

PENGARUH SINETRON “ ISLAM KTP ” DI SCTV TERHADAP PENGETAHUAN AGAMA ISLAM

(Studi Korelasional Pengaruh Sinetron Terhadap Pengetahuan Tentang Sikap Sabar dan Optimisme untuk Melakukan Hal yang Baik dalam Agama Islam Di Dusun X Desa Sambirejo Timur Kec. Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Pesaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Politik Sosial**

**DELIMA RANI PARDEDE
08-853-0008**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

2012

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Perumusan Masalah	5
I.3. Pembatasan Masalah	6
I.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
I.5. Kerangka Pemikiran.....	7
I.6. Hipotesis.....	9
BAB II URAIAN TEORITIS	10
II.1.Komunikasi.....	10
II.1.1 Pengertian Komunikasi.....	10
II.1.2.Komponen-Komponen Komunikasi	12
II.1.3. Fungsi Komunikasi	15
II.2.Teori S-O-R.....	16
II.3.Televisi sebagai media komunikasi massa.....	18
II.4. Media Menonton.....	28
II.5. Sinetron.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
III.1. Populasi dan Sampel	34
III.2. Teknik Pengumpulan Data.....	36
III.3. Metode Pengumpulan Data.....	36
III.4. Variabel dan Definisi operasional.....	38
III.5. Metode Analisis Data.....	41
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	43
IV.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	43
IV.2. Jumlah Penduduk.....	43
IV.3. Deskripsi Sejarah SCTV.....	44
IV.4. Deskripsi Sinetron Islam KTP.....	46
BAB V ANALISA DATA.....	49
V.1. Pengumpulan Data.....	49
V.2. Analisa Data.....	49
V.3. Pembahasan Data.....	50
V.4. Analisa Data Korelasional dan Uji Teoritis.....	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	74
VI.1. Kesimpulan.....	74
VI.2. Saran.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama dan Kepercayaan.....	44
Tabel 5.1	Lamanya Menonton Televisi Siaran SCTV Setiap Hari.....	50
Tabel 5.2	Pernah Tidaknya Menonton Islam KTP Di SCTV	50
Tabel 5.3	Menonton Tayangan Islam KTP Dalam Seminggu	51
Tabel 5.4	Media Mencari Informasi Sinetron Islam KTP	51
Tabel 5.5	Lama Menonton Tayangan Sinetron Islam KTP.....	52
Tabel 5.6	Tokoh-tokoh Dalam Tayangan Sinetron Islam KTP	53
Tabel 5.7	Tanggapan Terhadap Karakteristik Mahdid Musyawarah	53
Tabel 5.8	Kepuasan Terhadap Peran TB.....	54
Tabel 5.9	Alasan Menonton Islam KTP	55
Tabel 5.10	Tema Tayangan Sinetron Islam KTP	56
Tabel 5.11	Bahasa Yang Digunakan Tayangan Islam KTP	56
Tabel 5.12	Pemahaman Terhadap Isi Cerita Islam KTP	57
Tabel 5.13	Tayangan Islam KTP Dapat Menjadi Sikap Tidak Tau Menjadi Tau	58
Tabel 5.14	Perasaan Yang Timbul Pada Tayangan Sinetron Islam KTP.....	58
Tabel 5.15	Momen Yang Menyentuh Perasaan Dalam Sinetron Islam KTP....	59
Tabel 5.16	Manfaat Menonton Tayangan Islam KTP	60
Tabel 5.17	Pelajaran Dari Tayangan Islam KTP	60

Kesabaran	62
Tabel 5.20 Kritik Dan Saran Tayangan Sinetron Islam KTP Di SCTV	62
Tabel 5.21 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Bebas (X) Pengaruh Sinetron Islam KTP Di SCTV.....	64
Tabel 5.22 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Terikat (Y) Sikap Penonton.....	66
Tabel 5.23 Kalkulasi Harga r_{xy}	69



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Mencermati perkembangan siaran televisi dalam 5 bulan belakangan, makin terasa regulasi bidang siaran televisi dan pelaksanaannya tidak cukup mampu dihasilkan isi siaran yang sopan dan menghibur secara sehat serta aman bagi anak remaja dan pola pikir dari ajaran agama. pergeseran-pergeseran aqidah atau norma agama demi sebuah materi, dan kurangnya pemahaman ajaran agama islam, fenomena oleh SCTV (sinema citra *television*) dijadikan pertimbangan untuk menayangkan sinetron “ISLAM KTP”

Sinetron “ISLAM KTP” yang ditayangkan oleh SCTV Setiap malam, Pukul 18.30 WIB – 20.30 WIB dengan menampilkan kisah nyata yang terjadi ditengah-tengah masyarakat .

Beberapa pekan belakangan ini, semua anggota keluarga saya, sejak yang kecil usia SD sampai ibunya, tiap malam menonton tayangan sinetron ISLAM KTP. Sensasi dari adegan ulah pemain ISLAM KTP yaitu ulah madit yang selalu mengucilkan orang lain, yang rajin sadakoh dan menganggap dirinya adalah calon orang yang masuk surga dan satu lagi yaitu seorang anak yang berumur 10 tahun

yaitu TB dengan ketabahan hati Seorang TB yang selalu dikucilkan orang

TB selalu bersabar dan ikhlas apabila dikucilkan, bahkan TB mendoakan orang yang mengucilkannya.

Termenung tentang makna kehidupan, bawasannya rajin sadakoh dan beramal belum tentu bisa masuk surga, kalau masih sombong dan menyinggung perasaan orang lain dan cerita ini mengajarkan belajar bersikap bersabar, ikhlas juga.

Keberhasilan SCTV (sinema citra television) dalam menayangkan program tayangan sinetron islami, mampu membuat stasiun-stasiun swasta lain ingin mengikuti langkah yang dilakukan oleh SCTV.

RCTI dengan tayangan "Mencari Sorgamu", Dan TPI Dengan "Sampeyan muslim?"

Tayangan yang bernuansa islami membuktikan bahwa masyarakat pemirsa sudah jenuh dengan tayangan yang menjual mimpi, kemewahan, dan kekerasan yang banyak di tayangkan televisi selama ini.

Awalnya Program tayangan sinetron Islam KTP ini dianggap sulit bersaing dengan program-program lain yang lebih menggiurkan dengan menjual fantasi-fantasi belaka dalam kehidupannya.

Pemeran utama diatas adalah kunci utama dari alur sinetron Islam KTP. Namun dalam penelitian ini penulis hanya membahas dari peran madit musyawaroh dan TB. Sehingga saat ini ISLAM KTP menjadi sinetron

UNIVERSITAS MEDAN AREA karena alur ceritanya menarik dan disitu diajarkan tentang

belum tentu masuk surga. Televisi sebagai media massa tidak mungkin dapat memuaskan semua orang yang memiliki latar belakang usia, pendidikan, status sosial, kepercayaan, faham, golongan yang berbeda-beda. Televisi dapat membuat puas, tidak puas, senang, tidak senang, sedih, gembira, marah, yang semuanya merupakan hal yang wajar karena sifat manusia. yang berbeda-beda (wahyudi, 1986)

Televisi sebagai produk teknologi maju dan berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi itu sendiri, telah banyak menyentuh kepentingan masyarakat di dunia. karena siaran televisi banyak, karena perubahan terjadi di masyarakat. karena sifat medium televisi, Pesan-pesan yang disampaikan mempunyai daya rangsang atau ajakan yang cukup tinggi.

Pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi dapat dimasukkan ke tengah-tengah kita, baik mudah, maupun anak-anak sekalipun. Baik di kota maupun di pedesaan, tanpa rasa mengurangi tayangan tersebut.

Jika dibandingkan dengan media massa lainnya seperti surat kabar, televisi memiliki ciri khusus yakni sajian ganda, berupa suara dan gambar. Hal inilah yang mengantarkan media massa khususnya televisi kepada posisinya yang khas dan menarik.

Televisi mampu menguasai jarak dan ruang juga menjangkau massa yang cukup besar. Pemberitaan sangat cepat dan lebih singkat, jelas dan sistematis



khalayak sebagai sasaran pesan dari media merupakan kumpulan berbagai individu yang berbeda dalam minat, perhatian maupun kepentingan. Khalayak akan mengikuti secara lengkap dan seksama berita dan laporan permasalahan.

Secara langsung mempengaruhi kehidupannya dan menjadi minat dan perhatiannya.

Dalam hal ini, Khalayak sadar akan kebutuhannya serta menyadari alasan mereka untuk menggunakan media sehingga sikap khalayak terhadap pesan yang disampaikan adalah selektif. Khalayak berusaha mengikuti setiap informasi yang disampaikan media massa. Bahkan tidak tertutup kemungkinan untuk mencari Sumber-Sumber berita yang dianggap bisa memenuhi kebutuhan akan informasi yang diinginkannya.

Menurut Effendi (1993:37), untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan tehnik yang akan dipergunakan.

Semangkin tingginya kebutuhan akan informasi memungkinkan media massa tumbuh subur dan hal ini membuat kompetisi media khususnya televisi sangatlah ketat.

Suatu media akan digemari apabila media tersebut mempunyai daya tarik dan

dapat memenuhi kebutuhan khalayak sesuai dengan motif penggunaan media

tersebut. Sebaliknya, media khususnya televisi yang tidak dapat memenuhi kebutuhan khalayak akan ditinggalkan oleh pemirsanya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul Pengaruh Tayangan sinetron “Islam KTP” Terhadap pengetahuan agama islam di dusun X Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli serdang”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Dengan adanya permasalahan maka akan dapat diarahkan pembahasan yang akan dilakukan dengan tujuan yaitu untuk memecahkan masalah yang diajukan tersebut. Sehingga dengan hal tersebut akan dapat dikurangi pembahasan-pembahasan yang tidak berhubungan dengan tulisan ini.

Perumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan uraian-uraian sebelumnya adalah:

Bagaimana pengaruh tayangan sinetron Islam KTP di SCTV terhadap pengetahuan agama islam di Dusun X Pasar VII ?

Dari perumusan masalah tersebut, maka penulis mempersempit lagi yaitu:

- Sejuahmana kepuasan penonton terhadap tayangan sinetron Islam KTP di SCTV? *(Bagaimana cara yang memenuhi isi, isi KTP di dukung oleh masyarakat yang was was dan sering bilang akan optimisme)*
- Bagaimanakah sikap sabar penonton dalam menyaksikan tayangan

- Bagaimana sikap optimisme penonton terhadap tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV?

1.3 PEMBATASAN MASALAH

Untuk mempertegas ruang lingkup Pembahasan Peneliti agar tidak terlalu luas dan mengambang, maka peneliti membatasi masalah ini berikut:

1. Peneliti terbatas pada tayangan Islam KTP yang ditayangkan oleh SCTV.
2. Peneliti ini terbatas pada sinetron Islam KTP yang ditayangkan setiap malam pukul 18.30-20.30 WIB di SCTV.
3. Penelitian ini terbatas pada karakter tokoh Madid dan TB.
4. Lokasi penelitian terbatas pada masyarakat yang berdomisili di Dusun X Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan, yang dibatasi pada pasar VII Tembung dan golongan usia 16-50 tahun.
5. Penelitian dilakukan Bulan Juli s/d September 2011

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Dengan kata lain, tujuan penelitian untuk menerangkan suatu fenomena yang dihubungkan dengan fenomena lainnya.

Adapun tujuan penelitiannya adalah :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

• Untuk mengetahui Bagaimanakah pengaruh sinetron Islam KTP yang tayang di SCTV Terhadap pengetahuan agama Islam di Dusun X pasar VII.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)10/8/23

- Untuk mengetahui Sejauh mana kepuasan penonton terhadap tayangan sinetron Islam KTP di SCTV.
- Untuk mengetahui Bagaimanakah sikap sabar penonton dalam menyaksikan tayangan sinetron Islam KTP.
- Untuk mengetahui Bagaimanakah sikap optimisme penonton terhadap tayangan sinetron Islam KTP di SCTV.

2. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bidang pengetahuan dibidang ilmu komunikasi mengenai peran media massa sebagai sarana informasi.
2. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan Kontribusi Khususnya efektifitas konsep religius terhadap citra Stasiun Swasta yakni SCTV
3. Secara praktis, sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak Stasiun- Stasiun Swasta yang menayangkan program acara “Islam KTP”

1.5 KERANGKA PEMIKIRAN

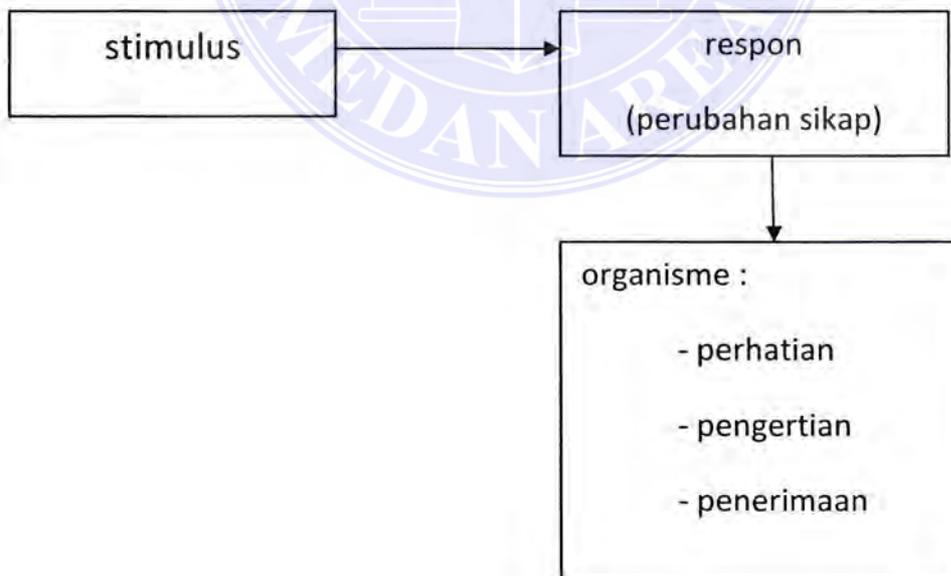
Kerangka pemikiran diperlukan dalam penulisan hasil penelitian seperti skripsi, karena kerangka teori yang sesuai dengan masalah penelitian merupakan penunjang penelitian. Kerangka pemikiran digunakan sebagai landasan atau dasar pijakan yang dapat membantu penulis dalam pemecahan masalah yang ada menurut Sugiyono “agar penelitian mempunyai dasar yang kokoh”

jika ada kondisi stimulus pula .Jadi efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan mempekirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur –unsur dalam model ini adalah:

1. Pesan atau stimulus.
2. komunikasi atau organisme.
3. Efek atau respon.(Effendy,1993:254)

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi dari apa yang didalamnya (Mar'at,1984:10)

Menurut effendy (1993:225) teori S-O-R dapat dirumuskan sebagai berikut:



- Sumber komunikasi massa merupakan suatu organisasi yang profesional.
- Pesannya tidak unik dan beraneka ragam dan selalu diperbanyak sehingga merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar serta acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan.
- Hubungan antar pengirim dan si penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut bersifat impersonal, bahkan mungkin bersifat non moral dan kulkulatif. Artinya Sebagai media massa televisi merupakan sarana yang ampuh.

1.6 HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau dugaan yang dianggap benar, tetapi masih perlu dibuktikan.

Kartini Kartono mengatakan tentang hipotesis itu adalah “Hipotesis masih berisikan jawaban bersifat sementara dari suatu kegiatan penelitian, kebenarannya harus di utarakan dari suatu kegiatan melalui riset hipotesis itu akan diterima jika faktanya benar”.

Menurut (Sugiyono,2007: 69), “Hipotesis adalah suatu jawaban, dugaan yang dianggap besar kemungkinan untuk menjadi jawaban yang benar”.

Ho : Tidak Terdapat Pengaruh Penayangan Sinetron Islam KTP di SCTV terhadap pengetahuan agama islam penonton di Dusun X pasar VII.

UNIVERSITAS MEDAN AREA Pengaruh penayangan sinetron Islam KTP terhadap

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

pengetahuan agama islam di Dusun X pasar VII Tembung.

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)10/8/23

BAB II

URAIAN TEORITIS

II.1 KOMUNIKASI

II.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan hubungan manusia baik individu maupun kelompok (Widjaja,1986 : 1)

Terdapat banyak sekali para ahli yang memberikan definisi tentang komunikasi. Namun diantaranya yang mampu memberikan akumulasi pengertian secara menyeluruh adalah empat definisi masing-masing berikut :

A. Definisi Carl Hovland :

“Komunikasi adalah proses dimana seorang insan (komunikator) menyampaikan rangsangan (dalam bentuk lambang-lambang atau kata-kata) untuk merubah tingkah laku insan lainnya (Komunikasi/sasaran).

B. Definisi Charles H.Cooley :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Yang dimaksud dengan komunikasi ialah mekanisme dimana terdapat

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperjualbelikan atau menyebarkan secara komersial

yang menggunakan lambang, pikiran, bersama-

sama dengan alat-alat untuk menyiarkan dalam ruang dan merekamnya dalam waktu. ini menyangkut ekspresi wajah, sikap dan gerak-gerik, suara, kata-kata tertulis, percetakan, kereta api, telegram, telepon dan apa saja yang merupakan penemuan terakhir untuk menguasai ruang dan waktu”

C. Defenisi Wilbur Schorram :

“Komunikasi (*communication*) berasal dari lain :

Communis yang berarti sama (*common*). Jika kita sedang berusaha mengadakan kesamaan (*communes*) dengan orang lain, ini berarti kita sedang berusaha memberikan informasi, gagasan atau sikap. Dengan demikian pada hakekatnya komunikasi adalah membuat si pemberi dan si penerima sama-sama sesuai (*tuned*) untuk suatu pesan (*message*). Komunikasi selalumenghendaki adanya paling sedikit 3 unsur : Sumber (*source*), pesan (*message*) dan sasaran (*destination*)”

D. Definisi Bernard Berelson :

“Komunikasi ialah pengoperan atau penyiaran (*trasmision*) lambang-lambang melalui sebagai besar media komunikasi massa seperti : radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagai besar komunikasi bersifat pribadi, percakapan antar insan”.

Berdasarkan defenisi –definisi diatas dapatlah dibuat suatu pengertian secara

UNIVERSITAS MEDAN AREA
menyebutkan tentang komunikasi yaitu suatu proses pengoperan lambang-lambang

yang berpindah makna dari seorang (komunikator) kepada orang lain

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)10/8/23

komunikasi dengan menggunakan saluran tertentu (yakni saluran antar pribadi atau media massa) agar terjadi suatu perubahan tertentu pula.

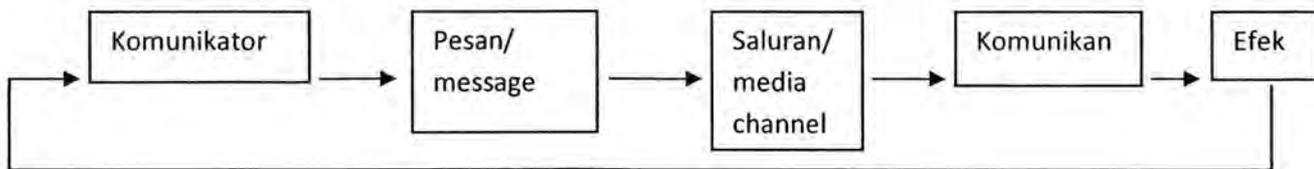
II.1.2 Komponen – Komponen Komunikasi

Melihat struktur dari defenisi komunikasi jelas bahwa setiap kegiatan komunikasi mengandung setidaknya-tidaknya lima komponen yaitu:

- a. komunikator
- b. Pesan
- c. Media/Saluran
- d. Komunikan
- e. Efek

Jika Komponen – Komponen tersebut diatas digambarkan kedalam suatu peroses komunikasi, maka akan dapat dilihat seperti bagan dibawah ini,

Gambar II.I.Struktur komunikasi



(Wiryanto,200 : 11)

FEED BACK / UMPAN BALIK

yang diformulasikan kedalam bentuk lambang-lambang yang mengandung Pesan. makna.

Pesan/*message* adalah Suatu yang disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan ,hiburan informasi, nasehat dan propaganda.

Saluran media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam bentuk komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia ada juga saluran informasi seperti telepon , surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.

Komunikasi adalah penerima pesan dari komunikator atau element penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi, jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering menuntut perubahan

Efek adalah perbedaan antara yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan. karena itu pengaruh bisa juga diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang akibat penerima pesan.

Dengan demikian sesungguhnya kegiatan komunikasi itu secara sederhana
UNIVERSITAS MEDAN AREA

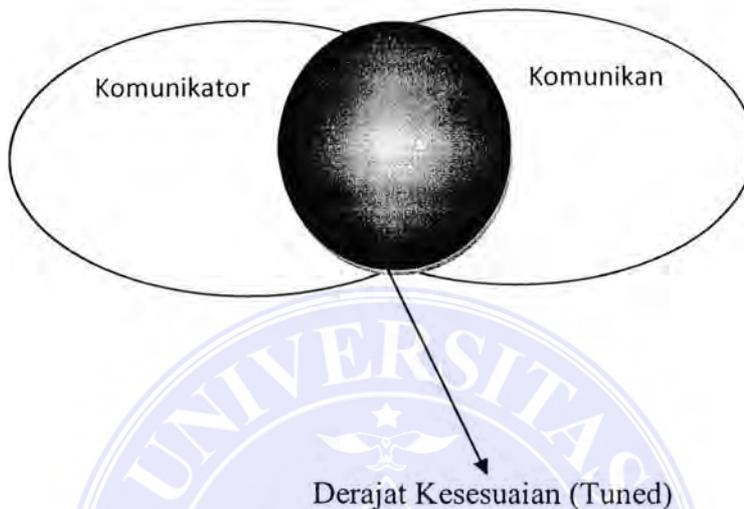
yang digambarkan sebagai berikut :

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/8/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

Gambar II. 2 Kegiatan Komunikasi



sumber :

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa antara komunikator dan komunikan saling berhimpit pada situasi kesamaan dan kesesuaian (*tuned*). kesesuaian yang pertama kali terjadi adalah kesamaan pengertian atas yang disampaikan baru kemudian lahir kesamaan kehendak yaitu komunikan mau melaksanakan sesuatu yang sesuai dengan kehendak komunikator. Semakin besar tingkat kesamaan itu maka semakin efektif komunikasi berlangsung. Namun untuk mencapai situasi yang efektif didalam kegiatan komunikasi juga melibatkan komponen-komponen lain seperti *frame of reference* dan *field of experience* yang kedua-duanya dimiliki baik oleh komunikator maupun komunikan.

Frame of reference adalah lingkup referensi seseorang dimana untuk menentukan sesuatu seseorang itu berpedoman kepada pengetahuannya, sedangkan *field of experience* adalah luas pengalaman seseorang dimana

pengalaman/emperis seseorang menjadi pedoman sebagai alat ukur untuk menentukan sesuatu

Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup (*scope*) nya dan banyak dimensinya.

II.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dilihat secara luas maka tidak hanya diartikan sebagai perkukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah berikut :

- Informasi, Pengumpulan, Penyadaran berita, data, gambar, pesan, pendapat dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- Pendidikan, Pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/8/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

- Hiburan penyebaran sinyal, symbol, suara, drama, tari, kesenian, kesuastraan, musik, olah raga, Kesenangan kelompok.
- Integrasi menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.
- memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetikanya.
- Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan diraih.
- Pemasyarakatan, Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif didalam masyarakat.

II.2. TEORI S-O-R (Stimulus- organisme –Respon)

Teori S-O-R yang semula berasal psikologis kemudian menjadi teori komunikasi karena objek material sama dengan ilmu komunikasi, yaitu manusia

UNIVERSITAS MEDAN AREA

dan jiwanya meliputi komponen- komponen sikap, opini, prilaku, kognisi, efeksi dan konasi

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)10/8/23

Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

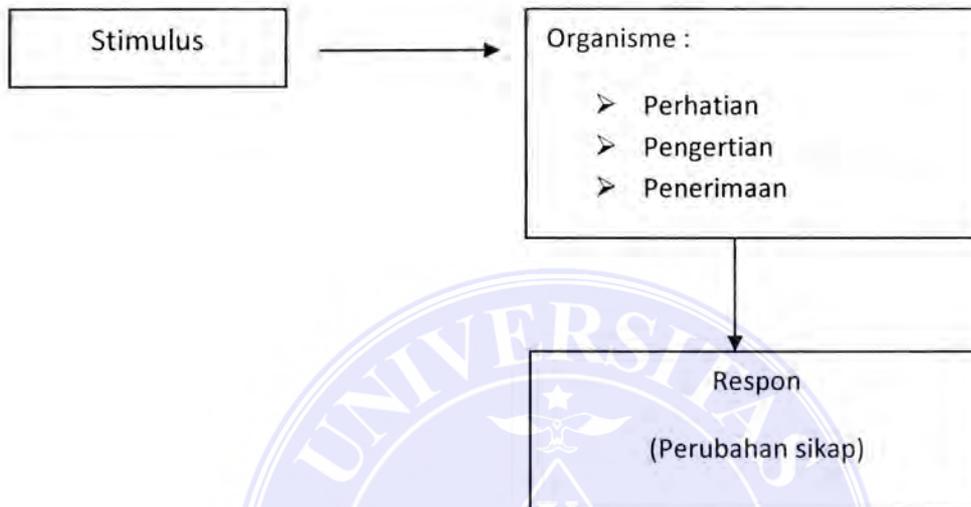
Unsur-Unsur yang ada dalam model ini adalah :

- Stimulus (S) (Pesan)
- Organisme (O) (Komunikan)
- Efek (E) (Responden)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek ‘*how*’ bukan ‘*what*’ dan ‘*why*’. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melangkahi dari semula.

“Sikap manusia, perubahan, serta pengukurannya” Mar’at (dalam Effendy, 1993:253-256) mengutip pendapat Hovland, jenis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada.

Gambar II.2. Teori S-O-R

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung kepada proses yang terjadi pada seseorang.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. kombinasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. kemampuan komunikan ini yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

II.3. TELEVISI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA

Istilah televisi terdiri dari perkataan “tele” yang berarti jauh dan “visi” “

yang berarti penglihatan .
UNIVERSITAS MEDAN AREA

Televisi mempunyai ciri-ciri antara :

- Berlangsung satu arah
- Komunikasi lembaga
- Pesannya bersifat umum
- Sasarannya menimbulkan keserempakan
- Komunikannya bersifat heterogen (Effendy, 1993 :21)

Sebagai salah satu kegiatan komunikasi massa, televisi yang dilarikan dengan melihat jauh atau television yang diartikan dengan gambar suara yang diproduksi disuatu (studio televisi) dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah Perangkat penerima (Wahyudi, 1986 : 49). Dengan sifat audio visual yang dimilikinya, televisi dapat memberikan efek yang besar kepada komunikannya. Hal ini dapat menggunakan kedua buah indera sekaligus yaitu penglihatan dan pendengaran. Televisi begitu banyak menyita perhatian tanpa mengenal usia, Pekerjaan dan pendidikan. Hal ini karena televisi memiliki sejumlah kelebihan terutama kemampuannya dalam menyatukan antara fungsi audio dan visual, ditambah dengan kemampuannya dalam memainkan warna. Penonton lebih leluasa memilih dan menentukan saluran mana yang mereka kehendaki dan yang diinginkan dan disenangi. Selain itu, televisi juga dapat mengatasi jarak dan waktu, sehingga penonton yang tinggal di daerah-daerah yang terpencil dapat menerima siaran televisi.

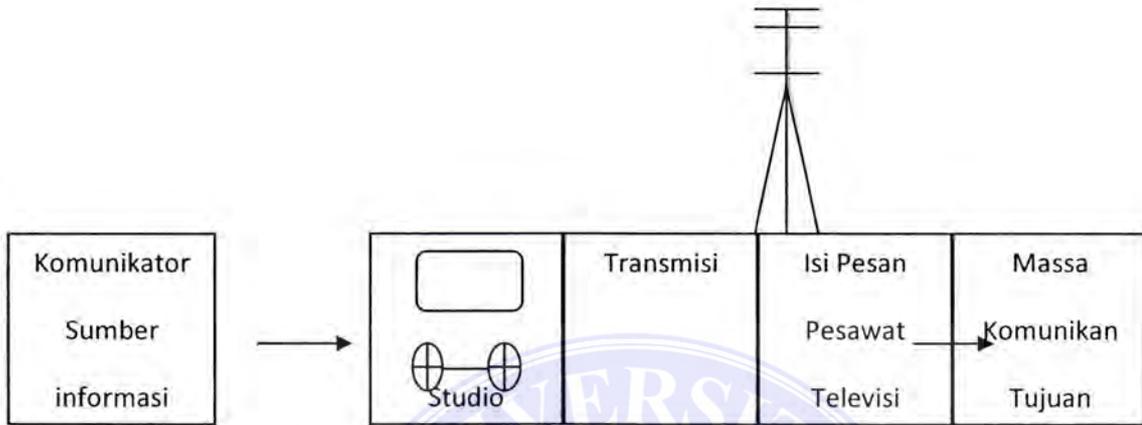
Individu dalam menerima pesan-pesan dari media massa akan memberikan reaksi terhadap pesan-pesan tersebut, seperti apa yang dikemukakan oleh Robert K. Avery (wahyudi, 1986 : 45). Sebagai berikut :

- *Selective Attention*, masing-masing individu yang akan memilih program atau berita yang menarik minatnya.
- *Selective Perception*, individu akan menafsirkan sendiri pesan-pesan yang diterimanya melalui media massa.
- *Selective Retention*, individu hanya mengingat hal-hal yang ingin ia ingat.

Bahwa cara televisi mempengaruhi sikap, pandangan, dan persepsi, dan perasaan para penonton. Ini adalah wajar, jadi, bila ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah sekali pun, bukanlah sesuatu yang isimewa. Sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka seolah-olah terhayut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang dihadirkan televisi (dalam Effendy, 1992 : 122)

Pada hakekatnya, sebagai media komunikasi massa, televisi menjalankan proses komunikasi yang dapat dinikmati oleh penonton televisi dirumah. Dimana mereka tinggal menerima pesan-pesan yang disampaikan melalui layar televisi dan pesan yang ditayangkan ini sebenarnya telah melalui proses yang panjang dan melibatkan banyak tenaga. Dengan demikian, dalam proses komunikasi dengan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
menggunakan medium televisi dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar II.3. Proses Komunikasi dengan Medium Televisi**TRILOGI TELEVISI****MEDIUM**

(Wahyudi, 1986;47)

Berdasarkan gambar diatas. bertindak sebagai komunikator dan sekaligus sebagai sumber informasi adalah pihak penyelenggara penyiaran. Ide atau isi pesan komunikator diproduksi dan disiarkan melalui stasiun televisi (studio dan transmisi) dan selanjutnya, isi pesan (hasil produksi) dapat dilihat oleh komunikan melalui pesawat televisi (*receiver*). Isi pesan itu bertujuan mengubah sikap dan perilaku atau mempengaruhi komunikan (Wahyudi, 1986: 47)

Menurut Effendy, televisi sebagai produk elektronik abad ke-20 pada

pokoknya mempunyai tiga fungsi :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)10/8/23

1. Fungsi penerangan (*the information function*)

Televisi mendapat perhatian yang besar dikalangan masyarakat karena dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang sangat memuaskan. Hal ini didukung oleh dua faktor, yaitu :

a) Immediacy (kesegaran)

Pengertian ini mencakup langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung .

b) Realisme (Kenyataan)

Ini berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan.

2. Fungsi Pendidikan

Sebagai media komunikasi massa, merupakan saran yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan sesuai dengan makna pendidikan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Siaran televisi menyiarkan acara-acara tersebut secara teratur. Selain acara pendidikan yang dilakukan secara berkesinambungan, stasiun televisi juga menyiarkan berbagai acara yang mengandung pendidikan seperti cerdas tangkas dan lainnya.

3. Fungsi hiburan

Sebagai media yang melayani kepentingan masyarakat luas, fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan dari fungsi yang lainnya. Seperti lagu-lagu, film, olah raga dan banyak lainnya. Fungsi hiburan amat penting, karena ia menjadi salah satu kebutuhan manusia mengisi waktu mereka dari aktifitas diluar rumah (Effendy, 1993 : 27-30).

Dalam menjalankan fungsinya sebagai komunikasi massa, televisi juga memilih beberapa kelebihan dan kelemahan. Adapun kelebihan dan kelemahan televisi menurut Kasali (1995 :121-122) adalah sebagai berikut :

1. Efisiensi biaya

Banyak pengiklanan memandang televisi sebagai media yang sangat efektif menyampaikan pesan-pesan komersialnya. Salah satu keunggulannya adalah kemampuan menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas.jutaan menonton televisi secara teratur, Televisi menjangkau khalayak sasaran yang dapat dicapai oleh media lainnya, tetapi juga khalayak yang tidak terjangkau oleh media cetak. Jangkauan ini menimbulkan efisiensi biaya untuk menjangkau setiap kepala.

2. Dampak yang kuat

Keunggulan lainnya adalah kemampuannya menimbulkan dampak yang kuat terhadap konsumen, dengan tekanan pada sekaligus dua indera : indera

UNIVERSITAS MEDAN AREA
PENGHIMPATAN DAN INDERA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)10/8/23

Document Accepted 10/8/23

kelenturan bagi pekerjaan-pekerjaan kreatif dengan mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, humor dan lainnya.

Sedangkan kelemahan Televisi antara lain :

1. Biaya yang besar

Kelemahan yang paling serius dalam dunia pertelevisian adalah biaya yang absolute yang sangat ekstrem untuk memproduksi dan menyiarkan suatu tayangan. Biaya produksi, terutama biaya pembuatan film dan honorium artis yang terlibat dalam acara tersebut, bisa menghabiskan jutaan rupiah.

2. Khalayak yang tidak selektif

Sekalipun berbagai teknologi telah diperkenalkan untuk menjangkau sasaran yang lebih selektif, segmentasinya tidak setajam surat kabar atau majalah.

Media televisi tidak luwes dalam pengaturan teknis, acara-acara yang telah yang dibuat tidak bisa diubah jadwalnya, apalagi menjelang jam-jam penyiarnya. (Kasali,1995 : 122).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa televisi adalah media massa yang bersihkan pesan-pesan yang bersifat umum, dimana proses penyajiannya dilakukan melalui pemancar yang dapat diterima khalayak di berbagai tempat sekalipun yang berada jauh dari komunikatornya.

Pada akhirnya ini, sudah banyak bermunculan sinetron-sinetron yang bertajuk islami yang biasanya hanya ramai dibulan Ramadhan. Sinetron yang

bernuansa islami ini menjadi saingan yang serius bagi sinetron-sinetron jenis lain, yang hanya menjual mimpi dan khayalan belaka. Berdasarkan survey, Niesen media.

Dengan demikian masyarakat sudah jenuh dengan acara maupun tayangan yang hanya menjual fantasi, dan sudah mengiginkan yang mempunyai bobot pendidikan yang realistis.

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa inggris, *Mass Communication* kependekkan dari *Mass Media Communication* (Komunikasi Massa). Artinya, Komunikasi yang “Mass Mediated” (Wiryanto, 2000 : 3).

Komunikasi massa diartikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak maupun media elektronik sehingga pesan yang disampaikan dapat diartikan secara serempak dan bersifat sesaat (Rakhmat 1993:189).

Komunikasi massa mempunyai hubungan erat dengan masyarakat sekitar dan masyarakat sasaran/khalayak media. Hubungan antara komunikasi dengan masyarakat harus dilihat melalui peranan media massa sebagai berikut:

- Jendela, media massa berusaha menjadi media sebagai jendela, dari jendela itu komunikasi bisa memandang dunia luar.
- Juru bahasa, media massa berperan untuk menerjemahkan suatu peristiwa

dalam suatu makna tertentu.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (Repository.uma.ac.id)10/8/23

- Pembawa atau pengantar, media massa membawa atau mengantar informasi yang berbentuk pendapat komunikator kepada komunikan.
- Jaringan interaktif, media massa dapat menjadi sarana atau jaringan yang menghubungkan interaksi antar manusia dan antar budaya.
- Penyaringan, media massa berperan untuk menyaring pesan dari sumber untuk diberitakan lebih lanjut
- Cermin, media massa dapat memantulkan suatu wajah dunia yang bisa apa adanya atau sudah dimanipulasi sehingga nampak arti finansialnya.
- Papan penunjuk jalan, media massa memberikan informasi tentang yang boleh maupun tidak boleh ditempuh.
- Tirai dan penutup, media massa menangkal informasi buruk yang datang dari luar yang mempunyai tujuan tertentu (Liliwiri, 2001 : 20).

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi dengan massa melalui media yang disebut media massa. sesuai dengan sifatnya, maka proses komunikasi massa selalu bersasaran pada masyarakat luas yang berbeda dan pada struktur yang beda pula.

Charles Wright (Severins dan Tankard 1992) dalam buku (Liliwiri, 2001 : 299), komunikasi massa memiliki tiga sifat yang paling utama :

- Menjangkau khalayak sasaran, yakni masyarakat majemuk dan tidak dikenal.

- Komunikator berbentuk organisasi yang kompleks.
- Charles wright (dalam Wiryanto, 200 : 11) mengatakan fungsi dari komunikasi massa adalah :
 - *Surveillance*, menunjuk pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian dalam lingkungan, baik luar maupun didalam masyarakat.
 - *Corelation*, meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu sebagai reaksi terhadap kejadian –kejadian. Fungsi ini disebut sebagai fungsi pendidik .
 - *Entertainment*, menunjuk kegiatan komunikatif yang bertujuan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek tertentu.

Komunikasi harus dapat mengerti dan memahami karaterisik komunikasi massa, komunikasi memiliki beberapa karateristik, sebagai berikut :

- Komunikasi bersifat langsung satu arah, artinya dalam arus informasi atau pesan yang terkandung dalam komunikasi massa tidak terdapat arus balik kepada komunikator .
- Komunikator pada komunikasi massa melembaga, media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga , yakni suatu institusi atau organisasi.
- Pesan pada komunikasi bersifat umum, pesan yang disampaikan pada

UNIVERSITAS MEDAN AREA bersifat umum, karenakan ditujukan kepada umum dan

untuk kepentingan umum, jadi tidak ditujukan kepada perorangan atau sekelompok orang tertentu.

- Media komunikasi menimbulkan keserempakan, pesan yang disampaikan kepada khalayak umum terjadi secara serempak dan bersamaan.
- Komunikasi dari komunikasi massa bersifat heterogen, karena khalayak yang dituju komunikasi massa mempunyai mempunyai jumlah yang cukup banyak maka terdapat perbedaan-perbedaan tersebut (heterogen) Untuk menyatukan perbedaan-perbedaan tersebut melakukan pengelompokan-pengelompokan terhadap khalayak agar mudah dicapai (Effendy, 2000 : 22-23)

11.4. MINAT MENONTON

Menurut Effendy (1988 : 103) Minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan yang diharapkan.

Renald kasali dalam buku-bukunya manajemen periklanan memberikan definisi minat sebagai rasa ingin tahu lebih rinci dalam diri seseorang. Mark (1976 : 69) lebih lanjut menyatakan minat sebagai suatu sikap yang dapat membuat seseorang merasa senang terhadap objek, situasi ataupun ide-ide tertentu, yang biasanya diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat seseorang, baik yang bersifat

sementara maupun yang bersifat tetap berbagai sistem motivasi dominan, maupun

UNIVERSITAS MEDAN AREA

merupakan faktor tertentu internal yang benar-benar mendasari dan

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Dari penjelasan itu dapatlah ditarik kesimpulan bahwa minat adalah suatu keadaan dalam diri individu yang mampu mengarahkan perhatiannya terhadap objek tertentu yang dianggap penting yang mampu mendorong mereka untuk cenderung mencari objek yang disenangi tersebut.

Adapun ciri-ciri minat yang dapat dilihat dari uraian tersebut diatas adalah :

- a. Minat timbul dari perasaan senang terhadap suatu objek.
- b. Setiap orang mempunyai perbedaan dalam menentukan objek yang diminatinya
- c. Minat merangsang seseorang untuk mencari objek yang disenanginya.

Minat itu sendiri senantiasa terarahkan kepada suatu hal, suatu objek. Tidak ada minat tanpa objek. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan terbentuk karena interaksi sosial seseorang sepanjang perkebangan seseorang tersebut.

Interaksi sosial ini sebagai stimulus dapat menimbulkan minat, tentu haruslah menarik minat (Manusia cenderung menyukai yang menarik bagi dirinya dan menguntungkan). Bagaimana agar stimulus tersebut dapat menarik, haruslah melalui proses :

- a. Adanya perhatian terhadap stimulus
- b. Stimulus dapat dimengerti
- c. Simulus tersebut dapat diterima (penerima)

Ketiga kondisi tersebut adalah hal yang mempengaruhi proses timbulnya

minat tersebut. Tetapi kondisi tersebut belum sampai pada tahap

timbulnya minat terhadap objek. Objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tayangan Islam KTP di SCTV

II.5. SINETRON

Sinema elektronik (Sinetron) adalah produk film yang prosesnya menggunakan perangkat elektronik yang sederhana seperti : Jenis kamera, pencayaan, dan alat perekam lainnya dan waktu penyelesaiannya juga lebih cepat dibandingkan pembuatan film layar lebar (Wahyudy, 2000)

Sinetron adalah salah satu program acara pilihan pemirsa untuk mendapatkan hiburan. Sinetron dapat diibaratkan sebagai angin segar yang berhembus dalam ruangan yang sumpek, dan untuk dinikmati sebuah sinetron penonton tidak perlu antri untuk membeli karcis. Oleh karena itulah sinetron banyak fans yang besar untuk menjadi film yang ideal.

Selain sinetron yang ditayangkan di stasiun televisi mempunyai tanggung jawab lain, yaitu bagaimana membuat sinetron yang tepat dan benar serta bertujuan menciptakan sebuah strategi pembangunan sosial.

Sinetron pertama kali diproduksi di Indonesia oleh TVRI pusat sekitar tahun 1980-an antara lain sinetron serial “ Rumah Masa Depan”, dan “ Losmen”. Ide pengharapan sinetron sendiri berasal dari ishadi, SK (Direktur TVRI waktu itu) yang kesulitan memenuhi tema film keluarga bagi pemirsa di Indonesia

(Wahyudi, 2000).

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (Repository.uma.ac.id)10/8/23

Banyak pesan-pesan pembangunan diangkat dalam sinetron baik secara berseri maupun lepas. Diantaranya soal kehidupan keluarga, kesehatan, keagamaan, dan lain-lain. Tayangan sinetron cukup banyak digemari pemirsa berbagai lapisan, hal ini karena isi cerita sinetron umumnya sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat sehari-hari, isi pesan sinetron mengkomunikasikan soal pembangunan baik secara fisik dan secara mental.

Tayangan sinetron yang ditampil di televisi adalah salah satu bentuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku sesuai dengan tatanan norma dan nilai masyarakat setempat. dengan kata lain sebaiknya terdapat vasis tertentu yang bermanfaat dengan mengasah hati masyarakat penontonnya.

Akan tetapi, diminta pembuatnya (*producer*) ada aspek lain yang tidak kalah pentingnya, yaitu bagaimana sinetron adalah suatu sebarang dagangan, sehingga mereka hanya melihat apa yang sedang disukai pasar dan program apa yang banyak mendatangkan profit. Mereka tidak peduli pada unsur- unsur diluar kepentingan dagang. Dalam keadaan seperti ini, maka bermunculanlah sinetron-sinetron yang tidak bermutu, sinetron-sinetron yang bersifat hedonis, glamour, dan sekuler. H. Frazier memberikan batasan terhadap pengertian sikap dalam konteks :

Sikap (*attitude*) adalah perasaan atau suasana hati seseorang, mengenai orang, organisasi atau objek. Sikap menggambarkan predisposisi seseorang untuk

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 menengalasi Indonesia kontroversial dengan cara yang menyenangkan atau tidak

Tentang karakteristik sikap, Marfat mengemukakan ada 6 karakteristik khas yang muncul pada setiap individu :

1. Sikap didasari pada konsep evaluasi berkenaan dengan objek tertentu, mengubah motif untuk bertingkah laku. Ini berarti bahwa sikap mengandung unsur penilaian dan reaksi efektif yang tidak sama dengan motif, akan tetapi menghasilkan motif tertentu.
2. Sikap digambarkan pula dalam berbagai kualitas dan intensitas yang berbeda dan bergerak secara kontiniu dari positif melalui area netral ke arah negatif. Variasi kualifikasi ini menggambarkan sebagai valensi positif dan negatif sebagai hasil penilaian terhadap objek tertentu.
3. Sikap lebih dipandang sebagai hasil belajar daripada sebagai hasil perkembangan atau suatu yang diturunkan. Ini berarti bahwa sikap diperoleh melalui objek sosial atau peristiwa sosial
4. Sikap memiliki sasaran tertentu. Sasaran dalam hal ini tidak perlu kongkrit, akan tetapi bersifat abstrak, atau dapat bersifat langsung atau tidak langsung.
5. Tingkat keterpaduan sikap adalah berbeda-beda. Sikap yang bertautan akan membentuk kelompok yang merupakan subsistem sikap. Setiap subsistem bertautan satu dengan yang lainnya, sehingga dapat dijumlahkan dan menunjukkan keseluruhan sistem sikap dari individu yang dapat dinilai.
6. Sikap bersifat menetap dan tidak berubah. Apabila diperhatikan lebih dalam,

UNIVERSITAS MEDAN AREA

ternyata perubahan predisposisi efektif yang disebabkan adanya sentral
 © Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
 Access From (Repository.uma.ac.id)10/8/23

peranan “*reinforcement*” pada saat membentuk sikap atau adanya hambatan yang dihayatinya sebagai ancaman (Mar’at : 1984 : hal 17).

Bertolak dari berbagai pendekatan terdapat sikap maka dapat disimpulkan bahwa sikap adalah salah satu keadaan dan kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek. Sehingga memiliki arah yang jelas dan intensi sebagai suatu kekuatan yang menyebabkan terjadinya tingkah laku yang bersifat menolak, menerima atau bersifat netral.

Komponen sikap

Sikap merupakan suatu sistem atau interaksi antara komponen-komponen sikap. Adapun komponen-komponen sikap tersebut adalah :

1. Komponen kognisi, yang berhubungan dengan *believe*, ide, dan konsep. Komponen ini akan menjawab pertanyaan apa yang dipersepsikan tentang objek.
2. Komponen afeksi, yang menyangkut kehidupan emosional seseorang yang dapat bersifat positif atau negatif. Komponen ini menjawab pertanyaan tentang apa yang dirasakan (senang atau tidak senang)
3. Komponen konasi, yang merupakan kecenderungan bertingkah laku. Komponen ini akan menjawab pertanyaan bagaimana kesediaan / kesiapan untuk bertindak terhadap objek (Mar’at, 1984:13)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode korelasional, dimana data yang diperoleh didapat dengan cara wawancara dan penyebaran angket, sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah berupa angka-angka yang disusun dalam teks kemudian diperluas. Penelitian ini dilakukan di Dusun X Sambirejo Timur Pasar VII Tembung

III.1. POPULASI DAN SAMPEL

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang menjadi perhatian, pengamatan dan penyedia data (Nurgiyantoro, 2002:20). Populasi adalah kumpulan dari objek yang dapat berupa orang, organisasi, kelompok, buku-buku, kata-kata, surat kabar dan lain-lain (Rakhmat, 1985:92). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berumur 16-50 tahun yang menurut para penelitian lakukan terdapat 734 jiwa.

b. Sampel

UNIVERSITAS MEDAN AREA adalah kelompok anggota yang menjadi bagian populasi

(Nugiyantoro,2002 : 21)

Sampel menurut Hadari Nawawi adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Nawawi, 1995 : 144). Untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus taro yamane dengan presisi 10 % dan tingkat kepercayaan 90% (Rakhmat, 1991 : 82), yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)+1}$$

keterangan : n = sampel

N = Populasi

d² = Presisi (Rakhmat , 1991 : 82)

c. Teknik Penarik Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Purposive sampling

Dalam tehnik purposif penarikan tertentu. Unit sampel yang digunakan disesuaikan dengan tujuan penelitian tertentu. Unit sampel yang digunakan disesuaikan dengan tujuan penelitian (Nawawi, 1991 :157). Adapun kreteria yang dimaksud dalam penelitian ini adalah :

1. Pernah atau sering menonton tayangan Islam KTP di SCTV

2. Usia respon hanya terbatas pada usia 16-50 tahun

UNIVERSITAS MEDAN AREA

3. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Dalam teknik ini peneliti langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemuinya (Nawawi, 1991 : 156).

III.2. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Adapun tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. *Field Reseach* yaitu : Pengumpulan data secara langsung dengan melakukan :
 - a) Kuesioner/ Angket, ialah sebagai alat pengumpul data yang merupakan sejumlah pertanyaan tertulis mengenai masalah yang diteliti kepada responden untuk memperoleh jawaban secara tertulis.
 - b) Observasi, yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian
 - c) Wawancara, ialah alat pengumpul data berbentuk sejumlah pertanyaan yang diajukan oleh si peneliti sebagai pencari informasi yang dijawab secara lisan pula oleh para responden yang bertujuan memperkuat hasil kuesioner
2. *Library Reseach* yaitu : Penelitian yang dilakukan dengan menghimpun data edari buku serta bacaan yang relevan dengan masalah penelitian.

III.3. METODE PENGUMPULAN DATA

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini adalah jenis penelitian korelasional, yang menganalisis data dan mencari tingkat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel

Dalam melaksanakan pengumpulan data maupun keterangan yang diperlukan dalam penelitian penulis memakai cara:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan ini dimaksudkan sebagai usaha mempelajari buku-buku yang dianggap relevan serta mendukung penelitian ini, seperti televisi, majalah, internet, buku-buku teori komunikasi, metode penelitian komunikasi, dan sebagainya.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dalam penelitian lapangan ini guna memperoleh data atau informasi dimana penulis langsung terjun ke lapangan dengan pokok permasalahan, dengan jalan mengadakan:

a. Pengamatan (*Observasi*)

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk mengamati secara dekat dengan masalah yang dihadapi.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dalam bentuk wawancara terstruktur yang merupakan suatu sarana yang digunakan bagi memperoleh data primer,

c. Angket atau Koesioner (*Questionnaires*)

Merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang disebutkan padapada bagian bab terdahulu.

Angket yang penulis ajukan bersifat tertutup, dimana jawabannya sudah

UNIVERSITAS MEDAN AREA

disediakan sehingga responden tinggal memilih.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

III.4. VARIABEL DAN DEFENISI OPERASIONAL

Dalam penulisan skripsi ini penulisan mengemukakan dua variabel yang sangat menentukan dan saling berhubungan. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan objek yang mempunyai “variasi “ antara satu orang dengan yang lain atau suatu objek dengan objek yang lain. Kerlinger dalam sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat dinyatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*)

Variabel dalam penelitian ini dibedakan antara variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas atau Independent variabel (X), yaitu variabel yang diduga sebagai variabel penyebab dari variabel yang lain. Variabel bebas dalam penulisan ini adalah “ Tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV” dengan indikatornya :

a. Frekuensi menonton

Intensitas atau sering tidaknya responden menonton sinetron Islam KTP di SCTV

b. Durasi menonton

Lamanya waktu yang dihabiskan responden menonton tayangan sinetron Islam KTP di SCTV.

c. Karakter Tokoh

Bahwa karakter dari tokoh dapat mempengaruhi minat menonton, artinya

apabila para penonton menyukai tokoh tersebut maka mereka akan

d. Tema Cerita

Bahwa Tema cerita menjadi poin penting dalam sinetron Islam KTP, yaitu apabila tema ceritanya sesuai dengan perkembangan jaman saat ini maka biasanya banyak sekali menonton

2. Variabel Terikat atau Dependent Variabel (Y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel Independent, dalam hal ini “ pengetahuan Agama Islam” dilihat dari segi *afeksid* dengan indikator:

a. Optimisme

Pandangan atau pengharapan yang selalu mengarah kepada hal yang baik saja setelah responden menonton Islam KTP

b. Puas

Kepuasan yang diterima responden setelah menyaksikan tayangan sinetron Islam KTP di SCTV

c. Sabar

Kesabaran penonton setelah menyaksikan tayangan sinetron Islam KTP di SCTV

Tabel 3.1
Operasiional Variabel Penelitian

VARIABEL TEORITIS	VARIABEL OPERASIONAL
Tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV (X)	Sikap Penonton (Y)
a. Frekuensi menonton	a. Kognisi
b. Durasi menonton	b. Afeksi
c. Karakter tokoh	c. Konasi
d. Tema cerita	

- Frekuensi adalah : tingkat sering, jarang nya orang menonton tv.
- Durasi menonton : Lama waktu orang menonton
- Karakter tokoh : Watak pemain dalam sinetron tersebut, apakah protagonist (watak baik) antagonis (watak jahat)
- Tema cerita : Suatu pokok cerita yang disampaikan kognisi, efeksi, konasi.
- kognisi : Dari yang tidak tahu menjadi tahu.
- Konasi : yang sudah tau semakin tau dari informasi yang disampaikan

III.5. METODE ANALISIS DATA

Analisa data menunjukkan pada kegiatan mengorganisasikan data keadaan susunan-susunan tertentu, ditabulasi sesuai dengan susunan sajian data yang dibutuhkan untuk menjawab masing- masing masalah penelitian. Juga melakukan perhitungan tertentu sesuai dengan jenis pengolahan statistik yang dipergunakan, yang pada akhirnya diambil suatu pada kesimpulan.

Teknik analisa yang dipergunakan adalah dengan cara mempergunakan produk momen dan selanjutnya di uji kembali dengan memakai uji determinasi.

Adapun rumus masing -masing uji diatas adalah:

1. Koefisien korelasi Product Moment

Cara ini dipergunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya dan besar kecilnya hubungan antara Variabel bebas dengan variabel terikat.

Cara penghitungannya mempergunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

x = Variabel bebas

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
 y = Variabel terikat

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
 2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
 Access From (Repository.uma.ac.id)10/8/23

N = jumlah sampel

Kemudian untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas dengan variabel terikat tersebut merupakan hubungan signifikan atau tidak, maka harus diuji dengan menggunakan nilai r *product moment*, dengan ketentuan:

Apabila $r_{xy} <$ dari nilai r *product moment* maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, serta apabila $r_{xy} >$ dari nilai r *product moment* maka ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

2. Uji-t

Uji-t adalah rumus untuk menguji tingkat signifikan hubungan antara kedua variabel yang diajukan sebagai pedoman penelitian.

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Pada taraf signifikan dan derajat kebebasan $dk = n-2$, maka dapat dilihat pengujian hipotesis penelitian dan melihat signifikan variabel bebas dan variabel terikat dengan ketentuan:

- a) Bila t hitung $>$ t table, maka ada pengaruh signifikansi antara x dan y
- b) Bila t hitung $<$ t table, maka tidak ada pengaruh signifikan antara x dan y .

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian- uraian serta penelitian dalam penyusunan skripsi ini maka pada bab terakhir ini penulis mengemukakan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat korelasi antara Tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV terhadap pengetahuan penonton, bagaimana pengetahuan agama islam dalam bersikap sabar ditonjolkan dalam Islam KTP.
2. Besarnya nilai korelasi r_{xy} yang diperoleh dalam Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang berarti antara Islam KTP dengan perubahan sikap masyarakat r_{xy} yang diperoleh adalah 0,0260 berdasarkan berskala hasil r_{xy} 0,9308 berada pada skala 6,612 yang menunjukkan hubungan yang cukup berarti dimana $n=88$ atau 88 responden yang biasa diandalkan. Untuk mengetahui tingkat signifikan hasil hipotesis tersebut dilakukan dengan menghitung nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel} diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,273 > 1,69$ hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alter natip diterima yaitu terdapat hubungan antara tayangan Islam KTP dengan perubahan sikap masyarakat Dusun X Desa sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei

3. Dari hasil uji-t yang dilakukan maka didapatkan hasil bahwa $t_{hitung} = 6,612$ dan $t_{table} = 9,273$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV terhadap sikap penonton 90% dan 10% dipengaruhi oleh factor.
4. Pada umumnya responden pada penelitian ini menyangi sinetron Islam KTP di SCTV karena tokoh karakter Madid Musyawaroh dan TB dapat mengubah sikap mereka, dengan melihat sikap Madid Musyawaroh yang menganggap rajin sedekah belum tentu masuk surga, karena apa yang sudah diberinya kepada orang lain diberi tau lagi kepada orang-orang, dan pengatahuan agama lainnya. Satu lagi dengan sikapnya TB yang sabar dalam menghadapi masalah, optimis, kuat, tegar dan sayang kepada orang tuanya dan terkadang lebih mementingkan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi dan lain-lain

VI.2.Saran

Saran yang diajukan peneliti merupakan penyimpulan data yang diperoleh dan menjadi saran penulis adalah :

1. Sinetron Islam KTP hendaknya ditambah jam penayangan.
2. Melihat banyak responden yang menyukai menonton tayangan Islam KTP di SCTV, maka hendaknya tokoh pemainnya ditambah lagi dengan menggunakan artis-artis yang terkenal dan masih remaja.
3. Melihat tingginya minat responden dalam menyaksikan tayangan

Sinetron Islam KTP di SCTV maka hendaknya dapat ditingkatkan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

lagi kualitas isi cerita sinetron yang lebih mendidik bagi masyarakat

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbahwasbagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/8/23

Access From (Repository.uma.ac.id)10/8/23

A. Variabel bebas (X) : pengaruh tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV

01. Berapa lama anda menonton Televisi Siaran SCTV setiap harinya ?

- a. Lebih dari 6 jam
- b. 4 sampai 6 jam perhari
- c. 2 sampai 4 jam perhari
- d. Kurang dari 1 jam

02. Apakah anda sering menonton tayangan Islam KTP setiap harinya di SCTV ?

- a. Sangat Pernah
- b. pernah
- c. jarang
- d. Tidak pernah

03. Berapa kali anda menonton tayangan Islaam KTP di SCTV dalam seminggu

- a. Setiap hari
- b. 5 - 6
- c. 3 - 4
- d. 1 – 2

04. Dari mana anda tau Sinetron Islam KTP ?

- a. Majalah
- b. Internet
- c. Televisi
- d. Tidak ada

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/8/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

05. Berapa lama anda menonton tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV ?

- a. Sampai selesai Sinetron
- b. 1 jam
- c. 30 menit
- d. 15 menit

06. Apakah anda menyukai tokoh- tokoh dalam tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV ?

- a. Sangat suka
- b. Suka
- c. Kurang suka
- d. Tidak suka

07. Bagaimana tanggapan anda terhadap karakter tokoh yang diperankan oleh Madid Musyawaroh dalam tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV ?

- a. Sangat menarik
- b. Menarik
- c. Kurang menarik
- d. Tidak menarik

08. Menurut anda apakah anda puas dengan peran TB dalam Sinetron Islam KTP di SCTV ?

- a. Sangat puas
- b. Puas
- c. Kurang puas
- d. Tidak puas

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

B. Variabel Terikat (Y) Terhadap sikap penonton

9. Apakah yang menjadi alasan anda menonton Islam KTP di SCTV ?

- a. Untuk menambah ilmu Pengetahuan
- b. Mencari hiburan
- c. Mengisi waktu luang
- d. Iseng- iseng

10. Bagaimana tema cerita dalam tayangan Sinetron islam KTP di SCTV ?

- a. Sangat menarik
- b. Menarik
- c. Kurang menarik
- d. Tidak menarik

11. Menurut anda, bagaimana bahasa yang digunakan dalam tayangan Islam KTP di SCTV ?

- a. Sangat jelas
- b. Jelas
- c. Kurang jelas
- d. Tidak jelas

12. Menurut anda apakah anda memahami tema isi cerita yang disuguhkan dalam Sinetron

Islam KTP di SCTV ?

- a. Sangat memahami
- b. Memahami
- c. Kurang memahami
- d. Tidak memahami

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

13. Setujukah anda dalam tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV dapat menimbulkan sikap yang tidak tau menjadi tau dalam kehidupan sehari – hari ?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju

14. Dengan hadirnya Sinetron Islam KTP, Perasaan apa yang anda rasakan ?

- a. Sangat senang
- b. Senang
- c. Biasa saja
- d. Tidak senang

15. Dalam tayangan Islam KTP, peristiwa atau momen- momen apa yang menyentuh perasaan anda?

- a. Pada saat berbuat salah
- b. Waktu di beri teguran
- c. Ketika azab turun kepada yang bersalah
- d. Ketika yang bersalah merasa ketakutan karma akan datang

6. Menurut anda manfaat apa yang anda rasakan setelah menonton Islam KTP di SCTV ?

- a. Mendapat pencerahan batin
- b. Menjadi lebih rajin beribadah
- c. ~~UNIVERSITAS MEDAN AREA~~

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

d. Takut berbuat salah

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

17. Menurut anda dengan hadirnya tayangan Islam KTP , pelajaran apa yang telah didapatkan ?
- Mendahulukan kewajiban dari pada hak
 - Selalu menghormati orang lain
 - Selalu jujur dalam setiap pelajaran
 - Banyak bersabar dan berserah diri pada yang di Atas
18. Dengan tayangan Sinetron Islam KTP, apakah anda akan berbuat baik di esok hari dan seterusnya ?
- Sangat pasti
 - Pasti
 - Ragu- ragu
 - Tidak pasti
19. Setujukah anda dengan menonton tayangan Sinetron Islam KTP dapat meningkatkan kesabaran anda dalam menghadapi masalah ?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
20. Berikan komentar anda mengenai tayangan Sinetron Islam KTP di SCTV :
-

DAFTAR PUSTAKA

- Frida, Kusumastuti,. *Dasar-dasar hubungan masyarakat*. Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002.
- Linggar Anggoro, M. *Teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Mar'at, *Sikap manusia dan pengukurannya*. Ghalia Indonesia, Jakarta. 1984
- Mardalis. *Metode penelitian, Suatu pendekatan proposal*. Bumi Aksara, Jakarta, 1990.
- Nasir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Bandung, 1985
- Oemi Abdurrahman,. *Dasar-dasar public relation*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.1995.
- Onong, Effendy, Uchhajana. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. citra aditya bakti, Bandung, 2003.
- Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2006.
- Wawan, Kuswandi,. *Komunikasi massa sebuah analisa media televisi*. Rhineka Cipta, Jakarta, 1995
- Wahyudi, JB, *Media Komunikasi Massa Televisi*, Alumni, Bandung, 1996

Internet :

http://id.wikipedia.org/wiki/Islam_KTP

[www. Google.com](http://www.Google.com)