

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### A. Pandangan Anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga tentang tayangan *Infotainment Insert*

Tayangan *Infotainment* menjadi salah satu pilihan favorit para pemirsa televisi di Indonesia. Hal tersebut terbukti dari semakin banyaknya tayangan *Infotainment* yang menghiasi layar kaca televisi di Indonesia. Hampir stasiun TV Swasta memiliki tayangan *Infotainment* bahkan setiap stasiun televisi memiliki tayangan *Infotainment* lebih dari satu, dengan jenis tayangan yang semakin beragam salah satunya adalah Insert. Acara yang tayang di Trans TV tersebut hadir dengan ciri dan karakter yang berbeda dibandingkan *Infotainment* lainnya.

Insert yang hadir dengan penampilan yang berbeda tersebut mampu merebut hati para pemirsa televisi terutama kaum perempuan yang merupakan audiens

terbesar dari tayangan *Infotainment*. Di dukung dengan *live on-air* setiap pukul 06.30 pagi dan pukul 11 siang yang merupakan *prime time* bagi para ibu rumah tangga, semakin mengokohkan Insert sebagai salah satu tayangan infotainment terkemuka di industri pertelevisian Indonesia, serta menjadi rujukan utama para ibu rumah tangga untuk bergosip ria.

Sejak mengudara di layar kaca televisi, Insert hadir dengan berbagai inovasi terutama cara penyajiannya. Tidak sama dengan tayangan *Infotainment* pada umumnya Insert hadir dengan menyuguhkan sepasang presenter yang tampil eksklusif dengan busana yang resmi dan menarik. Namun di balik keresmiannya tersebut para presenter Insert tidak menghilangkan ciri khasnya sebagai presenter acara gossip, dengan bahasa santai dan sedikit sentilan membuat semakin hangat dan menariknya setiap berita gossip yang mereka sampaikan. bahkan setiap berita gosip yang telah ditayangkan presenter juga diberi kesempatan mengomentarnya kembali, tentu

dengan bahasa sindiran dan kritik halus ala bahasa *Infotainment*.

Segala keunggulan dan inovasi yang ada tersebut tidak heran bila tayangan *Infotainment* tersebut menjadi acara yang paling diminati, hal tersebut dapat dilihat dari rating yang cukup tinggi dan banyaknya penghargaan di ajang penghargaan bergengsi di dunia pertelevisian seperti *Panasonic Award*. Seluruh keunggulan dan prestasi tersebut mampu mengukuhkan eksistensi Insert sebagai tayangan *Infotainment* terdepan di Indonesia ditengah tren acara *Infotainment* yang masih *booming* di negeri ini. Bahkan kini insert telah menjadi rujukan utama para penikmat sisi lain gemerlapnya dunia hiburan.

Persepsi tentang *Infotainment* Insert tentunya bervariasi antara satu dan lainnya tergantung pada latar belakang dan pengalaman seseorang. Tidak ubahnya dengan persepsi anggota 'Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga yang memiliki pandangan tersendiri pada tayangan *Infotainment* khususnya Insert di Trans TV.

Sebanyak 10 dari 17 responden dari anggota ‘Aisyiyah menganggap bahwa *Infotainment* adalah salah satu tayangan televisi yang kurang mendidik terutama berdampak negatif pada perubahan karakter anak.

Tayangan *Infotainment* yang ada sekarang ini di televisi kurang mendidik, terutama berdampak terhadap perubahan karakter anak yang ikut menonton *Infotainment* dan mengikuti trend busana atau gaya heboh dari para artis yang diberitakan di *Infotainment*. Contohnya saja yang heboh diberitakan di *Infotainment* saat ini adalah dari Syahrini dengan gayanya ‘Maju mundur Cantik’ yang *booming* di youtube dan gencar di beritakan di *Infotainment*. Bukan hanya itu, tutur bicaranya pun selalu menjadi trendsetter bagi anak, remaja ataupun ibu-ibu yang mengikuti trend tersebut yang tidak ditempatkan pada tempatnya. (PAI-PT.PP2 / 26 Oktober 2014)

Selain sebagai tayangan yang banyak mengandung *ghibah*, tayangan *Infotainment* juga menampilkan banyak artis dalam dunia entertainment dengan pakaian yang serba mini. Seperti dituturkan oleh Ketua Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalinga:

Sebenarnya tayangan *Infotainment* Insert sekarang sudah tidak begitu fulgar, namun seringnya busana yang dipakai para artis ketika

diwawancarai kurang sopan, kurang pas dengan agama islam, dapat dikatakan kurang syar'i .  
Contohnya saja ketika acara nikahan yang digelar besar-besaran oleh Rafi Ahmad, artis - artis datang dengan berbagai gaya busana fulgar seperti DP dan Jupe hingga Syahrini yang penampilannya tidak kalah sexy dari tamu-tamu lain. Dan ditampilkan live di stasiun televisi. Tayangan yang seperti tersebut di atas dapat membuat orang yang menonton apalagi remaja mengikuti berpakaian seperti itu. Padahal dalam Islam menyebutkan diwajibkan untuk perempuan menutup aurat nya (PAI-PT.TM2/ 26 Oktober 2014).

Pendapat serupa juga disampaikan oleh PAII-PT.P1 yang dulunya berprofesi sebagai Pegawai Pendidik dan kini juga menjabat di kepengurusan Pimpinan Daerah 'Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga sebagai Sekretaris. Beliau berpendapat:

Tayangan *Infotainment* yang harusnya menampilkan lebih banyak tayangan informasi ketimbang unsur hiburannya, sekarang sudah berbalik. Kini *Infotainment* lebih banyak efek negatif nya dari pada efek positifnya. Hal demikian terbukti saat tayangan *Infotainment* hanya menampilkan keglamouran para selebriti tanah air yang kebanyakan bersifat ria. Tayangan tersebut kurang bisa menjadi tuntunan pada masyarakat dan kurang mendidik bagi masarakat Indonesia (PAII-PT.P1/ 26 Oktober 2014)

Dampak negatif yang ada dalam tayangan *Infotainment* ternyata juga dirasa oleh beberapa anggota ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga. Melalui hasil wawancara dengan informan dengan kode PAI-PM.IRT1 ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

*Infotainment* kurang cocok untuk ditayangkan di televisi. Kita ketahui hampir semua stasiun televisi memiliki program acara *Infotainment*, dan pemberitaan yang disampaikan pun sama, Terkesan membosankan. Apalagi Insert yang menayangkan program *Infotainment* lebih dari satu kali dalam sehari. Pemberitaan dalam *Infotainment* kebanyakan kurang bermanfaat karena sering membicarakan keburukan orang lain tanpa *cross check* kebenarannya (PAI-PM. IRT1/ 26 Oktober 2014)

Tidak Ubahnya dengan persepsi yang disampaikan oleh PAI-PP.TM1 yang juga merupakan salah satu tokoh masyarakat sebagai pengurus Pimpinan Cabang ‘Aisyiyah Kota Purbalingga yang menyatakan bahwa *Infotainment* lebih banyak mengandung efek negatifnya. Penulis deskripsikan sebagai berikut:

Dikatakan banyak efek negatif dari pada positifnya dikarenakan *Infotainment* kini banyak menampilkan aib dari sebuah hubungan

pernikahan salah satunya permasalahan dengan perceraian, dan pembagian harta gono gini yang mestinya tidak diumbar di muka publik, belum lagi kisah asmara selebritis yang terlalu berlebih-lebihan dan mengundang sifat iri pada masyarakat. Kisah perselingkuhan pun membuat tayangan *Infotainment* makin mengorek kebenaran dari kasus tersebut (PAI-PP.TM1/ 26 Oktober 2014).

Sementara hasil wawancara dengan informan dengan kode PAI-PT.WK1 dalam menanggapi tayangan *Infotainment* Insert peneliti deskripsikan sebagai berikut :

Tayangan *Infotainment* kurang bagus untuk ditayangkan di televisi karena sebagian beritanya kurang valid kebenarannya dan pemberitaannya belum tentu 100% benar. Banyak yang dalam pemberitaannya hanya untuk menaikkan rattig para selebriti. Tayangan *Infotainment* pun kurang mendidik untuk yang menonton acara tersebut. Kebanyakan dari mereka meniru adegan para artis yang kurang layak untuk ditiru. Jika yang diikuti adalah busana yang sopan atau adegan yang baik ini dirasa tak masalah. Namun, kebanyakan tayangan *Infotainment* ini menayangkan hal yang tidak patut di contoh (PAI-PT.WK1/ 26 Oktober 2014).

Pernyataan kurang suka dengan di tayangkannya tayangan *Infotainment* Insert pun terlontar dari informan dengan kode PAI-PT.WK2 sebagai berikut

*Infotainment* yang cenderung mengungkap hal yang bersifat pribadi dirasa kurang patut untuk ditayangkan di televisi dan terseksan pameran, seperti contohnya memamerkan koleksi sepatu, tas dan gaun yang dimiliki Krisdayati. Tayangan tersebut kurang bermanfaat bagi masyarakat dan tidak perlu untuk ditelusuri lebih lanjut. Pembangunan rumah artis yang menelan kocek hingga milliard-an rupiah pun semakin membuat *Infotainment* terkesan selalu ingin tahu dengan keadaan artis. Apalagi sering ditayangkan juga sebuah ungkapan kejelekan orang lain yang tidak patut untuk disampaikan di muka umum (PAI-PT.WK2/ 26 Oktober 2014).

Tidak berbeda dengan beberapa persepsi negatif acara *Infotainment*. Dalam waktu yang berbeda wawancara yang dilakukan dengan informan berkode PAI-PT.PP3 menyebutkan persepsi nya terhadap tayangan *Infotainment*

Kebanyakan informasi yang disampaikan dalam tayangan *Infotainment* Insert kurang baik untuk ditampilkan di masyarakat. Ada sebagian yang memang baik untuk di tampilkan, namun kebanyakan kurang baik. Apalagi jika yang menonton acara tersebut anak-anak. Banyak anak-anak yang mengikuti, meniru, gaya-gaya dari artis favoritnya yang belum tentu itu pantas untuk ditiru dan kurang pas dengan lingkungan.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa,



Tayangan *Infotainment* sedikit demi sedikit juga dapat merubah karakter anak dan remaja. Jika yang menontonnya remaja/dewasa kadang ada yang layak untuk disiarkan selagi bisa memilah. (PAI-PT.PP3/ 29 Oktober 2014)

PAI- PT.PP4 juga berpendapat sebagai berikut:

Tayangan *Infotainment* yang ada sekarang ini di televisi kurang mendidik, terutama berdampak terhadap perubahan karakter anak yang ikut menonton *Infotainment* dan mengikuti trend busana atau gaya heboh dari para artis yang diberitakan di *Infotainment*. Tayangan yang ditayangkan hendaknya dapat menjadikan tuntunan bagi masyarakat, bukan hanya sekedar tontonan (PAI- PT.PP4/ 26 Oktober 2014).

Sementara itu, wawancara dengan informan dengan kode PAI-PM. PP1 juga menyatakan sebagai berikut:

*Infotainment* terlalu banyak pemberitaan yang miring untuk artis-artis ketimbang yang baik contohnya saja percekocokan yang terjadi antara Marsyanda dan ibunya yang sempat di bawa ke meja hijau, dan menjelek-jelekkan pihak yang satu dengan yang lain apalagi yang digugat adalah ibunya sendiri. Padahal *Infotainment* pun belum tentu tahu kebenaran dari peristiwa yang membuat dara manis ini terganggu jiwanya. Namun, pemberitaannya sudah gencar bahkan dapat menimbulkan fitnah (PAI-PM. PP1/ 26 Oktober 2014)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh informan dengan klasifikasi Pendidikan Atas dengan kode informan PAI-PM.IRT3 yang dapat di deskripsikan sebagai berikut:

Tayangan *Infotainment* Insert bayak mengandung unsur kemubadziran ini ditunjukkan dengan pemberitaan-pemberitaan yang kurang layak ditampilkan di televisi dan cenderung membuka aib orang lain dan juga sering menampilkan berita-berita perceraian yang diekspose sedetail mungkin dengan tuduhan-tuduhan ada orang ketiga dan lain sebagainya. Berita-berita yang telah ditampilkan pun tidak lupa dikomentari kembali oleh presenter Insert dengan bahasa sindiran dan kritik halus (PAI-PM.IRT3 / 26 Oktober 2014)

Sementara itu, pernyataan efek miring tentang *Infotainment* yang menjamur di pertelevisian Indonesia juga disampaikan oleh informan Dengan kode PAI-PM.IRT2 sebagai berikut

*Infotainment* kini banyak menampilkan aib orang lain apa lagi dengan gaya presenternya Dikatakan banyak efek negatif dari pada positifnya dikarenakan *Infotainment* kini banyak menampilkan aib dari sebuah hubungan pernikahan salah satunya permasalahan dengan perceraian, dan pembagian harta gono gini yang mestinya tidak diumbar di muka publik, belum lagi kisah asmara selebritis yang terlalu

berlebih-lebihan dan mengundang sifat iri pada masyarakat. Kisah perselingkuhan pun membuat tayangan *Infotainment* makin mengorek kebenaran dari kasus tersebut (PAI-PM.IRT2/ 26 Oktober 2014)

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan diperoleh data bahwa sebagian anggota ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga yang menjadi penikmat *Infotainment* Insert yang ditayangkan di televisi kurang setuju dengan ditayangkannya *Infotainment* insert di Trans TV karena menurut mereka tayangan *Infotainment* ini banyak mengandung efek yang kurang baik ditonton oleh masyarakat, terutama anak-anak yang bisa saja mengikuti gaya busana atau life style dari pemberitaan yang ia tonton dan dapat berakibat pada perubahan karakter anak.

Selain itu, Penayangan Insert yang lebih dari satu kali dalam sehari pun menjadi salah satu faktor yang menjadikan Insert banyak efek negatif dari pada efek positifnya. *Infotainment* khususnya Insert dinilai tidak baik dan kurang mendidik bahkan ada yang berpendapat

bahwa menonton *Infotainment* adalah mubadzir hanya menyia-nyiakan waktu untuk hal yang kurang penting.

Disisi lain, tidak semua anggota ‘Aisyiyah menilai tayangan *Infotainment* yang ditayangkan di televisi keseluruhan kurang baik. Seperti dipaparkan sebagai berikut:

*Infotainment* yang ditayangkan di televisi khususnya Insert memang kurang baik untuk ditampilkan di masyarakat, apalagi untuk ditampilkan di depan anak-anak. Tayangan *Infotainment* Insert ini dirasa kurang layak ditayangkan karena sifatnya yang sering mengadu domba, membuka aib orang lain, dan pemberitaan yang bersifat negatif lainnya. Namun, tidak semua tayangan *Infotainment* Insert berisi tentang pemberitaan negatif ataupun tidak semua pemberitaan bersifat kurang mendidik. Bahkan terkadang masyarakat juga meniru budaya-budaya yang pantas ditiru, contoh saja gaya berhijab yang sedang trend (PAI-PM.IRT5/ 26 Oktober 2014).

Dalam waktu yang berbeda, pendapat serupa juga di sampaikan oleh informan dengan kode PT.P4, sebagai berikut:

Terkadang *Infotainment* juga menampilkan tayangan-tayangan yang baik untuk masyarakat. Pemberitaan yang mengandung unsur edukatif, layak ditampilkan di televisi salah satu contohnya

berita pernikahan atau pelantikan Presiden dan Wakil Presiden dan lain sebagainya yang diinformasikan kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui kegiatan apa yang sedang berlangsung di dunia entertainment saat ini. Hanya saja terkadang dalam pemberitaannya yang terkesan terlalu ingin tahu sehingga dalam penyampaiannya cenderung di lebih-lebihkan dan membuat masyarakat penasaran dengan apa yang akan diberitakan (PAI-PT.P2/ 27 Oktober 2014).

Wawancara dengan informan dengan kode PAI-PM.IRT4 terkait tentang tayangan *Infotainment* insert di Trans TV peneliti dapat deskripsikan sebagai berikut:

*Infotainment* Insert adalah salah satu tayangan yang sangat menghibur, dari segi presenter nya yang cantik-cantik dan ganteng-ganteng tidak membuat tayangan tersebut terkesan membosankan. Dalam pemberitaannya pun tidak terlalu kaku, sehingga membuat beritanya lebih mudah diserap. Selain itu, tren busana muslim yang sedang trend dan di kenakan para artis juga terkadang menjadi pemicu masyarakat untuk meniru budaya tersebut, namun, kadang-kadang *Infotainment* Insert membuat kita ikut-ikutan menilai pribadi dari artis-artis yang gencar diberitakan tersebut (PAI- PM.IRT5/ 26 Oktober 2014)

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sebenarnya *Infotainment* khususnya Insert tidak hanya berisikan gossip-gossip semata, tapi juga dapat

menjadi acuan bagi masyarakat dalam meniru gaya selebritis namun dengan mempertimbangkan gaya busana yang sopan, atau tingkah laku yang sopan. Terkadang *Infotainment* juga dapat dijadikan hiburan dikala suntuk dan bosan, dengan segala pemberitaannya.

Pemberitaan informasi yang disampaikan pada *Infotainment* Insert juga tidak melulu merdampak negatif bagi masyarakat. Seperti dikuatkan oleh informan dengan kode PAI-PA.IRT7 yang menyakatan *Infotainment* sangat bagus untuk di tayangkan.

Berita hiburan *Infotainment* sangat bagus untuk ditonton bagi masyarakat tidak bedanya dengan Insert. Program yang tayang lebih dari satu kali dalam sehari ini mampu membuat masyarakat kecil mengetahui tentang aktivitas para publik figure yang diidolakannya. Selain itu, tayangan *Infotainment* Insert sangat menginspirasi dibandingkan *Infotainment* lain. Kelebihan ini dapat dilihat dari presenter yang memandu acara tersebut yang tak lain mereka adalah artist publik figure yang sudah tidak asing lagi di masyarakat. Pakaiannya pun sopan dan rapi (PAI-PM.IRT6 26 Oktober 2014).

Pendapat serupa juga dilontarkan oleh PAI-PT.PP1 sebagai berikut:

Informasi yang disampaikan dalam tayangan *Infotainment* Insert sangat komplit, dari informasi yang baik sampai yang terburuk diberitakan. Seperti contohnya tayangan *Infotainment* khusus pernikahan megah yang digelar oleh Rafi Ahmad dan Nagita Slavina. Tayangan tersebut sekiranya dapat menginformasikan dan dijadikan tolak ukur untuk kita semua khususnya ibu-ibu dalam memilih busana yang elegan dan simple yang dipakai oleh kedua mempelai dan keluarganya. Insert sangat penting untuk ditayangkan agar masyarakat mengetahui dunia entertainment yang merupakan publik figure, Sekiranya tayangan yang ditampilkan jelek jangan ditiru, diikuti seperlunya saja (PAI- PT.PP1/ 29 Oktober 2014)

Berbeda dengan kebanyakan persepsi anggota 'Aisyiyah tentang *Infotainment*. Beberapa persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa anggota 'Aisyiyah justru menjadi penikmat acara Insert yang dinilainya sebagai acara *Infotainment* dengan paket komplit. Pemberitaan yang paling baik sampai pemberitaan artis yang paling buruk sekalipun di *expose* dalam *Infotainment* Insert.

## **B. *Ghibah dalam Infotainment***

Menonton berita *Infotainment* memang menarik, bahkan sangat menarik dibandingkan mengikuti berita

lainnya. Namun bila dilihat dari segi hukum, etika, dan tata susila nampaknya sudah jauh dari etika ke-Indonesiaan. Konsep *Infotainment* yang ada sekarang ini sudah sangat jauh berbeda dengan tayangan *Infotainment* yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Berita *Infotainment* cenderung sudah mencampur adukkan antara gosip, fakta, dan opini. Kadang pula dibumbui kata-kata provokatif dan terasa menyengat, tanpa ada tanggung jawab terhadap diri sendiri dan terhadap sosial/masyarakat.

Tayangan *Infotainment* telah menimbulkan kontroversi dari berbagai kalangan, sehingga muncul wacana fatwa haram menonton tayangan *Infotainment*. Namun, disisi lain ada yang juga menyatakan tingkat keharaman sebuah *Infotainment* tergantung pada isi berita *Infotainment* yang mengandung *ghibah*. Sebagaimana yang di ungkapkan sebagai berikut

*Infotainment* yang ada di Indonesia khususnya Insert di Trans TV sangat memuat *ghibah*, hampir setiap tayangan nya membicarakan



kehidupan orang yang lain, belum tentu yang diceritakan bagus dan terkadang tidak bisa menjadi contoh untuk masyarakat (PAI- PT.PP4/ 26 oktober 2014)

Sementara berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terkait adanya unsur *ghibah* di *Infotainment* juga disampaikan oleh informan dengan kode PT.P2 sebagai berikut:

*Ghibah* berarti menggunjing atau membicarakan orang lain baik yang sesuai dengan kebenarannya maupun tidak. Tayangan *Infotainment* sangat banyak mengandung unsur *ghibah*, selain membicarakan aib orang lain terkadang berita yang disajikan belum tentu benar adanya apalagi terkadang yang ditonjolkan tentang aib seseorang yang tidak perlu di tayangkan (PAII-PT.P1/ 26 Oktober 2014)

Dalam waktu berbeda pernyataan tentang *ghibah* dalam infotainmet juga dinyatakan oleh sinforman dengan kode PAI- PT.PP3 sebagai berikut

*Ghibah* adalah membicarakan kejelekan orang lain di muka umum. *Infotainment* mengandung *ghibah* karena menceritakan kehidupan artis yang belum tentu benar. Terkadang juga ada sebagian informasi yang disampaikan sudah benar adanya, namun dibumbui dengan kalimat-kalimat yang membuat informasi semakin sedap untuk ditayangkan. Seperti jargon GOSIP makin

digosok makin sip (PAI- PT.PP3/ 29 Oktober 2014).

Persepsi serupa juga di katakan oleh informan dengan nomor kode PM.PP1 yang juga paham mengenai pengertian *ghibah*

*Ghibah* adalah menggunjing atau membicarakan orang lain istilah sekarang adalah gosip. *Infotainment* sering menunjukan identitasnya sebagai tayangan yang paling banyak menampilkan *ghibah*. Setiap tayangannya selalu membicarakan orang lain yang dibumbuhi dengan rangkaian kata dari presenter yang membawakan acara tersebut sehingga membuat masyarakat penasaran dengan informasi yang sebenarnya (PAI-PM.PP1/ 26 Oktober 2014).

Sementara hasil wawancara yang dilakukan dengan PAI-PT.WK1 juga menyatakan sebagai berikut

*Ghibah* adalah menceritakan aib orang lain yang jelas-jelas dilarang oleh Allah SWT dan tidak diperbolehkan melakukannya. *Infotainment* insert beritanya hanya mengandung *ghibah* karena dalam pemberitaannya banyak yang menayangkan tayangan-tayangan yang mengadu domba dan membuka aib orang lain, menjelek-jelekan orang lain seandainya ada berita positif ya itu pun hanya 20% (PAI-PT.WK1/ 26 Oktober 2014)

Hasil wawancara dengan salah satu informan dengan kode PAI-PM.IRT3 penulis deskripsikan sebagai berikut

*Ghibah* adalah membicarakan orang lain dan dilarang oleh Al-Quran Tayangan *Infotainment* mengandung unsur *ghibah* karena didalam setiap tayangannya membicarakan tentang orang lain baik kebaikan atau keburukan.(PAI-PM.IRT3/ 26 Oktober 2014)

Sedangkan menurut sumber lain diperoleh informasi sebagai berikut.

*Ghibah* adalah membicarakan aib orang lain yang belum tentu benar adanya, merupakan sifat tercela dalam agama Islam. Insert banyak sekali memuat unsur *ghibah* setiap tayangannya menampilkan berita-berita yang hot yang sekiranya memicu masyarakat untuk ber*ghibah* ria (PAI-PM.IRT1/ 26 Oktober 2014).

Dari beberapa pendapat diatas menunjukkan bahwa tayangan *Infotainment* sangat erat kaitanya dengan ber*ghibah*. Informasi yang disampaikan dalam *Infotainment* Insert kebanyakan terkait dengan kehidupan asmara para artis yang nantinya menjadi perbincangan publik dan pemicu *ghibah*. Padahal

jelas disampaikan bahwa Islam tidak memperbolehkan setiap umatnya untuk membicarakan kebaikan ataupun kejelekan orang jika orang tersebut tidak berada di tempat.

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh beberapa informan sebagai berikut.

*Ghibah* adalah menjelek-jelekan atau mengungkit kejelekan orang lain di muka umum, sangat tidak dianjurkan dalam agama. Infotainment sangat berbau *ghibah*, ada tayangan yang menjelek-jelekan suami, maupun istri. Padahal itu aib sendiri dan nantinya menjadi perbincangan publik (PAI-PM.IRT5/ 26 Oktober 2014)

*Ghibah* menceritakan sesuatu yang tidak pasti. Tayangan *Infotainment* memang mengandung *ghibah*, karena informasi yang disampaikan langsung diambil dari orang tersebut (PAI-PM.IRT6/ 26 Oktober 2014).

*Ghibah* adalah membicarakan orang lain walaupun itu terbukti kebenarannya. *Ghibah* seharusnya tidak dilakukan oleh umat Islam. Sudah sangat jelas semua tayangan *Infotainment* mengandung unsur *ghibah*, bahkan tidak hanya *Infotainment* Insert. Informasi yang disiarkan selalu membicarakan orang lain tanpa memikirkan kejelekan pribadi (PAI-PT.PP2 / 28 Oktober 2014)

*Ghibah* adalah membicarakan aib orang lain baik seseorang itu hadir di tempat maupun tidak hadir, juga tentang kebaikan dan keburukannya. Jika berita tersebut benar itupun tidak boleh apalagi berita yang tidak benar, itu disebut fitnah. Dalam penayangannya *Infotainment* adalah salah satu tayangan yang mengandung unsur *ghibah* terbanyak di televisi (PAI-PT.P2/, 26 Oktober 2014).

Sementara hasil wawancara dengan salah satu tokoh masyarakat dengan kode informan PAI-PT.TM1 peneliti jabarkan sebagai berikut

*Ghibah* adalah mengungkap aib orang lain, dalam Islam jelas dilarang. Dan setiap umat manusia diwajibkan untuk menjaga aib orang lain agar terhindar dari fitnah. Dalam al-Qur'an pun telah dijelaskan bahwa, barang siapa menutupi kekurangan orang lain, maka aibnya akan ditutup oleh Allah SWT. Insert sangat mengandung *ghibah*, namun nyatanya masih ditayangkan walaupun telah mendapat peringatan dari KPI. Tetap saja tayangan *Infotainment* semakin marak, mungkin karena banyaknya iklan yang menjadi sponsori tayangan tersebut (PAI-PT.TM1/ 26 Oktober 2014).

Pendapat sedikit berbeda disampaikan oleh informan dengan kode PT.PP1 sebagai berikut:

*Ghibah* adalah nggosip atau ngerumpi atau membicarakan aib seseorang baik orang tersebut di tempat maupun tidak. Sebenarnya *ghibah* erat kaitannya dengan *Infotainment*. tetapi *Infotainment* dapat dikatakan sah jika yang menonton itu tidak melakukan *ghibah* (PAI-PT.PP1/ 29 Oktober 2014)

### **C. Harapan anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga terhadap tayangan *Infotainment* Insert**

Dari tahun ke tahun tayangan *Infotainment* di Indonesia semakin meningkat seiring kebutuhan akan suatu informasi. Hal ini dibuktikan dengan rating tayangan *Infotainment* yang makin hari kian meningkat. Banyak pemirsa yang tertarik untuk menonton tayangan tersebut dan bahkan sudah menjadi kebutuhan hidupnya khususnya ibu-ibu rumah tangga. *Infotainment* identik dengan gossip para selebriti yang mengungkap prestasi selebriti sampai hal-hal yang bersifat pribadi. *Infotainment* sering memberitakan gossip para selebriti yang belum tentu sesuai apa adanya. Kebanyakan *Infotainment* sering melebih-lebihkan berita tersebut agar

masyarakat tertarik untuk menontonnya. Hal ini sangat bertentangan dengan dengan nilai agama yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Islam melarang umatnya untuk membicarakan dan menyebarkan aib orang lain. Oleh karena itu, *Infotainment* menurut Islam dikatakan haram jika didalamnya membicarakan dan menyebarkan aib orang lain (*ghibah*).

Islam sangat menekankan hubungan yang harmonis antara sesama muslim. Oleh karena itu, Islam melarang untuk membicarakan dan menyebarkan aib orang lain. Islam merupakan agama yang dianut oleh mayoritas rakyat Indonesia. Tentunya nilai-nilai Islam memberikan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat maupun aturan-aturan hukum yang berlaku.

Berdasarkan hasil waawaancara yang berhasil peneliti kumpulkan, ditemukan sebuah *Infotainment* yang ideal dan saran kepada masyarakat agar berhati-

hati dalam memilih tayangan televisi, dapat dideskripsikan sebagai berikut.

Idealnya *Infotainment* menampilkan tokoh yang bisa menjadi tuntunan bagi masyarakat, bukan hanya sekedar menjadi tontonan. Alangkah lebih baiknya Sebelum berita ditayangkan di televisi hendaknya informasi yang akan ditayangkan dipilih atau difilter sehingga acara yang ditayangkan adalah hal-hal yang baik yang sesuai dengan norma agama. Masyarakat harus lebih pandai dalam memilih tayangan televisi khususnya pada tontonan untuk anak-anak, pastikan ada pendampingan dikala ananda menonton televisi agar tidak mengikuti sesuatu yang kurang baik (PAI-PT.PP4 / 26 Oktober 2014)

*Infotainment* yang ideal adalah *Infotainment* yang mendidik, tidak merusak moral, akhlak dan pribadi masyarakat pada umumnya, generasi muda khususnya. Sekarang masyarakat dituntut harus selektif dalam memilih tayangan televisi. Terutama tayangan untuk anak harus di dampingi dan diarahkan sesuai usia. ( PAI-PT. P2 / MINGGU, 26 Oktober 2014)

Tayangan *Infotainment* yang ideal yang bisa menjadi suri tauladan terutama bagi remaja generasi bangsa agar bisa menonton tayangan yang baik dan mendapatkan ilmu pengetahuan baru yang positif. Masyarakat harus pandai memilih tayangan televisi. Lebih baik menonton tayangan yang berbau Islami yang sekiranya setelah menonton mendapat manfaat positif (PAI-PM.IRT1/ 26 Oktober 2014)



Berita yang layak disajikan dalam tayangan *Infotainment* insert adalah tayangan yang bisa jadi contoh yang baik bagi masyarakat. Sebagai orang tua hendaknya mendampingi anak-anak, agar bisa memilih tayangan-tayangan yang berguna bagi masa depannya misalnya tayangan-tayangan tentang pengetahuan umum dan agama (PAI-PP.TM2/ 26 Oktober 2014)

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ideal nya sebuah *Infotainment* bukan hanya sekedar tayangan gossip saja, melainkan harus mengandung unsur yang mendidik, yang tidak merusak moral remaja khususnya, dan dapat menjadi suri tauladan bagi masyarakat, serta dapat dijadikan tuntunan bagi masyarakat.

Sementara itu, disampaikan pula sebuah harapan untuk *Infotainment* sebagai berikut.

Idealnya *Infotainment* yang baik adalah *Infotainment* yang menceritakan kegiatan artis yang positif tanpa diimbui dengan kata-kata yang sekiranya kurang pantas untuk diungkapkan dan tidak diperlukan adanya sindiran-sindiran yang muncul oleh presenter setelah penayangannya. Masyarakat harus menonton televisi sesuai kode yang telah ditentukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia seperti R, BO, D,dan A. Anak-anak

harus selalu dapat pengawasan orang tua dalam menonton televisi (PAI-PT.PP3/ 29 Oktober 2014).

Sebaiknya yang ditayangkan adalah tayangan yang bisa dijadikan contoh terutama untuk keluarga sakinah mawada warahmah Setiap ada pengajian bisa diselipkan mengenai cara memilih tayangan di televisi agar kita tidak terjebak dalam kehidupan glamor (PAI-PT.WK1/ 26 Oktober 2014)

*Infotainment* yang baik adalah *Infotainment* yang bisa di jadikan contoh kepada hal yang baik. Sebaiknya dalam menonton televisi yang tidak baik meliputi perbuatan yang mendorong orang yang berbuat jahat, maksiat, dan dosa lainnya tidak usah ditonton (PAI-PT.WK2 / 26 Oktober 2014)

Jika dalam penayangannya *Infotainment* menayangkan prestasi ataupun sisi baik para artis dapat dikatakan bermanfaat. Hendaklah tayangan *Infotainment* diisi dengan tayangan yang mendidik bagi masyarakat. Masyarakat harus lebih selektif dalam memilih tayangan televisi agar tidak terjebak dalam tayangan yang tidak baik terkadang kita tidak menyadari bahwa menonton televisi bisa membawa kita ke arah *ghibah* (PAI-PM. PP1/ 26 Oktober 2014)

Sementara itu, hasil wawancara tentang tayangan

*Infotainment* yang perlu diperbaiki sistem penayangannya agar sesuai dengan kode etik penyiaran dan Agama Islam, juga diungkapkan.

Tayangan *Infotainment* idealnya harus memperhatikan kode etik penyiaran agar tayangannya lebih bermanfaat bukan hanya sekedar hiburan tanpa memperhatikan efek

sampingnya bagi masyarakat. disarankan kepada masyarakat agar memilih tayangan televisi yang bermanfaat bagi keluarga (PAI-PM.IRT3 / 26 Oktober 2014)

*Infotainment* ideal jika informasi yang positif lebih banyak disampaikan dari pada informasi yang kurang bermanfaat. Tidak terlalu memamer-mamerkan harta benda yang dimiliki seorang publik figure. Hati-hati dalam menonton televisi, masyarakat diharuskan lebih pandai memilih mana tayangan yang sekiranya patut untuk ditonton atau tidak (PAI-PM.IRT4/ 26 Oktober 2014).

*Infotainment* yang ideal adalah dimana Informasi yang disampaikan mengandung pendidikan, tauladan yang baik bagi masyarakat, misalnya tayangan yang menjadi kedambaaan bagi keluarga. Tayangan yang kiranya setelah menonton *Infotainment* berdampak baik bagi anak maupun keluarga. Usahakan dikurangi menonton acara yang kurang bermanfaat seperti salah satu contohnya tayangan-tayangan yang dapat menimbulkan *ghibah*. Sebaiknya dalam waktu melihat setiap tayangan yang ada di televisi mencari acara-acara yang baik saja contohnya seperti Berita Islami Masa Kini (PAI-PT.PP2 / 28 Oktober 2014)

Berbeda dengan beberapa pendapat di atas, sebagai tokoh masyarakat dan diperccayai menjabat sebagai Ketua Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga ini lebih menyarankan kepada

masyarakat untuk mengurangi menonton televisi 2 jam dalam sehari. Seperti dipaparkan sebagai berikut.

Idealnya dalam penayangan tiap kali tampil dalam *Infotainment* lebih berbusana yang sopan. Pembicaraan yang sekiranya tidak perlu dan hanya menimbulkan sifat tercela seperti *ghibah* baiknya dikurangi, agar terkesan tidak ditambah-tambahi dan apa adanya. Jangan terlalu mencari berita yang ada di televisi. Lebih baik dzikir, baca Qur'an dan mengurangi menonton televisi minimal 2 jam sehari dari pukul 18.00- 20.00 dan dimanfaatkan *prime time* tersebut untuk hal yang bermanfaat.( PAI-PT.TM1/ 26 Oktober 2014)

Tuntutan mendapat rating tinggi dalam setiap program acara yang dibawakan dalam sebuah televisi memang menjadi penting untuk didapatkan oleh program yang memang layak mendapatkan rating tinggi. Tidak ubahnya dengan tayangan *Infotainment* yang sudah cukup lekat di hati masyarakat dan dikenal dengan sebutan 'acara gosip'. Beberapa anggota 'Aisyiyah Kabupaten Purbalingga ini pun berpendapat alangkah lebih baiknya informasi yang disiarkan harus mengacu pada kode etik penyiaran yang telah ditetapkan dan lebih bagus jika dalam

penayangannya artis yang akan diberitakan berbusana sopan.

#### **4.2. Analisis Hasil Wawancara**

Faktor fungsional dapat menentukan persepsi seseorang antara lain Kebutuhan individu, pengalaman, usia, masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, demografi dan lain-lain yang bersifat subyektif. Kebutuhan biologis yang berbeda, tentunya menyebabkan persepsi yang disampaikan berbeda pula (Rakhmat, 2008: 52).

Tidak ubahnya pada anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga yang faktor fungsionalnya cukup berbeda. Tentunya dalam mempersepsi sebuah informasi juga akan bervariasi. Salah satunya ketika anggota ‘Aisyiyah mempersepsi tayangan *Infotainment Insert* di Trans TV. Dari 17 responden anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga menyatakan suka dan tidak suka dalam menonton *Infotainment Insert* di Trans TV.

Sebanyak 15 dari 17 Responden mengatakan bahwa tidak suka dengan tayangan *Infotainment* yang ditayangkan dewasa ini. Sebagian beralasan karena *Infotainment* kurang mendidik dan berdampak kepada perubahan sikap, karakter dan tingkah laku manusia khususnya pada anak. Sehingga dari menonton acara tersebut timbullah keinginan untuk meniru pakaian atau *life stlye* yang ada dalam dunia *entertainment* yang jika diterapkan dalam kehidupan masyarakat terkadang kurang cocok.

Akhir-akhir ini karakter, nilai-nilai moral, atau kearifan lokal mulai memudar di masyarakat. Khususnya pada anak-anak dan para pemuda generasi penerus bangsa. Penyebab dari degradasi moral tersebut adalah “krisis keteladanan.” Artinya anak-anak dan para pemuda kehilangan atau kebingungan dalam memilih sosok dan model yang dapat dijadikan teladan dalam berperilaku dan bertindak dalam konteks kehidupan sehari-hari. Mereka seakan-akan tidak tahu apa dan

siapa yang patut dijadikan contoh dan teladan dalam hidupnya (satelitnews.com. 14 November 2014, 12.08 WIB).

Tanpa disadari *Infotainment*, ikut berkontribusi memberikan efek negatif kepada anak dan remaja, berita-berita yang ditayangkan seringkali tidak kita sadari sangat berpengaruh terhadap moral dan karakter anak. Bagaimana tidak berdampak buruk, dari acara-acara tersebut setiap hari anak melihat ekspresi kemarahan, kekecewaan, kegagalan, dan frustrasi dalam bentuk yang negatif. Seolah media televisi mengajarkan seperti itulah gambaran dan ekspresi orang marah, kecewa, gagal, dan putus asa yang boleh jadi hal tersebut akan ditiru anak yang melihat (satelitnews.com. 14 November 2014, 12.08 WIB).

Sebagian responden juga mengungkapkan ketidak sukaan dengan tayangan *Infotainment* yang ada bukan karena berita yang disampaikan, namun karena busana yang dipakai oleh para artis yang diwawancarai

dipandang kurang syar'i jika harus diekspose media. Ada juga yang berpendapat tayangan yang ditayangkan bersifat *ria*, seperti contohnya membeberkan kekayaan, dan hubungan asmara para selebriti yang di tayangkan terlalu berlebihan. Apa lagi dalam penayangannya Insert ditayangkan lebih dari satu kali dalam sehari membuat masyarakat bosan dengan pemberitaan yang sama.

Sebanyak 7 responden juga berpersepsi bahwa tayangan *Infotainment* kini cenderung sudah mencampuradukkan antara gosip, fakta, opini dan trial by pers. Kadang pula dibumbui kata-kata provokatif dan terasa menyengat. Padahal Berdasarkan kode etik jurnalistik wartawan Indonesia (PWI), dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Pasal 12 disebutkan: Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita. Sementara di Pasal 5: Wartawan Indonesia menyajikan berita secara



berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan kecepatan serta tidak mencampur adukkan antara fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.

Dari ketentuan Pasal 12 dan Pasal 5 Kode Etik Jurnalistik diatas, termaksud didalamnya adalah *asas cover both side* dan *asas cek and ricek* dalam pemberitaan. Asas *cover both side* dan *cek and ricek* yang dimaksud adalah menyajikan berita secara berimbang dan adil, artinya apabila berita tersebut menyangkut banyak pihak, maka semua pihak yang terlibat dalam berita tersebut harus dikonfirmasi sebelum berita tersebut dimuat, dan semua pihak harus mendapat porsi tayang untuk diberitakan secara berimbang (<http://communicareinstitute.com> diakses 1 Oktober 2014).

Dalam ketentuan bahwa wartawan tidak boleh mencampuradukkan antara fakta dan opini sendiri,

berarti memang tugas wartawan adalah menyajikan fakta. Tidak boleh ada embel-embel opini dan wacana tersendiri, termasuk didalamnya kata-kata provokatif yang memancing rasa penasaran dan menyentak hati.

Sementara itu hampir semua responden yang mengatakan tidak suka dengan tayangan *Infotainment* Insert juga beralaskan bahwa *Infotainment* Insert mengandung banyak unsur *ghibah* yang dapat berdampak negatif bagi masyarakat. Namun, walaupun banyak tanggapan mengenai efek negatif tayangan *Infotainment* untuk masyarakat, kenyataannya tayangan *Infotainment* tersebut tetap saja disiarkan dengan berbagai cover yang lebih membuat masyarakat berminat untuk menonton tayangan *Infotainment* khususnya Insert. Keadaan seperti inilah yang merupakan sasaran pihak manajemen untuk menggali keuntungan yang besar, yaitu menggunakan *Infotainment* sebagai senjata ampuh untuk membius pemirsa. Fatwa MUI yang menjelaskan keharaman

*Infotainment* pun tak kunjung di tindak lanjuti oleh pihak manajemen.

Telah dijelaskan pula oleh MUI bahwa pada dasarnya menyangkan, menyiarkan, menonton atau mendengarkan acara apa pun yang mengungkap serta membeberkan kejelekan seseorang adalah haram, kecuali didasari tujuan yang dibenarkan secara syar'i dan yang terpenting dicatat jika hanya dengan cara itu tujuan baik dapat tercapai, seperti memberantas kemungkaran, memberi peringatan, menyampaikan pengaduan atau laporan, meminta pertolongan dan meminta fatwa hukum. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al Al-Hujurat 49: 12 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اٰجْتَنِبُوْا كَثِيْرًا مِّنَ الظَّنِّ اِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ  
اِنَّكُمْ وَا لَا تَجَسَّسُوْا وَلَا يَغْتَبَ بَّعْضُكُمۡ بَعْضًاۗ اُتُحِبُّ اٰحَدُكُمْ  
اَنْ يَّكُلَ لَحْمَ اَخِيْهِ مِيْتًا فَكَرِهَتْهُمُوْهُۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَۗ اِنَّ اللّٰهَ تَوَّابٌ  
رَّحِيْمٌ

Artinya:Wahai 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 bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang”. (QS Al-Hujurat 49 : 12)

Ayat tersebut di atas telah melarang kita untuk berburuk sangka dan mencari kejelekan orang lain dalam bentuk apapun. Walaupun tidak bermaksud buruk sangka, namun jika kita sengaja mendengar dan melihatnya apalagi menikmati *ghibah* maka kita akan berdosa. Rasulullah bersabda:

“Jauhilah oleh kalian dari berprasangka, karena prasangka itu ialah pembicaraan yang paling dusta” (HR. Bukhari dan Muslim)

Selebihnya sebanyak 2 dari 17 responden anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga menganggap bahwa *Infotainment* Insert sangat layak untuk ditayangkan karena menurutnya isi dari berita *Infotainment* sangat lengkap. Insert selalu berisi

tayangan dari pemberitaan yang baik hingga pemberitaan yang paling buruk sekalipun. Tayangan *Infotainment* tayang setiap hari dan disiarkan lebih dari satu kali dalam sehari dan membuat masyarakat mengetahui aktivitas para *public figure* yang diidolakannya. Selain itu, program tayangan Insert juga dipandu oleh sepasang presenter secara bergantian dan presenternya sudah tidak asing lagi di masyarakat karena semua presenter insert adalah artist publik figure.

*Infotainment* pada dasarnya adalah jenis *soft journalism* atau *soft news* yang berkembang di Amerika Serikat. Kategori ini akan hanya menampilkan informasi dunia hiburan semata tetapi beraneka ragam berita dari olahraga, politik, sosial, budaya dan kriminal yang dikemas menjadi lebih lunak dan menghibur (Syahputra, 2006: 11). Untuk itu, keseimbangan isi berita harus didukung dengan berbagai akurasi data, pendapat, komentar hingga ke opini publik lewat

wawancara. Ini sangat bertolak belakang dengan konsep program acara *Infotainment* yang justru tidak memerlukan adanya dimensi aktual dan faktual. Bagi industri televisi Amerika, format majalah *Infotainment* justru berkesan satu arah / satu jalur / satu tujuan walaupun disajikan dengan format kemasan gaya hiburan baik dari sudut penulisan naskah, reportase hingga ke set-artistik *backdrop*, namun isi dari format acara ini hanyalah menyajikan sebuah informasi tentang suatu produk atau suatu penjelasan (<http://tv.groups.yahoo.com/group/KTVI/message/193> diakses 23 Oktober 2014) .