimbing II


Rustini Wulandari, S. Sos, M. Si
NIP. 19740821 200312 2 001



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum / tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Juli 2011

Nuril Mustaqim

NIM: 1105059

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah yang diberikan kepada setiap makhluk-Nya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, inspirator umat yang tiada pernah kering untuk digali ilmunya.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi dengan judul “Persepsi Masyarakat Tentang Acara Infotainment Insert di Trans TV (studi Kasus di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)” tidak terlepas dari bantuan, semangat, dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, MA., selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Drs. H. M. Sulthon, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang.
3. Ahmad Faqih, S. Ag, M. Si. dan Rustini Wulandari, S. Kom, M. Si., selaku pembimbing I dan pembimbing II atas kesabarannya dalam membimbing dan memberikan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Ahmad Faqih, S. Ag, M.Si. selaku wali studi yang selalu memberi semangat dan bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis selama masa perkuliahan.
5. Para dosen dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang atas arahan, pengetahuan, dan bantuan yang diberikan.
6. Kedua orang tua, kakak, adik dan seluruh saudara-saudara saya yang tercinta, motivator sejati, *support* materiil dan immateriil mereka selama ini membuat perjalanan hidup penulis lebih berarti dan sempurna.
7. Sahabat-sahabat 2005 dan teman-teman senasib seperjuangan atas semangat dan canda tawa yang kalian diberikan.

Kepada mereka semua penulis tidak bisa memberikan balasan apapun hanya untaian ucapan “*Jazakumullahu Khoirul Jaza*” terimakasih, dan permohonan maaf, semoga budi baik serta amal shaleh mereka diterima serta mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menantikan kritik dan saran yang sifatnya membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap semoga Allah SWT selalu memberi petunjuk dan kita semua selalu dalam lindungan-Nya. Amiin.

Semarang, 16 Juli 2011

Penulis,

Nuril Mustaqim

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah....

Dengan rendah hati karya sederhana hasil pergulatan-pergulatan pikiran yang berjalan bersama dengan kesabaran dan do'a, kupersembahkan kepada:

- Bapak Ali Kusmiran dan ibu Suatmi tercinta, yang telah mengenalkanku pada sebuah kehidupan dengan kasih sayang tak bertepi. Baktiku padamu takkan pernah padam. Ridhamu adalah semangat hidupku dalam meraih cita dan do'amulah yang selalu melindungi kemanapun anakmu berjalan mengarungi hidup ini.
- Kakak-kakakQ yang senantiasa mensupport baik materi maupun motivasi. Terima kasih banyak, Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rizqi yang barokah. Amin
- Segenap keluarga besar dan seluruh kerabat yang senantiasa memberi kasih sayang dan do'a demi keberhasilan meraih kesuksesan.
- Seorang yang pernah singgah dihatiQ, aku ucapkan Terima Kasih, karena telah bersedia menemani hari-hariku selama ini.
- Sahabat-sahabatQ "MGM Aspul" 2005, M. Suyuti, M. Sunhaji, Budy Wahyono, M. Fuad Rosyadi, Nur Huda, Silvia Riska Fabtiar, Eko Setyo Budi, Inarotu Dzakiyah Darojah, Siti Zulaekha. Makasih udah mau nemenin saat aku terjatuh. Kalian adalah partner sejatiQ.
- Buat anak-anak kos, Kiwil "yang suka ngiler", Irham, Maskun, Murtaja, dll
- Teman-teman angkatan 2005, M. Fatkhuri, Leha, Ulphe, Amal, Amel, maz Nur dll. Terima kasih atas kebersamaan yang kalian berikan.
- *Special Thanks to* Keluarga Besar PMII Rayon Dakwah yang telah mendidik, menggembleng dan membentuk pribadi yang mandiri dan bertanggungjawab. Engkau adalah tempat terindah penuh kenangan saat suka maupun duka.
- Dan buat semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam hidupQ.

MOTTO

"Selagi semua itu masih bisa dipelajari, maka tidak akan pernah ada kata "Sulit".

ABSTRAKSI

Insert! (Informasi selebritis), tayangan infotainment andalan Trans TV. Rating yang tinggi untuk tayangan infotainment ini menunjukkan bahwa acara ini merupakan salah satu acara infotainment favorit pemirsa tanah air. Di sebut-sebut, acara infotainment Silet dan Insert merupakan dua teratas rating tertinggi jajaran acara infotainment tanah air. Berita yang di bawakan dalam acara ini memang tak jauh berbeda dengan tayangan infotainment sejenisnya., yaitu berita dan gosip yang sedang hot dibicarakan. Namun yang membedakan tayangan infotainment ini dengan yang lainnya adalah komentar-komentar pedas yang di lontarkan oleh host-nya, membuat penikmat gosip merasa semakin hot dengan berita yang disajikan. Ditambah lagi penampilan host wanitanya yang selalu tampil sexy di setiap penampilannya. Kontroversi mengenai tayangan *Infotainment* sempat menjadi isu hangat dimasyarakat beberapa waktu terakhir. Sejumlah pihak, seperti organisasi-organisasi agama, menjustifikasi acara tersebut sebagai acara *ghibah* (menggunjing keburukan orang) yang seharusnya tidak dikonsumsi masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tentang program acara *Infotainment* Insert di Trans TV dan bagaimana pandangan dakwah tentang persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak.

Penelitian film Perempuan Berkalung Sorban bertujuan untuk mengetahui mengetahui persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tentang acara *Infotainment* Insert di Trans TV dan pandangan dakwah tentang persepsi masyarakat Desa Ngelokulon kecamatan Mijen Kabupaten Demak. Dalam melakukan analisis persepsi, diperlukan sebuah metodologi penelitian yang sesuai agar nantinya dapat mengungkap proses persepsi yang terjadi. Maka dari itulah penulis menggunakan metodologi kualitatif yang bersifat deskriptif dengan analisis *Uses and Gratifications*..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak ditunjukkan dalam dua jenis persepsi, yaitu persepsi positif dan negatif. Persepsi positif yang ada dalam diri warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen dipengaruhi oleh beberapa pemikiran mereka, yaitu bahwa program tayangan tersebut: a. menarik, Menarik, karena acara ini mencoba menyajikan tayangan gosip yang dikemas dengan gaya yang berbeda dari acara-acara yang lain. Seperti halnya, pembawa acaranya yang seru, lucu dan seksi menjadi daya tarik tersendiri. b. Menghibur, karena banyak dari warga Desa Ngelokulon merasa terhibur dengan hostnya, dan juga bisa menjadi hiburan saat waktu-waktu luang Selain persepsi positif dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa orang, juga terdapat persepsi yang termasuk dalam

kategori persepsi negatif. Jika dianalisis dari hasil wawancara yang ada, maka persepsi negatif yang muncul dari beberapa warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen ini cenderung lebih banyak disebabkan karena acara *Insert* terlalu berlebihan dan terlalu menambah-nambahi dalam pemberitaan maupun gaya bahasanya. Selain itu juga acara *Insert* terlalu membuka aib-aib selebritis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.Tinjauan Pustaka	9
1.5.Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1.Persepsi	16
a. Pengertian Persepsi.....	16
b. Prinsip Dasar Persepsi.....	19
c. Proses Terjadinya Persepsi.....	20
d. Faktor-faktor yang Berperan dalam Persepsi	26
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	27
2.2.Infotainment dalam Perspektif Islam	30
1. Infotainment	30
a. Pengertian infotainment dan asal-usulnya	30
b. Muatan infotainment	34
c. Dampak Infotainment	36
2. Infotainment dalam perspektif Islam	38

BAB III	METODE PENELITIAN.....	43
	3.1.Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
	3.2.Lokasi Penelitian.....	44
	3.3.Sumber dan Jenis Data	45
	3.4.Tahap-tahap Penelitian	48
	3.5.Tekhnik Pengumpulan Data	50
	3.6.Tekhnik Analisis Data.....	52
	3.7.Tekhnik Keabsahan Data.....	54
BAB IV	DATA DAN ANALISISNYA.....	56
	4.1. Gambaran Desa Ngelokulon.....	56
	4.2. Profil Insert.....	59
	4.3. Persepsi Masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak Tentang Program Acara <i>Infotainment Insert</i> Di Trans TV	61
	4.4. Analisis Data	69
	4.5. Pandangan Dakwah Tentang Persepsi Masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak	73
BAB V	PENUTUP	76
	5.1. Kesimpulan	76
	5.2. Saran-saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dunia dengan segala isi dan peristiwanya tidak bisa melepaskan diri dari media massa; demikian juga sebaliknya, media massa tidak bisa melepaskan diri dari dunia dengan segala isi dan peristiwanya. Hal ini disebabkan karena hubungan antara keduanya sangatlah erat sehingga menjadi saling bergantung dan saling membutuhkan. Segala isi dan peristiwa yang ada di dunia menjadi sumber informasi bagi media massa.

Selanjutnya, media massa mempunyai tugas dan kewajiban, selain menjadi sarana dan prasarana, komunikasi juga untuk mengakomodasi segala jenis isi dunia dan peristiwa-peristiwa di dunia melalui pemberitaan atau publikasi dalam aneka wujud (berita, artikel, laporan penelitian, dan lain sebagainya) dari yang kurang menarik sampai yang sangat menarik, dari yang tidak menyenangkan sampai yang sangat menyenangkan dan tanpa ada batasan kurun waktu William L. Rivers dan kawan-kawannya (Rivers 2003:ix) mengatakan bahwa pada dasarnya, kondisi di dunia nyata mempengaruhi media massa, dan ternyata keberadaan media massa juga dapat mempengaruhi kondisi nyata dunia.

Dengan kata lain, dunia mempunyai peranan dan kekuatan untuk mempengaruhi media massa; dan sebaliknya, media massa juga mempunyai peranan dan kekuatan yang begitu besar terhadap dan bagi dunia ini, terlebih

dalam segala sesuatu yang berkaitan dengan manusia dengan segala aspek yang melingkupinya. Oleh karenanya, dalam komunikasi, media massa dan manusia mempunyai hubungan yang saling membutuhkan.

Media massa membutuhkan berita dan informasi untuk publikasi kepentingan media itu sendiri, sedangkan manusia membutuhkan adanya pemberitaan atau publikasi untuk kepentingan-kepentingan tertentu. Media massa merupakan sarana persuasi yang efektif dan efisien bagi manusia karena bisa menjangkau banyak pemirsa dengan waktu yang cepat dan biaya yang relatif murah.

Media massa sebagai dasar “industri budaya” (Max Horkheimer dan Theodore Adorno, *“The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception”*.) Semua pesan yang dipropagandakan oleh media massa membentuk kesadaran manusia dan membagi arti pesan tersebut kepada mereka, sehingga manipulasi pesan dalam media massa merupakan strategi yang efektif untuk menasehati dan memberikan pengawasan, salah satunya yaitu media elektronik televisi.

Televisi termasuk ke dalam media massa karena sifat informasinya yang konvergen. Informasi dapat diterima secara bersamaan oleh reseptor lebih dari satu orang. Menurut Jalaluddin Rakhmat, di dalam buku Psikologi Komunikasi, definisi komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui

media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Dewasa ini televisi memang merupakan media massa yang paling komunikatif dan paling digemari, karena televisi mempunyai sifat yang berbeda dari media massa lainnya, yaitu bahwa televisi merupakan perpaduan audio-visual. Dengan demikian televisi memberikan kesan sebagai penyampai pesan seolah-olah secara langsung antara komunikator dengan komunikan. Informasi yang disampaikan melalui televisi mudah dimengerti karena secara bersamaan bisa didengar dan dilihat. Bahkan televisi bisa berperan sebagai alat komunikasi dua arah, khususnya dalam acara-acara *'live show'*.

Survey International Foundation for Election System (IFES) mengungkapkan, 85 persen masyarakat Indonesia memperoleh informasi dari televisi. Sedangkan menurut *Media Index Wave 2005*, televisi dikonsumsi 92 persen masyarakat Indonesia, mengalahkan surat kabar yang cuma 28 persen dan majalah dengan 19 persen. Jangkauan pemirsa sudah mencapai ke seluruh pelosok nusantara (<http://www.bobby86.wordpress.com/> 2009/02/10).

Di Indonesia kecenderungan televisi swasta sudah mulai mengarah kepada sistem di Amerika. Ini dimulai dari garapan-garapan sinetron, kuis dan beberapa acara hiburan lainnya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun televisi tersebut karena semuanya dapat

dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi (Muda, 2004:8).

Salah satu acara televisi yang paling digemari dan mendapat rating tinggi yaitu acara *Infotainment*. Kata *Infotainment* menurut bahasa berasal dari dua suku kata asing yang berbeda maknanya, yaitu *information* artinya informasi (pemberitahuan). Dan *entertainment* artinya hiburan (Budion:145). Ringkasnya, sajian informasi dalam format menghibur.

Infotainment pasti tidak asing lagi bagi kita. Yang terbayangkan dibenak kita ketika menonton kata *Infotainment* pasti tentang info seputar selebritis. Yaitu tentang artis yang sedang naik daun, perceraian, gaya hidup, sampai aktivitas sehari-hari sang artis yang diungkapkan secara besar-besaran bahkan berlebihan. *Infotainment* sebenarnya adalah tayangan program televisi dalam menyajikan sebuah informasi yang disajikan dalam bentuk hiburan.

Di Indonesia, *Infotainment* berubah dari tayangan informasi tentang dunia hiburan menjadi tayangan informasi mengenai kehidupan pribadi para artis di dunia hiburan. Nugroho (2005) mengungkapkan, *Infotainment* adalah informasi yang ringan dan aktual seputar dunia selebritis dan orang-orang terkenal yang dikemas dalam bentuk hiburan, contohnya tentang profil selebritis. Nugroho (2005) dalam bukunya yang berjudul "*Infotainment*" juga menuturkan : Terlepas dari akar kelahirannya di Barat, dimana *Infotainment* sebenarnya berarti 'informasi yang disajikan sebagai hiburan'.

Banyak sekali stasiun televisi yang menyajikan program acara infotainment, mulai dari Insert di Trans TV, Silet atau Intens di RCTI dan KISS di Indosiar. Namun yang menarik yaitu program acara Insert di Trans TV.

Insert! (Informasi selebritis), tayangan infotainment andalan Trans TV. Rating yang tinggi untuk tayangan infotainment ini menunjukkan bahwa acara ini merupakan salah satu acara infotainment favorit pemirsa tanah air. Di sebut-sebut, acara infotainment Silet dan Insert merupakan dua teratas rating tertinggi jajaran acara infotainment tanah air. Berita yang di bawakan dalam acara ini memang tak jauh berbada dengan tayangan infotainment sejenisnya., yaitu berita dan gosip yang sedang hot dibicarakan. Namun yang membedakan tayangan infotainment ini dengan yang lainnya adalah komentar-komentar pedas yang di lontarkan oleh host-nya, membuat penikmat gosip merasa semakin hot dengan berita yang disajikan. Ditambah lagi penampilan host wanitanya yang selalu tampil sexy di setiap penampilannya.

Kontroversi mengenai tayangan *Infotainment* sempat menjadi isu hangat dimasyarakat beberapa waktu terakhir. Sejumlah pihak, seperti organisasi-organisasi agama, menjustifikasi acara tersebut sebagai acara *ghibah* (menggunjing keburukan orang) yang seharusnya tidak dikonsumsi masyarakat.

Beberapa pihak, seperti MUI Sumatera Selatan dan Sumatera Utara, bahkan telah memberikan fatwa haram bagi *Infotainment*. Sepakat dengan MUI Sumatera Selatan dan Sumatera Utara, PBNU ternyata juga memberikan penolakan secara tegas terhadap tayangan-tayangan *Infotainment* yang banyak beredar di televisi selama ini.

Pernyataan sikap PBNU ini diungkapkan langsung oleh Ketua PBNU Said Agil Siraj dihadapan pers dalam forum diskusi Partai Persatuan Pembangunan (PPP): "*Infotainment* = Ghibah?" di Kantor DPP PPP Jakarta, (<http://suaramerdeka.com/fatwa-mui.html/12/1/2010>)

"PBNU sebelumnya sudah sempat mengadakan musyawarah membahas masalah *Infotainment* ini. Kesimpulannya, acara *Infotainment* yang *content*-nya bersifat *ghibah* itu haram. Ketua Umum PBNU sendiri, Hasyim Muzadi, sebelumnya juga sudah menegaskan dan menghimbau agar tayangan *Infotainment* sebaiknya dihentikan kalau memang mengandung *ghibah*.

Namun, dia menambahkan, tidak semua *Infotainment* itu bersifat *ghibah* dan diharamkan. *Infotainment* yang sifat *content*-nya positif, seperti tentang *success story*, perjuangan seseorang, yang berdampak baik pada masyarakat atau penonton itu tentu saja bukan *ghibah* dan halal. Yang haram kalau *content*-nya *ghibah*, misalnya mengadu domba orang, membicarakan aib atau keburukan orang, dan lain-lain, yang bisa memberikan pengaruh buruk pada masyarakat.

Berawal dari latar belakang tersebut, ketika PBNU sudah mengeluarkan fatwa bahwa “*Infotainment* yang *content*-nya bersifat *ghibah* itu haram”. Sedangkan di lain pihak acara *Infotainment* sangat digemari oleh pemirsa televisi. Bahkan sampai di daerah-daerah seluruh Indonesia. Salah satunya yaitu di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak. Banyak masyarakat yang ada di Desa Ngelokulon menyukai acara infotainment. Dari sekian banyaknya program acara infotainment yang disajikan, ternyata acara Insert di Trans TV yang sering mereka tonton. Ini dikarenakan jam tayangnya yang setiap hari mulai dari Insert pagi, Insert siang dan Insert sore.

Berangkat dari fenomena itu, ada pertanyaan yang muncul dari benak penulis. Salah satunya yaitu tentang apa yang mereka persepsikan dari acara infotainment?. Apakah persepsi yang negatif atau persepsi positif.

Kemudian dari permasalahan itu, penulis sangat tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang bagaimana tanggapan masyarakat desa ngelokulon tentang acara *Infotainment* tersebut dengan judul “PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ACARA *INFOTAINMENT* INSERT Di TRANS TV (Studi Kasus Di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dikaji adalah:

1. Bagaimana persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tentang program acara *Infotainment* Insert di Trans TV?
2. Bagaimana pandangan dakwah tentang persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tentang acara *Infotainment* Insert di Trans TV.
- Untuk mengetahui pandangan dakwah tentang persepsi masyarakat Desa Ngelokulon kecamatan Mijen Kabupaten Demak.

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi tambahan untuk kesinambungan pengembangan keilmuan di bidang ilmu dakwah.

b. Praktis

- Dari sisi praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku *broadcasting* untuk lebih memperhatikan bentuk siaran di Televisi, supaya lebih bermanfaat bagi masyarakat.
- Supaya pemirsa televisi dari Masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak lebih selektif dalam menerima pesan-pesan dalam televisi.

1.4 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelusuran penulis, Agar tidak terjadi kesamaan penulisan pada penelitian yang lalu, maka akan penulis deskripsikan beberapa penelitian yang ada relevansinya dengan judul di atas, di antaranya:

Penelitian yang berjudul : *“Tanggapan Masyarakat Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal Terhadap Program Acara Al Hikam Di Stasiun Televisi Borobudur Semarang”* yang dilakukan oleh Retno Kunrati pada tahun 2006.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk penyajian dan menganalisis acara Al Hikam yang disampaikan Televisi Borobudur; serta untuk mengetahui tanggapan masyarakat Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal terhadap acara Al Hikam di Televisi Borobudur. Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti menggunakan metode komparatif sebagai teknik analisa data. Jenis penelitian yaitu kualitatif dengan prosentase, sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-

orang dan perilaku yang diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah sosiologis.

Al Hikam adalah suatu program acara keagamaan yang disiarkan lewat Televisi Borobudur Semarang setiap hari Jum'at pukul 21.00 WIB. Materi-materi dakwah yang disampaikan dalam acara al Hikam, disamping mengandung muatan manajemen qalbu juga mengandung dua kategori : yaitu kesalahan individu dan kesalahan sosial. Mengenai teknik penyajiannya, pesan dakwah dalam acara al Hikam disampaikan menggunakan media audio visual yaitu melalui perantaraan Televisi Borobudur Semarang. Bila dikaitkan dengan metode-metode dakwah, dapat diketahui bahwa acara al Hikam dalam penyajiannya menggunakan metode ceramah, dan pihak TVB menayangkan ceramahnya tersebut berbentuk rekaman, bukan tayangan langsung (*live*).

Tanggapan masyarakat Kecamatan Singorojo terhadap program dakwah dalam acara al-Hikam di TV Borobudur yang ditayangkan jam 21.00 WIB tidak tepat. Hal ini terbukti dengan sebagian besar masyarakat cenderung memilih waktu pagi hari dan sore hari, yaitu masing-masing sebesar 43 % dan 40 %, sedangkan yang memilih malam hari hanya sebesar 17 %. Selain itu latar belakang aktifitas ataupun pekerjaan responden mempengaruhi cara pandangan mereka akan waktu luang yang dapat mereka gunakan untuk mendapatkan "santapan rohani", dan pukul 21.00 WIB merupakan waktu untuk istirahat. Sedangkan mengenai durasi waktunya, menurut sebagian masyarakat tidak harus ditambah, tetapi diperlukan penambahan jam tayang.

Mengenai materi dakwah dalam acara al-Hikam, menurut masyarakat Kecamatan Singorojo perlu penambahan materi aqidah dan akhlak. Pada dasarnya masyarakat Singorojo menyukai da'i yang ditampilkan, namun mereka tidak menyukai metode yang digunakan, yaitu metode ceramah. Sedangkan materi yang disampaikan dalam acara al-Hikam, masyarakat Singorojo dapat memahami dan mengamalkannya. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa, TV Borobudur dan semua pihak / instansi yang terkait.

Penelitian yang berjudul : *“Respon Mahasiswa Tentang Booming Film Ayat- Ayat Cinta (Studi Pada Aktivis Mahasiswa HMI KORKOM Institut Teknologi Sepuluh November)”*. Terdapat satu persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu : Bagaimana Respon Mahasiswa Tentang Booming Film Ayat-Ayat Cinta. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sesuai dengan persoalan tersebut maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumenter. Untuk menegaskan keabsahan data maka dilakukan melalui meningkatkan ketekunan dan menggunakan bahan referensi.

Penelitian yang berjudul: *“Persepsi Pemirsa Televisi tentang Program Acara Tukar Nasib di SCTV (Studi pada masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya)”* dilakukan oleh Mochammad Fatkhi Mubarok / pada tahun 2010. Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini adalah :

- a. Bagaimana persepsi masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal yang merespon program acara Tukar Nasib di SCTV.
- b. Faktor apa saja yang memotivasi masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal untuk menyaksikan program acara Tukar Nasib di SCTV.

Untuk meneliti persoalan tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data dalam menjawab permasalahan yang terjadi.

Dari semua pembahasan dalam skripsi ini, penulis mendapatkan kesimpulan, bahwa Persepsi masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya dalam merespon program acara Tukar Nasib di SCTV positif, hal ini berdasarkan data yang menyatakan bahwa sebagian besar warga Simorejo Timur RT 05 RW 14 menyukai program tayangan ini. Bahkan menjadikan tayangan tersebut sebagai tayangan favoritnya. Lebih dari itu penulis menemukan pelajar SD, yang notabene masih tergolong sebagai anak-anak juga menyukai program tayangan Tukar Nasib yang ditayangkan di SCTV.

Kebanyakan dari mereka beranggapan bahwa tayangan tersebut merupakan sebuah tayangan yang bagus dan mendidik, dapat memberikan hikmah mengenai kehidupan dan menambah rasa syukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT kepada mereka selama ini. Ada beberapa hal yang

menjadikan mereka memiliki persepsi yang positif sehingga tertarik untuk menyaksikan program tayangan ini adalah : (a). Mendidik, hal ini dikarenakan warga merasa mendapatkan hikmah dan pelajaran setelah menonton acara tersebut. (b). Menarik, karena warga menganggap acara tersebut merupakan acara yang disajikan secara nyata tanpa adanya rekayasa. Kejadian yang alami, lucu yang tidak dibuat-buat. (c). Memberi hikmah, warga merasa mendapatkan peringatan setelah menonton acara tersebut, mereka merasa harus bersyukur dengan apa yang telah didapatkan dan dimiliki selama ini.

Berdasarkan ketiga acuan di atas, maka baik dari segi isi maupun objek penelitiannya, penelitian yang penulis lakukan memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya.

Diantara perbedaannya adalah sebagai berikut : Dari paparan ketiga penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pada umumnya media elektronik dapat dijadikan sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan, hal ini terbukti dengan tanggapan masyarakat yang baik menerima berbagai macam pesan yang dilakukan lewat media elektronik. Penulis akan melakukan penelitian tentang “Persepsi Masyarakat tentang Acara *Infotainment* Insert di Trans TV (Studi Kasus di Kecamatan Mijen Kabupaten Demak), karena penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi masyarakat dalam menanggapi suatu program acara *Infotainment* yang disajikan oleh Trans TV yang notabene acara ini merupakan program acara yang sempat menjadi kontroversi mengingat fatwa MUI yang menyatakan bahwa

Infotainment yang bersifat Ghibah itu haram. Penulis merasa belum menemukan penelitian mengenai hal ini, sehingga penulis merasa perlu untuk menelitinya

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan gambaran dan pemahaman yang sistematis, maka rancangan penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, gambaran keseluruhan dari penelitian ini yang meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori yang memuat pengertian Persepsi dan *Infotainment* secara umum, gambaran umum persepsi meliputi, pengertian persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, dan proses persepsi. Sedangkan gambaran umum *Infotainment* meliputi, pengertian *Infotainment*, sejarah *Infotainment*, dan jenis-jenis acara *Infotainment*.

BAB III : Metodologi penelitian meliputi: Dalam bab ini peneliti menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dipakai, serta lokasi penelitian, sasaran atau subyek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, pengumpulan data, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data, serta

teknik keabsahan data, yang gunanya untuk memperkuat penulisan dalam skripsi tersebut

BAB IV : Dalam bab ini peneliti menjelaskan tentang gambaran umum masyarakat Desa Ngelokulon, juga penyajian data tentang persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen tentang acara *Infotainment* Insert di Trans TV. Serta uraian tentang analisis data terhadap fokus masalah yang berkaitan dengan temuan data, serta sub bab pembahasan yang berisi konfirmasi temuan data dengan teori.

BAB V : Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran berupa rekomendasi yang ditujukan kepada calon-calon peneliti lain yang tertarik untuk mengembangkan hasil penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Deddy Mulyana mencatat bahwa persepsi adalah inti komunikasi. Dimana Persepsi merupakan suatu proses yang di dahului oleh proses pengindraan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra. Persepsi merupakan proses *integrated* dalam diri individu terhadap stimulus yang diterima. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa persepsi itu merupakan pengorganisasian, penginterpretasian, terhadap stimulus yang di indranya sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan respon yang *integrated* dalam diri individu (Walgito, 1992 : 69-70).

Karena persepsi merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu, maka apa yang ada dalam diri individu akan ikut aktif dalam persepsi. Dalam persepsi dapat dikemukakan karena perasaan, kemampuan berpikir, pengalaman-pengalaman individu tidak sama, maka dalam mempersepsi stimulus hasil persepsi mungkin akan berbeda antara individu satu dengan individu yang lain.

Selain itu ada beberapa pendapat lain mengenai persepsi antara lain:

- 1) Menurut Mahfud Salahuddin (1986) persepsi adalah mengenal sesuatu mengenai alat indra (Salahuddin, 1986:24).
- 2) Menurut Ali Imron (1996) persepsi adalah penggunaan alat indra untuk memperoleh petunjuk ke arah motorik (Imron, 1996:24).

Berdasarkan uraian tersebut diatas terdapat persamaan definisi persepsi yaitu meliputi adanya unsur tanggapan tapi belum berbentuk tindakan, mengenal sesuatu dengan menggunakan alat indra yang kemudian di interpretasikan dan di organisasikan oleh individu. Dengan kata lain dalam persepsi dapat diungkapkan karena perasaan, kemampuan berfikir, dan pengalaman-pengalaman individu yang tidak sama, semua itu tergantung dari masing-masing individu itu sendiri.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi juga memberi makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*), hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas yaitu sensasi merupakan bagian dari persepsi. Meskipun demikian menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Rakhmat, 1999:51). Dari pandangan di atas terlihat bahwa persepsi melibatkan sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi dan memori seseorang terhadap obyek yang dilihatnya.

Di dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang

atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula (Polak, 1976).

Demikian halnya dengan program tayangan Insert, yang akan memungkinkan sensasi (proses menangkap stimuli) alat indera seseorang terhadap program tayangan tersebut yang dilihatnya sama dengan makna yang di peroleh orang lain. Hal ini dikarenakan perhatian (atensi), ekspektasi, motivasi dan memori seseorang terhadap apa yang ditonton tersebut berbeda antara individu satu dengan yang lainnya. Keadaan seperti di atas dapat pula di jelaskan dari pendapat Gibson et al yang menyatakan bahwa :

“Persepsi merupakan kognisi (pengetahuan), jadi persepsi mencakup penafsiran obyek, tanda dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan. Dengan kata lain, persepsi mencakup penerimaan stimulus (input). Pengorganisasian dengan cara yang dapat mempengaruhi dalam pembentukan sikap.”(Gibson, 1988:78)

Pendapat lain tentang persepsi dikemukakan oleh Miftah Toha yang menyatakan :

Persepsi adalah proses kognitif yang dialami setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (Thoha, 1998:138).

Bagaimanapun juga tentu ada hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai persepsi ini, yaitu : bahwa individu tidak selalu merespon semua stimulus yang diterimanya. Individu akan mengadakan seleksi dan memilih stimulus mana yang akan diberi respons dari sekian banyak stimulus yang diterimanya. Stimulus yang diterima dan dipilih oleh

individu hanyalah stimulus-stimulus yang memiliki kesesuaian atau yang menarik individu tersebut. Dalam hal ini faktor perhatian individu merupakan faktor perhatian yang penting.

Dalam persepsi, yang amat menarik untuk dibicarakan adalah proses pemilihan persepsi, yakni bagaimana seseorang bisa tertarik pada suatu obyek sehingga menimbulkan adanya suatu kesan tersendiri terhadap obyek tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari banyak dijumpai bahwa seseorang setiap saat secara terus menerus dipengaruhi oleh berbagai stimuli. Dalam konteks penelitian ini termasuk diantaranya adalah berbagai program tayangan televisi dan media massa lainnya. Oleh karena itu, secara tidak sadar seseorang perlu mengadakan seleksi terhadap semua stimuli tersebut, sehingga diperoleh suatu stimuli yang paling tepat pada saat digunakan.

Proses persepsi sendiri dimulai dengan terjadinya stimuli alat indera. Kemudian dari stimulasi alat indera tersebut diatur, yang kemudian dievaluasi dan ditafsirkan (Devito, 1997:75).

b. Prinsip Dasar Persepsi

1) Persepsi itu relatif

Manusia adalah instrumen alamiah yang mampu menyerap segala sesuatu persis seperti keadaan sebenarnya. Dalam hubungannya dengan kerelatifan persepsi ini, dampak pertama dari suatu perubahan rangsangan yang datang kemudian.

2) Persepsi itu selektif

Seseorang hanya memperhatikan beberapa rangsangan saja dari banyak bahwa rangsangan yang ada di sekelilingnya pada saat tertentu, ini berarti bahwa rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah ia pelajari, apa yang ada pada suatu saat menarik perhatiannya dan kearah mana persepsi itu mempunyai kecenderungan. Ini berarti juga ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang untuk menerima rangsangan.

3) Persepsi itu mempunyai tatanan

Seseorang akan menerima rangsangan dalam bentuk kelompok-kelompok atau hubungan-hubungan. Jika rangsangan tidak lengkap, maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga berhubungan itu menjadi jelas.

4) Persepsi itu dipengaruhi harapan dan kesiapan (penerima rangsangan)

Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih itu akan ditata dengan demikian pula bagaimana pesan-pesan tersebut akan diinterpretasi.

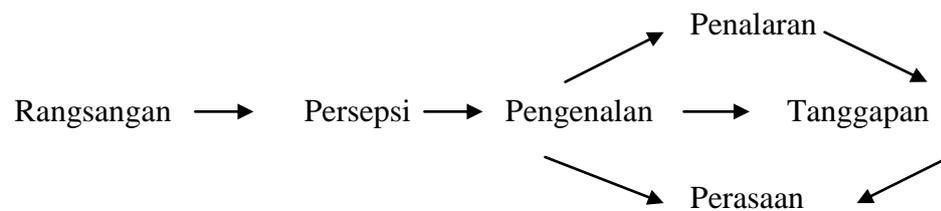
5) Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama perbedaan persepsi ini dapat ditelusuri pada perbedaan-perbedaan individual, dalam motivasi, perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap, perbedaan dalam motivasi.

Perbedaan persepsi ini dapat ditelusuri pada perbedaan-perbedaan individual, dalam motivasi, perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap, perbedaan dalam motivasi (Slameto, 1988:105).

Sesuai dengan prinsip-prinsip dasar diatas ternyata persepsi itu bukan hanya sebatas memandang segala sesuatu hanya sekilas saja. Tapi persepsi itu beragam bentuk dan penilaiannya sesuai dengan karakter tiap-tiap individu.

c. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Persepsi dan kognitif diperlukan dalam semua kegiatan psikologi. Bahkan bila orang sedikit terpengaruh atau sadar akan adanya rangsangan menerima dan dengan suatu cara menahan dampak dari rangsangan.



Gambar 1

Variabel Psikologi di antara rangsangan dan tanggapan

(Slameto, 1988:448)

Rasa dan nalar bukan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-rangsangan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap suatu rangsangan atau terhadap suatu bidang

rangsangan sampai tingkat tertentu dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi atau kedua-duanya.

Variabel psikologis yang muncul diantara rangsangan dan tanggapan meliputi persepsi, pengalaman, pengenalan, dan penalaran. Tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Karena itu untuk mengubah tingkah laku seseorang harus menrubah persepsinya. Dalam proses persepsi terdapat tiga komponen utama, yakni:

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Dalam hal ini terjadi proses penyaringan oleh indra dalam diri pemirsa terhadap tayangan Insert.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi dan kepribadian. Pesan yang diperoleh dari tayangan Insert, diorganisasikan sehingga mempunyai arti bagi seseorang yang semuanya itu dipengaruhi oleh kepribadian, motivasi, dan sistem nilai yang dianut selama ini.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Jadi, proses persepsi yakni proses organ-organ indra yang terlebih dahulu di organisasikan dan di interpretasikan terlebih dahulu sebelum dimengerti. Tidak semua informasi yang masuk ke organ indra pada suatu waktu dirasakan secara sadar. Dikatakan demikian, misalnya Anda tidak memperhatikan semua pesan yang datang dari organ-organ indra dikulit Anda, yaitu berupa tekanan pakaian yang Anda pakai terhadap kulit Anda. Apabila Anda mengkonsentrasikan secara penuh semua suara yang masuk ke telinga Anda beberapa saat, berarti Anda memperhatikan suara-suara yang ada pada saat itu dan tidak merasakan secara sadar adanya tekanan pada kulit.

Persepsi, yakni apa saja yang dialami oleh manusia, berawal dari sensor plus cara seseorang memperoleh informasi yang diterimanya. William James, psikolog terkenal dari Amerika, menyatakan : "part of what we perceive come through the sense from the object before us; another part...always come...out of our own head" (Morgan dalam Slameto, 1961:448)

Apa yang kita hayati tidak hanya bergantung pada stimulus, tetapi juga pada proses kognitif yang merefleksikan minat, tujuan, dan harapan seseorang pada saat itu. Pemusatan persepsi ini disebut perhatian. Perhatian disini berfungsi memiliki dan mengarahkan rangsangan-rangsangan yang sampai kepada kita, sehingga tidak diterima secara kacau. Perhatian dipengaruhi oleh faktor luar dan faktor dalam. Faktor luar adalah faktor yang terdapat pada objek yang diamati itu sendiri, yaitu intensitas stimuli, kontras, pengulangan dan gerakan. Sedangkan faktor dalam adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu yaitu motif, kesiediaan dan harapan.

Berdasarkan atas penelitian-penelitian menunjukkan bahwa perhatian itu ada bermacam-macam, sesuai dari segi mana perhatian akan ditinjau. Ditinjau dari segi timbulnya perhatian, perhatian dapat dibedakan atas perhatian spontan dan perhatian tidak spontan. Pertama perhatian spontan, yaitu perhatian yang timbul dengan cara spontan. Perhatian ini erat hubungannya dengan minat individu. Apabila individu telah mempunyai minat terhadap sesuatu objek, maka terhadap objek itu biasanya timbul perhatian yang spontan, secara otomatis perhatian itu akan timbul. Kedua perhatian tidak spontan, yaitu perhatian yang ditimbulkan dengan sengaja, karena itu harus ada kemauan untuk menimbulkannya.

Dilihat dari banyaknya objek yang dapat dicakup oleh perhatian pada sewaktu-waktu, perhatian dapat di bedakan, perhatian yang sempit dan perhatian yang luas. Pertama perhatian ang sempit, yaitu perhatian individu pada suatu waktu hanya dapat memperhatikan sedikit objek. Kedua perhatian yang luas, yaitu perhatian individu yang pada suatu waktu dapat memperhatikan banyak objek sekaligus, tetapi sebaliknya ada orang yang tidak dapat berbuat demikian.

Sehubungan dengan hal ini perhatian dapat juga dibedakan atas perhatian terpusat dan perhatian yang terbagi-bagi. Pertama perhatian yang terpusat, yaitu individu pada suatu waktu hanya dapat memusatkan perhatiannya pada suatu objek. Pada umumnya orang yang mempunyai perhatian yang sempit sejalan dengan perhatian yang terpusat. Kedua perhatian yang terbagi-bagi yaitu individu pada suatu waktu dapat

memperhatikan banyak hal atau objek. Pada umumnya orang yang mempunyai perhatian luas sejalan dengan yang terbagi ini.

Dilihat dari fluktuasi perhatian, maka perhatian dapat dibedakan, perhatian yang statis dan perhatian yang dinamis. Pertama perhatian yang statis, yaitu individu dapat memindahkan perhatiannya secara lincah dari satu objek ke objek yang lain (Walgito, 2004:100).

Gambar 2
Proses persepsi



Sumber: (Walgito, 2004:450)

a. Terjadinya Stimuli Alat Indra (Sensory Stimuli)

Pada tahap ini alat indra di stimulasi atau di rangsang. Manusia memiliki kemampuan pengindraan untuk merasakan stimulus yang tidak selalu digunakannya. Sehingga sering kali menangkap sesuatu yang tidak bermakna.

b. Stimuli Terhadap Alat Indra Diatur

Pada tahap kedua, rangsangan terhadap alat indra diatur menurut berbagai prinsip. Salah satu prinsip yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas (*proximity*), atau kemiripan; orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain, dipersepsikan bersama-sama atau sebagai satu kesatuan (*unity*).

c. Stimuli Alat Indra Ditafsirkan-Dievaluasi

Langkah ketiga ini merupakan proses subyektif yang melibatkan evaluasi di pihak penerima. Penafsiran evaluasi tidak hanya didasarkan pada rangsangan luar. Tapi juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, sistem nilai, keyakinan tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu dan sebagainya yang ada pada kita (Walgito, 2004:450).

Walaupun kita semua menerima sebuah pesan, cara masing-masing orang menafsirkan-mengevaluasikannya tidaklah sama. Penafsiran-evaluasi ini juga berbeda bagi satu orang yang sama dalam waktu ke waktu. Tayangan infotainment Insert di TransTV bagi seseorang mungkin biasa, tapi bagi yang lainnya bisa jadi dianggap sangat menarik. Perbedaan tersebut jangan sampai membutuhkan kita akan validitas beberapa generalisasi tentang persepsi. Meskipun generalisasi tersebut belum tentu berlaku untuk orang-orang tertentu, tapi tampaknya ia berlaku bagi sebagian orang.

d. Faktor-faktor yang berperan dalam persepsi

Dalam persepsi individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus yang diterimanya, sehingga stimulus mempunyai arti bagi individu yang bersangkutan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi. Selain itu ada beberapa faktor yang berperan dalam persepsi, yakni :

a) Obyek yang dipersepsi

Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera. Stimulus bisa datang dari luar individu yang mempersepsi tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf prima yang bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.

b) Alat indera, syaraf dan pusat susunan syaraf

Alat indera merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk menemukan atau meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

c) Perhatian yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditunjukkan kepada sekumpulan objek (Imron, 1996:17).

Dengan demikian maka apa yang diperhatikan akan benar-benar disadari oleh individu yang bersangkutan. Karena itu perhatian dan kesadaran akan mempunyai korelasi yang positif. Dengan kata lain semakin diperhatikan suatu objek akan makin disadari objek itu dan makin jelas bagi individu. Perlu diketahui bahwa tidak semua stimulus akan dipersepsi oleh individu. Dapat tidaknya dipersepsi suatu stimulus itu sendiri dan individu yang bersangkutan. Jadi dapat dikatakan bahwa stimulus bukanlah merupakan satu-satunya faktor sehingga menjadi

persepsi. Stimulus hanyalah merupakan salah satu faktor atau syarat yang pada umumnya terletak diluar individu, sehingga dapat menimbulkan persepsi pada individu yang bersangkutan.

e. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi lebih bersifat psikologis dari pada merupakan proses penginderaan saja, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, antara lain :

1) Faktor Situasional

Dalam kehidupan, manusia akan menerima banyak sekali rangsangan atau stimuli dari lingkungannya itu. Meskipun demikian mereka tidak harus menanggapi semua stimuli yang diterimanya. Dengan menerima stimuli yang tidak tampak oleh panca indera, mereka mencoba untuk memahami dan menduga karakteristik orang lain melalui petunjuk-petunjuk eksternal yang diamati.

a) Deskripsi Verbal

Yang dimaksud deskripsi verbal dalam hal ini adalah isi komunikasi persona stimuli, bukan caranya. Misalnya : orang yang menggunakan pilihan kata-kata yang tepat, mengorganisasikan pesan secara sistematis, mengungkapkan pikiran yang dalam dan komprehensif, akan menimbulkan kesan bahwa orang-orang itu cerdas dan terpelajar. Dengan kata lain deskripsi verbal melukiskan berbagai cara orang menyampaikan berita tentang orang lain dengan kata-kata tertentu yang dapat mempengaruhi persepsi kita

tentang sesuatu. Sehingga bisa merubah atau mengarahkan seluruh penilaian kita tentang sesuatu itu, apakah berupa konotasi yang positif atau negatif.

b) Deskripsi Non-verbal

Selain petunjuk verbal, non verbal juga sangat menentukan makna dalam komunikasi dan sebagai sumber informasi untuk membentuk persepsi kita tentang sesuatu. Melalui petunjuk gerakan tubuh (*kinesik*), nada suara (*paralinguistik*), pengaturan gerak dan ruang (*proksemik*), atau penampilan (*artifactual*), bisa mempengaruhi persepsi kita pada sesuatu yang kita lihat.

2) Faktor Personal

a) Pengalaman

Dengan pengalaman, seseorang akan mempersepsi dunia yang diamatinya. Karena pengalaman kita akan bertambah, tidak hanya melalui proses belajar, akan tetapi juga melalui serangkaian peristiwa yang kita hadapi. Hal ini menunjukkan pengalaman mempengaruhi kecermatan persepsi.

b) Motivasi

Dalam hal ini proses konstruktif sangat banyak melibatkan unsur-unsur motivasi. Yang dimaksud disini adalah bagaimana kita menafsirkan stimuli atau mempersepsikan peristiwa di luar kita. Entah itu karena motif biologis, ganjaran dan hukuman, karakteristik

kepribadian, pembelaan persepsi atau kebutuhan untuk mempercayai dunia yang adil.

c) Kepribadian

Dalam psikoanalisis, kepribadian dikenal sebagai salah satu pertahanan ego (*proyeksi*). Proyeksi adalah mengeksternalisasikan penalaran subyektif secara tidak sadar. Pada persepsi interpersonal orang mengenakan pada orang lain sifat-sifat yang ada pada dirinya, justru pada sifat yang tidak disenanginya. Sudah jelas orang banyak melakukan proyeksi akan tidak cermat menanggapi personal stimuli, bahkan mengaburkan gambaran sebenarnya. Akan tetapi sebaliknya, orang yang menerima dirinya apa adanya, orang yang tidak dibebani perasaan bersalah cenderung menafsirkan perasaan orang lain dengan cermat. Begitu pula dengan orang yang tenang, mudah bergaul dan ramah cenderung memberikan penilaian yang positif pada sesuatu.

3) Faktor Fungsional

Faktor fungsional berasal dari faktor kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli tetapi karakteristik response pada stimuli itu. Jadi dimungkinkan akan ada perbedaan persepsi antara individu yang satu dengan individu yang lainnya walaupun objek yang diamati sama. Bagaimana individu tersebut mengamati dan menanggapi objek.

4) Faktor Struktural

Berasal dari semata-mata sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkan dari sistem syaraf individu. Jadi lebih banyak berkaitan dengan objek persepsi (Rahmat, 2004:64).

2.2 Infotainment dalam Perspektif Islam

1. Infotainment

a. Pengertian infotainment dan asal usulnya

Kata Infotainment menurut bahasa berasal dari dua suku kata asing yang berbeda maknanya, yaitu information artinya informasi, pemberitahuan. Dan entertainment artinya hiburan (Budiono:145). Ringkasnya, sajian informasi dalam format menghibur.

Disadari, hingga kini masih berlangsung debat menyoalkan infotainment. Sebagian kalangan memandang infotainment menerabas secara berlebihan ke ruang pribadi artis, selaku narasumber utamanya. Di pihak lain, pekerja infotainment beranggapan dan merasa tindakan yang dipandang melanggar privasi itu tidak beralasan. Sebab, artis merupakan public figur (figur publik) yang perlu dikonfirmasi, demi memuaskan rasa ingin tahu penonton. Itulah sudut pandang bertolak belakang yang kerap mencuat tatkala memperbicarakan infotainment. Ada problematika soal etika peliputan dan kemasam dalam tayangannya. Barangkali saking sebalnya, ada suara-suara yang meminta Komisi

Penyiaran Indonesia (KPI) melarang atau setidaknya membatasi tampilan infotainment.

Karena itu, infotainment adalah komponen yang dibutuhkan bagi kesehatan bisnis industri televisi yang kompetitif saat ini. Namun, ini tidak dengan sendirinya berarti segenap keluhan tadi menjadi tidak berarti. Program infotainment harus diizinkan tumbuh, selama mematuhi koridor etika. Dan rujukan pertama yang harus dipatuhi adalah standart profesionalisme dalam dunia jurnalistik. Tayangan infotainment itu berasal dari production house maupun inhouse production televisi yang diharapkan untuk menghadirkan program infotainment yang segar, kreatif dan diolah secara profesional. Salah satu cara meningkatkan profesionalitas pembuatan infotainment adalah dengan menghargai, meghormati, dan menggunakan prosedur, kaidah, moral dan etika jurnalistik. Khususnya pada fase peliputan, saat wartawan infotainment “bertabrakan langsung” dengan artis yang menjadi narasumber utamanya.

Asal usul infotainment jika kita telusuri, infotainment meruyak di Amerika Serikat pada 1920-an. Bill Kovach dan Tom Rosentiel, dalam Buku “Elemen-Elemen Jurnalisme”, 2001, menuliskan bahwa budaya gosip dan selebritas muncul mengikuti penemuan radio dan tabloid. Hiburan (entertainment) dan sepupunya infotainment cenderung fokus pada hal-hal yang menggembirakan hati. Sedangkan

jurnalisme sejak awal berfokus untuk menceritakan apa yang terjadi setepat-tepatnya.

Bill Kovach dan Tom Rosentiel mencatat, diakhir 1990-an, seiring dengan pesatnya televisi kabel dan internet, untuk kali pertama dalam sejarah, berita kian banyak diproduksi oleh perusahaan non jurnalisme. Organisasi ekonomi ini memungkinkan berita yang independen akan tergantikan oleh komersialisme untuk kepentingan diri sendiri yang menyatu sebagai berita. Dalam memproduksi tayangan televisi, perusahaan non-jurnalisme memandang format atau kemasan tayangan lebih tinggi nilainya dibanding dengan kebenaran informasi (Bill, Kovach dan Tom Resential, 2001).

Gaya infotainment televisi memang cepat populer. Kekuatan format baru itu terletak pada: materi visual dengan passing cepat, mampu melontarkan makna simbolis dan sensualitas melalui tampilan visualnya, juga cara penyampaian berita yang menekankan pangalam sehari-hari. Bentuk tayangan semacam ini oleh Chris Barker, dalam "Cultural Studies: Teori dan Praktik", 2005, dipandang bisa meningkatkan pemahaman penonton ketimbang gaya berita televisi format lawas yang terkesan kaku dan terlalu makan waktu. Meski begitu, Chris Barker mengingatkan format populer juga mereduksi pemahaman karena gagal menyediakan konteks struktural untuk peristiwa berita. Penonton memang tahu apa yang terjadi setidaknya

versi-versi tertentu atas apa yang terjadi, akan tetapi tidak mengerti alasan terjadinya.

Di sisi lain Bonnie M. Anderson, mantan reporter CNN dan NBC, dalam “New Flash, Journalism, Infotainment and the Bottom Line Business of Broadcast News”, 2004, meyakini fungsi utama dari berita tidak harus menghibur, melainkan menginformasikan secara jujur dan menyeluruh. Cara itu bisa ditempuh dengan mengikuti petunjuk etika dan memegang teguh standar jurnalisme yang menekankan penyajian peristiwa sebenarnya, tanpa dilebih-lebihkan. Otomatis dirinya, enggan menonjolkan kehadiran bintang-bintang, kalimat provokatif, “semangat” dalam editing, serta memberi judul berita sensual.

Bill Kovach dan Tom Rosentiel menandakan tanggung jawab wartawan bukan sekedar menyediakan informasi, tapi menghadirkannya sedemikian rupa sehingga orang tertarik untuk menyimak/menonton (Bill, Kovach dan Tom Resential, 2001:180). Dalam konteks wartawan harus membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan inilah, jurnalisme tergelincir oleh godaan infotainment. Ditambahkan, ciri penting dari jurnalisme infotainment sebagaimana disitir Leo Braudypakar industri hiburan-adalah, “dengan satu dan lain jalan menyajikan berita sebagai sebuah rahasia. Anda harus menjadi reporter yang tahu rahasia ini dan membiarkan penonton ikut mengetahui juga. Dan sayangnya, seiring waktu, rahasia ini adalah

sesuatu yang berbau “skandal atau kecabulan”. Hal ini, pada gilirannya, menciptakan “sebuah penonton yang suka menganggap dirinya sosok yang tahu perasaan, yang butuh asupan kecabulan” (Barker :2005).

b. Muatan infotainment

Hampir segala sisi kehidupan artis tidak luput dari sergapan liputan infotainment. Apakah itu skandal, perkawinan, perceraian, selingkuh, hobi, aktivitas keseharian, belitan kasus, maupun kasus lain sejenisnya. Kumparan tema tersebut mencerminkan rendahnya gizi asupan tayangan, karena menunya jauh relevansinya bagi penonton dalam konteks kehidupan sosialnya.

Dominasi tema remeh temeh dalam infotainment dapat disoroti dari reportase Kompas “Sebuah Berita dari Kamar Tidur ” yang mengungkapkan bahwa isi infotainment telah memasuki wilayah kamar. Ikhwal kawin, cerai, selingkuh, hamil, telat menstruasi, terdapat AIDS, kanker, menu anak di got, menjadi menu utama tayangan. Bahkan, sampai ke soal sepele, karena niscaya menyajikan berita artis ternama yang tidak bisa buang air besar, kalau tanpa harus minum obat urus-urus.

Berdasarkan studi literatur dan pengamatan langsung terhadap beberapa episode muatan infotainment, maka teridentifikasi tema liputannya. Mulai pertunangan, lamaran, pernikahan, perceraian, rujuk, selingkuh, pacaran, putus, sambung lagi, kehamilan, kelahiran, promosi

usaha, ulang tahun, persetujuan, penyimpangan, sampai dengan pindah agama.

Tema ini biasanya tidak dibiarkan begitu saja. Mereka mengemas fakta yang digabung dengan desas desus. Dalam bingkai Bill Kovach dan Tom Resentiel, tindakan seperti itu sebagai sebuah ironi, bahwa bumbu-bumbu cerita ditulis (dan disampaikan) untuk menciptakan "suasana" realisme. Misalnya, ada pasangan yang bercerai, musababnya berusaha dikaitkai dengan adanya "orang ketiga", seperti perceraian Anang Hermansyah. Dalam pandangan postmodern, dominasi tayangan infotainment televisi sedemikian remeh-temeh itu cerminan semangat dekonstruksi. Yasraf Amir Piliang, dalam Media Tor, Nomor 2, 2002, lebih lanjut menguraikan bahwa permainan bebas bahasa (language game) dan permainan bebas tanda (free play of signs) lah yang menggiring wacana komunikasi postmodern ke arah sikap yang merayakan tanda ketimbang makna, penanda (signifier) ketimbang petanda (signified), citra ketimbang kebenaran, simulacrum ketimbang realitas, cenderung merayakan segala sesuatu yang remeh-temeh dan ringan (banal), sesuatu yang tidak penting, tidak urgen (Jurnal Media Tor, Nomor 2, 2002).

c. Dampak Infotainment

Infotainment merupakan sebuah acara yang memadukan antara informasi dan hiburan. Infotainment menjual informasi yang dipertimbangkan memenuhi selera pasar sehingga kerap kali

menanggalkan kaidah penting jurnanisme atas nama "pembobongan publik". Celakanya, karena kodratnya, infotainment tumbuh dalam wilayah yang rawan pelanggaran kode etik. Salah satu soal adalah, terlepas dari akar kelahirannya di Barat di mana infotainment sebenarnya berarti "informasi yang disajikan sebagai hiburan", di Indonesia istilah tersebut sudah berubah arti menjadi informasi mengenai dunia hiburan, yang kemudian lebih spesifik lagi menjadi "informasi mengenai kehidupan pribadi para artis di dunia hiburan".

Permasalahannya adalah karena frekuensi kemunculan dari program tersebut sangat intensif, sehingga para wartawan infotainment harus matimatian setiap hari untuk mencari dan menggali informasi yang layak jual mengenai segenap kehidupan pribadi para artis.

Oleh sebab itu pasti ada dampak yang ditimbulkan dari pemberitaan didalam tayangan program Infotainment, diantaranya:

a. Dampak Positif

Sisi baik dalam pemberitaan tayangan infotainment, seperti artis Umroh/naik Haji, mencapai gelar master, atau menerbitkan buku, memberikan sebab-akibat perceraian para artis terhadap anak, dll. Debby Sahertian mengakui infotainment menjadi sarana untuk menjelaskan kalau ada gossip atau apa-apa dari selebritis. Dia melihat infotainment bisa dimanfaatkan sebagai sarana promosi jika seorang artis mempunyai sesuatu yang ingin diperkenalkan kepada khalayak. Promosi yang dimaksud bukan upaya komersil untuk

memperkenalkan produk, sekadar memuat publik mengetahui bahwa dirinya sedang mempunyai kesibukan, misalnya merilis album, dan membuat sinetron (<http://suaramerdeka.com/harian/01/09/02.html>).

b. Dampak Negatif

Siapapun tahu, jualan utama program ini adalah yang mengandung konflik. Seperti perceraian para artis, seringkali mengungkap dan membeberkan berbagai macam kejelekan seseorang bahkan terkadang gossip atau fitnah yang semestinya tidak boleh disebar dan Namimah atau perkataan-perkataan yang diharamkan, dll. Sehingga munculnya fatwa NU pengharaman infotainment tentang pemberitaan yang menjelek-jelekan orang.

Dampak negatif tayangan itu adalah menjadikan penonton kurang produktif. Aktivitas seseorang akhirnya menyesuaikan jadwal tayangan infotainment sehingga rutinitas kerja atau kehidupannya menjadi terganggu.

Sedangkan di kalangan masyarakat, derasnya tayangan infotainment di layar kaca bisa berdampak negatif pada meningkatnya sikap permisif terhadap hal-hal yang tidak bermoral. Secara terperinci, laporan "Bergesernya Ruang Pribadi", situs Republika, 10 Juli 2005, menekankan," Seperti pernah dikatakan raja media Australia, Rupert Murdoch, berita-berita yang berkaitan dengan skandal cinta dan sex memang selalu menarik. Apalagi jika

menyangkut selebriti dan tokoh masyarakat (Bergesernya Ruang Pribadi”, www.republika.co.id, 10 Juli 2005).

Kenyataannya, tayangan-tayangan infotainment yang mengangkat skandal seperti itu banyak digemari pemirsa, terutama kaum perempuan. Kaum yang suka ngerumpi, dan kini banyak kehilangan ruang untuk itu, seperti menemukan gantinya pada acara-acara TV yang penuh gossip tersebut. Tetapi, dibalik tayangan infotainment (TV) itu ada pergeseran nilai yang bisa membahayakan, karena mendapatkan perluasan serta pembesaran melalui media publik. Jika malu benar-benar hilang, maka potensial terjadi korosi moral dan orang tidak akan malu lagi jika melakukan hal-hal yang semula dianggap tidak bermoral.

2. Infotainment dalam Perspektif Islam

Dari pemaparan tentang infotainment diatas dapat kita simpulkan bahwa hampir semua muatan acara infotainment berisikan gosip atau membicarakan aib orang lain. Walaupun ada juga yang berisi muatan-muatan positif seperti cerita-cerita sukses selebritis, baik dalam karier maupun dalam membina keutuhan rumah tangga.

Namun, sisi positif infotainment itu nampaknya sudah tertutup oleh muatan-muatan infotainment yang berisi ghibah atau membicarakan aib selebritis seperti perceraian, perselingkuhan, dan masalah-masalah pribadi selebritis.

Sedangkan, Islam sendiri dengan tegas melarang umatnya untuk membicarakan aib seseorang, karena itu sesungguhnya termasuk perbuatan ghibah.

Allah SWT berfirman dalam surat Al-Hujurat ayat 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ.

“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah sebahagian kamu menggunjing sebahagian yang lain. Sukakah salah seorang di antara kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat lagi Maha Penyayang. (QS. Al-Hujurat: 12).

Rasulullah SAW bersabda:

ذِكْرُكَ أَخَاكَ بِمَا يَكْرَهُ، قِيلَ: أفر أيت إن كان في أحى ما أقول؟ قال: إن كان فيه ما تقول فقد اغتبتنه وإن لم يكن فيه فقد بهتته. (رواه مسلم والترمذى وأبو داود وأحمد)

“Ghibah ialah engkau menceritakan saudaramu tentang sesuatu yang ia benci.” Si penanya kembali bertanya, “Wahai Rasulullah bagaimanakah pendapatmu bila apa yang diceritakannya itu benar ada padanya?” Rasulullah saw menjawab, “Kalau memang benar ada padanya, itu ghibah namanya. Jika tidak berarti engkau berbuat buhtan (dusta).” (HR. Muslim, Tirmidzi, Abu Dawud dan Ahmad) (Shahih, HR. Muslim no. 2589, Abu Dawud no. 4874, dan At-Tirmidzi no.1435).

Adapun yang berupa *atsar* diantaranya ditakhrijkan oleh Imam Ibnu Abid-dunya dalam kitab *Ash-Shamtu*, Imam Thabrani dalam kitab *Al-Awsath* dan Al-Ashbihani dalam kitab *At-Tarhib* dari Jabir bin Abdillah dan Sa'id Al-Khudry ra, Rasulullah saw bersabda:

الغيبية أشد من الزنا، قيل وكيف؟ قال: الرجل يزني ثم يتوب فيتوب الله عليه فإن

صاحب الغيبة لا يغفر له حتى يغفر له صاحبه.

“Ghibah itu lebih berat dosanya daripada zina. Mereka bertanya: mengapa demikian? Beliau menjawab: seorang lelaki berzina lalu bertaubat, Allah akan menerima taubatnya, sedangkan si pelaku ghibah tidak akan diampuni kecuali orang yang dighibahnya mengampuninya.” (HR. Hannad bin Sirry, Ibnu Abi Hatim, Ibnu Hibban, dan Ibnu Abid-Dunya)

Rasulullah bersabda: *“Ketika saya dibawa naik, saya melewati suatu kaum yang memiliki kuku dari tembaga yang dengannya mereka mencakar-cakar wajah dan dada mereka. Aku bertanya: ‘Hai Jibril, siapakah mereka?’ Jibril menjawab: ‘ Mereka adalah kaum yang telah memakan daging orang lain dan menginjak-injak kehormatan mereka”* (HR. Abu Dawud no. 4878 dari shahabat Anas bin Malik dan dishahihkan oleh Asy-Syaikh Al-Albani dalam Shahih Sunan Abi Dawud no. 4082 dan dalam Ash-Shahihah no. 533 dalam Azzam, 1996:46).

Islam juga tidak melarang semua perbuatan ghibah, Al-Imam An-Nawawi berkata: *“Ghibah dibolehkan dengan tujuan syariat yang tidak mungkin mencapai tujuan tersebut melainkan dengannya.”* Dibolehkan ghibah pada enam perkara:

1. Ketika terdzalimi.
2. Meminta bantuan untuk menghilangkan kemungkaran
3. Meminta fatwa
4. Memperingatkan kaum muslimin dari sebuah kejahatan atau untuk menasihati mereka.
5. Ketika seseorang menampakkan kefasikannya.
6. Memanggil seseorang yang dia terkenal dengan nama itu.

(Riyadhus Shalihin, bab “Apa- apa yang Diperbolehkan untuk Ghibah”)

Cara Bertaubat dari Ghibah Menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah , orang yang telah berbuat ghibah tidak harus mengumumkan taubatnya Cukup baginya memintakan ampun bagi orang yang dighibahi dan menyebutkan segala kebaikannya di tempat-tempat mana dia mengghibahinya. Pendapat ini yang dikuatkan oleh Ummu Abdillah Al-Wadi' iyyah dalam kitabnya *Nashihati lin Nisa'* (Azzam, hal. 31).

Haruskah Meminta Maaf kepada Orang yang Dighibahi? Dalam permasalahan ini, perlu dirinci Pertama, bila orang tersebut mendengar ghibahnya, maka dia harus datang kepada orang tersebut meminta kehalalannya (minta maaf).

Kedua, jika orang tersebut tidak mendengar ghibahnya maka cukup baginya menyebutkan kebaikan-kebaikannya dan mencabut diri darinya di tempat ia berbuat ghibah.

Al-Qahthani dalam kitab *Nuniyyah* (hal. 39) beliau menasihati kita: *“Janganlah kamu sibuk dengan aib saudaramu dan lalai dari aib dirimu, sesungguhnya yang demikian itu adalah dua keaiban.”*

Dari dalil-dalil diatas sudah sangat jelas bahwa Islam sangat melarang perbuatan ghibah, dan hukumnya haram. Adakalanya ghibah itu diperbolehkan dengan tujuan syariat. Adapun orang-orang yang melakukan ghibah itu seperti memakan daging saudaranya yang sudah mati. (Azzam, 1996: 40-49).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dengan pertimbangan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Hal ini bukan berarti bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif, akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara-cara berpikir formal dan argumentatif.

Untuk memperjelas penelitian kualitatif deskriptif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Suharsimi yaitu penelitian dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi menurut gejala yang ada, keadaan apapun yang ada pada saat penelitian dilakukan. Penelitian ini hanya memaparkan situasi dan peristiwa bukan mencari atau memperjelas hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Dalam penelitian ini dititikberatkan pada metode observasi, setting alamiah. Peneliti hanya berperan sebagai pengamat yang

membuat sebagai pengkategorian suatu perilaku, mengamati gejala, mencatat dan tidak memanipulasi variable penelitian.

Peneliti lebih mengamati subyek guna menemukan wawasan baru sehingga hipotesa tidak muncul sebelum penelitian. Dengan demikian penelitian kualitatif deskriptif tidak hanya menjabarkan (analisis) saja tetapi juga memadukan atau sintetis.

Selain itu, yang lebih utama dalam penelitian kualitatif adalah pemusatan perhatian pada penelitian agar sampai pada makna yang ditimbulkan karena bila ini dilakukan maka peneliti terjun langsung dalam kehidupan yang diteliti, kemudian menyesuaikan dan memahami lapangan.

Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat menelusuri tiap pemikiran dan perilaku obyek penelitian secara jelas, luas dan mendalam.

Sedang penggunaan penelitian jenis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh (Azwar, 2003:6).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Sumber data ada dua macam :

- a) Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung berkaitan dengan obyek peneliti. Dalam hal ini yang menjadi sumber data primer yaitu para pemirsa program acara *Insert* di Trans TV yang ada di desa Ngelokulon Kecamatan Mijen. Kegiatan pokok untuk mendapatkan data berupa bertanya, mendengar, melihat dan mengamati.
- b) Sumber data skunder adalah sumber data yang berasal dari bahan bacaan yang berupa dokumen – dokumen baik berupa buku, surat, dokumen lain yang dibutuhkan dalam penelitian untuk melengkapi data primer.³⁸ Dalam hal ini sumber data berupa dokumen dari para pemirsa program acara *Insert* di Trans TV yang ada di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen.

Untuk kelengkapan sumber data di atas maka diperlukan adanya jenis data yang dipakai peneliti untuk melengkapi sumber data tersebut, yaitu:

a. Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2009:90).

Dalam penelitian ini dipilih informan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan lokasi penelitian serta data-data tentang Insert Trans TV. Sedang untuk informan inti atau subyek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Ngelokulon, dengan kriteria penilaian tertentu yang bisa dianggap mewakili warga lainnya (Rahmat, 1985:81). Kriteria yang dimaksud yaitu:

- Tokoh-tokoh masyarakat yang berada di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen.
- Dari latar belakang pekerjaan, tokoh pemerintahan desa dan tokoh kepemudaan setempat.
- Sehat jasmani dan rohani,
- Beragama Islam, dan
- Pernah menonton program acara Infotainment Insert di Trans TV.

Dari hasil pra riset, maka diperoleh 20 informan diantaranya dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Data Informan

No	Nama	Usia	Status
1.	Suriáh	40 Tahun	Ibu Rumah Tangga
2.	Ulin Nuha	25 Tahun	Ketua Karang Taruna

3.	Niswah	17 Tahun	Pelajar
4.	Marfuáh	28 Tahun	Guru SD
5.	Lida	20 Tahun	Mahasiswa
6.	Mahfud	36 Tahun	Guru Madrasah Diniyah
7.	Suádah	30 Tahun	Guru Madrasah Diniyah
8.	Iswati	45 Tahun	Guru TK
9.	Erham	29 Tahun	Guru Swasta
10.	Salimah	17 Tahun	Pelajar
11.	Sholeh	37 Tahun	Perangkat Desa
12.	Agus	25 Tahun	Karyawan Swasta
13.	Fatkhur	27 Tahun	Tukang Cukur Rambut
14.	Niám	24 Tahun	Mahasiswa
15.	Musthofa	28 Tahun	Guru MI
16.	Irham	24 Tahun	Mahasiswa
17.	Rokhis	28 Tahun	Perangkat Desa
18.	Ulfa	23 Tahun	Mahasiswa
19.	Susana	33 Tahun	Ibu Rumah Tangga
20.	Anshori	23 Tahun	Penjaga Warnet

Alasan pemilihan 20 informan tersebut, karena mereka telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Sehingga diharapkan akan memudahkan proses penggalian data.

b. Dokumen

Dokumen adalah tulisan atau catatan yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Seperti data geografis dan demografis desa Ngelokulon, yang diperoleh dari kepustakaan profesional, dokumen ataupun dari sumber-sumber yang terpercaya.

3.4 Tahap-Tahap Penelitian

a. Tahap Pra Lapangan.

1 Menyusun rancangan penelitian.

Dalam menyusun rancangan penelitian, sebelumnya peneliti mencari sebuah fenomena yang menarik, tentunya fenomena tersebut unik dan didalamnya terdapat permasalahan yang jawabannya tidak diketahui oleh masyarakat. Sehingga fenomena tersebut dijadikan sebagai judul penelitian yang akhirnya disetujui oleh Kepala Jurusan. Setelah disetujui, peneliti segera membuat proposal penelitian dan mengurus surat perizinan untuk penelitian nantinya.

2 Memilih lapangan penelitian

Dalam hal ini peneliti memilih masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen sebagai setting informan.

3 Mengurus perizinan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti meminta surat izin penelitian dari Fakultas, Setelah itu meminta persetujuan dan ditandatangani oleh Dekan Fakultas Dakwah, lalu menyerahkan surat izin tersebut kepada Kepala Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen yang dijadikan sasaran penelitian. Surat izin tersebut tidak lain adalah guna mendapat izin dari kepala Desa agar diizinkan meneliti di lokasi yang dituju demi mendapatkan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti. Sehingga bisa menyelesaikan penelitian dengan baik.

4 Menjajaki dan menilai keadaan lapangan.

Dalam hal ini peneliti melakukan penjajakan dengan masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen serta menilai keadaan tersebut.

b. Tahap Kerja Lapangan

1 Memahami latar penelitian

Dalam hal ini, memahami latar penelitian sangat diperlukan, baik situasi maupun kondisi lokasi penelitian, keadaan desa dan penduduk setempat, sehingga peneliti tidak merasa kesulitan saat terjun ke lapangan.

2 Memasuki lapangan

Ketika memasuki lapangan yang diperlukan peneliti adalah penyatuan diri dengan masyarakat. Peneliti berusaha sedang tidak melakukan penelitian, melainkan ikut membaaur kepada masyarakat desa Ngelokulon Kecamatan Mijen agar peneliti dengan mudah mengumpulkan data dan kegiatan.

c. Tahap penulisan laporan

Setelah memperoleh ijin penelitian dari Fakultas serta data-data dan informasi yang didapat oleh peneliti dari lapangan, peneliti segera mengklarifikasikannya dan kemudian menyusunnya menjadi suatu penulisan laporan penelitian yang sistematis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan tiga macam teknis pengumpulan data.

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang penulis gunakan ialah jenis wawancara terstruktur (*structured interview*) digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara pewawancara telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif

jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini, setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan pengumpul data mencatatnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, peneliti dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data. Tentunya, pengumpul data tersebut harus diberi *training* agar mempunyai kemampuan yang sama.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 2004:106).

Pengamat mengamati seluk beluk kondisi lapangan yang ada di masyarakat desa Ngelokulon yang menonton acara Insert di Trans TV untuk mengetahui persepsi masyarakat tersebut tentang persepsi mereka terhadap tayangan Insert Trans TV sebagai data lapangan yang diperlukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan yang dijadikan sumber data dan dimanfaatkan untuk menguji serta untuk menyimpan informasi yang dihasilkan. Dokumen ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa data sekunder (sebagai pendukung data primer) yang berupa catatan, buku, agenda, dan lain-lain (Syam, 1991:109).

Dalam teknik dokumentasi ini digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang menjelaskan mengenai program siaran Insert Trans TV dan peneliti juga mengumpulkan data yang menjelaskan mengenai gambaran umum masyarakat desa Ngelokulon tentang keadaan geografi, keadaan demografi, keadaan keagamaan, keadaan ekonomi, serta keadaan pendidikan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Dari pengertian diatas memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data ini ditinjau dari tujuan penelitian. Prinsip penelitian kualitatif adalah menemukan teori dan data. Namun banyak juga ilmuwan yang menggunakannya sebagai alat untuk menguji atau memverifikasi teori yang sedang berlaku (Moleong, 2004:103).

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia, dari data-data tersebut direduksi dengan membuat rangkuman, setelah itu data-data tersebut disusun kedalam satuan-satuan dan dikategorisasikan dan dibuat kode, kemudian langkah terakhir adalah mengadakan pemeriksaan data (Moleong, 1989:247).

Adapun teori yang akan digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini adalah Model Uses and Gratifications (model kegunaan dan kepuasan).

Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek atau perubahan-perubahan seperti yang diharapkan komunikator. Variabel efek diukur pada segi kognitif (perubahan pendapat), afektif (sikap, perasaan, kesukaan), dan behavioral (perilaku atau kecenderungan perilaku). (Rakhmat, 1994:64).

Uses and gratifications (model kegunaan dan kepuasan), teori ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Gambar 3

Model "Uses and Gratifications"

Antesedan → Motif → Penggunaan Media → Efek

- Variabel - personal - hubungan - kepuasan

Individual - diversifikasi - macam isi - pengetahuan

- Variabel - personal - hubungan - kepuasan

Lingkungan identity - dengan isi - perilaku. (Rakhmat, 1994: 65)

3.7 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam suatu penelitian merupakan dasar objektivitas hasil yang dicapai. Dalam penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif terhadap persepsi masyarakat mengenai acara infotainment *Insert*, menggunakan beberapa teknik dalam mengevaluasi keabsahan data sebagai berikut :

a. Ketentuan Pengamatan

Dalam hal mengkaji masalah penelitian, peneliti juga harus secara mendalam memahami persoalan penelitian yang diangkat. Keseluruhan pengamatan ini dimaksudkan untuk memahami ciri-ciri dan unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan pola komunikasi sebagai pusat kajian peneliti yang kemudian memusatkan diri pada focus masalah penelitian.

Hal ini berarti bahwa peneliti yang secara mendalam dan tekun mengamati dari berbagai faktor yang menonjol, akan dapat memperoleh data yang lengkap. Ketelitian dan kerincian yang berkesinambungan inilah membuat peneliti dengan secara mudah untuk menguraikan permasalahan yang menjadi pokok persoalan penelitian ini.

Ketekunan pengamatan digunakan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan adanya pengamatan yang berperan serta

dalam penelitian maka akan diperoleh kedalaman data yang bisa disesuaikan dengan masalah yang diteliti (Moleong, 2001:174).

b. Diskusi Sejawat

Diskusi ini dilakukan bersama teman-teman yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang diteliti, sehingga bersama peneliti dapat *me-review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan (Moleong, 2001:330).

Dalam hal ini peneliti menjelaskan setiap temuan data dan fenomena yang ada dilapangan dan selanjutnya meminta masukan dan saran agar diperoleh hasil penelitian yang obyektif. Diskusi sejawat ini mampu memberikan suatu kesempatan, untuk menjajaki dan menguji hipotesis yang muncul dari pemikiran peneliti.

BAB IV

DATA DAN ANALISISNYA

4.1 Gambaran Desa Ngelokulon

a. Letak Geografis

Desa Ngelokulon merupakan bagian dari Kecamatan Mijen Kabupaten Demak. Desa Ngelokulon ini terdiri atas 10 RT. Wilayah yang terletak di Demak bagian Utara ini merupakan wilayah atau daerah yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Jepara. Adapun batas-batas Desa Ngelokulon adalah :

Sebelah Utara : Sungai dan Sawah

Sebelah Selatan : Sungai dan Sawah

Sebelah Barat : Desa Pasir

Sebelah Timur : Desa Jleper

b. Keadaan Umum Penduduk

a) Keadaan Jumlah Penduduk

Warga Desa Ngelokulon tergolong heterogen, dari data yang peneliti dapatkan di lapangan tercatat ada 545 KK yang

menjadi penduduk tetap. Adapun komposisi penduduk menurut jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-Laki	786
2.	Perempuan	979
Jumlah		1765

Sumber data : Monografi Desa Ngelokulon Tahun 2011

b) Keadaan keagamaan

Pemeluk agama Islam di Desa Ngelokulon sangat mendominasi dengan persentase kurang lebih 100 % dari jumlah keseluruhan penduduk. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut ini:

Tabel 4.3

Persentase penduduk berdasarkan agama

Agama yang dianut	Jumlah	Persentase
Islam	1765	100 %
Kristen	0	0 %
Khatolik	0	0 %

Hindu	0	0 %
Budha	0	0 %

Sumber data: Balai Desa Tahun 2011

c) Kondisi Ekonomi Penduduk

Kondisi ekonomi Warga Desa Ngelokulon termasuk heterogen, hal ini ditentukan oleh bentuk pekerjaan mereka. Para warga Desa Ngelokulon mencari pekerjaan sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Namun kebanyakan dari mereka adalah petani, tetapi ada juga beberapa yang berwiraswasta dan merantau luar daerah/provinsi. Melihat dari kondisi rumah dan penampilan warga Desa Ngelokulon tergolong berada pada tingkat ekonomi yang cukup (menengah).

d) Kondisi Pendidikan Penduduk

Tingkat pendidikan warga Desa Ngelokulon bervariasi, hal ini dapat dilihat dari komposisi dari berbagai jenis tingkat pendidikan, mayoritas warga Desa Ngelokulon berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), walaupun ada sedikit remajanya yang menempuh pendidikan ke jenjang kuliah, tapi mayoritas adalah lulusan SMA/SMK sederajat.

e) Kondisi Sarana Informasi dan Perhubungan

Dalam aktivitasnya sehari-hari warga Desa Ngelokulon banyak memanfaatkan sarana transportasi dan informasi (komunikasi). Sarana ini tidak dapat lepas dari kehidupan mereka setiap harinya, karena merupakan sarana penunjang bagi kehidupan ekonomi, pendidikan maupun sosial masyarakat. Terdapat berbagai sarana transportasi dan informasi untuk memenuhi kebutuhan warga Desa Ngelokulon, antara lain :

1). Sarana Transportasi

Sarana transportasi warga Desa Ngelokulon meliputi mobil, sepeda motor, sepeda ontel, minibus/isuzu, becak dan andong.

2). Sarana komunikasi dan informasi

Sedangkan sarana komunikasi dan informasi yang digunakan warga Ngelokulon antara lain seperti televise, radio, wartel dan handphone.

4.2 Profil *Insert*

Nama acara : *Insert* - Informasi Selebritis

Kategori : Infotainment

Stasiun TV : Trans TV

Jam Tayang : *Insert* Pagi : Setiap Hari, Jam 06.30 - 08.00 WIB

Insert Siang : Setiap Hari, Jam 11.00 - 12.00 WIB

Insert Investigasi Sore : Setiap Hari, Jam 17.30 - 18.00 WIB

Pembawa Acara:

Insert Pagi: Terry Puteri, Irfan Hakim, & Lenna Tan

Insert Siang: Fenita Arie, Ersya Mayori, & Indra Herlamban

Insert Investigasi Sore: Nadia Mulya, Caroline Zachrie, Deasy Novianty.



Gambar 4

Logo Program Acara *Insert*



Gambar 5

Logo stasiun televisi swasta yang menayangkan program acara *Insert*

4.3 Persepsi Masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak Tentang Program Acara *Infotainment Insert* Di Trans TV

Salah satu kegiatan penting dalam proses penelitian ini adalah kegiatan mengumpulkan data, menjelaskan data-data dengan pemaparan naratif-deskriptif, kemudian setelah itu data dan fakta hasil penelitian peneliti disusun, diolah dan kemudian ditarik makna dalam bentuk pernyataan kesimpulan yang bersifat umum. Untuk itu peneliti diwajibkan untuk benar-benar memahami berbagai hal yang berkaitan dengan pengumpulan data, terutama pendekatan dan jenis penelitian deskriptif, dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan bukan angka-angka. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Sedangkan jenis penelitian dalam skripsi ini adalah kualitatif, untuk nantinya akan dapat menghasilkan data secara kualitatif pula.

Dalam penelitian ini peneliti melihat pendapat yang disampaikan oleh warga Desa Ngelokulon dalam mempersepsi program acara *Insert* berbeda-beda satu dengan lainnya. Hal ini adalah sebuah kewajaran, karena persepsi seseorang sangat erat dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan yang mereka miliki.

Berikut ini hasil wawancara yang penulis tanyakan mengenai persepsi warga desa ngelokulon tentang acara infotainment *Insert* di Trans TV. Langkah pertama penulis mencoba menemukan faktor yang memotivasi warga desa Ngelokulon untuk menyaksikan program acara *Insert* di Trans

TV. Banyak dari mereka yang mengemukakan pendapat yang beragam. Antara lain sebagai berikut:

“pembawa acaranya cantik-cantik dan cakep-cakep, selain itu pintar dan kreatif”. (wawancara dengan Iswati, tanggal 24-06-2011).

“cantik-cantik rek. Saya jadi tambah gimana githu kalau nonton” (wawancara dengan Anshori, tanggal 24-06-2011).

Dari data diatas dapat kita ketahui, bahwa salah satu faktor yang memotivasi mereka untuk menyaksikan acara Insert ialah dikarenakan penampilan pembawa acaranya yang cantik dan cakep.

Sebenarnya dari data diatas juga bisa menunjukkan bagaimana proses persepsi itu ditangkap oleh panca Indera (mata) yang kemudian memunculkan rasa tertarik terhadap objek yang dipersepsi.

Tapi tidak semua dari warga desa Ngelokulon yang memiliki pendapat yang sama dengan diatas, ada juga beberapa warga yang memiliki pendapat yang berbeda. Hal ini sangat wajar, dikarenakan persepsi kelompok atau individu pasti berbeda antara satu dengan yang lainnya.

“Terlalu berlebihan dalam menyampaikan beritanya dan terlalu bertele-tele” (wawancara dengan Sholeh, tanggal 24-06-2011).

“Yang laki-laki terlalu banci dan yang perempuan berpakaian terlalu terbuka” (wawancara dengan Musthofa, tanggal 24-06-2011).

Tanggapan dari warga yang berbeda ini lebih dikarenakan oleh faktor personal individu yang mempersepsi. Karena Sholeh yang berumur 37 tahun ini bekerja sebagai perangkat desa. Secara tidak langsung beliau ini sudah memiliki banyak pengalaman hidup. Karena pengalaman hidup individu bisa mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap suatu persoalan.

Sedangkan musthofa yang berprofesi sebagai guru MI secara tidak langsung pola pikirnya akan sangat dipengaruhi oleh basic keilmuan yang dia miliki. Itulah mengapa persepsi setiap orang pasti berbeda.

Adapun tahap selanjutnya penulis mencoba menanyakan tentang acara Insert secara substantive atau isi media. Penulis mengelompokkan hasil jawaban kedalam beberapa kategori yaitu biasa-biasa saja, bagus, kurang menarik dan menarik.

No	Nama	Jawaban	Kategorisasi
1.	Lida	<i>“Isinya biasa saja, sama antara stasiun TV satu dengan yang lain”</i>	Biasa
2.	Salimah	<i>“Biasa, dan yang dibicarakan itu-itu saja jika sudah menjadi hot-hotnya”</i>	Biasa
3.	Ulfa	<i>“Biasa aja, isinya sama dengan infotainment yang lain”</i>	Biasa

4.	Agus	<i>“Isinya bagus, detail membahas infotainmentnya”</i>	Bagus
5.	Iswati	<i>“Isinya sangat menarik buat saya”</i>	Menarik
6.	Susanah	<i>“Isinya cukup menarik”</i>	Menarik
7.	Anshori	<i>“Kurang menarik”</i>	Kurang menarik
8.	Rokhis	<i>“cukup menghibur saat bosan dengan acara-acara TV yang laen”</i>	Menghibur
9.	Sa’adah	<i>“Sedikit menghibur”</i>	Menghibur

Selanjutnya, penulis menanyakan tentang kemasan acara dan jam tayang acara Insert. Disini penulis mengkategorikan menjadi tiga yaitu kategori positif dan kategori negatif. Kategori positif yaitu jawaban dari wawancara yang berupa tanggapan-tanggapan seperti bagus, menarik, dan menghibur. Sedangkan kategori negatif ialah jawaban-jawaban yang bertolak belakang dari kategori positif.

Kategorisasi positif

No	Nama	Jawaban
----	------	---------

1.	Anshori	<i>“Pas, karena tayang sehari tiga kali. Jadi bisa nonton terus”</i>
2.	Iswati	<i>“jam tayangnya pas buat saya, karena pada jam-jam tersebut saya sudah selesai mengajar”</i>
3.	Irham	<i>“Cukup efektif karena ditayangkan berkali-kali, ya walaupun kadang bosan juga”</i>
4.	Fatkhur	<i>“asyik buat dinikmati pas nyukur rambut, itung-itung buat nambah bahan pembicaraan dengan pelanggan biar ga bosan”</i>
5.	Lida	<i>“menurut saya cukup efektif, karena tayang sehari 3 kali”</i>
6.	Niswah	<i>“jam tayangnya sering banget, jadi aku suka nonton”</i>
7.	Salimah	<i>“Cukup menarik mas, karena kita bisa nonton sehari 3x”</i>
8.	Ni’am	<i>“Bisa buat hiburan”</i>
9.	Susanah	<i>“Bagus, setiap hari ada terus mas”</i>
10.	Sholeh	<i>“Kemasan siarannya sudah bagus, tapi pakaiannya kurang sopan”</i>
11.	Mahfud	<i>“Bagus mas”</i>

Kategori negatif

No	Nama	Jawaban
1.	Ulin Nuha	<i>“membuat para penonton memandang sebelah mata, karena hal tersebut sama saja menggossipkan kita”</i>
2.	Ulfa	<i>“mending sehari tayang sekali saja, tidak usah 3 kali terlalu dosa”</i>
3.	Musthofa	<i>“Terlalu berlebihan”</i>
4.	Su’adah	<i>“Ah, terlalu biasa-biasa saja tidak ada yang menarik”</i>
5.	Rokhis	<i>“siarannya sehari sekali saja, pemirsa terlalu bosan dengan acara gosip”</i>
6.	Suri’ah	<i>“Tayang hamper setiap hari kadang membosankan karena gak ada acara lain”</i>
7.	Erham	<i>“kurang bagus, mungkin dari tempat siarannya kurang begitu fresh”</i>
8.	Agus	<i>“Siarannya kadang membosankan karena di acara lain sudah ada siaran itu, tapi diulang-ulang”</i>
9.	Marfu’ah	<i>“Jam tayangnya perlu diganti mas”</i>
10.	Ulfa	<i>“Mendingan sehari tayang sekali saja, tidak usah 3x terlalu dosa.”</i>

Tahapan wawancara yang terakhir penulis menanyakan tentang persepsi warga desa Ngelokulon tentang gaya bahasa acara Insert di Trans TV. Adapun pengklasifikasian atau kategorisasi seperti berikut:

Kategori biasa

No	Nama	Jawaban
1.	Susanah	<i>"Biasa saja"</i>
2.	Lida	<i>"Biasa saja"</i>
3.	Salimah	<i>"Gaya bahasanya biasa saja"</i>

Kategori Positif

No	Nama	Jawaban
1.	Fatkhur	<i>"Bahasanya anak muda banget, meski kadang terlalu berlebihan"</i>
2.	Ulin Nuha	<i>"Menarik"</i>
3.	Ulfa	<i>"Kalau yang siaran pagi dan siang gaya bahasa yang digunakan santai, sedangkan Insert Investigasi sangat lebay."</i>
4.	Irham	<i>"Bagus dan yang pasti saya tidak terlalu suka sama hal"</i>

		<i>yang lebay dari segi bahasa.”</i>
5.	Marfu’ah	<i>“Gaya bahasanya mudah dipahami”</i>
6.	Agus	<i>“Bahasanya baguslah itu, tidak ketinggalan zaman.”</i>
7.	Erham	<i>“Gaya bahasanya sudah lebih baik, karena sudah bisa menghipnotis para penonton.”</i>
8.	Iswati	<i>“Kalau bagi saya ya kurang menarik, karena bahasa yang digunakan bahasa anak muda. Kadang saya malah gag paham.”</i>
9.	Anshori	<i>“Gaul banget”</i>
10.	Suri’ah	<i>“Kalau Insert yang biasa itu menarik, tapi kalau yang Insert Investigasi terlalu dibuat-buat.”</i>
11.	Ni’am	<i>“menarik”</i>

Kategori Negatif

No	Nama	Jawaban
1.	Sholeh	<i>“Bahasanya terlalu berlebihan dan tidak baku.”</i>
2.	Musthofa	<i>“Bahasanya kurang baku”</i>

3.	Su'adah	<i>"Terlalu dibuat-buat mas"</i>
4.	Rokhis	<i>"Terlalu dibuat-buat"</i>
5.	Niswah	<i>"Bahasanya tidak menggunakan bahasa formal"</i>
6.	Mahfud	<i>"terlalu ditambah-tambahi"</i>

4.4 Analisis Data

Data lapangan yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini berupa data-data yang bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis data komparatif konstan dengan membandingkan langsung hasil temuan di lapangan dengan teori yang relevan. Dari penelitian yang dilakukan dengan judul Persepsi Masyarakat Tentang Acara Infotainment *Insert* di TRANS TV yang dilakukan pada masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak diperoleh hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis selama proses penelitian, maka disini peneliti berusaha untuk menganalisis data-data yang berhasil diperoleh itu.

Persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen dalam merespon program acara *Insert* di TRANS TV menunjukkan hasil persepsi yang positif dan negatif dalam menanggapi program acara tersebut.

Rangsangan yang diperoleh dari menonton acara *Insert* ditangkap oleh indera warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen, dari rangsangan yang

ditangkap oleh panca indera tersebut kemudian disalurkan oleh sistem syaraf mereka ke otak, otak mengolah setiap rangsangan yang ada, mengenalinya, dan mencoba melakukan penalaran sesuai dengan pengetahuan yang mereka miliki, pada tahap ini muncullah beberapa persepsi warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen mengenai program acara *Insert*.

1. Persepsi positif

Persepsi positif yang ada dalam diri warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen dipengaruhi oleh beberapa pemikiran mereka, yaitu bahwa program tayangan tersebut :

- a. Menarik, karena acara ini mencoba menyajikan tayangan gosip yang dikemas dengan gaya yang berbeda dari acara-acara yang lain. Seperti halnya, pembawa acaranya yang seru, lucu dan seksi menjadi daya tarik tersendiri.
- b. Menghibur, karena banyak dari warga Desa Ngelokulon merasa terhibur dengan hostnya, dan juga bisa menjadi hiburan saat waktu-waktu senggang.

2. Persepsi negatif

Selain persepsi positif dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa orang, juga terdapat persepsi yang termasuk dalam kategori persepsi negatif. Jika dianalisis dari hasil wawancara yang ada, maka persepsi negatif yang muncul dari beberapa warga Desa

Ngelokulon Kecamatan Mijen ini cenderung lebih banyak disebabkan karena acara *Insert* terlalu berlebihan dan terlalu menambah-nambahi dalam pemberitaan maupun gaya bahasanya. Selain itu juga acara *Insert* terlalu membuka aib-aib selebritis.

Sebagai lanjutan dalam penulisan skripsi ini adalah konfirmasi atau perbandingan antara temuan di lapangan dengan teori-teori baik yang mempunyai kesesuaian atau relevansi maupun yang berseberangan. Sesuai dengan hasil analisa data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, sebagai konsekuensinya adalah membandingkan hasil temuan data yang di dapat dari lapangan dengan teori yang relevan. Teori yang relevan berkaitan dengan fokus masalah, yaitu mengenai persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen yang merespon program acara *Insert* di TRANS TV.

Dari analisis yang penulis lakukan, penulis merasa persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen yang merespon program acara *Insert* di TRANS TV sangat erat dengan teori *Uses and Gratifications*. Teori ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi mengenai apa yang dilakukan orang terhadap media, jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus, seperti kepuasan atau rasa senang dan terhibur.

Katz, Gurevitch dan Haas memulai teori ini dengan lingkungan sosial (*social inveroiment*) yang menentukan kebutuhan manusia.

Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian. Dimana kebutuhan individual (*individual needs*) dikategorikan sebagai *cognitive needs*, *affective needs*, *personal integrative needs*, *social needs*, *social integrative needs* dan *escapist needs*.

Cognitive needs (kebutuhan kognitif). Dalam tayangan *Insert*, pemirsa yang berasal dari Desa Ngelokulon memiliki kebutuhan yang didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungannya, disini dapat berarti lingkungan sosial, ataupun kondisi sosial kehidupan yang memotivasi mereka untuk mengkonsumsi tayangan tersebut.

Affective needs (kebutuhan afektif) Dalam hal ini para pemirsa *Insert* warga Desa Ngelokulon merasa mendapatkan pelajaran hidup baru dari pengalaman-pengalaman orang lain, yang melibatkan situasi emosional tersendiri bagi mereka. Seperti senang dan terhibur dengan tayangan *Insert*.

Escapist needs (kebutuhan pelepasan). Dalam hal ini para pemirsa warga Desa Ngelokulon ingin mendapatkan hiburan alternatif melalui tayangan *Insert* sebagai sarana untuk melepas penat.

Cara berpikir *Uses and Gratification* berlaku pada manusia pada umumnya, dimana seseorang memiliki kebutuhan mendasar terhadap interaksi sosial. Berdasarkan pengalaman, dia mengharapkan bahwa konsumsi atau penggunaan media tertentu, akan memberikan sejumlah pemenuhan bagi kebutuhan ini. Hal ini akan membuatnya menonton acara TV tertentu, seperti Program acara *Insert* yang tayang di TRANS TV. Aktivitas

seperti ini menghasilkan suatu pemenuhan kebutuhan, namun pada saat yang bersamaan aktivitas ini juga menciptakan ketergantungan pada media massa dan perubahan kebiasaan-kebiasaan sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penggunaan media massa oleh individu telah memberikan fungsi alternatif bagi interaksi sosial yang sesungguhnya.

4.5 Pandangan Dakwah Tentang Persepsi Masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak

Sebagai lanjutan dalam penelitian ini, peneliti mencoba menganalisis hasil persepsi masyarakat desa Ngelokulon Kecamatan Mijen kabupaten Demak dalam pandangan dakwah.

Sesuai dari hasil penelitian, peneliti menemukan persepsi masyarakat yang berbeda-beda. Akan tetapi, mayoritas suka dan sering menonton acara *Insert* karena sebagai hiburan. Ada beberapa informan yang mendapatkan pengalaman hidup dari tayangan tersebut.

Walaupun warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen sudah tahu acara infotainment berisi gosip, akan tetapi minat warga Desa Ngelokulon masih tinggi. Ini dikarenakan dari kebiasaan, pengaruh lingkungan tempat warga bersosialisasi dan lingkungan tempat bekerja. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan informasi dan hiburan warga Desa Ngelokulon sangat dominan, disamping untuk mengisi waktu luang ataupun sekedar mencari informasi. Sedangkan berita di televisi hampir setiap hari menayangkan tentang kekerasan, asusila, dan korupsi pejabat.

Karena sebab itu, pemirsa banyak yang beralih menonton program acara yang lain, seperti infotainment.

Berawal dari perasaan haus akan informasi dan hiburan, membuat warga Desa Ngelokulon menonton tayangan *Insert*. Lambat laun membuat warga Desa Ngelokulon menjadi terbiasa. Padahal, mereka sadar kalau acara *Insert* banyak mengandung gosip (ghibah).

Dalam bab II sudah dijelaskan bahwa Islam melarang umatnya untuk berprasangka. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hujurat ayat 12.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَن تُحِبُّوا أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: “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-Hujurat:12)

Sungguh sangat ironis jika umat Islam saat ini sudah menganggap wajar tontonan yang seharusnya menjadi aib keluarga. Dan dikhawatirkan jika warga Desa Ngelokulon tidak selektif dalam menerima pesan yang disampaikan media, maka akan menimbulkan dampak yang negatif.

Permasalahan yang timbul ini menjadi tugas kita sebagai umat Islam untuk bersama-sama mencari solusi dalam mengatasinya. Ini termasuk salah satu problema dakwah yang harus segera dipecahkan solusinya. Oleh karena itu, peran dari da'i-da'i yang handal sangat diperlukan. Selain itu juga, peran media itu sendiri perlu dipertegas agar memberikan tontonan yang bisa dijadikan tuntunan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari semua pembahasan dalam skripsi ini, penulis mendapatkan kesimpulan, bahwa Persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak dalam mempersepsi acara *Insert* di Trans TV sebagai berikut:

1. Persepsi positif

Persepsi positif yang ada dalam diri warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen dipengaruhi oleh beberapa pemikiran mereka, yaitu bahwa program tayangan tersebut :

- a. Menarik, karena acara ini mencoba menyajikan tayangan gosip yang dikemas dengan gaya yang berbeda dari acara-acara yang lain. Seperti halnya, pembawa acaranya yang seru, lucu dan seksi menjadi daya tarik tersendiri.
- b. Menghibur, karena banyak dari warga Desa Ngelokulon merasa terhibur dengan hostnya, dan juga bisa menjadi hiburan saat waktu-waktu luang.

2. Persepsi negatif

Selain persepsi positif dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa orang, juga terdapat persepsi yang termasuk dalam kategori persepsi negatif. Jika dianalisis dari hasil wawancara yang ada, maka persepsi negatif yang muncul dari beberapa warga Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen ini cenderung lebih banyak disebabkan karena acara *Insert* terlalu berlebihan dan terlalu menambah-nambahi dalam pemberitaan maupun gaya bahasanya. Selain itu juga acara *Insert* terlalu membuka aib-aib selebritis.

5.2 Saran-saran

Banyak sekali program acara yang tayang di televisi dewasa ini, selain jumlah stasiun televisi baru semakin banyak bermunculan, dengan menyajikan berbagai program-program acara yang menarik dan menghibur. Namun, di Indonesia ini sedikit sekali stasiun televisi yang memberikan tontonan yang tidak hanya menarik dan menghibur tetapi juga mendidik. Melihat televisi merupakan media massa yang dirasa paling efektif dibandingkan media massa yang lainnya hendaklah dimanfaatkan juga sebagai sarana pendidikan, mengingat media juga mempunyai tanggung jawab sosial atas pemirsanya. Munculnya tayangan-tayangan yang bertenakan infotainment sempat menjadi kontroversi bagi umat Islam, namun karena program infotainment sering kali menduduki rating yang tinggi dibandingkan acara lainnya menandakan bahwa sudah terjadi pergeseran akhlaq yang

dialami oleh masyarakat. hal ini dapat mengarah pada perusakan akhlaq dan pembodohan pola pikir. Memang dari penelitian ini warga menyatakan bahwa program acara *Insert* memberikan hikmah tersendiri dalam kehidupan mereka, sehingga dari sini penulis berharap semoga kemungkinan dikurangnya tayangan-tayangan yang memberitakan aib-aib selebritis dan terjadinya manipulasi dalam bisnis pertelevisian dapat ditekan.

Oleh karena itu, perlu adanya kontrol tepat yang dilakukan oleh pemerintah, badan penyiaran, para pengiklan, dan masyarakat luas, yaitu:

1. Kontrol oleh pemerintah. Di sini terletak satu tugas penting bagi pemerintah, yang harus melindungi masyarakat konsumen terhadap ketidak etisan dari periklanan dan juga acara-acara televisi yang menyesatkan.
2. Kontrol oleh badan penyiaran dan para pengiklan. Cara paling ampuh untuk menanggulangi masalah etis ini adalah pengaturan diri (self-regulation) oleh dunia periklanan dan penyiaran. Biasanya hal itu dilakukan dengan menyusun sebuah kode etik dan sejumlah norma dan pedoman yang disetujui.
3. Kontrol oleh masyarakat. Masyarakat luas juga harus diikutsertakan dalam mengawasi mutu etis program televisi dan periklanan. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan kritik terhadap iklan atau acara-acara televisi yang dianggap kurang etis, melalui surat pembaca dalam surat kabar.

4. Para produsen program acara televisi (production house ataupun in house production dalam stasiun televisi) hendaknya memikirkan bagaimana cara membuat produknya yang berupa acara-acara televisi yang sesuai dengan nilai-nilai etika dan memasarkan produknya tersebut dengan tetap memperhatikan norma etika yang ada.
5. Produksi program televisi berikut pemasarannya harus dijaga agar tidak menyalahi batas-batas etika. Seharusnya media jangan dijadikan sarana untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara membodohi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, Rineka cipta, Jakarta, 2002.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2006.
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007.
- Azzam, Abu, *Ghibah (Ibnu Taimiyyah, Imam Suyuthi dan Imam Syaukani)*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta Timur, 1996.
- Barker, Chris , *“Cultural Studies: Teori dan Praktik”*., Penerbit Bentang Yogyakarta, 2005.
- Bill, Kovach dan Tom Resential, *Elemen-Elemen Jurnalisme* . Jakarta: ISAI, 2001.
- Budiono, *Kamus Lengkap 300 juta Inggris-Indonesia~Indonesia-Inggris*, Perc “Alfa“, Surabaya,
- Bungin, Burhan (ed), *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006).
- Devito, Joseph, A. *Komunikasi Antar Manusia* (Jakarta: Profesional Books, 1997)
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti Bandung, 2003.
- Gibson et. al., *Organisasi Dan Manajemen; Perilaku Struktur Dan Proses*, Jakarta : Rajawali, 1988.
- Imron, Ali, *Belajar & Pembelajaran*, Jakarta: Dunia Pustaka Jaya, 1996.

- Iskandar Muda, Deddy, *Jurnalistik Televisi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Koentjoroningrat, *Metode-metode Penelitian masyarakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, 2004.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008.
- Mubarok, Ahmad , *Psikologi Dakwah...*
- Nasir, Mohammad, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1998)
- Nasution, *Metode Research*, Bumi Aksara, Jakarta, 1996.
- Rahman, Abdul Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Kencana, 2004),
- Rahmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1985.
- , *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998.
- , *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999.

-----, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004.

Salahuddin, Mahfud, *Media Pendidikan Agama*, Surabaya: Bina Ilmu, 1986.

Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta; Bina Aksara, 1988.

Su'adah & Fauzik Lendriyono, *Pengantar Psikologi*, Malang: Bayu Media, 2003,

Subagyo, P. Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004)

Sugiyono.. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.*: Alfabeta, Bandung, 2010.

Syam, Nur, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Solo: CV Romadhoni, 1991.

Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi : Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta; Rajawali, 1998.

Walgito, Bimo , *Pengantar Ilmu Psikologi*, Yogyakarta: Andi Offset, 1990.

-----, *Pengantar Psikologi Umum*, Andi Offset, Yogyakarta; 1992.

Werner J. Severin & James W. Tankard. Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2007.

<http://suamerdeka.com/harian/01/09/02.html>

<http://www.bobby86.wordpress.com/2009/02/10>

<http://suamerdeka.com/fatwa-mui.html/12/1/2010>