

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi sebagai media massa dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui acara *Infotainment*¹ misalnya, media dapat membujuk penonton untuk menggunakan produk tertentu ataupun secara tidak langsung membujuk untuk mendukung ideologi politik tertentu maupun partai tertentu. Hal senada diungkapkan oleh Prisgunanto, (2004:314), “Hampir setiap hari masyarakat disuguhi dengan tayangan-tayangan di stasiun televisi. Film, sinetron, gosip, hampir tidak pernah absen di setiap harinya. Begitu *powerfullnya* media massa menyebabkan banyak orang beranggapan bahwa variabel inilah yang paling signifikan dalam pemicu penyakit-penyakit sosial, seperti pornografi, kriminalitas dan kekerasan.

Beberapa program tayangan televisi yang saat ini merajai dunia pertelevisian adalah sinetron, berita, *Infotainment*, *talk show*, *variety show*, dan *game show*. Salah satu tayangan hiburan yang paling marak mewarnai televisi Indonesia ialah tayangan *Infotainment*. *Infotainment* pada dasarnya adalah jenis *soft journalism* atau *soft news* yang berkembang di Amerika Serikat. Kategori ini bukan hanya menampilkan informasi dunia

¹ Gabungan antara Informasi dan Entertainment

hiburan semata tapi beraneka ragam berita dari olahraga, politik, sosial budaya, dan kriminal, yang dikemas menjadi lebih lunak dan menghibur (Syahputra, 2006: 11).

Televisi sebagai ruang publik yang menyoroti dan menyikapi berbagai stimuli disajikan melalui berbagai program berita (*news*), program pendidikan dan hiburan, seperti *infotainment* yang dikemas dalam bentuk berita. Hal tersebut dimungkinkan karena televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang dapat sekaligus menggabungkan penayangan yang bersifat informatif, hiburan maupun pendidikan. Selain itu, *infotainment* terkait dengan informasi selebritis, sehingga memungkinkan pula menonjolkan unsur hiburan dengan memperkecil nilai berita yang lain (nilai informasi yang mendidik atau mencerahkan) pemirsa. Menurut Skomis (1985) diacu dalam Syahputra (2006), jika dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah dan buku), maka televisi mempunyai sifat istimewa yang dapat menggabungkan tayangan informatif, hiburan maupun pendidikan.

Dilihat dari arti harfiahnya, *Infotainment* sebenarnya merujuk pada dua kata, yaitu *information* dan *entertainment*. Akan tetapi, terdapat dua makna berbeda format penayangan antara di Indonesia dan di Amerika Serikat. Di Amerika Serikat, terminologi *Infotainment* merujuk pada berita yang disampaikan sebagai hiburan (Creeber, 2001). Sedangkan *Infotainment* di

Indonesia lebih dipahami sebagai informasi tentang hiburan yang sifatnya ringan, trivial, dan sensasional. Acara yang sebagian besar isinya mengupas kehidupan selebritis itu pun identik dengan acara gosip karena sifatnya yang ringan, berita-berita yang dimuat cenderung sensasional, dan frekuensi penayangannya yang sering.

Tingginya minat penonton pada hiburan yang diberikan *Infotainment*, membuat tayangan ini menjadi sajian wajib bagi hampir seluruh stasiun televisi. Seperti yang dikemukakan oleh Dicky Sofjan (2013: 32-33) berita hiburan *Infotainment* merupakan salah satu tayangan yang mempunyai *rate* paling tinggi sehingga informasi yang disiarkan hanya memenuhi keinginan pasar. Setiap hari fokusnya adalah kegiatan-kegiatan yang sangat duniawi dari orang kaya dan terkenal, terutama kaum selebriti dan *public figure*, termasuk politisi, pengacara dan olahragawan.

Memandang diterimanya tayangan *Infotainment* di hati penonton membuat pihak manajemen menambah jam tayang dan diikuti oleh stasiun televisi lain. Terbukti kini hampir setiap stasiun televisi swasta menayangkan aara *Infotainment* lebih dari satu kali. Sayangnya, televisi yang menayangkan program atau acara tersebut kurang memperhatikan fungsi televisi sebagai media pendidikan atau dakwah. Ada bagian acara yang lolos sensor sehingga berdampak kurang mendidik, seperti tayangan

yang membuka aib seseorang dan pola hidup para selebriti yang cenderung berlebih-lebihan.

Arti sesungguhnya dari *Infotainment* adalah program televisi yang menayangkan informasi dari berbagai bidang (ilmu, teknologi, pengetahuan praktis) dengan kemassan menghibur, maka seharusnya porsi informasi lebih banyak dari pada porsi hiburan. Faktanya, kini *Infotainment* lebih mengutamakan unsur hiburan dari pada unsur informasi. Ini terkait dengan kandungan informasi misalnya bobot informasi atau penting tidaknya informasi tersebut disampaikan kepada publik.

Saat *Infotainment* diadopsi dalam kerja media massa, terjadi salah kaprah. Dimana *Infotainment* dimaknai sebagai informasi tentang hiburan. Sehingga, hiburan menjadi focus dan kerap kali makna substantif dari sebuah informasi direduksi. Misalnya dengan dramatisasi fakta, dugaan berlebihan, penggiringan opini, liputan yang sepihak serta sejumlah standar etika lainnya telah diabaikan secara sadar. Faktanya, hingga saat ini kecenderungan tayangan *Infotainment* semakin meningkat. (<http://gunhertanto.blogspot.com> diakses pada 30/09/2014).

Insert adalah salah satu program *Infotainment* yang masuk dalam lima besar program-program *Infotainment* yang paling populer selain Silet (RCTI), Cek and Ricek (RCTI), Go Spot (RCTI), KISS (Kisah Seputar Selebriti) di Indosiar, dan *Obsesi* di Global TV (Sofjan, 2013: 33). Semua program ini memiliki pola yang serupa dari segi isi dan format penyajian.

Infotainment tersebut hidup dengan berbagai sensasi dan disuburkan oleh kemegahan budaya selebriti, yang pada gilirannya menggelorakan cara-cara hidup materialistik dan konsumeristik.

Tidak sedikit *Infotainment* yang memasukan agama untuk membumbui liputan mengenai para selebriti, dan membuatnya lebih menggugah minat. Wawancara dengan para ustadz maupun ustadzah bisa jadi dimaksudkan untuk memberi kesan bahwa agama itu penting, dan untuk menyelaraskan *Infotainment* terhadap agama. Tidak sedikit informan dalam wawancaranya menghadirkan para tokoh agama untuk dimintai opini, penilaian dan perspektif mengenai isu-isu berkenaan dengan Fiqih. Dampak tayangan tersebut lalu muncullah berbagai persepsi dari kalangan masyarakat.

Kontroversi mengenai program-program *Infotainment* yang ada sekarang ini sebenarnya telah timbul sejak program ini disiarkan pada hari-hari awal reformasi. Kontroversi itu terus berkembang sampai klimaksnya. Sebagaimana dikuatkan dalam buku Dicky Softjan, (2013: 38),

MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa dari sudut pandang Yuridis Islami, program-program *Infotainment* ini tak diragukan lagi “haram” (dilarang). MUI menganggap bahwa muatan program-program *Infotainment* termasuk ke dalam kategori “*ghibah*” (bahasa Arab, gossip atau fitnah) dan “*namimah*” (bahasa Arab,

mengadu domba), yang pada hakikatnya tidak islami, dan karena itu tidak berdasar dan patut dicela.

Berikut Fatwa MUI tentang larangan menonton *Infotainment* dan penayangan *Infotainment* :

- a. Menceritakan aib, kejelekan, gosip, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan / atau khalayak hukumnya haram
- b. Upaya membuat berita yang mengorek dan membeberkan aib, kejelekan, gosip, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan/atau khalayak hukumnya haram.
- c. Menayangkan dan menyiarkan berita yang berisi tentang aib, kejelekan, gosip, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain hukumnya haram.
- d. Menonton, membaca, dan / atau mendengarkan berita yang berisi tentang aib, kejelekan orang lain, gosip, dan hal-hal lain sejenis terkait hukumnya haram.
- e. Mengambil keuntungan dari berita yang berisi tentang aib, kejelekan orang lain, gosip, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan/atau khalayak hukumnya haram.
- f. Menayangkan dan menyiarkan, serta menonton, membaca, dan / atau mendengarkan berita yang berisi

tentang aib, kejelekan orang lain, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi.

dibolehkan jika ada pertimbangan yang dibenarkan secara syar'i, seperti untuk kepentingan penegakan hukum, memberantas kemungkaran, memberi peringatan, menyampaikan pengaduan / laporan, meminta pertolongan dan / atau meminta fatwa hukum (Majelis Ulama Indonesia, 2011:114).

Meski sudah banyak diredam, bahkan MUI juga telah mengeluarkan fatwa haram, namun tetap saja tren tayangan *Infotainment* terus ditayangkan di televisi. *Infotainment* mendominasi pertelevisian di Indonesia tiga tahun belakangan ini. Betapapun banyak dan pedasnya kritik yang dilontarkan, *Infotainment* tetap tak terkalahkan. Ancaman sebuah ormas keagamaan besar memang sempat ditanggapi dengan hati-hati oleh kalangan televisi maupun produser *Infotainment*. Tapi setelah momennya berlalu, tak terlihat tanda-tanda *Infotainment* akan menyusut. Masyarakat juga tampaknya tenang – tenang saja ketika skandal Maria Eva-Yahya Zaini ramai-ramai disorot media dan kehidupan keluarga masing-masing diutak-atik. Padahal, justru perilaku *Infotainment* macam itulah yang dikecam oleh ormas keagamaan tersebut. (ngerumpi di televisi *Infotainment* tiada henti ~ [communicare.htm](#) diakses 20 Juli 2014)

Pihak yang mengkritik *Infotainment* sebagian beralasan bahwa acara tersebut bersifat penyebar gosip terhadap aib orang, di sisi lain juga mengenalkan gaya hidup yang kurang sesuai dengan norma dan agama di masyarakat. Padahal sudah jelas dalam agama maupun norma sosial bahwa mengungkit aib orang lain jelas dilarang. Bahkan dahulu pernah ada wacana fatwa haram menonton acara-acara seperti itu. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al- Hujarat ayat 12

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا

تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَتُحِبُّ 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-Hujarat: 12)

Hadits Nabi s.a.w yang diriwayatkan Imam al-Bukhori :

وَمَنْ اسْتَمَعَ إِلَى حَدِيثِ قَوْمٍ وَهُمْ لَهُ كَأَرْهُونَ، صَبَّ فِي أذْنَيْهِ إِلَّا نَكَتُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: “Barang siapa mendengarkan pembicaraan suatu kaum, sedangkan mereka membeci pembicaraan itu, maka akan dicurahkan timah yang meleleh pada telinga orang tersebut (di akherat).” (Himpunan hadist pilihan hadist Shahih Bukhari, (Surabaya: Al-Ikhlâs:52)

Dalil-dalil diatas mengandung kesimpulan bahwa seseorang dilarang untuk melakukan tujuh perkara:

1. *Dzan* (dugaan buruk atau buruk sangka pada orang lain).
2. *Tajassus* (mengintai atau mengejar berita).
3. *Ghibah* (ngerasani) yang diharamkan seperti mengungkap aib seseorang dengan segala macam bentuknya (dengan lisan, tulisan, isyarah dan lain-lain atau dengan hati).
4. Buhtan (mendustakan orang lain)
5. Ifkun (membicarakan sesuatu yang didengar yang belum ada kejelasan).
6. Tasmi' (memperdengarkan perbuatannya untuk mendapat popularitas) dan Riya' (pamer untuk dipuji).
7. Membuka aib sendiri atau orang lain tanpa ada tujuan yang dibenarkan (Syafe'I, 2003:188).

Hukum penayangan dan proses *Infotainment* :

1. Jika ada unsur-unsur perkara di atas, maka hukum penayangannya adalah haram.
2. Jika tidak ada unsur-unsur tersebut, seperti tahadduts binni'mah (membicarakan kenikmatan yang diberikan Allah), sebagai panutan agar diikuti amal kebbaikannya dan agar dimanfaatkan karya Ilmiahnya, maka hukum penayangannya diperbolehkan.

Hukum menontonnya:

1. Haram, jika panayangannya hukumnya haram (karena setuju dengan kemungkaran), kecuali ada tujuan taghyirul munkar (mengubah kemungkaran) atau meninggalkan.
2. Tidak haram, jika penayangannya hukumnya tidak haram.

Program acara Insert merupakan salah satu *Infotainment* yang di unggulkan dari Trans TV. Sajian beritanya cukup menghibur dan dapat mengetahui informasi tentang kehidupan dan gosip terupdate dari rentetan para artis. Dibawakan dengan santai, agak santun dan sedikit kocak oleh para hostnya yang setiap tayangannya selalu bergantian dan berpasangan. Salah satu faktor tersebut yang membuat Insert di Trans TV lebih unggul di banding dengan acara *Infotainment* sejenis lainnya. Selain itu, Insert tayang setiap hari dan terbagi dalam beberapa waktu antara lain Insert pagi hadir yang hadir lebih pagi, Insert siang dan Insert

sore. Meski tayang tiap hari, tapi berita tentang artis dan selebritisnya selalu up date terus dan tidak membuat para penontonnya bosan. (infotainment paling ditunggu tampil lebih pagi _ Ratingtop.com.htm diakses pada 12 juli 2014)

Hal lain yang membuat Insert lebih unggul dibandingkan dengan *Infotainment* lain ialah, *Infotainment* Insert selalu dipandu oleh host yang sudah tidak asing lagi di ranah pertelevisian. Hampir seluruh host Insert berasal dari kalangan publik figure seperti contohnya Irfan Hakim, Lenna Tan, Marissa, Mike Lewis, Acha Septriasa, Astrid Tyar, Fenita Ari, Omes, dan masih banyak lagi. Uniknya, acara Insert selalu dibawakan oleh host yang selalu bergantian di setiap tayangannya dan selalu dibawakan berpasangan, sehingga seusai berita ditayangkan mereka membahas informasi apa yang baru saja ditampilkan dan makin membuat berita gossip yang ditayangkan semakin panas. Sedang *Infotainment* lain kebanyakan hanya dipandu oleh satu pembawa acara. Hal ini salah satu faktor yang membuat Insert lebih unggul dibandingkan *Infotainment* lain. Bagi penulis, *Infotainment* atau sejenisnya ini merupakan masalah menarik yang perlu diteliti kebenarannya agar layak dipertimbangkan.

Begitu menariknya acara tersebut, penulis akan mengkaji sebuah persepsi dari sekelompok masyarakat mengenai acara Insert di Trans TV. Dalam hal ini penulis akan mengkaji anggota Organisasi keagamaan ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga tentang pesepsi program *Infotainment* Insert di Trans TV pada

penayangan bulan oktober-november 2014. Hal menarik yang penulis kuatkan untuk mengambil *sample* dari anggota Organisasi ‘Aisyiyah adalah karena ‘Aisyiyah merupakan salah satu lembaga dakwah yang berperan aktif dalam penyebaran dakwah Islam dan memahami dan mengamalkan ajaran Islam serta mengajak dan mengarahkan orang lain sesuai dengan tuntunan Al-Qur’an dan As Sunah. Selanjutnya karena latar belakang pendidikan, status sosial, dan jenis pekerjaan anggota ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga cenderung bervariasi, tentunya dalam melakukan persepsi pun berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat peneliti susun rumusan masalah sebagai berikut, “Bagaimana persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah tentang program *Infotainment* Insert di Trans TV?”

1.3 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan pokok permasalahan yang diangkat, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi anggota organisasi ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah tentang program *Infotainment* Media massa di Trans TV.

Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dan member manfaat kepada pembaca, yaitu:

1. Manfaat teoritis:
 - a. Menambah khasanah keilmuaan di bidang komunikasi khususnya Ilmu Komunikasi Islam dan Dakwah.

- b. Dapat dijadikan referensi untuk memilih program-program televisi yang aman dan layak dikonsumsi bagi anggota keluarga pada umumnya dan anggota 'Aisyiyah pada khususnya.
 - c. Menumbuhkan pemahaman kepada pelaku dakwah bahwa televisi dapat dijadikan sebagai salah satu media dakwah.
2. Manfaat praktis:
- a. Memperkuat persepsi atau mindset pada anggota Organisasi 'Aisyiyah Kabupaten Purbalingga bahwa peran Televisi memberikan dampak yang cukup kuat terhadap pola pikir sikap dan perilaku pemirsa, tidak ubahnya dengan tayangan *Infotainment* Insert di Trans TV.
 - b. Memberikan pertimbangan/ masukan kepada manajemen Insert agar tayangannya memberikan efek positif kepada penonton. Hal ini mengingat peran fungsi media massa dalam hal ini media televisi adalah sebagai media pendidikan. Menurut Alexis S. Tan dalam Hidayat (2007: 65) bahwa fungsi komunikasi massa salah satunya adalah untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, dan tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakat.

1.4 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan kajian pustaka yang penulis lakukan ditemukan beberapa skripsi yang bertemakan sama namun variabel berbeda.

Pertama, skripsi Rochmah (2011) yang berjudul; Persepsi Muslimat NU Kota Semarang tentang Tayangan *Infotainment Silet* di RCTI. Jenis penelitiannya adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Masalah yang diteliti adalah mengetahui persepsi Muslimat NU Kota Semarang tentang tayangan *Infotainment Silet* di RCTI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ibu-ibu Muslimat NU Kota Semarang, baik dari pengurus maupun anggota kebanyakan mempersepsi bahwa Silet termasuk *Infotainment* yang tidak memberikan manfaat bagi pemirsanya karena mengandung unsur gosip dan termasuk *ghibah*. Meskipun ada sebagian anggota yang memang sering menyaksikan tayangan tersebut akan tetapi, menganggap bahwa *silet* tetap memiliki pengaruh negatif terhadap pemirsanya. Selain dari penyajiannya yang membicarakan tentang aib para artis juga tidak lepas dari penyajian yang berbau pornografi, misalnya bermesraan yang bukan pasangan sah, mengada-ada, membesar-besarkan masalah dan sebagainya.

Kedua, Skripsi Nadhifatun (2011) yang berjudul; Persepsi Masyarakat tentang Siaran Dakwah Teletilawah di TVRI (Studi Kasus di Kelurahan Genuksari Kecamatan Genuk Kota Semarang). Jenis penelitiannya adalah kuantitatif (*statistic* dan

prosentase). Kajian yang diteliti adalah mengetahui persepsi masyarakat Kelurahan Genuksari tentang siaran Teletilawah di TVRI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdakwah dengan memanfaatkan media elektronik (televisi) adalah cukup efisien sebab dapat dinikmati oleh para pemirsa siaran dakwah Teletilawah di TVRI sebagai objek dakwah (mad'u). Ini terbukti antara lain dengan angket yang penulis bagikan. Dari hasil tersebut, persepsi masyarakat tentang siaran dakwah teletilawah adalah bahwa siaran dakwah Teletilawah di TVRI merupakan media dakwah. Selain dalam suguhan keagamaan, muatan materi dakwah selalu diselipkan dalam suguhan acara yang lain. Dengan kata lain materi dakwah selalu disampaikan dalam setiap acara siaran dakwah di TVRI.

Penulis tidak memungkiri adanya kesamaan dari beberapa karya ilmiah yang penulis jadikan rujukan di tinjauan daftar pustaka diantaranya menjadikan *Infotainment* dan kelompok masyarakat tertentu sebagai objek penelitian. Hal yang membedakan sekaligus menguatkan kajian dalam skripsi penulis adalah Objek kajian organisasi Islam yaitu anggota 'Aisyiyah Muhammadiyah Kabupaten Purbalingga. Selanjutnya, hasil penelitian akan dijadikan pertimbangan sebagai upaya proses kreatif untuk memberikan saran tayangan terhadap manajemen media penyiaran Media massa di Trans TV (sebagai tindak lanjut hasil penelitian).

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1. Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, dan Spesifikasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Sukmadinata, 2007: 60). Penelitian kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisisnya terhadap dinamika hubungan antarfenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah (Azwar, 2007:5). Bogdan dan Tailor metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis (Moleong, 2004:3). Penelitian kualitatif bila dilihat dari sisi sifatnya adalah bentuk deskriptif, dilihat dari sisi tugasnya adalah memahami makna di balik fakta, dan dilihat dari sisi tujuannya adalah menemukan teori (Yahya, 2010:10). Hal ini karena yang menjadi masalah adalah bagaimana persepsi anggota organisasi ‘Aisyiyah Muhammadiyah di Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah tentang program *Infotainment* Insert di Trans TV.

Pendekatan yang penulis gunakan adalah pendekatan fenomenologis yaitu peneliti menghimpun

data berkenaan dengan konsep, pendapat, pendirian, penilaian terhadap situasi dalam kehidupan.

Adapun spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 1985: 30). Dengan metode deskriptif ini peneliti akan mendeskripsikan tentang fenomena yang terjadi yaitu persepsi anggota organisasi Aisyiyah Muhammadiyah di Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah tentang program *Infotainment* Insert di Trans TV.

1.5.2. Definisi Konseptual

Agar penelitian ini mempunyai sasaran yang jelas, maka perlu ada beberapa penjelasan tentang definisi konseptual dan definisi operasional tentang objek yang diteliti.

a. Persepsi

Persepsi yaitu pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2008: 51). Dalam penelitian ini persepsi yang dibahas adalah persepsi anggota Organisasi 'Aisyiyah Kabupaten Purbalingga.

b. 'Aisyiyah

'Aisyiyah adalah organisasi peremuan Persyarikatan Muhammadiyah merupakan gerakan Islam, dakwah amar makruf nahi mungksardan tajdid, yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan As Sunah menuju terbentuknya Islam yang berakhlaql karimah. Anggota 'Aisyiyah yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah ibu-ibu yang tergabung dalam anggota 'Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga.

c. *Infotainment* Insert di trans TV

Insert adalah program *Infotainment* yang disiarkan di salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yaitu PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV). Insert hadir menyapa pemirsa dengan sangat intens, ditayangkan tiga kali dalam sehari yaitu Insert pagi pada pukul 06.00, Insert siang pada pukul 12.45, dan media massa investigasi yang hadir menguak sebuah peristiwa lebih jelas dan terbuka dapa pukul 14.45.

d. *Ghibah*

Ghibah berarti 'menceritakan orang lain saat dia tidak ada, baik cerita itu menyangkut perkara yang disukai maupun tidak disukainya, dan baik cerita itu mengenai kebaikan maupun keburukannya' *Al Mu'jam al-Wasith*, 2: 691 dalam Sayyid (1998: 54).

Fokus dalam penelitian ini adalah membahas persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga tentang program *Infotainment* Insert di trans TV khususnya terkait perilaku *berghibah* / menggunjing.

1.5.3. Sumber dan Jenis Data

Menurut Saefudin Azwar data penelitian digolongkan sebagai data primer dan data sekunder. Data primer, atau data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2004:91).

Data yang penulis gunakan sebagai sumber data primer adalah informasi/ data yang berasal dari subjek penelitian, dalam hal ini ialah hasil *interview* secara langsung dengan beberapa anggota ‘Aisyiyah Muhammadiyah di Kabupaten Purbalingga. Sedangkan data sekunder ialah data tidak langsung (Azwar, 2004:91). Data ini berasal dari dokumen-dokumen pendukung dan buku-buku yang relevan yaitu buku-buku referensi yang penulis gunakan untuk menyelesaikan skripsi ini.

1.5.4. Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan,2004:104). Dalam hal ini penulis mengadakan penelitian langsung ke kantor Pusat ‘Aisyiyah di Purbalingga untuk memperoleh data yang diperlukan.

b. Metode interview

Metode *interview* (wawancara) adalah suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden (Subagyo, 2006: 39). Wawancara dilakukan untuk mendapat informasi dari anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah tentang tayangan *Infotainment Insert* di Trans TV.

c. Metode dokumentasi

Menurut Kunjaraningrat dalam Subagyo, (2006:39) dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil/hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan. Metode

dokumentasi digunakan untuk memperoleh dokumen ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga. Data ini digunakan sebagai data tambahan dan pendukung.

1.5.5. Teknik pengambilan sampel (informan)

Teknik pengambilan sampel merupakan penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiono, 2009:217). Dalam penelitian kualitatif sampel dikenal dengan nama informan, nara sumber, guru, teman, dan partisipan dalam penelitian (Sugiono, 2009:216). Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan diambil berdasar pada tujuan tertentu (tujuan penelitian). *Purposive sampling* tidak terikat pada jumlah tertentu sebagaimana sampel yang lain, tetapi berdasarkan pada subjek yang dirasa paling berkompeten dalam memberikan data penelitian (Yahya, 2010:97). Prof. Dr. Sugiono mengutip pendapat Sanafiah Faisal yang dikutip dari pendapat Spradley. Penentuan pengambilan informan dengan teknik *purposive sampling* sebaiknya memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya

- b. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti
- c. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi
- d. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemassannya sendiri
- e. Mereka yang pada mulanya tergolong cukup asing dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber (Sugiono, 2009:216).

Dalam penelitian ini informan diambil dari anggota ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga dari berbagai latar belakang pendidikan dan jenis pekerjaan serta pengalaman yang berbeda. Sehingga akan diambil kurang lebih 17 informan hingga penulis mendapat informasi yang diinginkan.

1.5.6. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui Persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah Purbalingga tentang tayangan *Infotainment* Media massa di Trans TV, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Sebagaimana dikemukakan Miles and Huberman (2007: 15-20), bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas,

sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display dan conclusion drawing/ verification. Secara rinci, analisis data hasil penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. *Data reduction* (reduksi data)

Pada tahap ini, peneliti membuat rangkuman, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya lalu mencarinya bila diperlukan (Sugiono, 2008: 338).

Tabel 1. Pengkodean Data

KODE	KETERANGAN
PAI	Pesepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV
PAI – PT	Persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV berdasar kategori pendidikan tinggi
PAI – PM	Persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV berdasar kategori Pendidikan Menengah
PAI – P	Persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV berdasar kategori pensiunan
PAI – PP	Persepsi anggota Organisasi ‘Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV berdasar kategori pekerjaan sebagai

PAI- NP	Pegawai Pendidik
	Persepsi anggota Organisasi 'Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV
PAI – WK	berdasar kategori pekerjaan sebagai Pegawai non Pendidik
	Persepsi anggota Organisasi 'Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV
PAI – IRT	berdasar kategori pekerjaan sebagai wanita karier
	Persepsi anggota Organisasi 'Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV
PAI – TM	berdasar kategori pekerjaan sebaagai Ibu rumah tangga
	Persepsi anggota Organisasi 'Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV
PAI – MU	berdasar kategori status sosial tokoh masyarakat
	Persepsi anggota Organisasi

	'Aisyiyah tentang tayangan <i>Infotainment</i> Insert di Trans TV berdasar kategori status sosial sebagai masyarakat umum
--	--

b. *Data display* (penyajian data)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi berdasarkan aspek-aspek penelitian. Penyajian data dimaksudkan untuk memudahkan peneliti menafsirkan data dan menarik kesimpulan. Agar dapat tersaji dengan baik dan mudah ditelusuri kembali akan kebenaran data tersebut, maka dibawah satuan data yang dikutip harus diberi **label** atau **notasi** tertentu. Hal ini dimaksudkan agar label dan notasi tersebut dapat mewakili informan penelitian, cara memperoleh data dan letak data dalam transkrip data.

c. *Conclusion drawing /verification* (penarikan kesimpulan atau verivikasi)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan berdasarkan pemahaman terhadap data yang

dikumpulkan. Sesuai dengan hakikat penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan secara bertahap. *Pertama*, menarik kesimpulan sementara atau “*faktor en*”. *Kedua*, seiring dengan bertambahnya data maka harus dilakukan verifikasi data dengan cara mempelajari kembali yang telah ada. *Ketiga*, Berdasarkan verifikasi data ini selanjutnya peneliti dapat menarik kesimpulan akhir temuan penelitian.

1.5.7. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

a. Waktu dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai pada bulan Oktober – November 2014 dengan rincian jadwal sebagai berikut :
Tabel 2.

NO	Kegiatan	Oktober		November					
		Minggu ke							
		2	3	4	5	1	2	3	4
1	Persiapan	x	x						
2	Pengumpulan data			x	x				
3	Pengolahan Data				x	x			
4	Penyusunan Skripsi					x	x	x	

b. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di kantor ‘Aisyiyah Kabupaten Purbalingga, yang beralamat di Jl. Alun-Alun Selatan No.2 Purbalingga.

1.6 Sistematika Penulisan

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

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

Adapun bagian utama meliputi Bab I Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II berisi tentang kajian teori yang memuat tinjauan umum tentang beberapa teori yaitu, pertama teori tentang persepsi yang meliputi pengertian persepsi, dalil-dalil persepsi, faktor yang mempengaruhi persepsi. Teori persepsi terhadap media massa yang meliputi persepsi, persepsi terhadap *Infotainment*, peran televisi dalam dakwah, program televisi, *Infotainment*, *ghibah* dan *namimah*.

Bab III yaitu berisi tentang dan gambaran umum ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga. Bab IV berisi tentang data dan analisisnya, terhadap persepsi ‘Aisyiyah di Kabupaten Purbalingga. Bab V adalah penutup meliputi simpulan, saran-

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

Dalam bab I penulis telah menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi. Selanjutnya dalam bab selanjutnya akan dibahas mengenai kajian teori.