

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Televisi adalah salah satu media massa yang menyampaikan informasi berupa audio-visual. Televisi merupakan sarana yang banyak diminati oleh masyarakat. Televisi berfungsi sebagai media yang menyuguhkan hiburan, tetapi juga mendidik masyarakat melalui media tersebut.

Televisi mempunyai program-program acara yang dapat dikonsumsi. Salah satu program acara tersebut adalah tayangan infotainment. Infotainment menyuguhkan informasi dari kalangan selebritis tanah air. Namun, pada masa sekarang ini infotainment terkesan melebih-lebihkan dan sudah kurang atau bahkan tidak mendidik. Bahkan, infotainment dianggap bertentangan dengan kebudayaan bangsa dan agama.

Kebebasan pers yang tumbuh dengan gerakan reformasi tampaknya menyisakan pekerjaan rumah untuk kita bersama sebagai masyarakat yang selalu mendapatkan informasi dari media massa, bahwa kebebasan yang diperoleh itu acapkali menggoda pers menjadi institusi kebenaran (bukan penyampai kebenaran), seolah-olah pers boleh menyampaikan apa saja dan bahkan bertentangan dengan realitas kebenaran yang ada.

Godaan itu terutama berasal dari keinginannya menciptakan sensasi sebagai informasi yang mempunyai nilai jual tinggi. Padahal kita tahu, bahwa

tindakan verifikasi (seperti *observasi* atau *investigasi*). Namun, tindakan tersebut juga dianggap sudah tidak terkontrol.

Tayangan infotainment yang marak ditayangkan di setiap stasiun televisi swasta sekarang ini apabila dicermati memuat tentang hal-hal-hal yang bersifat fitnah atau membuka aib orang lain dan cenderung mengungkap privasi para selebritis. Sehingga isi tayangan infotainment ini pernah ditanggapi oleh sebuah lembaga ormas Islam dengan dikeluarkan fatwa pengharaman tayangan infotainment. Yang menjadi dasar pertimbangan fatwa tentang pengharaman infotainment adalah pengharaman itu didasarkan pada konsep Islam mengenai fitnah dan ghibah. Tapi, tujuan akhirnya adalah perlindungan nilai-nilai moral masyarakat secara umum ([www.jawapos.com](http://www.jawapos.com)).

Karena sudah melanggar ajaran agama Islam dan dianggap tayangan tersebut termasuk Ghibah itu mengandung unsur pergunjingan tidak di depan orangnya langsung. Fatwa tersebut berujung dengan timbulnya kontroversi antara pihak PBNU dengan pihak PWI. Karena pihak PWI merasa bahwa apa yang mereka kerjakan sesuai dengan kode etik jurnalistik yang ada.

Geger seputar fatwa haram gosip yang ditayangkan di sejumlah infotainment oleh Alim Ulama, tidak terlepas dari kekhawatiran para Ulama di tubuh NU terhadap tayangan gosip di televisi akhir-akhir ini, meskipun mengundang kontroversi dibanyak kalangan. Larangan tersebut terkait dengan isi infotainment yang hanya mengumbar sisi negatif kehidupan selebritis. Sudah barang tentu bisa ditebak, ada pihak yang pro dan kontra. Ujung-ujungnya pun, semua hal itu pada dasarnya tidak terlepas dari kepentingan berbagai pihak. Bagi

yang pro, menilai bahwa tayangan gosip telah melampaui aspek entertain, artinya bukan lagi hiburan tetapi telah merambah pada pengobok-obokan *privacy* kehidupan orang. Sehingga tayangan infotainment ini dianggap tidak mempunyai atau menyajikan materi yang sifatnya sisi edukatif dan obyektif bagi masyarakat secara umum serta tidak mampu mengarahkan potensi individu ke arah yang lebih positif.

Upaya mengharamkan acara itu melalui keputusan kaukus ulama NU, memunculkan banyak pertentangan dari kelompok pekerja media dan juga kalangan penganut mazhab kebebasan (liberalisasi) informasi. Pekerja media menganggap materi berbagai *infotainment* tidak ada yang "salah" karena dalam proses pencarian beritanya memakai asas jurnalistik yang seimbang, serta menganut prinsip jurnalisme media.

Dalam penelitian ini mengambil subyek penelitian mahasiswa UMY. Karena di mahasiswa UMY juga memiliki berbagai macam pendapat terhadap tayangan infotainment yang diputar di televisi. Dan pendapat mahasiswa tentunya ada yang sebagian bersikap pro dan ada pula yang bersikap kontra terhadap tayangan infotainment tersebut. Hal ini dikarenakan setiap mahasiswa mempunyai kebebasan dalam memberikan pendapat tentang tayangan infotainment yang diputar di televisi.

Perbedaan pendapat tentang tayangan infotainment dalam hal ini mahasiswa UMY dapat terjadi walaupun sama-sama menyukai tayangan infotainment tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin mengangkat tema penelitian pendapat

mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap tayangan infotainment yang dikaitkan dengan Undang-Undang penyiaran.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana pendapat mahasiswa UMY angkatan 2002-2005 terhadap tayangan infotainment?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pendapat mahasiswa UMY angkatan 2002-2005 terhadap tayangan infotainment yang dikaitkan dengan Undang-Undang penyiaran.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat mahasiswa UMY angkatan 2002-2005 terhadap tayangan infotainment yang dikaitkan dengan Undang-Undang penyiaran.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat penelitian ini adalah

1. Diharapkan dapat dijadikan sarana agar setiap teori-teori yang di peroleh di bangku kuliah di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat karya ilmiah.
2. Diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan masalah pendapat tentang tayangan

infotainment yang diputar di televisi yang diwakili oleh pendapat mahasiswa UMY.

3. Dapat membantu bagi calon peneliti yang lain agar mengetahui langkah-langkah sebelum dan akan melakukan penelitian.

## **E. KERANGKA TEORI**

### **1. Komunikasi**

Hampir sebagian besar kehidupan manusia dilakukan dengan kegiatan komunikasi, baik itu komunikasi tatap muka ataupun menggunakan sarana media massa. Menurut Lasswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendi, 1990:10).

Menurut pengertian komunikasi di atas, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut :

1. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan (*sumber/source*)
2. Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan : Orang yang menerima pesan.
4. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan  
(Effendy : 1993).

Hal yang penting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikasi. Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni :

- 1) Dampak Kognitif, adalah dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran komunikan.
- 2) Dampak Afektif, adalah dampak yang lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya ; menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
- 3) Dampak Behavioral adalah dampak yang paling tinggi kadarnya. Dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan (Effendy : 1993).

Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan, atau proses imitasi (belajar sosial). Khalayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang di curahkan padanya (Dervin, 1981:74).

Sedangkan yang dimaksud media massa adalah :

Media komunikasi yang mampu menjangkau khalayak yang jumlahnya relatif amat banyak, heterogen, anonim, terpencah-pencar, serta bagi komunikator yang menyebarkan pesannya bersifat abstrak. Media tersebut meliputi pers, radio, televisi dan film dengan cirinya yang utama menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) dan keserentakan (*instantaneousness*) pada khalayak tatkala diterpa pesan-pesan yang disebarkan kepadanya (Effendy, 1990 : 24).

Sedangkan karakteristik media massa antara lain:

a. Pengendalian arus informasi

Komunikator dari media massa mengendalikan arus informasi yang disampaikan kepada audiennya atau khalayak

b. Umpan balik

Komunikasi massa dengan menggunakan media massa ini merupakan komunikasi yang bersifat satu arah sehingga tidak ada umpan balik atau respon secara langsung atau bahkan tidak ada respon.

c. Stimulus indera

Untuk stimulus ini disesuaikan dengan jenis media massa yang dilakukan atau yang dipergunakan

d. Unsur isi dengan hubungan

Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa ini dapat diulang lagi atau dapat didengarkan lagi. (Rachmat, 1999:189)

Media massa dalam mengemas berbagai informasi tersebut mempunyai peran serta dalam membentuk suatu masyarakat yang menjadi konsumennya,

karena mengemas informasi dan menyampaikannya. Fungsi media massa antara lain:

- a. Menyiarkan informasi (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*) (Effendi, 1986:81)

Fungsi-fungsi yang menjadi bagian dari media massa ini telah dapat diterapkan. Untuk itu media massa harus dapat mengelola berbagai informasinya dengan mengemas semenarik mungkin. Sehingga seorang komunikator harus mengerti keinginan dan kebutuhan dari audiennya dan menyajikannya sesuai dengan kebutuhan itu yang disesuaikan dengan fungsi komunikasi massa di atas.

Salah satu media massa adalah media televisi. Media televisi dengan keunggulan sebagai media audiovisual yang memiliki gambar bergerak, suara, warna, musik dan *sound effect* yang menarik merupakan salah satu bagian dari media massa. Sedangkan menurut Drs Oos M Anwas seorang Script Writer program Video/TV di Pustekom Depdiknas, mengatakan bahwa televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar hidup (*gerak / live*) yang bisa bersifat politis, bisa, informatif, hiburan, pendidikan atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut ([www.artikelIslam.Com](http://www.artikelIslam.Com)). Informasi yang dikemas dalam televisi tersebut, mampu menarik khalayaknya sebagai komunikasi untuk memahami tentang isi pesan yang disampaikannya.



informasi, pendidikan serta hiburan yang tidak lain merupakan fungsi dari komunikasi massa.

Fungsi media televisi menurut Drs Oos M Anwas seorang Script Writer program Video/TV di Pustekom Depdiknas, antara lain:

1. Sebagai media informasi  
Televisi memiliki kekuatan yang ampuh (*powerful*) untuk menyampaikan pesan. Karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas (*broadcast*) dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan.
2. Sebagai media hiburan  
Televisi dianggap sebagai media yang ringan, murah, santai, dan segala sesuatu yang mungkin bisa menyenangkan.
3. Televisi dapat pula berfungsi sebagai media pendidikan  
Pesan-pesan edukatif baik dalam aspek kognitif, apektif, ataupun psiko-motor bisa dikemas dalam bentuk program televisi. Secara lebih khusus televisi dapat dirancang/dimanfaat-kan sebagai media pembelajaran. Pesan-pesan instruksional, seperti percobaan di laboratorium dapat diperlihatkan melalui tayangan televisi. Televisi juga dapat menghadirkan objek-objek yang berbahaya seperti reaksi nuklir, objek yang jauh, objek yang kecil seperti amuba, dan objek yang besar secara nyata ke dalam kelas. Keuntungan lain, televisi bisa memberikan penekanan terhadap pesan-pesan khusus pada peserta didik, misalnya melalui teknik close up, penggunaan grafis/animasi, sudut pengambilan gambar, teknik editing, serta trik-trik lainnya yang menimbulkan kesan tertentu pada sasaran sesuai dengan tujuan yang dikehendaki ([www.artikelIslam.Com](http://www.artikelIslam.Com)). .

Televisi merupakan salah satu dari perkembangan teknologi komunikasi yang berlangsung dengan pesatnya. Media televisi dapat menyajikan pesan atau objek yang sebenarnya termasuk hasil dramatisir secara audio visual dan unsur gerak (*live*) dalam waktu bersamaan (*broadcast*). Pesan yang dihasilkan televisi dapat menyerupai benda atau objek yang sebenarnya atau

dan film (*moving picture*). Menurut A. Phiggins, televisi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Para penonton dapat melihat dan mendengar sesuatu kejadian atau peristiwa yang sedang berlangsung. Sesuatu kejadian dengan demikian dapat dilihat secara terus-menerus
2. Televisi melakukan komunikasi langsung dan akrab (*directly and intimately*), sebab penonton TV hanya terdiri dari beberapa orang saja. Jadi penonton seolah-olah berhadapan langsung dengan kejadian
3. Layar TV adalah sedemikian kecilnya, seperti tidak mungkin untuk mempertunjukkan seluruh situasi seperti di dalam layar film dan karena itu dijadikan *close-up* (Amir Amri, 1981:46)

Berdasarkan ciri-ciri televisi di atas, maka pesan yang ada di televisi merupakan suatu materi yang dimiliki oleh sumber untuk dibagikan kepada orang lain. Dalam bentuknya merupakan sebuah gagasan yang telah diterjemahkan ke dalam simbol-simbol yang dipergunakan untuk menyatakan maksud tertentu (Liliweri, 1992 : 25).

Hubungan antara komunikasi dengan masyarakat dilihat melalui peran media massa sebagai:

#### 1. Jendela

Media massa senantiasa berusaha menjadikan media sebagai jendela, dari jendela itu para komunikator bisa memandang dunia luar. Komunikator bisa melihat sejumlah peristiwa di luar jendela, peristiwa yang ada di luar batas kehidupan, termasuk kehidupan antar budaya

#### 2. Juru bahasa

Media massa ibarat juru bahasa yang berperan menerjemahkan suatu

tidak memahami apa yang sebenarnya telah terjadi, maka media massa selalu berperan sebagai juru bahasa antarbudaya yang dengan caranya sendiri menerjemahkan makna itu kepada komunikan.

### 3. Pembawa atau pengantar

Media massa ibarat tukang pos atau telegram, yang membawa atau pengantar informasi yang berbentuk pendapat orang perorangan, organisasi (sosial, ekonomi, kemasyarakatan, politik dan lain-lain), pendapat pemerintah kepada komunikan. Informasi itu berasal dan mewakili kepentingan suatu budaya kepada sasaran khalayak yang berbudaya lain.

### 4. Jaringan interaktif

Media massa dapat menjadi sarana atau jaringan yang menghubungkan interaksi antar manusia, interaksi atau komunikasi antarbudaya

### 5. Papan petunjuk

Media massa ibarat tanda lalu lintas. Media massa memerintah, melarang, memberi informasi tentang arah yang boleh dan tidak boleh ditempuh khalayak, media massa hadir sebagai "polisi antarbudaya" atau kalau melintasi bangsa maka media berperan sebagai "interpol".

### 6. Penyaring

Peranan media massa menyaring pesan yang berasal dari budaya tertentu atau sumber untuk diberi tekanan kemudian disiarkan atau

ulang atau sebaliknya menyisihkan bagian-bagian tertentu yang tidak perlu disiarkan atau ulang.

#### 7. Cermin

Media massa ibarat cermin. Dari media massa bisa melihat wajah sendiri. Media massa memantulkan suatu wajah dunia yang bisa apa adanya atau telah dimanipulasi sehingga tampak artifisial

#### 8. Tirai dan penutup

Media massa berfungsi sebagai tirai, yang menangkai informasi buruk yang datang dari luar demi tujuan tertentu. Dan media massa menjadi tirai penutup antar budaya (Liliweri, 2001:19)

## 2. Pendapat

### a. Pengertian Pendapat

Pendapat adalah suatu hasil interaksi dan pemikiran manusia tentang suatu hal yang kemudian dinyatakan atau diekspresikan. Dalam komunikasi terdapat efek, dan salah satu jenisnya adalah pendapat. Ternyata bahwa pendapat yang dikemukakan manusia terdiri atas berbagai jenis.

“Secara sederhana, pendapat ialah tindakan mengungkapkan apa yang dipercayai, dinilai dan diharapkan seseorang dari obyek-obyek dan situasi tertentu. Tindakan itu bisa merupakan pemberian suara, pernyataan verbal, dokumen tertulis, atau bahkan diam; singkatnya tindakan apapun yang bermakna adalah ungkapan opini” (Dan Nimmo: 2000)

Definisi tersebut dengan kata lain, yakni bahwa seseorang yang mengungkapkan pendapatnya menunjukkan makna yang diberikan oleh orang

seseorang itu memiliki pengetahuan yang merupakan stimulus terhadap tindakan seseorang, sehingga mereka dapat menanggapi suatu hal dari apa yang telah dikomunikasikan satu sama lain.

“Pendapat adalah proses kebudayaan, yaitu karena ia dibentuk dengan lambat (sesuai dengan pengaruh-pengaruh dan pengalaman atas diri seseorang) untuk menjadi suatu pendapat yang laten. Pendapat adalah hasil kebudayaan, yaitu karena ia dibentuk sesuai dengan norma-norma dan nilai-nilai masyarakat yang bersangkutan” (Dr. Phil Astrid S. Susanto: 1985)

Pendapat yaitu suatu pernyataan mengenai masalah yang kontraversial (permasalahan yang bertentangan) atau sedikit-dikitnya terdapat pandangan yang berlainan mengenai masalah tersebut. Dengan demikian pengertian pendapat mempunyai unsur, yaitu:

1. pernyataan
2. mengenai masalah yang bertentangan
3. reaksi pertama
4. gagasan yang baru (Djonaesih: 1984)

Pendapat itu tidak akan timbul apabila tidak ada pertentangan, dan pertentangan tersebut harus dinyatakan. Adapun pendapat-pendapat itu dapat dinyatakan dengan kata-kata atau ditunjukkan dengan tingkah laku atau dengan suatu bentuk tingkah laku yang lain. Selain itu, bahwa pendapat juga merupakan reaksi pertama mengenai sesuatu hal atau gagasan baru..

#### b. Jenis Pendapat

Membahas pengertian pendapat, berikut ini merupakan jenis-jenis pendapat yang dikemukakan oleh manusia, diantaranya yaitu:

- 1) Pendapat Persona (Personal Opinion)  
Pendapat persona adalah penafsiran individual mengenai berbagai masalah dimana terhadapnya tidak terdapat suatu pandangan yang sama.
- 2) Pendapat Pribadi (Private Opinion)  
Pendapat pribadi adalah opini yang tidak dinyatakan secara terbuka, karena adanya alasan-alasan tertentu-tertentu tersimpan secara pribadi dalam hati sanubari orang yang bersangkutan.
- 3) Pendapat Kelompok (Group Opinion)  
Adanya pendapat kelompok hanyalah dimungkinkan karena adanya pendapat persona. Pendapat kelompok terdiri dari:
  - a) Pendapat Mayoritas (Majority Opinion)  
Pendapat mayoritas adalah yang dinyatakan atau sedikit-dikitnya dirasakan oleh lebih dari setengah dari sesuatu kelompok atau sesuatu lingkungan.
  - b) Pendapat Minoritas (Minority Opinion)  
Pendapat minoritas adalah suatu konklusi yang didukung oleh kurang dari separo jumlah anggota kelompok yang berkepentingan.
- 4) Pendapat Koalisi (Coalition Opinion)  
Pendapat koalisi adalah apabila pada suatu saat dalam kelompok atau dalam suatu lingkungan diperlukan adanya suatu aktivitas bersama, maka beberapa pendapat minoritas menggabungkan diri agar dapat mewujudkan suatu pendapat mayoritas.
- 5) Pendapat Konsensus (Concensus Opinion)  
Pendapat konsensus ini sangat penting karena diwujudkan dengan proses diskusi. Konsensus berarti mufakat bersama, karena itu pendapat konsensus merupakan bentuk pendapat yang mempunyai kekuatan lebih dari pendapat mayoritas.
- 6) Pendapat Umum (General Opinion)  
Pendapat umum adalah opini yang berakar kepada tradisi serta adat-istiadat, berkembang dari dahulu hingga sekarang dan telah diterima sebagaimana adanya tanpa kesadaran dan kritik dari generasi yang lebih muda (Djonaesih: 1984).

Istilah-istilah menurut Djonaesih (1984) diatas dapat dijelaskan, bahwa yang dimaksud dengan pendapat persona yaitu merupakan pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat tersebut dapat setuju dan dapat juga tidak setuju.

Sedangkan pendapat pribadi adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial. Hal ini di sebabkan pendapat pribadi yang merupakan suatu bagian dari pendapat persona yang tidak dinyatakan. Secara

jelas pendapat pribadi tidak dinyatakan terbuka, karena ada alasan-alasan tertentu yang tersimpan secara pribadi dalam hati sanubari seseorang yang bersangkutan.

Berikutnya yang dimaksud dengan pendapat kelompok adalah pendapat sekelompok mengenai masalah sosial yang menyangkut kepentingan orang banyak. Adanya pendapat kelompok hanyalah dimungkinkan karena adanya pendapat persona. Bagian pendapat kelompok antara lain: pendapat mayoritas pendapat merupakan pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan sesuatu masalah yang pro, mungkin juga kontra, atau mungkin yang mempunyai penilaian yang lain, dan pendapat minoritas merupakan pendapat orang-orang yang jumlahnya relatif sedikit dibandingkan dengan jumlah yang lebih besar dari mereka yang terkait dengan suatu masalah sosial.

Selanjutnya pendapat koalisi tumbuh karena pengaruh-pengaruh dari luar yang memerlukan adanya penggabungan pendapat. Apabila pengaruh-pengaruh itu sudah tidak ada, maka pendapat koalisi yang berperan sebagai pendapat mayoritas akan kembali lagi ke dalam kelompok pendapat minoritas. Sedangkan dalam pendapat konsensus para pendukungnya saling mempunyai tenggang rasa satu dengan yang lain, segala sesuatu diselesaikan secara mufakat berdasarkan pertimbangan-pertimbangan bersama, sehingga tercapai kata sepakat.

Istilah yang terakhir, bahwa yang dimaksud dengan pendapat umum

masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum. Pendapat umum biasanya berdasarkan nilai dan norma yang berwujud sanksi-sanksi sosial.

Pendapat menjadi sangat penting peranannya dalam masyarakat. Harwood L. Child antara lain mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat seseorang adalah sebagai berikut:

1. Paham dan sistem demokrasi, berarti pula bahwa dalam pemerintahan dan pengambilan keputusan di dengar suara rakyat atau diperhitungkan suara rakyat.
2. Bertumbuhnya dan menyebarkan fasilitas pendidikan menyebabkan orang menjadi semakin pandai dan sadar terhadap dirinya, terhadap haknya dan pula terhadap harga dirinya yang juga didengar oleh orang lain, dan ia tidak hanya harus mendengarkan dan melaksanakan apa yang diharapkan atau dikehendaki orang lain.
3. Disebabkan oleh penyempurnaan dan kontak atau hubungan sebagai akibat semakin efektif dan canggihnya komunikasi, serta pengaruh media massa yang semakin baik dan banyak jumlahnya, misalnya televisi, radio, surat kabar, majalah, film.
4. Pendapat pun semakin penting karena adanya tuntutan atau kebutuhan berbagai pihak untuk mendapatkan dukungan.
5. Banyak kebijaksanaan yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam hubungan dengan usaha mencapai cita-cita nasional, misalnya pembayaran pajak, peraturan tata tertib lalu lintas, kode etik yang menyangkut pers dan lain-lain. (Santoso Sastropetro: 1987)

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat seseorang menurut Harwood L. Child diatas, dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan faktor yang pertama yaitu bahwa istilah dan pengertian pokok demokrasi mempunyai implikasi tertentu dalam kaitan dan pengertian pokok demokrasi mempunyai implikasi tertentu dalam kaitan dengan suara rakyat. Penerapan

... adalah tendensi pemilikan umum untuk



menentukan wakil-wakil rakyat, sehingga ada unsur pokok disini, yaitu hak pilih.

Faktor yang kedua, yaitu bahwa pendapat seseorang terhadap suatu masalah jelas didasarkan atas pengetahuan, pengalaman, pemikiran, budaya dan hasil interaksi antar satu manusia dan lainnya yang tertarik kepada masalah yang menjadi pembicaraanya. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor yang ketiga, yaitu bahwa kesemuanya itu menyebabkan berbagai penjurur dunia, dan ditangkap oleh mereka yang memiliki berbagai media massa, serta meneruskannya kepada anggota masyarakat lainnya, berbincang-bincang, bertukar pikiran, berdiskusi dan sebagainya, sehingga orang semakin hari semakin sarat dengan berbagai informasi yang membentuk sikap dan pendapatnya.

Selanjutnya yang dimaksud dengan faktor keempat, yaitu bahwa kekuatan yang dimiliki oleh pendapat seseorang juga menyangkut dukungan untuk menumbuhkan semangat, kegairahan dan pelaksanaan kebijakan. Dan yang terakhir faktor kelima, yaitu bahwa dalam usaha itu diperlukan pengertian loyalitas dan peran serta masyarakat agar kebijakan-kebijakan yang dilaksanakn oleh pemerintah dapat diterapkan dengan efektif. Kebijaksanaan semua itu pasti akan berjalan dengan baik, apabila anggota masyarakat menyadari, memahami, dan merasa turut bertanggung jawab, sehingga dalam berbagai pembicaraan diantara mereka dapat ditumbuhkan suatu pendapat

Dalam penyampaian sebuah pesan dengan cara apapun, yang penting disini orang mengerti dan dapat menerima sebuah pesan tersebut secara terbuka dan sepaham. Untuk dapat mencapai hasil tersebut perlu diperhatikan tentang penggunaan bahasa yang tepat, sehingga mudah dimengerti dan memungkinkan adanya tanggapan atau memberikan usulan. Pesan tersebut harus memperhatikan kata-kata atau bahasa yang tepat, cara atau metode penyampaian pesan atau cara mengadakan pendekatan pada seseorang dan frekuensi pesan atau informasi.

Setiap manusia pasti memiliki pendapat yang berbeda-beda satu sama lain dalam menanggapi suatu masalah yang sedang terjadi. Penyebab yang menimbulkan perbedaan pendapat tersebut antara lain:

1. Perbedaan pandangan tentang fakta
2. Perbedaan perkiraan tentang cara-cara terbaik untuk mencapai tujuan
3. Perbedaan motif yang serupa guna mencapai tujuan. (Santoso Sastropetro:1987)

Dasar-dasar rasional yang berhubungan dengan ketiga sebab diatas, berarti bahwa disebabkan oleh perbedaan-perbedaan tersebut. Oleh sebab itulah timbul kehati-hatian dalam pandangan agar supaya dapat mencapai suatu keserasian bagi terbentuknya suatu pendapat yang menguntungkan.

### 3. Infotainment

Kehadiran *infotainment* sebenarnya bisa diasumsikan sebagai komoditi kapitalisme media (elektronik). Merupakan komoditi yang laris terjual ke

..... menjadi komoditi "sukses bisnis" untuk

melupakan kepenatan hidup dan beban sosial yang menghimpit. Tingginya rating acara itu menjadi realitas yang menunjukkan tingkat kesadaran sosial masyarakat. Pengaruh *infotainment* yang ditayangkan lewat media elektronik televisi mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan media surat kabar (Susanto-Sunario, 1993:119). Hal ini didukung dengan kelebihan yang dimiliki oleh media audio visual ini.

*Infotainments* menurut masyarakat terdapat dua pendapat yaitu masyarakat yang pro dan yang kontra. Pendapat masyarakat yang pro berpendapat bahwa tayangan *infotainment* yang ada di televisi merupakan tayangan hiburan atau aspek *entertaint*.

Sedangkan pendapat masyarakat kontra adalah tayangan *infotainment* ini menilai bahwa tayangan gosip telah melampaui aspek *entertaint*, artinya bukan lagi hiburan tetapi telah merambah pada pengobok-obokan *privacy* kehidupan orang. Sehingga tayangan ini tidak mempunyai sisi edukatif bagi masyarakat secara umum dan tidak mampu mengarahkan potensi individu ke arah yang lebih positif.

Masyarakat penggemar *infotainment* merupakan konsumeris yang apolitis dan lebih senang memuja cerita dan aneka berita "privat" tentang tokoh yang diidolakan. Salah satu tayangan yang ada di televisi adalah tayangan *infotainment*.

Kriteria dalam pengkategorian pada acara setiap institusi produksi melalui instansi etiknya harus melakukan *rating* dalam konteks etika atas produk yang disampaikan ke masyarakat. Sehingga *infotainment* diharapkan hadir secara

obyektivitas dan faktualitas sehingga harus netral dalam menyajikan acara hiburan dan tidak boleh bersikap dalam menghadapi kenyataan sosial.

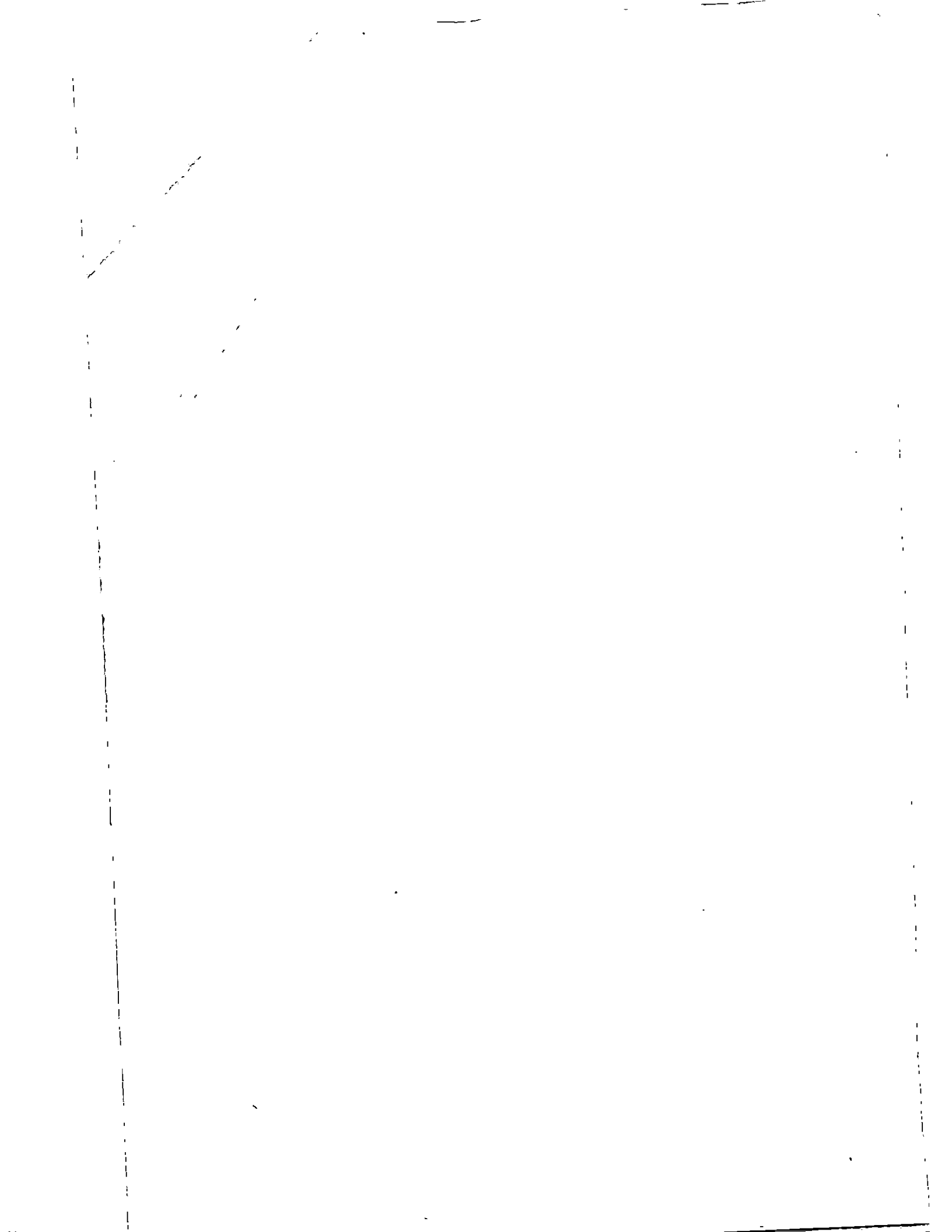
“Dalam satu stasiun televisi saja bisa terdapat 4 (empat) lebih tayangan gossip dalam satu hari. Belum lagi jika dikalkulasi jumlah keseluruhan infotainment di semua stasiun televisi (swasta) mungkin bisa mencapai 20 atau bahkan lebih tayangan dalam sehari. Dengan durasi 30 sampai 60 menit. Bisa dibayangkan, seluruh waktu kita ( $20 \times \frac{1}{2} / 1 \text{ jam} = 10-20 \text{ jam}$ ) hanya tersedot untuk menyaksikan suatu hal yang hampir tidak ada manfaatnya”. (<http://www.p3m.or.id>.)

Tayangan infotainment menjadi basis bagi media jurnalisme yang lahir karena berada di tengah masyarakat yang memerlukan kenyataan sosial dalam kehidupan sehari-hari, karena itu jurnalisme dalam infotainment akan mengambil kenyataan sosial dari masyarakat dalam wujud informasi jurnalisme publik (Siregar, 2006:194). Dalam menghadapi produk hiburan adalah melihat bagaimana institusi produksi atau media menerapkan kaidah etika atas produknya yaitu dengan menetapkan kriteria atas suatu produk seperti berdasarkan usia biologis, fokus, kaidah legal dan berkaitan dengan jam penayangan (Siregar, 2006:210).

## **F. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Metodologi penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Pendapat yang dimaksudkan adalah pendapat para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2002-2005.



## 2. Obyek penelitian

Obyek penelitian ini adalah pendapat mahasiswa UMY angkatan 2002-2005 terhadap tayangan infotainment

## 3. Populasi

Populasi adalah seluruh subyek di dalam wilayah penelitian (Sumanto, 1990: 39). Populasi dalam penelitian ini adalah semua yang berstatus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan kategori jenis kelamin, angkatan, fakultas dan jurusan (konsentrasi). Karena dianggap golongan masyarakat yang dianggap kritis terhadap suatu pendapat adalah mahasiswa. Alasannya adalah karena mahasiswa lebih mempunyai daya nalar yang baik dan lebih rasional.

## 4. Teknik pengambilan sampel

Sampel adalah bagian yang diamati (Rakhmat, 1995:78). Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* (sampling kebetulan) adalah mengambil sampel siapa saja yang ada atau kebetulan ditemui (Rakhmat, 1998:81). Dalam penelitian ini dipilih sampel dengan dibatasi 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau responden angkatan 2002-2005. Ukuran sampel terkecil yang dapat diterima adalah 30 subyek (Sumanto 1990:64). Berdasarkan ketentuan tersebut, maka jumlah sampel mahasiswa sebanyak 100 mahasiswa dianggap cukup memadai. Pada penelitian ini

dengan karakteristik (ciri-cirinya) maka mahasiswa tersebut dapat digunakan sebagai sampel atau responden.

Dipilih *Accidental sampling* (sampling kebetulan) adalah peneliti ingin mengetahui pendapat dari mahasiswa UMY lebih mendalam dan dalam hal ini diwakili oleh mahasiswa angkatan 2002-2005 yang sering ditemui oleh peneliti, masih aktif dalam akademis dan tidak terlalu disibukkan dengan kegiatan-kegiatan perkuliahan yang padat. Pengambilan sampel bertujuan untuk menghemat waktu, biaya dan untuk mempermudah penelitian.

Sehingga mengingat waktu, tenaga dan biaya, peneliti tidak mungkin menjadikan seluruh mahasiswa UMY sebagai sampel, maka dari itu penulis menentukan mahasiswa UMY angkatan 2002-2005 yang mewakili untuk dijadikan sampel penelitian namun mewakili keseluruhan populasi.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

⊙ Kuesioner

Yaitu suatu daftar pertanyaan atau angket yang diajukan kepada responden guna memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Kelebihan dari teknik ini adalah tidak membuang waktu dan data cepat masuk. Dalam penelitian ini pembuatan kuesioner mengacu pada Undang-Undang penyiaran RI No 32 Tahun 2002.

⊙ Wawancara atau interview

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden

(Singarimbun, 1989:192). Wawancara ini dilakukan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, baik yang telah digariskan maupun yang nantinya muncul secara spontan dan dilakukan kepada sumber atau pihak yang telah ditentukan. Untuk itu digunakan format wawancara interview guide agar data yang dikumpulkan tidak terlepas dari konteks permasalahannya (Moleong, 1991:74). Alasannya dalam menggunakan interview guide ini yaitu:

1. Dengan format wawancara interview guide, maka peneliti dapat menggali tidak saja apa yang diketahui dan dialami seseorang pada suatu subjek yang diteliti, tetapi juga apa yang tersembunyi jauh di dalam diri subyek peneliti.
2. Apa yang ditanyakan dapat mencakup hal-hal yang bersifat lintas waktu, berkaitan dengan masa lampau, masa kini, dan masa yang akan datang (Faisal, 1990:61).

#### ⊙ Studi Kepustakaan dan Dokumentasi

Merupakan upaya pengumpulan data dan teori melalui buku-buku, majalah, koran dan sebagainya yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

#### 6. Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan

data yang akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif.



$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase yang dicari

F = Frekuensi pengamatan

N = Jumlah keseluruhan

## G. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan laporan skripsi ini, adalah sebagai berikut :

**Bab Pertama:** Bab ini berisi tentang hal-hal yang menjadi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan.

**Bab Kedua:** Bab ini berisi tentang uraian singkat tentang Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Bab Ketiga :** Bab ini berisi tentang analisis hasil penelitian dan pembahasan

**Bab Keempat :** Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian

