PENGARUH TERPAAN PROGRAM "BERITA ISLAMI MASA KINI" TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI AJARAN ISLAM

(SurveiKepadaIbu-ibuMajlisTa'lim Al-Ikhlas)

SKRIPSI

DiajukanSebagai Salah SatuSyaratUntukMemperoleh
GelarSarjanaIlmuSosialpadaKonsentrasiHumas
Program StudiIlmuKomunikasi

Oleh

EgieWInadya

NIM6662120981

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
2016-2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Egie Winadya
Nim	: 6662120981
Tempat, Tanggal Lahir	: Serang, 12 Juni 1994
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa sekripsi yang berjudul berjudul Pengaruh Terpaan Program Berita Islami Masa Kini Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam (Survei Kepada Ibu-Ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas) adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 24 Januari 2017

METERAI TEMPEL
TGL. 20
EB8CCAEF312574355
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Egie Winadya

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : EGIE WINADYA

NIM : 6662120981

JUDUL : PENGARUH TERPAAN PROGRAM BERITA ISLAMI MASA KINI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI AJARAN ISLAM (Survey Kepada Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas Kragilan)

Serang, Januari 2017

Skripsi ini Telah Disetujui Untuk Diujikan

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Iman Mukhroman, S.Sos, Msi	**Burhanuddin Mujtaba, M.Si.**
Nip. 196810192005012001	**Nip. 197504052008121001**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si

Nip. 197108242005011002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : EGIE WINADYA

NIM : 6662120981

JUDUL : PENGARUH TERPAAN PROGRAM BERITA ISLAMI MASA KINI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI AJARAN ISLAM (Survey Kepada Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas Kragilan)

Telah diuji dihadapan dewan penguji sidang skripsi di serang, tanggal 04 bulan Januari tahun 2017 dan dinyatakan **LULUS.**

Serang, 04 januari 2017

Ketua Penguji :
Dr. Ing (FH) Rangga G. Gumelar, M. Si
Nip. 198102212008121002

Anggota :
Ronny Yudhi S. P, M.Si
Nip. 198009242014041001

Anggota :
Yearry Panji S, PhD
Nip. 198212312008011016

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si
Nip. 197108242005011002

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih.,M.Si
Nip. 196810192005012001

"Fastabiqulkhoiroot.. "

"Berlomba-lombalahdalamberbuatbaik.."

(QS. Al-Baqarah: 148 atau QS. Al-Maidah: 51).

Bismillah,

Skripsi ini kupersembahkan dengan

Segala hormat dan cinta kasih kepada

keluargaku, papah, mamah, dan kedua kakaku yang luar biasa hebat

menjadi sumber kekuatan, motivasi dan inspirasi.

Love you as always *

ABSTRAK

Egie Winadya, NIM 6662120981. Skripsi. Pengaruh Terpaan Program *Berita Islami Masa Kini* di Trans Tv Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas. Pembimbing I Imam Mukhroman, M.Si. dan Pembimbing II Burhanudin M, SE., M.Si.

Program *Berita Islami Masa Kini* merupakan program mengenai informasi ajaran Islam. Program seri dakwah yang memberikan pemahaman mengenai pendidikan ajaran Islam atau pembelajaran yang ditayangkan di Trans TV. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan program *Berita Islami Masa Kini* di Trans Tv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-ikhlas. Di dalam teori Uses and Gratification menunjukan terpaan media akan berkoleborasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survei, dengan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* dimana peneliti mengumpulkan informasi dari 67 responden dengan menyebarluaskan kuisoner pada ibu-ibu majlis Ta'lim Al-Ikhlas. Peneliti menunjukan hipotesis bahwa terdapat pengaruh antara variable terpaan program *Berita Islami Masa Kini* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam Ibu-ibuMajlis Ta'lim Al-ikhlas sebesar 0,622 yang berarti bahwa hubungan antara kedua variable bernilai Kuat. Dengan hasil koefisien determinasi sebesar 38,6%, menandakan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-ikhlas dipengaruhi oleh terpaan program *Berita Islami Masa Kini*, sementara sisanya sebesar 61,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci :BeritaIslamiMasaKini, Kebutuhan Informasi

ABSTRAK

Egie Winadya, NIM 6662120981. Research Paper. The effect of Exposure BeritaIslamiMasaKini on Trans TV thaough the fulfilment of needed information of islam for mothers Majlis Ta'lim Al-Ikhlas. Supervisor I Imam Mukhroman, M.Si., and Supervisor II Burhanuddin M, SE., M.Si.

Beritaislamimasakini program was a program about information techings of islam. seriesdakwah program of that give understanding about teaching of islam or learning that aired on Trans Tv. The research done to know is the influence of the exposure of that program through the fulfilment of information needed about of mothers Majlista'lim al-ikhlas. Based on uses & Gratification theory, show that the effectiviness media will collaborate with fulfilment of information needed. The researcher used quantitavis approach. The method that used was survey, with total sampling technique which the researcher collected information from 67 respondent and give a questioner for mothers MajlisTa'limAl-ikhlas. The researcher showed hypotesis that there was an influence betwen variable exposure. Beritaislamimasakini program through fulfilment of information needed about islam for mothers Majlista'lim al-ikhlas 0,622 which mean there were strong relation both variable. With the coefficient of determination of 38,6%, indicating that meet the needs of teachings Islam information mothers majlista'lim al-ikhlas was influenced to program berita islami masa kini. While the remaining 61,4% influenced by other factor.

Keywords: exposure program, information needs

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT penulis panjatkan atas limpahan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan strata (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Skripsi ini berjudul "Efektivitas Program *Berita Islami Masa Kini* di Trans TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas".

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala doa, dukungan, motivasi, bimbingan, dan bantuan yang tak terhingga dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Soleh Hidayat, M. PD. Selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
2. Bapak Dr. Agus Sjafari. S.Sos., M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Ibu Dr. Rahmi Winangsih, M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Bapak Darwis Sagita, S.Ikom. selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

5. Ibu Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
6. Bapak Iman Mukhroman, M.Si selaku dosen pembimbing I skripsi yang membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Burhanudin M, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II skripsi yang membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Ing (FH) Rangga G. Gumelar, M. Si yang telah menguji skripsi peneliti dan memberi banyak masukan yang sangat berguna.
9. Bapak Ronny Yudhi S. P, M.Si yang telah menguji skripsi peneliti dan memberi banyak masukan yang sangat berguna.
10. Bapak Yearry Panji S, PhD yang telah menguji skripsi peneliti dan memberi banyak masukan yang sangat berguna.
11. Kedua orang tua ku Bapak Endang Sofyadi Ariesta dan Ibu Fatiah Sofyadi, terimakasih atas doa, dukungan, motivasi, kesabaran yang tak pernah putus.
12. Kedua kaka ku yang senantiasa selalu melimpahkan kasih sayang kalian untukku, Egri Widya Riany dan Fajar Wirawan terimakasih utas dukukangan, motivasi dan doa'doanya.
13. Kakak Iparku, A Dadang, terimakasih untuk dukungan dan motivasinya.
14. Untuk Nenekku tercinta Ecih Sukaesi, para Bibiku Endang Herawati, Samaah, Wini, Zahrotun uyun, Iis Taharoh dan para Pamanku Abi

Abdilah, Budi Pamungkas, Andi Waladi terimakasih untuk segala dukungan dan motivasinya.

15. Omku, Haitami yang selalu memberikan nasehat dan dukungannya. Terimakasih.
16. Guru-guru RA. Uswatun Hasanah, Bu Saripah, Wahyuni, Warachtun, Nong Tarsiah, Derini. Terimakasih untuk do'a dan dukungannya.
17. Ibu-Ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas selaku responden.
18. Untuk Kepompong Belut-belut, Eri HusnaPermata, Yesi Afrianti, Siti Nurfaizah, Nefi Lidya Maita, Della K. Putri, Rofiq Vidi Royansyah, Rydma Afrian dan Ali Al Afgani yang setia menjadi sahabat yang selalu ada saat susah dan senang dan spesial terimakasih untuk Muhamad Chafiz Auni yang selalu mensupport dengan sepenuh hati. Love you guys.
19. Untuk kakak-kakaku di KSR PMI UPT Untirta, Ka Jaga, Ka Akbar, Ka Dika, Teh Asti yang selalu memberikan motivasi dan semangat. Kebaikan kalian tidak akan pernah terlupakan
20. Keluarga besar Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA angkatan 2012 juga mahasiswa UNTIRTA lainnya yang menerima peneliti sebagai teman, terimakasih atas perkenalan, persahabatan dan pengalaman yang berkesan selama perkuliahan, khusunya kepada teman-teman kelas B dan Humas 2012 serta Jurnalistik 2012.
21. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Kiranya tidak ada balasan yang lebih baik kecuali yang datang dari Allah SWT, terimakasih untuk segalanya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Serang, 10 November 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **iii**
MOTTO DAN LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRAC ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR DIAGRAM ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN
1.1LatarBelakangMasalah 1
1.2 RumusanMasalah 8
1.3 IdentifikasiMasalah 9
1.4TujuanPenelitian 9
1.5ManfaatPenelitian 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Kajian Teoritis 12
2.1.1 Komunikasi 12
2.1.2Komunikasi Massa 12
2.1.3Terpaan Media 14
2.1.4 Televisi 16
2.1.4.1 Perkembangan Tv di Indonesia 18
2.1.4.2 Daya Tarik TV 18

2.1.4.3 Program TV 19
2.1.5 Program *Islami Masa Kini* 19
2.1.6 Dakwah 23
2.1.6.1 Definisi Dakwah 23
2.1.6.2 Media Dakwah 23
2.1.6.3 Pesan Dakwah 24
2.1.6.4 Efek Dakwah 29
2.1.6 Kebutuhan Informasi 29
2.1.7 Teori Uses and Gratifications 37
2.2 Kerangka Berpikir 39
2.3 Hipotesis Penelitian 41
2.4 Oprasional Variabel 42
2.5 Penelitian Terdahulu 43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan & Metode Penelitian 46
3.2 Paradigma Penelitian 47
3.3 Fokus Penelitian 48
3.4 Lokasi Penelitian 48
3.5 Sumber Data 49
3.7 Instrumen Penelitian 50
3.5.1 Uji Validitas Data 50
3.5.2 Uji Reliabilitas Data 51
3.5.4 Hasil Uji Validitas 53
3.5.4 Hasil Uji Reliabilitas Data 56
3.9 Populasi & Sampel Penelitian 57
3.9.1 Populasi 57
3.9.2 Sampel 58
3.9 Tekhnik Pengolahan & Analisis Data 59
3.10.1 Tekhnik Pengolahan Data 59
3.10.2 Analisis Data 61
3.11 Jadwal Penelitian 69

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian 70
4.1.1Profil Trans TV 70
4.1.2Profil *Berita Islami Masa Kini* 72
4.1.3 Profil Majlis Ta'lim Al-Ikhlas 74
4.2 Deskripsi Data Penelitian 75
4.2.1 Karakteristik Responden 75
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian 82
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Variabel (X) 84
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel (Y) 99
4.4 Pengujian Data Statistik 118
4.4.1 Analisis Deskriptif Data 118
4.4.2 Uji Normalitas Data 119
4.4.3 Uji Koefesien Korelasi 120
4.4.4 Koefisien Penentuan (Determinasi) 122
4.4.5 Uji Regresi 123
4.4.6 Uji Hipotesis 123
4.5 Pembahasan 127
4.5.1 Terpaan program *Berita Islami Masa Kini* 127
4.5.2 Kebutuha Informasi 130
4.5.3 Pengaruh variabel X terhadap variabel Y 133

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 137
5.2 Saran 138

DAFTAR PUSTAKA 139
LAMPIRAN 134
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 159

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel berdasarkan Olahan Peneliti 42
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 43
Tabel 3.1 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha 53
Tabel 3.2 *Case Processing Summary* X 53
Tabel 3.3 *Item-Total Statistics* X.....54
Tabel 3.4 *Case Processing Summary* Y 55
Tabel 3.5 *Item-Total Statistics* Y.....55
Tabel 3.6*Reliability Statistics* X.....56
Tabel 3.7*Reliability Statistics* Y.....57
Tabel 3.8Kriteria Analisis Deskriptif Presentase.....58
Tabel 3.9Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi 58
Tabel 3.10Jadwal Penelitian.....63
Tabel 4.1Daftar Penceramah.....75
Tabel 4.2Usia 76
Tabel 4.3Pekerjaan.....77
Tabel 4.4 Lama Menjadi Jamaah 79
Tabel 4.5 Mengetahui Program.....80
Tabel 4.6 Frekuensi menonton program 81
Tabel 4.7 Indikator Frekuensi 1 83
Tabel 4.8Indikator Frekuensi 2 85
Tabel 4.9 Indikator Durasi 1 87
Tabel 4.10Indikator Durasi 2 89
Tabel 4.11Indikator Durasi 3 98
Tabel 4.12 Indikator Durasi 4 92
Tabel 4.13Indikator Atensi 1 93

Tabel 4.14Indikator Atensi 2 93
Tabel 4.15Indikator Atensi 3 95
Tabel 4.16 Indikator Atensi 4 96
Tabel 4.17 Indikator Kebutuhan Individu 1.....98
Tabel 4.18 Indikator Kebutuhan Individu2.....100
Tabel 4.19 Indikator Kebutuhan Individu3.....102
Tabel 4.20 Indikator Kebutuhan Individu4.....103
Tabel 4.21 Indikator Peran Sosial1 105
Tabel 4.22 Indikator Peran Sosial2 107
Tabel 4.23Indikator Peran Sosial3 109
Tabel 4.24 Indikator Lingkungan1.....111
Tabel 4.25 Indikator Lingkungan2.....112
Tabel 4.26 Indikator Lingkungan3.....114
Tabel 4.27 Kriteria analisis deskriptif.....116
Tabel 4.28*One Sample Kolmogorov Smirnov Test* 120
Tabel 4.29*Correlations* 121
Tabel 4.30 *Model Summary* 122
Tabel 4.31 Koefisien 123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1Model Uses adn Gratification 21

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir..... 39

Gambar 4.1 Logo Trans TV 70

Gambar 4.2 Logo *Berita islami masa kini* 72

Gambar 4.3 Contoh Potongan Ayat Al-qur'an dan Hadist 108

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1Usia 77

Diagram 4.2 Pekerjaan 78

Diagram 4.3 Lama menjadi jamaah 79

Diagram 4.4 Mengetahui program 80

Diagram 4.5Frekuensi menonton program 82

Diagram 4.6 Frekuensi 1 83

Diagram 4.7 Frekuensi 2 85

Diagram 4.8 Durasi 1 87

Diagram 4.9 Durasi 2 89

Diagram 4.10 Durasi 3 91

Diagram 4.11 Durasi 4 92

Diagram 4.12 Atensi 1 94

Diagram 4.13 Atensi 2 95

Diagram 4.14 Atensi 3 97

Diagram 4.15 Atensi 4 98

Diagram 4.16 Kebutuhan Individu1 100

Diagram 4.17 Kebutuhan Individu2 102

Diagram 4.18 Kebutuhan Individu3 104

Diagram 4.19 Kebutuhan Individu4 105

Diagram 4.20 Peran Sosial 1 108

Diagram 4.21 Peran Sosial2 111

Diagram 4.22 Peran Sosial3 112

Diagram 4.23 Lingkungan 1 113

Diagram 4.24 Lingkungan 2 114

Diagram 4.25 Lingkungan 3 116

Diagram 4.26 Hasil Uji Regresi 124

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner

Lampiran 2 Data danJawabanResponden

Lampiran 3 Tema-tema*Berita Islami Masa Kini*

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Kartu Bimbingan

Lampiran 6 Biodata Diri

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam adalah agama *rahmatan lil 'alamin* artinya Islam merupakan agama yang membawa rahmat dan kesejahteraan bagi semua seluruh alam semesta, termasuk hewan, tumbuhan dan jin, apalagi sesama manusia. Ajaran-ajaran Islam mengatur dan membimbing semua aspek kehidupan manusia, baik yang berdimensi vertikal (*habluminallah*) maupun yang berdimensi horizontal (*habluminannas*). Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam yang di dalamnya berisi aqidah, syariah, sejarah, dan etika (moral), mengatur tingkah laku dan tata cara kehidupan manusia, baik sebagai makhluk individu maupun sebagai makhluk sosial.

Agama Islam mengaharuskan pemeluknya untuk terus menerus menyebarkan kebajikan kepada umat manusia dengan persuasif, bukan dengan paksaan atau kekerasan. Dakwah merupakan aktifitas yang sangat penting untuk mengajak dan menggerakkan masyarakat atau individu untuk melakukan *amar ma'ruf nahi mungkar*.[1] Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'kub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlaq.[2]

---

[1] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya, Al-Jumanatul Ali*, (Bandung: Syaamil Cipta Media, 2005), h. 63.
[2] Mochtar Husein, *Islam Itu Indah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 24.

Di antara ke lima *wasilah* dakwah tersebut melalui audio visual dapat lebih cepat mengantarkan dan menerima pesan kepada banyak orang dengan mudah karena bantuan dari teknologi. Teknologi audio visual sebagai kebutuhan masyarakat modern untuk mempermudah mencari informasi bahkan sebagai sarana informasi dan hiburan, seperti televisi yang sudah banyak orang miliki di setiap rumah.

Televisi dianggap menjadi media yang paling efektif dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Efektivitas di sini adalah pencapaian tujuan secara tepat atau memilih tujuan-tujuan yang tepat dari serangkaian alternatif atau pilihan dari beberapa pilihan lainnya.[3] Efektivitas dapat juga diartikan sebagai pengukur keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan yang telah di tentukan.

Selain itu, televisi telah lama diakui sebagai media massa yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan media massa yang lainnya. Menurut Jenkins terdapat beberapa keunggulan televisi antara lain: dapat mencapai khalayak dalam jumlah besar, mampu mengatasi mengatasi penderita buta huruf, dan dapat digunakan untuk mengajarkan banyak subjek.[4] Televisi dapat menciptakan suasana tertentu, yaitu penonton televisi dapat menikmati acara televisi sambil duduk santai menyaksikan berbagai informasi. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi dengan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat

---

[3] Sumaryadi. 2005. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: LP3ES, h. 105.
[4]Morissan. 2009. *Manajemen media penyiaran*. Jakarta : Prenada Media Group

secara visual. Pesan-pesan yang disampaikan langsung mempengaruhi otak, emosi, perasaan, dan sikap pemirsa.[5]

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu, Program Hiburan dan Program Informasi. Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Sementara itu, program informasi merupakan segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audiens.[6]

Program yang ditampilkan televisi mulai dari menyajikan program acara yang monoton hingga pada saat ini telah muncul banyak program siaran. Program siaran di televisi Indonesia antara lain, sinetron, film, drama, lawakan, berita, *infotainment*, musik, dan program siraman rohani. Pada satu sisi masyarakat telah dipuaskan oleh kehadiran berbagai stasiun televisi yang menayangkan hiburan dan memberikan informasi. Akan tetapi, di sisi lain acara televisi tidak jarang menuai kecaman dari masyarakat karena tayangan-tayangan yang kurang dapat diterima oleh masyarakat.

Secara langsung maupun tidak langsung televisi pasti memberikan pengaruh besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Massa dalam hal ini adalah masyarakat merupakan pihak yang berperan sebagai komunikan sedangkan para insan pertelevisian berperan sebagai komunikator yang memberikan pesan

---

[5] Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 5-6.
[6]. Morissan. 2009. *Manajemen media penyiaran*. Jakarta : Prenada Media Group

berupa informasi, hiburan, edukasi maupun pesan-pesan lainnya. Pesan yang disampaikan melalui televisi akan sampai ke khalayak dengan cepat tetapi tidak demikian dengan umpan balik atau *feedback* dari masyarakat akan sampai ke televisi dengan tidak segera.

Orientasi khalayak dalam mengkonsumsi informasi pun begeser seiring beragamnya sajian yang ditampilkan televisi. Menurut survey konsumen media massa jenis televisi merupakan yang paling signifikan peningkatannya. Pada awal tahun 2000 audien televisi mencapai 78,9% dan jumlah itu meningkat menjadi 80% pada saat survei tahun 2005-2006.[7]

Melalui pendekatan teori *uses and gratifications* yang memfokuskan pada khalayak, lebih dari sekedar pesan. Pendekatan ini merupakan salah satu teori komunikasi di mana titik-berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media.[8] Pemirsa dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Media dianggap hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu dapat menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain. Informasi tidak hanya sekedar produk sampingan, namun sebagai bahan yang menjadi faktor utama yang menentukan kesuksesan atau kegagalan. Oleh karena itu, informasi harus dikelola dengan baik. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna, lebih berarti, dan bermanfaat bagi penggunanya. Informasi menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna tertentu

---

[7] Adi Badjuri. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal 12
[8] Puji Heru Winarso. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta : Prestasi Pustaka. Hal 10

sehingga jika kebutuhan informasinya tidak terpenuhi akan menjadi masalah bagi pengguna. Informasi dibutuhkan pengguna bertujuan untuk menambah pengetahuan, dan meningkatkan pemahaman yang pada akhirnya dapat mengubah sikap dan perilakunya.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memaparkan hasil penelitian siaran televisi sepanjang November-Desember 2015. Hasilnya, hampir semua program televisi berada di bawah standar indeks 4. Hanya program Religi yang menjadi program satu-satunya yang mendapatkan indeks kualitas di atas standar.[9] Berikut ini tabel jenis dan skor indeks kualitas program televisi.

Tabel 1.1
Indeks Kualitas Program TV

No	Jenis Program	Skor Indeks Kualitas
1.	Religi	4
2.	Veriaty Show	3,98
3.	Talk Show	3,73
4.	Infotainment	2,64
5.	Sinetron	2,56

Sumber: Hasil Survei IKP TV Maret-April 2015 (https://kpi.go.id)

Melalui perpaduan kecanggihan teknologi *audio-visual*, pengetahuan dan informasi yang diberikan, Trans TV hadir sebagai acara yang mempunyai daya tarik tesendiri bagi pemirsanya. Acara “Berita Islami Masa Kini” merupakan salah

[9] http://news.liputan6.com/read/2391624/nilai-indeks-siaran-televisi-program-religi-tertinggi diakses pada tanggal 28 Juli 2016

satu tayangan seri dakwah yang disiarkan di Trans TV, tayangan yang berdurasi tiga puluh menit itu telah mengudara pada setiap hari Senin – Jum'at, pukul 11:30 – 12.00 WIB. Perubahan waktu penayangan yang tadinya hanya menampilkan program Berita Islami Masa Kini sehari sekali kini menjadi sehari dua kali yaitu, setiap hari Senin – Jum'at pukul 11.30 – 12.00 WIB dan pukul 17.00 – 17.30.

Program Berita Islami Masa Kini atau yang lebih di kenal dengan Beriman merupakan program yang bersifat edukatif dan mendidik, memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai fakta tentang Islam, termasuk membongkar mitos yang selama ini menjadi teka-teki dan rahasia di masyarakat Indonesia pada umumnya.

Ada beberapa nilai lebih dari menonton acara Berita Islami Masa Kini. Pertama, sisi edukatif. Kedua, media pemahaman dan pembelajaran tentang ajaran Islam yang banyak tidak diketahui oleh publik. Ketiga, mengupas tuntas seputar problem, masalah dan persoalan dalam hukum Islam. Keempat, wahana hiburan yang edukatif dan yang terakhir program Berita Islami Masa Kini dipandu oleh Artis dan Aktor papan atas Indonesia. Konsep Program Berita Islami Masa Kini, yaitu ditampilkan dengan pembawa acara lalu pembawa acara menyuguhkan informasi seperti halnya pemberitan berita media televisi. Setiap episode dipandu oleh dua orang pembawa acara.

Seluruh pembawa acara Program Berita Islami Masa Kini terkenal dengan image yang religius di kalangan masyarakat. Para Pembawa acara tersebut ialah 1) Teuku Wisnu, 2) Shireen Sungkar, 3) Zakia Adya Mecca, 4) Sahrul Gunawan, 5) Dude Harlino, 5) Alisya Soebandono, 6) Zeeze Sahab dan 7) David Chalic.

Sebelum masuk ke dalam dunia *presenting*, mereka semua dahulunya lebih dikenal menjadi artis/aktor pemain film dan sinetron dan mereka semua mempunyai banyak penggemar di seluruh wiliyah Indonesia. Hal ini merupakan nilai tambah untuk kenaikan *share*/*rating* program acara Berita Islami Masa Kini.

Dalam setiap episodenya, program Berita Islami Masa Kini membahas dan menjelaskan tema yang beragam, bagaimana menjalankan kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama Islam. Seperti Aqidah, Syari'ah, dan Akhlak. Dari materi-materi tersebut kemudian akan ditampilkan sekilas tentang tayangan yang berkaitan dengan hal-hal tersebut disertai dengan ayat Al-Qur'an dan Hadist.

Program Berita Islami Masa Kini sangat dikenal di semua lapisan masyarakat, salah satunya ibu-ibu yang tergabung dalam Majlis Ta'lim Al-Ikhlas di Desa Kragilan Kecamatan Kragilan Kabupaten Serang mayoritas sebagai ibu rumah tangga. Berdasarkan hasil survei pendahuluan melalui wawancara dengan ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas di Desa Kragilan Kecamatan Kragilan Kabupaten Serang ditinjau dari frekuensi menonton program Berita Islami Masa Kini diketahui bahwa sebagian besar ibu-ibu menonton acara tersebut, ditinjau dari isi program Berita Islami Masa Kini menyatakan sangat mudah dipahami karena penjelasannya yang diberikan sangat bagus dan rinci dan gaya bahasanya pun mudah dipahami para masyarakat awam, sedangkan ditinjau dari pesan agama pada program tersebut cenderung tidak adanya filter tentang perbedaan pemahaman/pendapat yang sudah mengakar di masyarakat. Sebagai contoh tentang mengirimkan surah Al-Fatihah untuk orang yang sudah tiada adalah *bid'ah* (Hasil wawancara pada tanggal 10-12 Februari 2016).

Intisari dari hasil wawancara di atas, ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas masyarakat Desa Kragilan menganggap program acara Berita Islami Masa Kini ini sangat bermanfaat untuk pengetahuan seputar kehidupan dan agama. Akan tetapi, tidak semua informasi yang disajikan dapat memahami dan menghargai perbedaan pemahaman/pendapat antar pemeluk agama Islam. Hal ini dibenarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), dan mengeluarkan sanksi administratif atau teguran tertulis kepada program acara Berita Islami Masa Kini, yang dibawakan oleh Teuku Wisnu di Trans TV tayangan pada tanggal 1 September 2015. Program acara ini menyinggung soal amalan surat Al Fatihah yang dianggap salah. KPI memberikan surat sanksi dan dalam surat tersebut, program siaran yang berisikan perbedaan pandangan atau paham dalam suatu agama wajib disajikan secara hati-hati, berimbang, dengan narasumber yang berkompeten dan dapat dipertanggungjawabkan. Jenis pelanggaran itu dikategorikan sebagai pelanggaran atas penghormatan terhadap nilai-nilai agama.[10] Dampak dari adanya perbedaan pemahaman/pendapat tersebut di atas, melalui teori *uses and gratifications* akan mengukur hal tersebut, dengan program Berita Islami Masa Kini sebagai variabel X dan penonton ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas sebagai variabel Y.

Dipilihnya wanita atau para ibu-ibu sebagai objek penelitian penulis dikarenakan wanita/para ibu memiliki peranan yang penting dalam keluarga maupun dalam masyarakat sekitar. Keluarga merupakan pondasi dasar penyebaran Islam. Dari keluarga-lah, muncul pemimpin-pemimpin yang berjihad di jalan

---

[10] http://www.tribunnews.com/nasional/2015/09/04/kpi-beri-sanksi-program-berita-islam-masa-kini-teuku-wisnu-di-trans-tv

Allah, dan akan datang bibit-bibit yang akan berjuang meninggikan kalimat-kalimat Allah. Peran terbesar dalam hal tersebut adalah kaum wanita.[11] Wanita disamping perannya dalam keluarga, ia juga dapat mempunyai peran lainnya di dalam masyarakat dan negara. Jika ia adalah seorang yang ahli dalam ilmu agama, maka wajib baginya untuk mendakwahkan apa yang ia ketahui kepada kaum wanita lainnya. Begitu pula jika ia merupakan seorang yang ahli dalam bidang tertentu, maka ia dapat mempunyai andil dalam urusan tersebut namun dengan batasan-batasan yang telah disyariatkan dan tentunya setelah kewajibannya sebagai ibu rumah tangga telah terpenuhi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Terpaan Program "Berita Islami Masa Kini" terhadap Pemenuhan Informasi Ajaran Islam (Survei pada Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: seberapa besar pengaruh terpaan program "Berita Islami Masa Kini" terhadap pemenuh kebutuhan informasi ajaran Islam ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas?

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fokus penelitian tersebut maka penulis mengidentifikasi beberapa pertanyaan yang akan menjawab focus penelitian di atas. Pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

---

[11] www.muslim.or.id di akses pada tanggal 28 oktober 2016

1. Bagaimana terpaan program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan oleh Trans TV pada Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas di Desa Kragilan?
2. Bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al Ikhlas di Desa Kragilan?
3. Apakah terdapat pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini di Trans TV terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al Ikhlas di Desa Kragilan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui terpaan program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan oleh Trans TV pada Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas di Desa Kragilan.
2. Untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas di Desa Kragilan.
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam ibu-ibu Majlis Ta'lim Al Ikhlas di Desa Kragilan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian skripsi ini adalah:

1. Manfaat Akademis
   a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta dapat memberi kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi jika ada mahasiswa yang akan melakukan penelitian lanjutan.

b. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca mengenai terpaan program televisi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai program *Berita Islami Masa Kini* terhadap kebutuhan informasi ajaran Islam.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Trans Tv khususnya program acara *Berita Islami Masa Kini* agar lebih memahami motif audien untuk menyaksikan acaranya yang disiarkan sehingga dapat melakukan evaluasi terhadap acaranya, juga agar dapat memenuhi kebutuhan audien.

c. Menjadi referensi stasiun televisi lainnya dalam membuat program seri dakwah Religi

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau merubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin: *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini adalah maksudnya kesamaan makna.[12]

Rumusan komunikasi yang sangat dikenal adalah rumusan yang dibuat Harold Laswell. Menurut Laswell komunikasi adalah: "*who says what in which chanell to whom with what effect*" yang jika dijabarkan, akan terdapat lima unsur atau komponen di dalam komunikasi, yaitu: 1) Siapa yang mengatakan (Komunikator); 2) Kepada siapa disampaikan (Komunikan); 3) Apa yang dikatakan (Pesan); 4) Media apa yang digunakan (Media); 5) Akibat apa yang terjadi (Efek). [13]

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang *(mass*

---

[12] Onong Uchjana Effendi. *Imu Komunikasi Teori dan Praktek*. 2005.Hal.9

[13]Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2008. Hal. 69

communication is messages communcated thraugh a mass medium to a large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunkan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi. Keduanya dikenal sebagai media elektronik. Surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak serta media film.[14]

Menurut Gerbner dalam Rakhmat (2003:188), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Rakhmat (Rakhmat, 2003:189) yang telah merangkum definisi-definisi komunikasi massa tersebut menjadi: komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Lazimnya media massa modern menunjukkan seluruh sitem di mana pesan-pesan diproduksi, dipilih, disiarkan, diterima dan ditanggapi. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan beragam dalam jumlah banyak dengan menggunakan media.

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Wright dalam Ardianto, (2007:4)

---

[14]Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, M.Si dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi massa*. Bandung : Simbioasa Rekatama Media

komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:[15]

1. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim
2. Pesan disampaikan secara terbuka
3. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas (khusus untuk media elektronik)
4. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

2.1.3 Terpaan Media

Terpaan media menurut Rosengren (1974), adalah penggunaan media yang terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi dari individu.[16] Berikut penjelasan mengenai ukuran terpaan media tersebut:

1. Frekuensi

   Mengumpulkan data khalayak tenteng keajegan khalayak menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Jika itu adalah program mingguan, maka data yang dikumpulkan adalah berapa kali menonton sebuah tayangan dalam seminggu selama satu bulan.[17] Dalam penelitian ini menggunakan media

---

[15] *Ibid.* hlm 6

[16] Jalaludin Rakhmat. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi contoh analisis statistk.* Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hal 66

[17] Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, M.Si dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi massa*. Bandung : Simbioasa Rekatama Media hlm 64

televisi sehingga diukur dari berapa kali sehari seorang menggunakan televisi dalam satu minggu (untuk meneliti program harian).

2. Durasi

Menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program *(audience's share).*

3. Atensi

Atensi (perhatian) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Indikator atensi dalam penelitian ini diukur dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal penaruh perhatian.[18] Dalam penelitian dapat diukur dari perhatian terhadap suatu acara ketertarikan, kemudahan dalam memahami isi pesan dalam suatu acara, kepercayaan terhadap isi, dan daya tarik dalam acara tersebut.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*) frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak beberapa kali sehari seorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harannya). Berapa kali seminggu seorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan bulanan). Dari ketiga pola tersebut yang sering dilakukan adalah pengukuran frekuensi program harian (berapa kali dalam seminggu). Sedangkan pengukuran variabel durasi

[18]Jalaludin Rakhmat. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi contoh analisis statistk.* Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hal 52

penggunaan media mengitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari); atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program *(audience's share on program)*.[19]

Terpaan media tidak hanya dapat diteliti dari apakah seseorang dekat dengan kehadiran media tersebut, tetapi juga soal keterbukaan orang tersebut terhadap pesan pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media masa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok.

2.1.4 Televisi

Televisi merupakan alat komunikasi yang mempunyai fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi menghibur, fungsi mempengaruhi (Onong Uchjana Effendy, 2000).[20] Televisi adalah salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat *audio visual, direct* dan dapat membentuk sikap. Televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*, yang mempunyai arti masing-masing jauh (*tele)* dari bahasa Yunani dan tampak *(vision*) dari bahasa Latin. Jadi, televisi berarti tampak atau dapat melihat jarak jauh beragam tayangan mulai dari hiburan sampai ilmu pengetahuan ada dalam televisi, adanya beragam *channel* televisi membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan tayangan berkualitas (Elvinaro Ardianto, 2007).

[1919]Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, M.Si dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi massa*. Bandung : Simbioasa Rekatama Media hlm 164

[20]Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya hlm 52

Televisi merupakan alat komunikasi massa memiliki fungsi sebagai *Surveillance* (pengawasan), *Interpretation* (penafsiran), *Linkage* (pertalian), *Transmission of values* (penyebaran nilai), *Entertainment/hiburan* (Dominick dalam Elvinaro, dkk., 2007).[21] Televisi sebagai komunikasi massa dapat dijelaskan sebagai proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat "*transitory*" (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut, hanya dapat didengar dan dilihat secara sekilas. Pesan-pesan di televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (*audio visual*).[22]

2.1.4.1 Perkembangan Televisi di Indonesia

Kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan pesta olahraga se-Asia IV atau *Asean Games* di Senayan. Sejak itu pula Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun (*station call*) hingga sekarang (Effendy, 1993:54). Selama

---

[21]Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, M.Si dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi massa.* Bandung: Simbioasa Rekatama Media hlm 49

[22]Kusnadi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta hlm 16

tahun 1962-1963 TVRI berada di udara rata-rata satu jam sehari dengan segala kesederhanaannya.[23]

TVRI yang berada di bawah Departemen Penerangan, kini siarannya sudah dapat menjangkau hampir seluruh rakyat Indonesia. Sejak tahun 1989 TVRI mendapat saingan dari stasiun TV lainnya, yakni Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang bersifat komersial. Kemudian secara berturut-turut berdiri stasiun televisi Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), dan Andalas Televisi (ANTeve) (Ardianto, 2004 : 127). Dengan kehadiran RCTI, SCTV, dan TPI maka dunia pertelevisian di Indonesia telah mengalami banyak perubahan, baik dalam hal mutu siarannya maupun waktu penayangannya.

Untuk lebih meningkatkan mutu siarannya pada pertengahan tahun 1993, RCTI telah mengudara secara nasional dan membangun beberapa stasiun transmisi di berbagai kota besar di Indonesia, seperti: Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Batam, dan daerah-daerah lain. Kemudian stasiun-stasiun televisi swasta bertambah lagi dengan kehadiran Indosiar, Trans TV, Trans 7, Global TV, Metro TV, dan TV One.

2.1.4.2 Daya Tarik Televisi

Televisi mempunyai daya tarik yang kuat. Jika radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur kata-kata, musik dan *sound effect*, maka TV selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Gambar

---

[23]Morissan. 2009. *Manajemen media penyiaran. Strategi mengelola Radio dan televisi*. Jakarta: Prenada Media Group

ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada pemirsa. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman. Selain itu, TV juga dapat menyajikan berbagai program lainnya yang cukup variatif dan menarik untuk dinikmati masyarakat (Effendy, 2002 : 177).[24]

2.1.4.5 Program Televisi

Pengertian program televisi yaitu kata "program" itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *programe* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara, tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata "program" lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata "siaran" untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi audiennya.[25]

Dengan demikian disimpulkan bahwa pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik itu radio maupun televisi. Program menjadi ujung tombak stasiun televisi karena pemirsa secara langsung melihat dari program-program yang disajikan setiap

---

[24]Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya

[25]Morissan. Jurnalistik *Televisi Mutakhir*. 2004. Ghalia Indonesia. Bogor

hari dan program mempunyai arti yang sangat penting dalam menginterpretasikan identitas sebuah stasiun televisi.

Seperti diketahui yang menjadi audien tentu saja dari berbagai kalangan serta segmen yang ditayangkan berbeda-beda, karena itu program acaranya pun disesuaikan berdasarkan tujuan atau target audien dari program yang akan ditayangkan, maka pengelola program televisi harus mengetahui siapa audien yang menonton televisi pada wakt-waktu tertentu. Semakin banyak audien menonton suatu program acara televisi maka pemasang iklan akan berlomba-lomba untuk beriklan sebelum dan sesudah program itu ditayangkan.

Di samping itu, khalayak umum memiliki sifat yang sangat heterogen, maka akan sulit bagi media penyiaran untuk melayani semuanya, sehingga pengelola program penyiaran harus memilih satu atau beberapa khalayak saja yang memiliki karakter atau respons yang sama dari seluruh populasi penduduk Indonesia.[26] Berbagai jenis program dapat dikelompokan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya, yaitu:

1. Program Informasi (berita) yang dibagi ke dalam dua jenis, yaitu:
   a. Berita Keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan.
   b. Berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip, dan opini seperti halnya *talk show*.
2. Program Hiburan (*entertainment*) yang dibagi ke dalam tiga kelompok, yaitu:

[26]Morissan. 2009. *Manajemen media penyiaran. Strategi mengelola Radio dan televisi*. Jakarta: Prenada Media Group

a. Musik

b. Drama Permainan (*game show*)

c. Pertunjukan (*veriety show*)

2.1.5 Program Berita Islami Masa Kini

Gambar 2.1
Program Beriman

Berita Islami Masa Kini adalah nama sebuah program acara di Trans TV yang bernuansa Islami. Sebuah program acara yang diproduseri oleh Daisy beserta penulisnya Ronggo Anugerah, menyajikan hal-hal yang dapat diambil hikmah di sisi positifnya dari setiap fenomena yang terjadi, ragam informasi peristiwa yang sedang berlangsung dan berita-berita yang masih hangat dihadirkan dengan disertai penjelasan sehingga pemirsa dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi sekaligus solusinya. Acara ini sangat bermanfaat dan memuat unsur dakwah Islam, terlepas dari niat murni berdakwah atau hanya untuk memenuhi pangsa pasar demi meraup keuntungan semata, namun yang jelas acara ini membantu proses dakwah.

Acara ini tayang setiap hari Senin-Jum'at, berita atau informasi yang ditayangkan berbeda setiap hari atau episodenya. Satu episode terdiri dari tiga segmen yang membahas tentang berita atau peristiwa yang sedang terjadi seperti fenomena maraknya cincin batu di Indonesia, di segmen lain menayangkan profil seseorang yang mendapatkan hidayah menggunakan hijab, dan episode lainnya membahas tentang bencana banjir yang sedang melanda sebagian wilayah Jakarta dan membahas peristiwa-peristiwa yang menarik lainnya untuk dibahas. Segmen pemirsa yang dibidik oleh acara ini adalah *audience*/pemirsa yang beragama Islam. Hal ini nampak dari nama program acara ini yang kental dengan orang Islam.[27]

Trans Tv merupakan salah satu stasiun televisi yang mempunyai banyak penggemar. Hal ini dikarenakan banyaknya program acara baru dan menarik yang dihadirkannya. Terbukti seperti acara "Berita Islami Masa Kini" ini yang berawal setiap hari Senin – Jum'at hanya pada pukul 17 :00 – 17.30 WIB, mengalami perubahan waktu penayangan menjadi sehari dua kali yaitu, setiap Senin – Jum'at pada pukul 11.30 – 12.00 WIB dan pukul 17.00 – 17.30.

Informasi yang ada dalam program Berita Islami Masa Kini yaitu membahas dan menjelaskan bagaimana kita menjalankan kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama Islam. Seperti ilmu Fiqih, Aqidah Akhlak dan membongkar mitos yang terjadi dalam masyarakat.

[27] http:///transtv/BeritaIslamiMasaKini/ diakses 17April 2016

2.1.6 Dakwah

2.1.6.1 Definisi Dakwah

Secara etimologis dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata: دعا -يدعو- دعوة (*da'a, yad'u, da'watan*) yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a.[28] Sedangkan pengertian dakwah menurut istilah adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Ditinjau dari segi komunikasi, dakwah adalah merupakan proses penyampaian pesan-pesan (*massage*) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif (hikmah) dengan harapan agar komunikasi dapat bersikap dan berbuat amal sholeh sesuai dengan ajaran Islam tersebut.[29]

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah segala aktivitas baik lisan maupun tulisan serta perbuatan yang mendorong manusia untuk berbuat kebaikan dan melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* yang sesuai dengan syari'at Islam demi tercapainya kesuksesan dunia dan akhirat.

2.1.6.2 Media Dakwah

Media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Media kerap digunakan sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan *(Mad'u)* untuk menyampiakan pesan atau materi dakwah. Ada beberapa jenis media komunikasi yang digunakan sebagai media dakwah, yaitu :[30]

---

[28] Drs. Enjang AS, Aliyudin. 2009 *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjadjaran h. 3
[29] Toto Tasmara. 1997. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Prtama. hal. 38
[30] M. Bahri Ghazali. 1997. *Membangun Kerangka dasar Ilmu Komunikasi Dakwah* . Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya. Hal 33.

a. Media visual

Alat komunikasi yang dapat digunakan dan dimanfaatkan melalui indra penglihatan dalam menangkap datanya. Media visual ini meliputi film *slide*, *overhad proyektor*, dan gambar peta.

b. Media auditif

Alat komunikasi yang berbentuk hasil teknologi canggih dalam bentuk *hardware*, media auditif dapat ditangkap melalui indra pendengaran. Media ini meliputi radio, *tape recorder*, dan *telephone*.

c. Media auditif visual

Perangkat komunikasi yang dapat ditangkap baik melalui indera pendengaran maupun indera penglihatan. Yang termasuk media ini adalah movie film, internet, dan televisi.

2.1.6.3 Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan merupakan isyarat atau simbol yang disampaikan oleh seseorang untuk saluran tertentu dengan harapan bahwa pesan itu akan mengutarakan/menimbulkan suatu makna tertentu dalam diri orang lain yang hendak diajak berkomunikasi.[31]

Sementara Astrid menyatakan bahwa pesan adalah ide, gagasan, informasi dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan

[31] Kincaid D. Laurence &Wilbur Scramm. 1998. *Azas-azas Komunikasi Anatara Manusia*. Jakarta: LPES, hal. 99

yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan ke arah sikap yang diinginkan oleh komunikator.[32]

Menurut Onong Uchjana Effendi, bahwa pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*The Content of Massage*) dan lambang *(symbol*). [33]Maksud dari pada isi pesan di sini adalah materi-materi yang disampaikan oleh komunikator (*da'i*) kepada masyarakat *(*komunikan*)* yang berupa bahasa. Isi pesan dalam skripsi ini tentu saja berupa pernyataan tertulis sesuai dengan *al-Qur'an* dan al-*Hadits.*

Dengan demikian pesan dakwah terdapat pada unsur dakwah yakni *Maddah* (materi) dakwah. Pesan dakwah membahas ajaran Islam, secara global pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi 3 hal, yaitu:

a. Masalah keimanan (akidah)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan. Akidah ialah kepercayaan dan keyakinan akan wujud Allah SWT dengan segala firman-Nya dan kebenaran Rasulullah (Muhammad) SAW dengan segala sabdanya.[34] Keyakinan demikian yang oleh Al-Qur'an disebut dengan iman. Iman

---

[32] Susanto Astrid, 1997. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Bina Cipta. hal 7

[33] Onong Uchjana Effendi,. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. Hal 20

[34] Syihab. 1998. *Akidah Ahlus Sunnah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998.hal. 4

merupakan esensi dalam ajaran Islam. Iman juga erat kaitannya antara akal dan wahyu.[35]

Dalam Islam khususnya masalah akidah yang dijadikan materi dakwah itu pada garis besarnya yaitu:

1) Iman kepada Allah Swt artinya manusia harus mengaktualisasikan sifat-sifat terpuji tentunya sesuai dengan batasan-batasan kemampuan manusia.
2) Iman kepada malikat artinya manusia harus memiliki sifat-sifat disiplin dan taat kepada kewajibannya, karena sifat-sifat ini menjadi esensi sifat malikat.
3) Iman kepada kitab Allah artinya manusia harus menjauhi perbuatan yang haramkan dan selalu melaksanakan perbuatan yang dihalkan oleh Al-Qur'an.
4) Iman kepada rasul Allah artinya harus menumbuhkembangkan pribadi untuk mencontoh sunnah Nabi, seperti sifat siddiq, amanah, fatonah, dan tabligh.
5) Iman kepada hari akhir artinya menumbuhkan dalam pribadi sifat menjauhi kemaksiatan.
6) Iman kepada qadla dan qadhar artinya menumbuhkan dalam pribadi sifat-sifat untuk menyeimbangkan aspek lahir dan batin alam melakukan karya manusia di dunia dan unuk kepenngan akhirat.

[35] Munir, Wahyu Ilaihi.2006. *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana. hal. 24

Keimanan (aqidah) pada hakekatnya adalah pengakuan dalam hati akan keutuhan dan kemahakuasaan Allah SWT, serta kerasulan Nabi Muhammad SAW, yang dimanifestasikan dalam segala aspek kehidupan.[36]

b. Masalah Keislaman (Syari'ah)

Syari'ah dalam agama Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam mentaati peraturan/hukum Allah guna mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup manusia dengan sesama manusia dan lingkungannya.[37]

Dengan demikian pesan dakwah dalam konteks ini adalah menjelaskan berbagai ketentuan-ketentuan yang terkait dengan hak kewajiban seorang hamba. Selain itu juga menjelaskan tentang hukum-hukum Allah, baik yang wajib (yang diperintahkan), mubah (dibolehkan), mandub (dianjurkan), makruh (dianjurkan untuk tidak dilakukan) maupun yang haram (dilarang).

c. Masalah Budi Pekerti (Akhlaq)

Akhlaq merupakan bentuk jamak dari khuluq yang artinya budi pekerti, tingkah laku atau tabiat. Jadi akhlaq atau khuluq adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga ia akan muncul secara spontan bilamana diperlukan, tanpa memerlukan pertimbangan lebih dahulu, serta tidak memerlukan adanya dorongan dari luar dirinya. Dalam konteks ini, akhlaq meliputi tiga hal, yaitu:

---

[36] Yunahar Ilyas. *Akhlaq Masyarakat Islam*, Yogyakarta: Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus, tt. hal 54

[37] Asmuni Syukir. 1985. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas. hal. 61

1) Akhlaq kepada Allah SWT

Manusia diciptakan Allah sebagai makhluk yang mulia dan utama dibanding dengan makhluk lain. Keutamaan itu terletak pada unsur kejadiannya, sifat-sifatnya, terutama akal pikirannya. Dengan keutamaan itu manusia dipercaya Allah sebagai kholifah di bumi ini. Di antara bentuk akhlaq kepada Allah adalah tidak menyekutukannya, mencintainnya, ridho dan ikhlas terhadap takdirnya, mensyukuri nikmatnya, berdo'a dan bertaubat serta menjalankan perintah dan menjauhi larangan-Nya.

2) Akhlaq Sesama Manusia

Akhlaq sesama Manusia Agama Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya saja, akan tetapi juga mengatur hubungan sesama manusia baik yang sesama muslim maupun dengan non muslim. Islam menganjurkan dan memerintahkan manusia untuk berbuat baik, saling tolong menolong dan menghormati sesamanya. (QS. Al-Maidah (5):2)[38]

3) Akhlaq Terhadap Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar kita, termasuk tempat tinggal kita, melestarikan hutan, memnfaatkan hasil alam dengan sebaik-baiknya dan sebagainya.[39]

---

[38] Asy‟ ari, dkk. *Pengantar Study Islam*, Cetakan IV, h. 108
[39] Ibid

2.1.6.4 Efek dakwah

Setiap proses komunikasi melibatkan unsur-unsur komunikasi yang salah satunya adalah efek komunikasi sebagai respons yang terjadi secara timbal balik antara komunikator (da'i) dan momunikan (mad'u). Dalam konteks dakwah, respon mad'u menjadi indikator yang sangat penting untuk mengukur dan menjelaskan sejauhmana efek atau pengaruh dakwah yang disampaikan komunikator sehingga membawa dampak positif bagi mad'u.

Menurut Wardi Bachtiar, efek dakwah merupakan akibat positif dari pelaksaan proses dakwah. Efek positif atau negatif itu berkaitan dengan unsur dakwah lainnya.[40] Dalam penelitian ini efek pesan dakwah yang dimaksud merupakan bagaimana tingkat kebutuhan informasi penonton Berita Islami Masa Kini dalam menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan, mulai dari pesan aqidah, syaria'ah dan akhlakul karimah.

2.1.7 Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan data yang berasal dari fakta yang tercatat dan selanjutnya dilakukan pengolahan (proses) menjadi bentuk yang berguna atau bermanfaat bagi pemakainya. Menurut Davis yang dikutip oleh Abdul Kadir menyatakan bahwa informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.[41] Andri Kristanto mendefisikan informasi sebagai kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih

---

[40] Wardi Bachtiar. 1997. *Metode Penelitian Ilmu Dakwah.* Jakarta: Logos. Hal 36
[41] Abdul Kadir. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta:Andi, h. 28.

berguna dan lebih berarti bagi yang menerima.[42] Hal senada diungkapkan oleh Jogiyanto bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya.[43]

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan hasil kesaksian atau rekaman peristiwa atau data yang berasal dari fakta yang tercatat dan selanjutnya dilakukan pengolahan (proses) menjadi bentuk yang berguna dan berarti bagi pemakainya yang pada akhirnya akan mempengaruhi kehidupan pemakai informasi.

Fisher yang mengelompokan berbagai pandangan mengenai konsep informasi ke dalam tiga buah variasi,[44] yaitu:

a. Informasi mengacu ke fakta atau data

   Istilah informasi menunjukan fakta atau data yang diperoleh selama komunikasi berlangsung. Dalam pandangan ini, komunikasi dipandang sebagai kuantitas fisik yang didapat dipindahkan dari satu titi ke titik lain, dari satu medium ke medium lain, dari satu orang ke orang lain.

b. Informasi mengacu kemakna data

   Isilah informasi ke makna data, jadi menurut pandangan ini informasi berbeda dengan data. Informasi adalah arti, maksud atau makna yang dikandung kata. Konsep informasi ini berkaitan dengan penafsiran. Makna satu data dapat berbeda pengertian antara satu orang dengan orang lain.

---

[42] Andri Krsitanto. 2003. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Gava Media, h. 6.
[43] Jogiyanto Hartono. 2004. *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi, h. 8.
[44] Helena Olii. 2007. *Berita dan Informasi*. Jakarta: Indeks. Hal 22

c. Informasi mengacu ke jumlah data

Istilah informasi menunjukan jumlah data mengenai ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksi atau mengurangkan sejumlah alternatif/pilihan yang tersedia. Semakin suatu masalah mengalami ketidakpastian, semakin banyak pula alternatif (informasi) yang dapat digunakan.

Dalam *kamus komunikasi*, Onong Uchjana Effendy mendefinisikan informasi sebagai:

1. Pesan yang disampaikan pada seseorangatau sejumlah orang baginya merupakan hal yang baru diketahui.
2. Data yang telah diolah untuk disampaikan kepada yang memerlukan atau untuk mengambil keputusan mengenai satu hal.
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi, kepada khalayak yang baginya merupakan hal atau peristiwa yang baru.[45]

Dalam interaksi sosialnya sehari-hari, keyakinan serta perilaku manusia terbentuk karena pengaruh oleh banyak hal, salah satunya kebutuhan. Kebutuhan menjadi salah satu motif sekunder (sosiogenesis) yang mempengaruhi sosial manusia.[46]

Beberapa ahli psikologi menjekaskan kebutuhan manusia ke dalam beberapa kategori. David Mc Clelland menyebutkan kebutuhan manusia terdiri

[45] Ibid. Hal 23
[46] Jalaludin Rakhmat. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 37

dari: Kebutuhan prestasi *(need for achievement)*, kebutuhan akan kasih sayang *(need for affiliation)*, serta kebutuhan berkuasa *(need for power)*.

Abramham Maslow memberikan hirarki kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis

   Kebutuhan ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan lahiriah, seperti sandang, pangan, papan. Kebutuhan fisiologis merupakan aspek paling mendasar yang diperlakukan manusia untuk dapat melangsungkan hidupnya.

2. Kebutuhan akan rasa aman *(safety needs)*

   Berkaitan dengan pemenuhan terhadap rasa aman, ketentraman, dan jaminan seseorang dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari. Situasi yang membuat seseorang aman dan nyaman akan berdampak positif bagi perilaku seseorang.

3. Kebutuhan akan ketertarikan dan cinta *(belongingness and love needs)*

   Beberapa menyebut sebagai *social needs*, atau kebutuhan untuk memiliki ketertarikan serta interaksi sosial. Kebutuhan ini mencakup keinginan untuk bernegosiasi, terlibat dalam sebuah kelompok, menjalin persahabatan atau cinta.

4. Kebutuhan akan penghargaan *(esteem needs)*

   Berhubungan dengan kenutuhan manusia untuk mrndapat penghormatan atau penghargaan dari orang lain. Kebutuhan ini tidak terlalu mendesak

bagi manusia. *Esteem Needs* dapat berlaku saat seseorang telah memberikan prestasi atau hasil kerja yang bermanfaat bagi suatu masalah.

5. Kebutuhan pemenuhan diri *(self actualization)*

   Pemenuhan diri dapat dimaknakan sebagai kebutuhan seseorang untuk memberikan kontribusi kepada lingkungan. Dari sini seseorang memiliki pandangan yang lebih jauh mengenai kehidupan, di mana mereka tidak lagi hanya memikirkan bagaimana untuk dapat melanjutkan hidup, melainkan bagaimana meningkatkan kualitas hidup.[47]

Maslow melanjutkan dalam meningkatkan kualitas kehidupan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti: mengembangkan potensi dengan cara yang kreatif, misalnya melalui seni, musik, sains dan sebagainya memperkarya kualitas dengan rentangan serta kualitas pengalaman yang ditempuh dengan melakukan darmawisata. Membentuk hubungan yang hangat dengan orang-orang terdekat, serta berusaha menjadi manusia atau pesona yang kita dambakan.[48]

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Iklan pun dalam beberapa hal memiliki fungsi fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi yang lain.[49]

---

[47] Ibid, Hal. 39

[48] Dedy Nur Hidayat, Nurudin M. Si. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Hal 66

[49] Ibid Hal 66

Kebutuhan informasi setiap orang berbeda-beda. Tidak ada seorang pun yang tidak membutuhkan informasi, apapun jenis pekerjaannya. Pelajar, mahasiswa, guru, dosen, semua memerlukan informasi guna mendukung pekerjaannya sehari-hari. Setiap orang membutuhkan informasi yang akurat, relevan, cepat dan mudah didapat. Kebutuhan diartikan sebagai sesuatu yang harus dimiliki oleh seseorang yang harus dipenuhi. Ada banyak pengertian kebutuhan informasi yang dikemukakan para ahli, antara lain: Kulthau yang dikutip oleh Ishak menyatakan bahwa kebutuhan informasi muncul akibat kesenjangan pengetahuan yang ada dalam diri seseorang dengan kebutuhan informasi yang diperlukan.[50]

Menurut Krikelas yang dikutip oleh Ishak mendefinisikan kebutuhan informasi sebagai berikut, "*...when the current state of possessed knowledge is less than needed.* Krikelas menyatakan bahwa kebutuhan informasi timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan, sehingga mendorong seseorang untuk mencari informasi.[51]

Dari kedua pernyataan di atas terlihat bahwa setiap orang membutuhkan informasi dalam hidupnya. Kebutuhan informasi disebabkan oleh adanya keinginan untuk mendapatkan sebuah kepastian terhadap satu situasi yang dianggap membingungkan. Informasi sebagai jawaban atas ketidakpastian tersebut.

---

[50] Ishak. 2006. *Media Informasi*. Jakarta: Universitas Trisakti, h. 91.
[51] Ibid. h. 91.

Kebutuhan informasi menurut Diao dikutip oleh Prahatmaja membagi kebutuhan informasi manusia menjadi tiga macam kebutuhan informasi, yaitu[52]

1. Kebutuhan informasi yang objektif, yaitu kebutuhan yang seharusnya ada kalau seseorang mau mencapai tujuannya dengan sukses. Kebutuhan informasi obyektif ini menentukan ruang lingkup informasi potensial obyektif.
2. Kebutuhan informasi subyektif, yaitu kebutuhan informasi yang disadari seseorang sebagai persyaratan untuk suksesnya pencapaian tujuan. Kebutuhan jenis ini menentukan ruang lingkup informasi potensial subyektif. Namun yang sering menjadi permasalahan adalah kebutuhan informasi yang disadari pun kerapkali tidak selalu mudah untuk merumuskannya.
3. Kebutuhan informasi yang terpenuhi, yaitu kebutuhan informasi yang disadari seseorang dan terpenuhi kebutuhannya.

Ada banyak jenis kebutuhan informasi, seperti Katz yang dikutip oleh Yusup, antara lain adalah[53]

1. Kebutuhan kognitif. Ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.
2. Kebutuhan afektif. Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan estesis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Dalam hal ini, berbagai media sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan. Misalnya, orang membeli radio, televisi, dan menonton film, tidak lain karena mencari hiburan.
3. Kebutuhan integrasi personal (*personal integrative needs).* Ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.
4. Kebutuhan integrasi sosial *(social integrative needs).* Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.

---

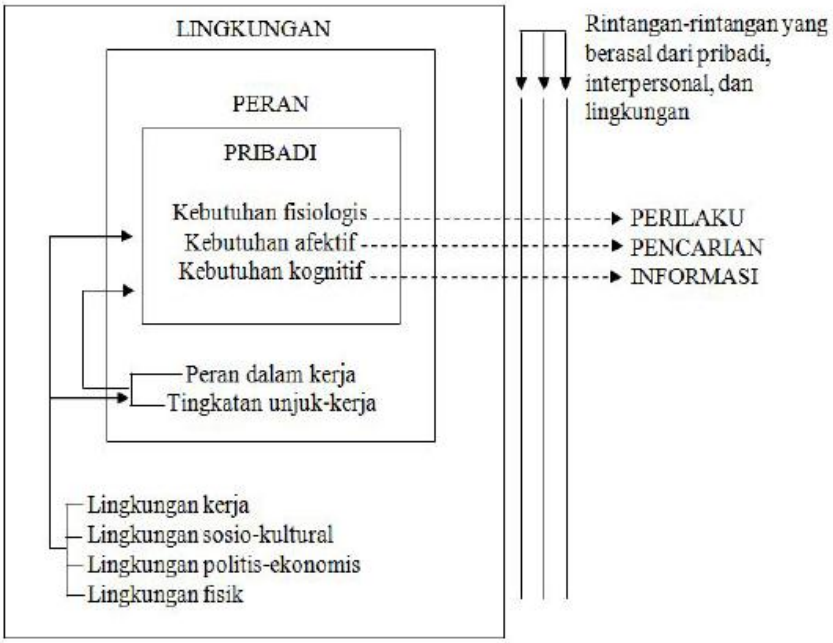
[52] Prahatmaja. 2006. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi*. Jakarta: Kencana, h. 5.
[53] Pawit M Yusup. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara, h. 205.

5. Kebutuhan berkhayal (*escapist needs*). Ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat mencari hiburan dan pengalihan.

Berdasarkan uraian di atas, jenis kebutuhan informasi itu didasari atas kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal.

Menurut Wilson yang dikutip oleh Ishak menguraikan faktor yang secara bertingkat mempengaruhi kebutuhan informasi, seperti pada gambar berikut.[54]

Gambar 2.1
Kebutuhan Informasi



Pada gambar tersebut ada tiga faktor utama yang mempengaruhi kebutuhan informasi, yaitu :

[54] Ishak. 2006. *Media Informasi*. Jakarta: Universitas Trisakti, h. 93.

1. Kebutuhan individu (*person)*

   Kebutuhan yang ada dalam diri individu meliputi kebutuhan psikologis (*psychological needs),* kebutuhan afektif (*affectif needs)* dan kebutuhan kognitif (*cognotive needs).* Ketiga kebutuhan ini secara langsung mempengaruhi kebutuhan informasi.

2. Peran sosial (*social role)*

   Peran sosial meliputi peran kerja (*work role)* dan tingkat kinerja (*performance level),* akan mempengaruhi faktor kebutuhan yang ada dalam diri individu.

3. Lingkungan (*environment)*

   Faktor lingkungan, meliputi lingkungan kerja (*work environment),* lingkungan sosial-budaya (*social-cultural environment),* lingkungan politik-ekonomi (*politic-economic environment)* mempengaruhi faktor peran sosial maupun faktor kebutuhan individu. Sehingga terjadi pengaruh bertingkat yang akan membentuk kebutuhan informasi.

Dari beberapa uraian di atas, dapat diketahui bahwa setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda. Kebutuhan informasi ditentukan berdasarkan kebutuhan individu, peran sosial, dan lingkungan.

2.1.8 Teori *Uses and Gratifications*

Esensi teori ini menjelaskan bahwa penonton, pendengar dan pembaca memilih dan menggunakan opsi berbagai media dan program untuk kepuasan mereka. Gambaran teori media ini berkaitan dengan khalayak aktif dan penuh

perhatian ketika isi media menyampaikan sejumlah fungsi yang mereka percayai untuk sebuah nilai tambah atau sesuatu yang berharga.[55]

Menurut Dun (1986), *Uses and Gratification theory*, yakni meneliti bagaimana orang-orang menggunakan media massa dan mereka menerima ganjaran melalui terpaan media itu. Teori ini telah memberikan beberapa cara pengelompokan kebutuhan dan kepuasan khalayak. Contoh, sejumlah kepuasan "dengan segera" diterima, sementara yang lainnya "ditunda". Jika melihat media massa memberikan kebutuhan dan kepuasan kepada khalayak kebutuhan kognisi, afeksi, personal, sosial terpadu, pelepasan ketegangan dan lainnya.[56]

Menurut Ardianto dan Komala Erdinaya, asumsi dasar dari teori *uses and gratification*s: (a) khalayak dianggap aktif; (b) dalam proses komunikasi, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak (c) media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas; (d) tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; (e) penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum terlebih dahulu meneliti orientasi khalayak.[57]

---

[55] Elvinaro Ardianto. 2010. *Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media. Hal. 130.
[56]*Ibid*, Hal.131
[57] Ardianto dan Komala Erdinaya.2004.*Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.Bandung:Simbiosa Rekatama Media.Hal.71

Gambar 2.1 Model *Uses and Gratifications*

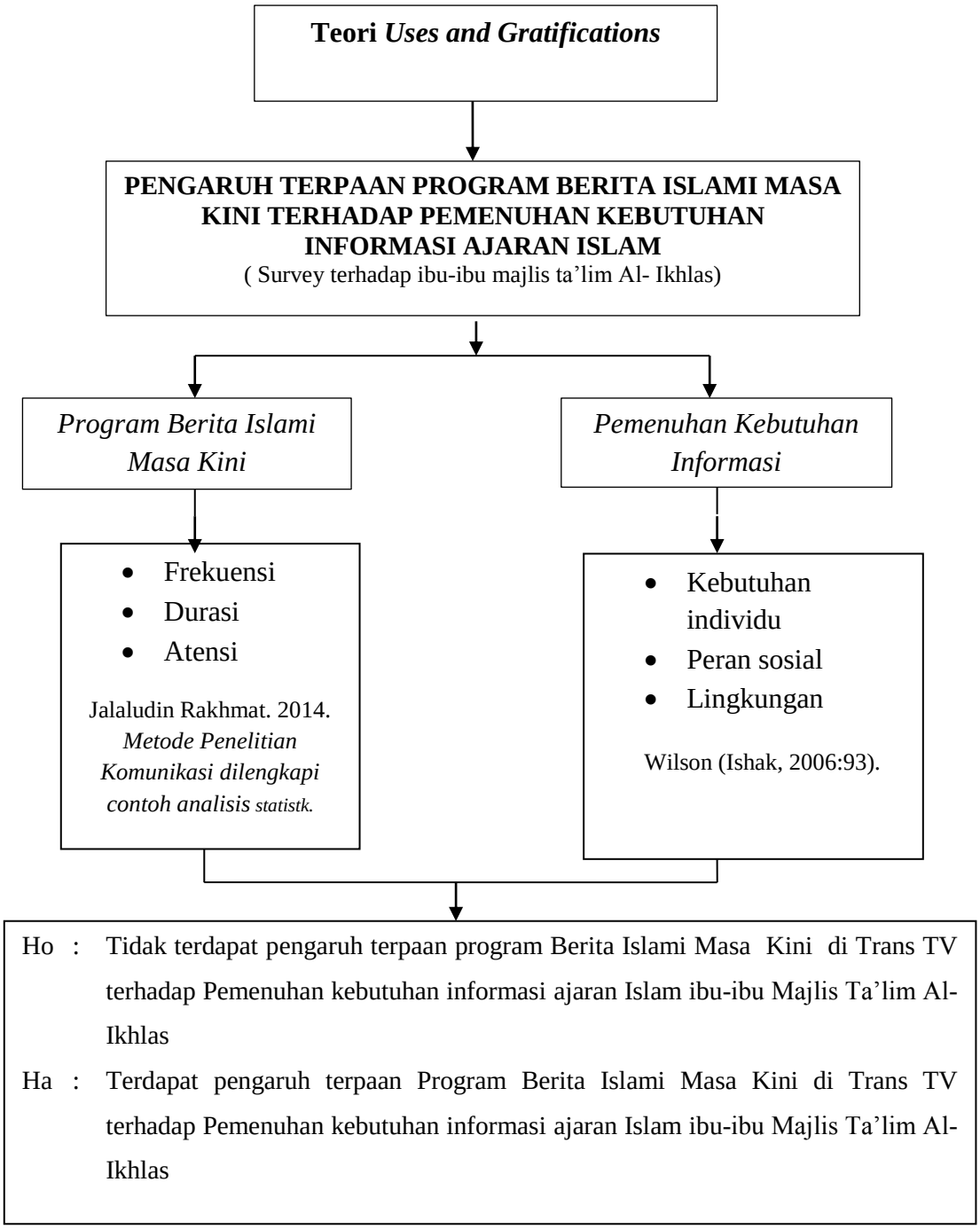
Anteseden →	***Motif*** →	***Penggunaan Media*** →	***Efek***
• Variabel Individual	Personal Diversi Pengetahuan	Hubungan Macam	Kepuasan Isi
• Variabel Lingkungan	Personal Identy	Hubungan dengan isi	

Gambar 2.2
Sumber : Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi,2006.Hal.66

2.2 Kerangka Berpikir

Pendekatan yang dilakukan mengenai pengaruh media terhadap masyarakat pada umumya lebih cenderung menggunakan teori *uses and gratifications*. Hal ini berkaitan dengan semakin banyaknya stasiun televisi dan program bagi khalayak. Media tidak lagi memiliki sikap kuat dalam merubah sikap khalayak, karena khalayak dapat sepenuhnya memilih saluran program yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Di dalam penelitian ini, peneliti ingin mencari tahu pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas. Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator-indikator pemenuhan informasi: kebutuhan individu, peran sosial, dan lingkungan. Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan, maka yang menjadi kerangka konsep peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3
Kerangka Berpikir

2.3 Hipotesis Penelitian

Secara etimologis, hipotesis dibentuk dari dua kata, yaitu *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi *hypothesis* dan penyebutan dalam dialek bahasa Indonesia menjadi hipotesa kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang belum sempurna.[58]

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.[59] Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini di Trans TV terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas.

Ho : Tidak terdapat pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini di Trans TV terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas.

---

[58] Burhan Bungin.*Metodologi Penelitian Kuantitatif*.2009. Hal.75
[59] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. 2012. Hal.71

2.4 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari satu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konespnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gelaja atau variabel yang ditelitinya.[60]

Operasional dari program Berita Islami Masa Kini yang akan diteliti yaitu mengetahui mengenai rangasangan yang ditimbulkan dan dampak perubahan prilaku yang terjadi pada khalayak secara pasif maupun aktif dari program Berita Islami Masa Kini. Sementara itu, definisi operasional dari pemenuhan kebutuhan informasi ajara Islam, yaitu kebutuhan yang disebabkan oleh adanya keinginan untuk mendapatkan sebuah kepastian terhadap satu situasi yang dianggap membingungkan dan mendapatkan jawaban atas ketidakpastian tersebut.

Tabel 2.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Alat Ukur	Skala
Terpaan Program Berita Islami Masa Kini (X)	1. Frekuensi	1. Jadwal program 2. Intensitas program	Quesioner	Likert
	2. Durasi	1. Durasi program 2. Pembukaan konten 3. Pembahasan konten	Quesioner	Likert
	3. Atensi	1. Konsep program 2. Host	Quesioner	Likert

[60]Imam Chourmain. 2008. *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi tesis dan disertasi.* Jakarta. Al-Harahmain Publishing House. Hal 36

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam	1. Kebutuhan individu	1. Kebutuhan psikologi 2. Kebutuhan afektif 3. Kebutuhan kognitif	Quesioner	Likert
	2. Peran sosial	1. Peran kerja 2. Tingkat unjuk kerja	Quesioner	Likert
	3. Lingkungan	1. Lingkungan kerja 2. Lingkungan sosial-budaya 3. Lingkungan politik-ekonomi 4. Lingkungan fisik	Quesioner	Likert

2.5 Penelitian Terdahulu

Dirancangnya sebuah penelitian, tidak terlepas dari adanya referensi penelitian sebelumnya. Referensi penelitian sebelumnya dijadikan penulis sebagai bahan untuk membuat suatu pemahaman dan penarikan rumusan masalah sehingga akhirnya membentuk suatu rancangan penelitian yang kompleks. Adapun referensi penelitian sebelumnya yang penulis gunakan dalam penelitian ini, dijelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Nama	Sri Wulandari	Indra Handayani	Egie Winadya
Judul, Universitas, Tahun Penelitian	Pengaruh Acara Talkshow Kick Andy dan wawasan mahasiswa USU (Universitas Sumatra Utara – 2009)	Terpaan tayangan talk show Dr. Oz Indonesia di Trans Tv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mahasiswa ilmu komunikasi UNTIRTA (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa - 2014)	Efektivitas Program Bertita Islami Masa Kini Trans Tv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa-2016)

Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui prngaruh Acara Talk Show Kick Andy dan wawasan mahasiswa USU	Untuk mengetahui pengaruh antara terpaan tayangan talk show terhadap pemenuhan kebutuhan informasi	Untuk mengetahui efektivitas program berita islami masa kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi
Teori	Teori S-O-R	Teori Uses an Gratification dan Teori Individuak Differences	Teori Uses an Gratification
Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Hasil Penelitian / Kesimpulan	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara menonton acara talkshow Kick Andy dengan wawasan mahasswa USU. Hal ini terlihat dari nilai rs yang diperoleh sebesar 0,0490 yang dalam skala Guilford berarti memiliki hubungan cukup berarti (0,040-0,70).	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang baik, dengan memakai skala interval untuk variabel X (Pengaruh terpaan tayangan televisi) dan menggunakan skala likert untuk variabel Y (Pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan ilmu komunikasi untirta. Dengan nilai uji korelasi sebesar 9,79% yang berarti terdapat pengaruh yang kuat	Hasil dari penelitian menunjukan adanya pengaruh efektivitas program berita islami masa kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam ibu-bu majlis ta'lim al-ikhlas memperoleh nilai sebesar 0,622 hal ini menunjukan bahwa berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi, hubungan antara variabel X dengan variabel Y merupakan hubungan yang **kuat** karena nilainya berkisar antara **0,60 – 0,799.** Dan dari hasil perhitungan uji t, menunjukkan signifikansi yang kurang dari 0,05 karena nilai signifikansinya adalah 0,000. Dan juga nilai t_{hitung} (6,403) > t_{tabel} (1,997) angka tersebut menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Persamaan	Sama-sama melakukan riset terkait program TV	Sama sama melakukan riset terkait program TV dan pemenuhan informasi	Sama sama melakukan riset terkait program TV dan pemenuhan informasi
Perbedaan	Metode yang digunakan tidaklah sama serta perbedaan objek yang diteliti	Metode yang digunakan tidaklah sama serta perbedaan objek yang diteliti	Metode yang digunakan serta objek yang diteliti

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Peneltian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif di mana peneliti berusaha mencoba untuk memaparkan dan menafsirkan data yang ada untuk memperoleh gambaran secara sistematis mengenai pengaruh terpaan program *Berita Islami Masa Kini* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas.

Riset kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.[61] Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk memperoleh dan menyajikan data secara maksimal dan menyeluruh sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Data yang digunakan pun secara umum lebih bersifat konkret karena dapat dikuantitaskan berupa angka-angka.

Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik survei, sedangkan alat ukurnya adalah kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, dapat disebut juga angket. Tujuan penyebaran angket adalah

[61]Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group . 2009. Hlm 55-56

mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.[62]

Metode survei sebagai penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta tentang gejala atau permasalahan yang timbul. Kajiannya tidak perlu mendalam sampai menyelidiki kenapa gejala-gejala tersebut atau sampai menganalisa hubungan atas gejala-gejala. Fakta-fakta yang ada lebih digunakan untuk pemecahan masalah.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan sesuai dengan metode penelitian kuantitatif, yaitu paradigma positivistik. Paradigma positivistik dinyatakan sebagai paradigma tradisional, eksperimental, atau paradigma empirisistis yang dikembangkan oleh para ahli sosiologi seperti Comte, Durkheim dan Mill. Positivisme menggambarkan pendekatan baru terhadap pengetahuan. Masyarakat bergerak dalam tiga tahap berdasarkan pola pikir dari teologis atau fiktif ke metafisik atau abstrak ke penjelasan ilmiah atau positif. Dalam tahap positif, gejala sosial dapat diungkapkan melalui observasi empiris atas gejala tersebut. Tidak seperti dalam tahap teologis dan metafisik yang mengandalkan kekuatan inti tertentu pada terjadinya suatu gejala. Tahap positif ditandai oleh kepercayaan akan data empiris sebagai sumber pengetahuan terakhir. Comte mengembangkan pendekatan positivisme dalam mempelajari masyarakat berpendapat bahwa

---

[62] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group . 2009. Hlm 93

aplikasi metodologi ilmu- ilmu alam dan asumsinya untuk mempelajari manusia akan menghasilkan satu "*positive science of society''*. Dia percaya bahwa perilaku orang diatur oleh prinsip-prinsip sebab akibat.[63]

Begitu pula dalam penelitian ini, pada paradigma ini, suatu gejala dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab- akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Paradigma positivistik atau empiris berasumsi bahwa kebenaran objektif dapat dicapai dan bahwa proses meneliti untuk menemukan kebenaran dapat dilakukan paling tidak dengan bebas dari nilai.[64] Positivisme sangat memperhatikan ketepatan dalam pembentukan teori atau terikat pada ketetapan konstruksi teori. Konsep-konsep atau variabel-variabel dan batasan mereka yang tepat adalah dasar dari pembentukan teori. Dalam paradigma positivistik atau kuantitatif, suatu teori harus dapat diuji secara empiris.

3.3 Fokus Peneltian

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas, maka peneliti memfokuskan penelitian yang akan diteliti, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas di Desa Kragilan.

---

[63]Ulber Silalahi. 2010. Metode Penelitian Sosial..Bandung: Refika Aditama. hal.68-76
[64]Richard West and Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika, hal.75

3.4 Lokasi Peneltian

Adapun penelitian ini akan dilaksanakan di Kp. Badak Jaya RT/RW 01/04 Desa Kragilan, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang-Banten yang dilaksanakan pada bulan September 2016.

3.6 Sumber Data

Kegiatan penelitian tidak akan berjalan apabila peneliti tidak dapat mengumpulkan data dan bahan yang diperlukan untuk melengkapi hasil penelitian. Maka peneliti memerlukan sumber untuk memperoleh semua data yang diperlukan untuk mendukung berjalannya penelitian. Data hasil penelitian didapatkan melalui dua sumber, yakni:

a. Data Primer

   Menurut S. Nasution, data primer adalah data yang dapat diperoleh secara langsung dari lapangan tempat penelitian. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil kuesioner yang disebar di lapangan.

b. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang perolehannya dari penelitian kepustakaan atau bahan yang bersifat teoritis yang relevan dengan penelitian. Misalnya diperoleh dari buku- buku, majalah, internet dan media lainnya. Data ini sebagai data pendukung dan pelengkap serta yang relevan dengan masalah yang tengah diteliti.

3.5 Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka dalam penelitian harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya

dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.[65] Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti. [66] Alat pengukuran utama dalam penelitian ini adalah kuesioner dan menggunakan *Software* SPSS *(Statistical Product and Service Solution)* versi 21 untuk menghitungnya. Karena menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian, maka alat tersebut harus diuji validitas dan reabilitasnya terlebih dahulu.

3.5.1 Uji Validitas Data

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauhmana instrumen (kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Artinya, alat ukur yang digunakan benar-benar dapat mengukur sifat objek yang diteliti atau mengukur sifat objek yang diteliti atau mengukur sifat yang lain.[67] Arikunto dalam bukunya Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek menyatakan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kestabilan suatu instrument. Suatu instrumen dapat dikatan valid jika dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menguji validitas dengan menggunakan program aplikasi SPSS *(Statistical Praoduct and Service Solution)* Versi 21 dengan mengolah data yang diperoleh di lapangan ke dalam program tersebut untuk mengukur validitas instrumen dalam penelitian ini. Uji validitas

---

[65]Rosady Ruslan. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) hlm 138
[66]Sugiyono. *Statistika untuk peneltian*. Bandung: Alfabeta. 2002. Hlm 102
[67]Rachmat Kriyantono. Op. Cit. Hlm 141

dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - (\sum X)^2\right]\left[n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\right]}}$$

Keterangan :

r = koefisie korelasi

n = jumlah koresponden

X = skor pernyataan

Y = skor total

Ketentuan pengujian uji validitas adalah *r*hitung dibandingkan dengan *r*tabel (dengan melihat taraf signifikasi peneltian, yakni sebesar 5% atau 0,05 dan jumlah responden, barulah kita akan mendapatkan nilai *r*tabel). Maka didapat kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

a) Jika *r*hitung > *r*tabel maka butir pertanyaan valid.

b) Jika *r*hitung < *r*tabel maka butir pertanyaan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas Data

Sunyoto menyatakan reliabilitas adalah alat ukur mengukur instrumen yang merupakan indikator dari variabel.[68] Butir pertanyaan dikatakan reliabel adalah apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Instrumen yang sudah dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang

[68]Danang Sunyoto. *Analisis regresi dan Uji Hipotesis,* Med Press, Yogyakarta, 2009. Hlm 67

dapat dipercaya juga. Oleh karena itu, pertanyaan dalam kuesioner harus dibuat sebaik mungkin, sehingga hasilnya relatif konsisten bila diisi oleh responden.[69]:

$$\boldsymbol{\alpha} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x}\right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varians responden untuk item I

Sx = jumlah varians skor total

Kriteria penerimaan uji reliabilitas untuk menguji apakah keputusan pada subuah butir pertanyaan dikatakan reliabel atau tidak reliabel adalah:

a) Jika *r*alpha > *r*tabel maka dapat dikatakan reliabel.

b) Jika *r*alpha < *r*tabel maka dapat dikatakan tidak reliabel.

Adapun tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha dapat diuraikan dalam tabel berikut :

[6969]Rachmat Kriyantono. Op. Cit. Hlm 142

Tabel 3.1
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00-0.20	Kurang Reliabel
>0.20-0.40	Agak Reliabel
>0.40-0.60	Cukup Reliabel
>0.60-0.80	Reliabel
>0.80-1.00	Sangat Reliabel

Sumber: Triton, 2002:248

3.5.3 Hasil Uji Validitas

a. Hasil uji validitas variabel X (Terpaan Program Berita Islam Masa Kini)

Tabel 3.2
Case *aparocessing Summary* Terpaan Program Berita Islam Masa Kini

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.3

***Item-Total Statistics* Terpaan Program Berita Islam Masa Kini**

Item Pertanyaan	Person Correlation (r hitung)	r tabel (Signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 1	,562	0,361	*Valid*
Pertanyaan 2	,625	0,361	*Valid*
Pertanyaan 3	,772	0,361	*Valid*
Pertanyaan 4	,697	0,361	*Valid*
Pertanyaan 5	,584	0,361	*Valid*
Pertanyaan 6	,440	0,361	*Valid*
Pertanyaan 7	,631	0,361	*Valid*
Pertanyaan 8	,413	0,361	*Valid*
Pertanyaan 9	,784	0,361	*Valid*
Pertanyaan 10	,626	0,361	*Valid*

Tabel-tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. **Tabel 3.2** ***Case Processing Summary*** menjelaskan bahwa responden yang terlibat dalam uji instrumen kuesioner 30 orang (N=30) dan semua data tidak ada yang dikeluarkan dari analisa (*exclude*).
2. **Tabel 3.3** ***Item-Total Statistics*** digunakan untuk mengetahui validitas butir pertanyaan caranya adalah dengan membandingkan skor r hitung pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dengan r tabel, r tabel dapat dilihat pada signifikasi 5% dengan derajat bebas (df) = 28 sehingga didapat r tabel sebesar **0,361**. Jika r hitung > r tabel maka butir tersebut valid sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan pada variabel X adalah valid.

b. Hasil uji validitas variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam)

Tabel 3.4
Case *aparocessing Summary* Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.5
***Item-Total Statistics* Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam**

Item Pertanyaan	Person Correlation (r hitung)	r tabel (Signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 1	,412	0,361	*Valid*
Pertanyaan 2	,395	0,361	*Valid*
Pertanyaan 3	,487	0,361	*Valid*
Pertanyaan 4	,635	0,361	*Valid*
Pertanyaan 5	,703	0,361	*Valid*
Pertanyaan 6	,550	0,361	*Valid*
Pertanyaan 7	,568	0,361	*Valid*
Pertanyaan 8	,624	0,361	*Valid*
Pertanyaan 9	,768	0,361	*Valid*
Pertanyaan 10	,581	0,361	*Valid*

Tabel-tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. **Tabel 3.4 *Case Processing Summary*** menjelaskan bahwa responden yang terlibat dalam uji instrumen kuesioner 30 orang (N=30) dan semua data tidak ada yang dikeluarkan dari analisa (*exclude*).

2. **Tabel 3.5** ***Item-Total Statistics*** digunakan untuk mengetahui validitas butir pertanyaan caranya adalah dengan membandingkan skor r hitung pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dengan r tabel, r tabel dapat dilihat pada signifikasi 5% dengan derajat bebas (df) = 28 sehingga didapat r tabel sebesar **0,361**. Jika r hitung > r tabel maka butir tersebut valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan pada variabel Y adalah valid.

3.5.4 Hasil Uji Reliabilitas Data

a. Hasil Uji Reliabilitas Terpaan Program Berita Islami Masa Kini

Tabel 3.6
Reliability Statistics Terpaan Program Berita Islami Masa Kini

Reliability Statistics
Program Berita Islami Masa Kini

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,879	,884	10

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrumen terpaan program Berita Islami Masa Kini sebesar **0,879**. Berdasarkan tabel reliabilitas cronbach alpa, nilai ini berada di antara > 0.80-1.00 yang berati instrument variabel terpaan program Berita Islami Masa Kini **sangat reliabel.**

b. Hasil Uji Reliabilitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam

Tabel 3.7

Reliability Statistics Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam

Reliability Statistics

Kebutuhan Informasi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,855	,862	10

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrumen pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam sebesar **0,855**. Berdasarkan tabel reliabilitas cronbach alpda, nilai ini berada di antara > 0.80-1.00 yang berati instrument variabel pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam **Sangat Reliabel.**

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah seluruh unit-unit yang darinya sampel dipilih. Populasi dapat beruapa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua.[70]

Sudjana dalam bukunya, metode statistika mengemukakan bahwa "Totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung ataupun pengukuran

[70]Ulber Silalahi. *Metode Penelitian Sosia*l. Bandung: Refika Aditama. 2010. Hlm 297

kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya dinamakan populasi.[71]

Populasi dalam penelitian ini adalah ibu-ibu Majlis Ta'lim Al Ikhlas. Hal ini dikarenakan Majlis Ta'lim Al Ikhlas yang berada di Kp. Badak Jaya RT/RW 01/04 Desa Kragilan Kecamatan Kragilan Kabupaten Serang adalah pengajian khusus untuk ibu-ibu. Adapun jamaahnya adalah ibu-ibu yang berasal dari Kp. Badak Jaya, Kp. Pabuaran, Kp. Cisereh, dan Kp. Jambe dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 3.8
Populasi Penelitian

No.	Nama Kampung	Jamaah
1	Kp. Badak Jaya	74
2	Kp. Pabuaran	48
3	Kp. Cisereh	35
4	Kp. Jambe	42
Jumlah		**199**

Berdasarkan data di atas, ibu-ibu Majlis Ta'lim Al Ikhlas dapat diketahui berjumlah 199 orang.

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[72] Pengertian lain menurut Suharsimi Arikunto Sampel adalah sebagian wakil populasi yang diteliti.[73] Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Riduwan, 2013:70). Apa yang dipelajari dari

[71]Sudjana. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito. 1996. Hlm 179
[72] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* dan R & D. 2012. Hal.81
[73] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2010. Hal 131.

sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Untuk menentukan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin (Umar, 2012:107) pada tingkat kesalahan 10% dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{199}{1 + 199.(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{199}{1 + 1{,}199}$$

$$n = 66{,}56 \cong 67$$

Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka dilakukan persentase pada setiap subjek dalam populasi untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.7.1 Teknik Pengolahan Data

Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan seluruh datadan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian, biasanya penelitiakan melakukan beberapa tahapan persiapan data untuk memudahkan prosesanalisis dan interpretasi hasilnya. Demikian juga peneliti melewati beberapa tahap dalam pengolahan datanya, yakni:

1. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian, yaitu memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data melalui teknik statistik, data diperoleh tersebut dihimpun oleh peneliti. Dalam tahap ini dilakukan pemeriksaan terhadap data yang sudah terkumpul baik data primer maupun sekunder. Hal yang diperiksa meliputi kelengkapan isian dari responden di lembar kuesioner, *readability*, kejelasan jawaban, relevansi jawaban dan sebagainya.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Koding adalah proses identifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor numerik atau karakter simbol- simbol tertentu. Dalam tahap ini, setelah peneliti memeriksa, maka peneliti memberikan kode- kode pada setiap data yang sudah terkumpul. Fungsinya adalah untuk memudahkan dalam proses penganalisisan dan penafsiran data untuk bahan penelitian.

3. Pemprosesan Data (*Data Processing*)

Kini sebagian besar peneliti menggunakan sistem yang lebih canggih dalam pemrosesan dan analisis data, yakni dengan menggunakan aplikasi atau program bantuan seperti menggunakan program SPSS *21*. guna menghitung data berupa angka-angka yang kemudian dihitung dengan rumus statistik. Program ini membuat proses tersebut lebih cepat, mudah dengan tingkat keakuratan lebih tinggi.

4. *Tabulating*

Setelah data di periksa dan di lakukan pengkodean agar lebih mudah dianalisis, maka saatnya memasukkan data- data tersebut dalam table sesuai dengan pengklasifikasiannya agar menjadi data yang lebih mudah dicerna. Pada penelitian ini menggunakan *skala likert* sebagai metode pengukuran. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert hanya menggunakan item yang secara pasti baik dan secara pasti buruk, tidak dimasukkan yang agak baik, yang agak kurang, yang netral dan ranking lain diantara dua sikap yang pasti di atas. Maka peneliti menggunakan skala nilai dari 1 sampai 4, dan bobot yang diberikan pada setiap jawaban responden adalah sebagai berikut:

SS	: Sangat Setuju	= 4
S	: Setuju	= 3
TS	: Tidak Setuju	= 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	= 1

3.7.2 Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka dilakukan pengaturan, mengurutkan, mengelompokan dan mengkategorikan. Data yang diperoleh dari penyebaran angket untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan statistik dengan bantuan *SPSS.*

1. Analisis Deskriptif Data

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan masing – masing variabel, yaitu variabel *Program Berita Islami Masa Kini* (X), *variabel Perubahan Perilaku Religiusitas* (Y). Dalam analisis deskriptif ini perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat presentase skor jawaban dari masing – masing variable dengan rumus sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \text{ X } 100\%$$

Keterangan:

n = skor empirik (skor yang diperoleh)

N = jumlah seluruh skor atau nilai (skor ideal)

Perhitungan deskriptif presentase ini mempunyai langkah – langkah sebagai berikut:

1. Menentukan presentase maksimal

$$\frac{\textbf{Skor maksimal}}{\textbf{Skor maksimal}} \textbf{ X 100\%}$$

$$\frac{4}{4} \textbf{ X 100\% = 100\%}$$

2. Menentukan angka presentase minimal

$$\frac{\textbf{Skor minimal}}{\textbf{Skor maksimal}} \textbf{ X 100\%}$$

$$\frac{1}{4} \textbf{ X 100\%} = 25\%$$

3. Menentukan interval kelas presentase, diperoleh dari pembagian criteriaterhadap rentang presentase (100% - 25% = 75%), maka didapat 75% :4 = 18, 7%.

Untuk mengetahui tingkat kriteria tersebut, selanjutnya skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif presentase diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3.10
Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

No	Rentang Persentase	Kriteria
1.	82%-100%	Sangat Baik
2.	82% - 63%	Baik
3.	62% – 54%	Cukup Baik
4.	53% - 34%	Tidak Baik
5.	33% - 19%	Sangat Tidak Baik

2. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yangditeliti berdistribusi normal atau tidak. Karena menurut Sugiyono (2011), statistik parametris mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Penggunaan statistik parametrismensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data.

Peneliti menggunakan SPSS 21 dalam penghitungan dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*, dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah sebagai berikut:

a) Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas > 0,05 maka data dinyatakan terdistribusi normal.
b) Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas < 0,05 maka datadinyatakan tidak tidak terdistribusi normal.

3. Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi adalah untuk menyatakan derajat keeratan hubungan antar variabel. Dalam uji kali ini peneliti menggunakan koefisien korelasi *Product-Moment Pearson* (r), yang digunakan untuk menemukan kekuatan hubungan antara dua variabel yang telah diukur pada skala interval dan skala rasio. Rumus dari uji koefisien korelasi *Product Moment* adalah:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman padaketentuan yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 3.11
Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	**Tingkat Hubungan**
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0, 80 – 1,000	Sangat Kuat

4. Uji Koefisien determinasi

Uji Koefisien determinasi digunakan pada penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD: Koefisien Determinasi

r: Koefisien Korelasi

100: Bilangan Tetap

Dengan batas koefisien determinan 0 < KD< 1

Untuk mempermudah dalam proses perhitungan dalampenelitian ini, peneliti menggunakan program *SPSS versi 21* dengan menggunakan program tersebut hasilnya dapat dilihat pada table *model summary* berdasarkan nilai dari tabel yang berjudul *R-square* atau melihat angka R.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kelineran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun rumus regresi linear sederhana sebagai berikut

Y = a + bx

Keterangan:

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah arau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik,dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk dapat menemukan persamaan regresi, harga a dan b harus terlebih dahulu dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i^2)}$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Keterangan:
Y = Sumbu *Pemenuhan Kebutuhan Informasi*
X = Sumbu *Terpaan Program Berita Islami Masa Kini*
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
n = Banyaknya responden

6. Uji Hipotesis

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi yaitu hubungan yang ditemukan berlaku untuk keseluruhan populasi maka perlu diujisignifikansi dengan uji signifikansi korelasi uji t dan uji F, sebagaiberikut:[74]

1. Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat. Rumus t_{hitung} yaitu:

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

Di mana:

R^2 = koefisien korelasi

n-2 = derajat keabsahan

t = nilai uji t

Sementara untuk mencari t_{tabel} maka terlebih dahulu tentukantaraf signifikansi, misalnya (α = 0,05), kemudian dicari t_{tabel} denganderajat kebebasan (dk) = n – 2. Kemudian mengacu pada ketentuan sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0diterima H_a ditolak artinya tidak signifikan

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima artinya signifikan.

[74] Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabeta. Hal 38

2. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5 %. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara stimultan berpengaruh signifikan tehadap variabel dependen (Gunjarati, 2001).

$$F = \frac{R^2 - k}{(1-R^2)/\,(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2: koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel bebas

Dasar pengambilan keputusan:

a. Jika probabilitas (signifikansi)> 0,05 (α) atau F hitung < F tabel berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan secara simultan.

b. Jika probabilitas (signifikansi)< 0,05 (α) atau F hitung > F tabel berarti hipotesis terbukti maka H0 ditolak dan Ha diterima bila dilakukan secara simultan.

3.8 Jadwal Penelitian

Tabel 3.12
Jadwal Penelitian

Kegiatan		**Bulan**									
	Feb	**Mar**	**Apr**	**Mei**	**Juni**	**Juli**	**Agst**	**Sept**	**Okt**	**Nov**	**Des**
Observasi awal											
Penyusunan Bab 1-3											
Sidang Outline											
Riset Lapangan											
Pengolahan Data											
Penyusunan bab 4-5											
Siding Skripsi											

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Trans TV

Gambar 4.1 Logo Trans TV

Trans TV (PT. Televisi Transformasi Indonesia) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional Indonesia yang ke-8 yang memperoleh izin mengudara secara nasional di Indonesia, di bawah kepemilikan para Group (PT. Rara Inti Investindo) yang dipelopori oleh konglomerat Choirul Tanjung pada tanggal 15 Desember 2001, setelah dinyatakan lulus ujian kelayakan oleh tim antara departemen pemerintah. Namun sebelumnya Trans TV sudah mengudara sejak bulan Oktober 1998, tetapi belum resmi.

Logo Trans TV memiliki kilauan yang menandakan keindahan dan keabadian. Kilaunya merefleksikan kehidupan dan adat istiadat dari berbagai pelosok daerah di Indonesia sebagai symbol pantulan kehidupan dan budaya masyarakat Indonesia. Huruf dari jenis Sherif yang mencerminkan karakter abadi dan klasik, namun akrab dan mudah dikenali.

Visi Trans Tv adalah ingin menjadi dirinya terbaik di Indonesia maupun tingkat ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi *stake holder*,

menyampaikan program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

Sedangkan misi Trans TV adalah ingin menjadi wadah gagasan danaspirasi masyarakat untuk mencerdaskan bangsa serta memperkuat persatuan dan kesatuan dan membunuh nilai-nilai demokrasi. Demi memperoleh respon dan perhatian yang baik dari khalayak Indonesia, Trans TV menghadirkan konsep tayangan yang beraneka ragam, namun keaneka ragaman tayangan ini memiliki keserupaan dengan konsep tayangan stasiun swasta nasional Indonesia lainnya. Keserupaan konsep tayangan ini dikarenakan melihat pada kebutuhan dan selera pangsa pasar Indonesia. Konsep tayang dari Trans TV meliputi; sinema, program anak, dan program religious. 1 Berbagai konsep tayangan tersebut di atas oleh pihak menejemen Trans TV dikembangkan dan diwujudkan dalam berbagai program mata acara, baik yang bersifat jam-jaman, harian, mingguan maupun yang sifatnya spontan pada event-event khusus. Jumlah program mata acara yang ada di Trans TV sekarang kurang lebih 50 jenis, mulai siaran pada pukul 04.30 pagi sampai pukul 24.00 malam. Berbagai jenis mata acara tersebut diantaranya: Reportase (pagi, siang dan sore), cerita (pagi dan sore), Insert(pagi, siang dan sore), My Trip My Adventure, Selebriti On vacation, Basa-Basi, No Secret, Cerita Hati Wanita, Berita Islami Masa Kini, Koper dan Ransel, D‟Blusukan, Sinema Gemilang, Bioskop Trans TV dan masih banyak lagi yang lainnya.

Di bawah pimpinan Ishadi yang juga pernah menjadi pimpinan stasiun Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), saat ini Trans TV selalu berusaha untuk

mengembangkan diri menjadi stasiun terbaik di Indonesia, pengembangan ini meliputi penggunaan teknologi komunikasi digitalnya maupun dalam membuat program acara dan penentuan siapa artis yang pantas membawakan program acaa tersebut, baik mata acara bernuansa local kedaerahan, tingkat nasional maupun adopsi dari budaya asing luar negeri. Dan berkat berbagai kreativitas dan inovasinya tersebut, stasiun Trans Tv memperoleh posisi yang baik dimata khalayak masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan berbagai penghargaan resmi yang diperolehnya dari beberapa lembaga dan institusi pemerhati media televisi diantaranya adalah program acara Berita Islami Masa Kini.

4.1.2 Profil Berita Islami Masa Kini

Gambar 4.2 Logo *Berita Islami Masa Kini*

Berita Islami Masa Kini adalah nama sebuah program acara di Trans TV yang bernuansa Islami. Sebuah program acara yang diproduseri oleh Daisy beserta penulisnya Ronggo Anugerah, menyajikan hal-hal yang dapat diambil hikmah disisi positifnya dari setiap fenomena yang terjadi, ragam informasi peristiwa

yang sedang berlangsung dan berita-berita yang masih hangat dihadirkan dengan disertai penjelasan sehingga pemirsa dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi sekaligus solusinya. Acara ini sangat bermanfaat dan memuat unsure dakwah islam, terlepas dari niat murni berdakwah atau hanya untuk memenuhi pangsapasar demi meraup keuntungan semata, namun yang jelas acara ini membantu proses dakwah.

Acara ini tayang setiap hari Senin-Jum‟at, berita atau informasi yang ditayangkan berbeda setiap harinya atau episodenya. Satu episode terdiri dari tiga segment yang membahas tentang berita atau peristiwa yang sedang terjadi seperti fenomena yang terjadi di Indonesia, di segment lain menayangkan profil seseorang yang mendapatkan hidayah menggunakan hijab, dan episode lainnya membahas tentang bagaimana mendidik seorang anak sesuai kaidah islam dan membahas peristiwa-peristiwa yang menarik lainnya untuk dibahas. Segmen pemirsa yang dibidik oleh acara ini adalah *audience*/pemirsa yang beragama Islam. Hal ini Nampak dari nama program acara ini yang kental dengan orang Islam.

Trans Tv merupakan salah satu stasiun televisi yang mempunyai banyak penggemar. Hal ini dikarenakan banyaknya program acara baru dan menarik yang dihadirkannya. Terbukti seperti acara “Berita Islami Masa Kini” ini yang berawal senin-jum‟at hanya sekali kini menjadi dua kali tayang pukul 11.30 WIB dan 17.00 WIB.

4.1.3 Profil Majlis Ta'lim Al-Ikhlas

Majelis ta'lim Al-Ikhlas yang terletak di Kp. Badak Jaya Desa Kragilan diadakan pertama kali atau didirikan sekitar tahun 2003/2004, berdirinya majelis ta'lim tersebut atas pemikiran para tokoh masyarakat Kragilan sendiri yang melihat kondisi masyarakat saat ini, sebagai muslim tentunya mengingkan perubahan. Kaum muslimin harus diselamatkan dari kehinaan yang mereka alamai dengan cara mengajak mereka untuk berjuang menegakan syariat islam di bawah nauangan Al-Qur'an dan Hadist yang dapat menjamin kesejahterahaan hidup didunia dan tentu saja kebahagiaan di akhirat. Mendasari hal tersebut, maka dibuatlah majlis ta'lim yang merupakan salah satu lembaga non formal yang dapat memberikan kontribusi cukup besar dalam pembentukan akhlak dan pribadi muslim sesuai dengan tuntunan Rasullullah.

Majlis Ta'lim Al Ikhlas yang diikuti oleh para jama'ah yang memiliki profesi yang berbeda-beda. Terdiri dari, Ibu Rumah Tangga (IRT), Pedagang, Karyawan dan Pedagang. Namun sebagian besar ibu-ibu yang mengikuti pengajian di majlis ta'lim al-ikhlas berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT).

Pada awal berdirinya jumlah jama'ah Majelis Ta'lim di Al – Ikhlas hanya diikuti oleh berapa orang saja, akan tetapi seiring berjalanan waktu jumlah jama'ah semakin bertambah bahkan ada yang berasal dari luar Desa Kragilan. Sampai saat ini jumlah jama'ah Majelis Ta'lim Al-Iklas sekitar 67 orang.

Majelis ta'lim Al-Ikhlas diadakan atau dilaksanakan setiap hari Senin dan Selasa, yang dimulai sekitar pukul 13.00 atau ba'da dzuhur dan diakhiri sekitar pukul 15.30. Adapun jadwal pengajian, pengisi ceramah, kegiatan-kegiatan dan

daftar nama jama'ah yang ada di Majelis Ta'lim Al-Ikhlas diantaranya sebagai berikut :

❖ **Daftar Penceramah**

Tabel. 4.1
Daftar Penceramah dan Tema Pengajian
Majelis Ta'lim Al-Ikhlas

No	Penceramah	Tema
1	H. Lilik Suherman	Pengajian Qur'an
2	H. Adnad Asy-ari	Kehidupan sehari-hari
3	H. Jatim	Syari'ah
4	Ustd. A. Dulgafar	Aqidah

❖ **Kegiatan Majlis Ta'lim Al-Ikhlas**

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan Majlis ta'lim Al-Ikhlas diantaranya, yaitu :

- Pengajian Rutin jama'ah setiap hari Senin dan Selasa
- Mengadakan pengajian akbar dalam rangka Peringatan Hari Besar Islam (PHBI)
- Latihan Marawis/ Kosidahan

4.2 Deskripsi Data Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Survey ini mengambil data dari 67 Responden yang berasal dari ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas yang diharapkan menjadi komunikator yang baik. Para

ibu-ibu tersebut bisa menjadi penyebar pesan, menyampaikan informasi dengan baik, *opinion leader*, dan *trendsetter* dengan mempengaruhi lingkungan di sekitarnya. Karakteristik responden ini dilihat dari segi komposisi Usia, Pekerjaan, berapa lama menjadi jama'ah pengajian dan intensitas menonton program Berita Islami Masa Kini. Semua ditampilkan untuk mendeskripsikan karakterisitik responden dalam bentuk tabel dan diagram.

4.2.1.1 Usia

Penulis mengelompokan responden kedalam karakteristik usia responden pada 5 (lima) kriteria, yaitu responden yang masuk dalam kriteria usia 20-30th, 31-40th, 41-50th, 51-60th, 61-70th.

Hasil sebaran segi karakteristik usia yang telah didapat, dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini :

Tabel 4.2 Usia Responden

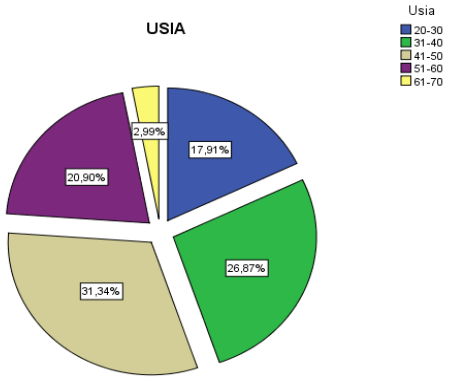
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	12	17,9	17,9	17,9
	31-40	18	26,9	26,9	44,8
	41-50	21	31,3	31,3	76,1
	51-60	14	20,9	20,9	97,0
	61-70	2	3,0	3,0	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Dari tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dari 67 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, jumlah responden pada rentan usia 41-50 tahun lebih banyak dari kriteria responden lainnya. Dengan komposisi jumlah responden pada rentan usia 20-30 tahun sebanyak 17,9%, 31-40th sebanyak 26,9%, 51-60th sebanyak 20,9% dan usia 61-70th sebanyak 3,0%.

Jika karakteristik usia tersebut dilihat melalui diagram maka akan terlihat pada diagram 4.1 berikut :

Diagram 4.1 Usia Responden



4.2.1.2 Pekerjaan

Penulis mengelompokan responden kedalam karakteristik pekerjaan responden pada 4 (empat) kriteria, yaitu responden yang beprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT), Karyawan, PNS, Pedagang.

Hasil sebaran segi karakteristik usia yang telah didapat, dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini :

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

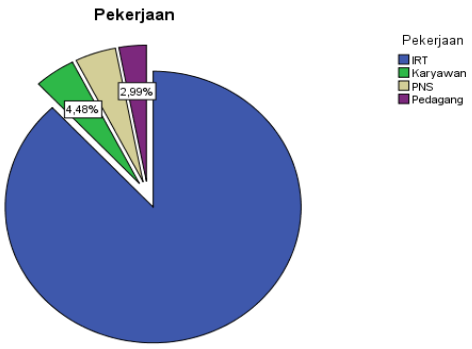
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	59	88,1	88,1	88,1
	Karyawan	3	4,5	4,5	92,5
	PNS	3	4,5	4,5	97,0
	Pedagang	2	3,0	3,0	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Dari tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa dari 67 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, jumlah responden yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) lebih banyak dibandingkan dengan profesi lainnya yaitu 88,1%. Dengan komposisi jumlah responden yang berprofesi sebagai karyawan dan PNS sebanyak 4,5% dan profesi sebagai pedagang sebanyak 3,0%.

Jika karakteristik usia tersebut dilihat melalui diagram maka akan terlihat pada diagram 4.2 berikut :

Diagram 4.2 Pekerjaan Responden



4.2.1.3 Berapa lama menjadi Jama'ah pengajian Al-Ikhlas

Penulis mengelompokan responden kedalam karakteristik berapa lama menjadi jama'ah pengajian majlis ta'lim al-ikhlas. Pilihan jawaban dibagi pada 3 (tiga) kriteria, >1 tahun, <1 tahun dan sejak awal berdirinya majlis ta'lim. Hal ini untuk memastikan bahwa yang mengisi kuisoner penelitian, benar ibu-ibu pengajian al-ikhlas.

Hasil sebaran segi karakteristik usia yang telah didapat, dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini :

Tabel 4.4 Berapa Lama menjadi jama'ah majlis Ta'lim Al-Ikhlas

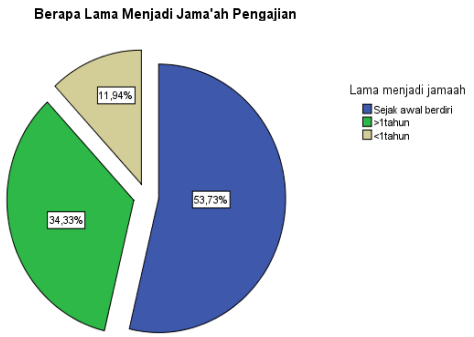
Lama Menjadi Jama'ah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sejak awal berdiri	36	53,7	53,7	53,7
	>1tahun	23	34,3	34,3	88,1
	<1tahun	8	11,9	11,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Dari tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa dari 67 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, jumlah responden yang mejadi jama'ah sejak berdirinya majlis ta'lim ini lebih banyak dibandingkan dengan jama'ah yang mengikuti pengajian > dari 1 tahun dan < dari satu tahun. Yaitu sebanyak 53,7%.

Jika karakteristik Pekerjaan tersebut dilihat melalui diagram maka akan terlihat pada diagram 4.3 berikut :

Diagram 4.3 Lama Menjadi jama'ah



4.2.1.4 Mengetahui Program Berita Islami Masa Kini

Penulis mengelompokan responden kedalam karakteristik apakah responden mengetahui program berita islami masa kini atau yang disingkat dengan Beriman. Pilihan jawaban dibagi pada 2 (dua) kriteria, Ya dan Tidak. Hal

ini untuk memastikan seberapa banyak responden yang mengetahui program berita islami masa kini.

Hasil sebaran segi karakteristik usia yang telah didapat, dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini :

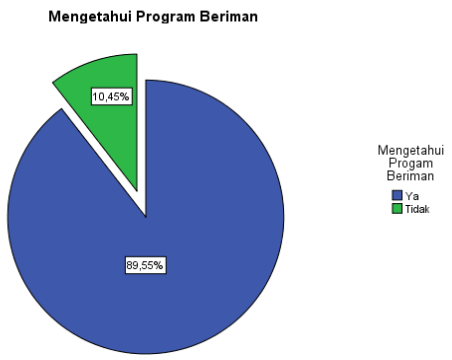
Tabel 4.5 Mengetahui Program Beriman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	60	89,6	89,6	89,6
	Tidak	7	10,4	10,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 4.4.Dapat disimpulkan bahwa dari 67 responden yang mengisi kuesioner mayoritas Jama'ah majlis ta'lim al-ikhlas mengetahui program berita islami masa kini atau yang disingkat dengan Beriman, dengan persentase sebesar 89,6% dan sisanya 10,4% tidak mengetahui program berita islami masa kini.

Jika karakteristik responden dalam mengetahui program berita islami masa kini tersebut dilihat melalui diagram maka akan terlihat pada diagram 4.4 berikut :

Diagram 4.4 Mengetahui Program Beriman



4.2.1.5 Frekuensi menonton Program Beriman dalam seminggu

Penulis mengelompokan responden kedalam karakteristik Berapa kali dalam seminggu responden menyaksikan program Beriman. Pilihan jawaban dibagi pada 4 (empat) kriteria, yaitu : 5kali/minggu, 4kali/minggu 3kali/minggu dan 1kali/minggu. Hal ini untuk memastikan seberapa banyak responden yang intensitas responden dalam menyaksikan program berita islami masa kini.

Hasil sebaran segi karakteristik usia yang telah didapat, dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6 Frekuensi menonton program Beriman

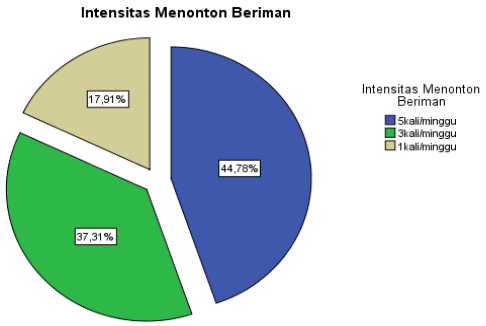
Intensitas Menonton Beriman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5kali/minggu	30	44,8	44,8	44,8
	3kali/minggu	25	37,3	37,3	82,1
	1kali/minggu	12	17,9	17,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, diperoleh tanggapan responden dengan rincian jawaban 5kali/minggu dengan persentase 44,8%, 3kali/minggu dengan persentase 37,3% dan 1kali/minggu dengan persentase 17,9%. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden sering menyaksikan program berita islami masa kini.

Jika karakteristik responden dalam intensitas menyaksikan program berita islami masa kini tersebut dilihat melalui diagram, maka akan terlihat pada diagram 4.5 berikut:

Diagram 4.5 Intensitas menonton program



4.3 Deskripsi Hasil Penelitian

Pada sub-sub ini akan dijelaskan mengenai deskripsi data hasil penelitian yang diperoleh, data tersebut kemudian dianalisis berdasarkan perhitungan frekuesnsi dan persentase yang disajikan dalam bentuk tabel oleh penulis. Penulis melakukan pembahan berdasarkan indikator pada opersional variabel.

4.3.1 Deskripsi Variabel Pengaruh Terpaan Program Berita Islami Masa Kini terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam (Variabel X)

Penilaian mengenai frekuensi program Berita Islami Masa Kini di Trans Tv terdiri dari 3 indikator yaitu Frekuensi, Durasi, dan Atensi. Ketiga indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi 10 pertanyaan dengan rincian sebagai berikut: indikator frekuensu memiliki 2 pertanyaan, Durasi 3 pertanyaan, dan Atensi 5 pertanyaan.

4.3.1.1 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan pada pukul 12.30 dan 17.00 sudah efektif sesuai dengan kebutuhan (Indikator Frekuensi)

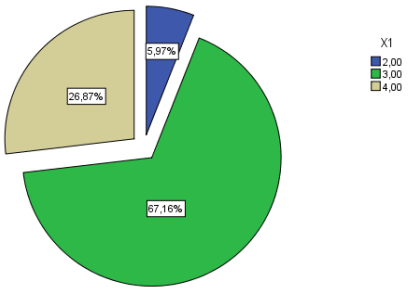
Indikator frekuensi memiliki distribusi pertanyaan "Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan pada pukul 11.30 dan 17.00 sudah efektif sesuai dengan kebutuhan saya"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.7 Indikator Frekuensi 1

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	6,0	6,0	6,0
	Setuju	45	67,2	67,2	73,1
	Sangat Setuju	18	26,9	26,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.6 Indikator Frekuensi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 63 orang (94,03%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 45 orang (67,16%) dan jawaban

sangat setuju sebanyak 18 orang (26,87%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 4 orang (5,97%). Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden memilih dan menganggap nahwa program berita islami masa kini yang ditayangkan pada hari senin-jumat sudah sangat efektif dan sesuai dengan kebutuhan.

Audiens merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam menuntukan tayangan yang ingon mereka nikmati. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara idividu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Jam tayang program berita islami masa kini yang disiarkan sehari dua kali dalam sehari yaitu pada pukul 11.30 dan 17.00 merupakan waktu penayangan yang sudah sangat efektiv dan tepat sesuai dengan kebutuhan para ibu-ibu. Mayoritas ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sehingga memungkinkan bagi para ibu-ibu untuk menonton program berita islami masa kini disaat mereka senggang atau sedang bersantai karena pada jam-jam tersebut para ibu-ibu biasanya telah selesai mengurusi kegiatan rumah tangga dan menantikan adzan dzuhur dan magrib sambil menyaksikan program Berita Islami Masa Kini.

4.3.1.2 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan Program Berita Islami Masa Kini yang di tayangkan pada hari senin-jumat sudah efektiv sesuai dengan kebutuhan (Indikator Frekuensi)

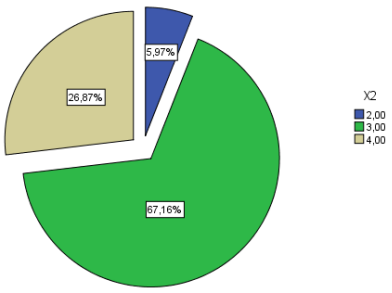
Indikator frekuensi memiliki distribusi pertanyaan "Program Berita Islami Masa Kini yang di tayangkan pada hari senin-jumat sudah efektif sesuai dengan kebutuhan saya"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.8 Indikator Frekuensi 2

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	6,0	6,0	6,0
	Setuju	45	67,2	67,2	73,1
	Sangat Setuju	18	26,9	26,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.7 Indikator Frekuensi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 63 orang (94,03%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 45 orang (67,16%) dan jawaban

sangat setuju sebanyak 18 orang (26,87%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 4 orang (5,97%). Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden memilih dan menganggap nahwa program berita islami masa kini yang ditayangkan pada hari senin-jumat sudah sangat efektif dan sesuai dengan kebutuhan penonton dalam menyaksikan program.

Komunikasi massa mengutamakan isi ketimbang hukuman menjadi salah satu karakteristik komunikasi massa. Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan hubungan sekaligus. Tetapi pada komunikasi massa yang terpenting adalah unsur isi (pesan)[75]. Oleh karena itu setiap media yang berlaku sebagai komunikator harus memperhatikan jangka waktu penayangan (durasi) dalam menyalurkan isi atau pesan komunikasi massa.

Pemilihan waktu penayangan program berita islami masa kini pada hari senin – jum'at merupakan waktu yang tepat dan efektif bagi acara religi dalam memaparkan segala bentuk informasi dalam memahami dan mendalami ajaran islam sehingga program berita islami masa kini dapat dinikmati dan di mengerti para ibu-ibu. Waktu penayangan yang hampir setiap hari sehingga memungkinkan bagi para ibu-ibu untuk menambah informasi ajaran islam mereka sesering mungkin dan tidak akan merasa ketinggal acara tersebut karena bisa menyaksikan program berita islami masa kini di hari berikutnya.

[75] Elvinaro dkk, *Komunikasi massa*, Simbiosa Rekatama Media, Bandung, 2007. Hal 7

4.3.1.3 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan Durasi program Berita Islami Masa Kini TRANS TV selama 30 menit sudah efektiv dan memadai sesuai dengan kebutuhan (Indikator Durasi)

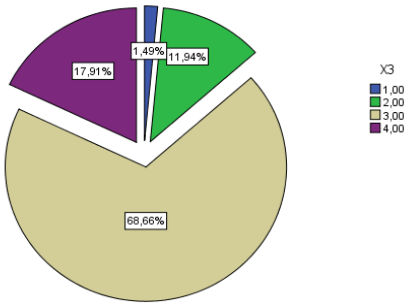
Indikator Durasi memiliki distribusi pertanyaan "Durasi program Berita Islami Masa Kini TRANS TV selama 30 menit sudah efektiv dan memadai sesuai dengan kebutuhan saya"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.9 Indikator Durasi 1

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Tidak Setuju	8	11,9	11,9	13,4
	Setuju	46	68,7	68,7	82,1
	Sangat Setuju	12	17,9	17,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.8 Indikator Durasi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 58 orang (86,6%), dengan rincian

resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 46 orang (68,7%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang (17,9%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 8 orang (11,9%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,49%). Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa 30 menit sebagai durasi atau waktu penayangan program berita islami masa kini sudah sangat efektif dan sesuai dengan kebutuhan ibu-ibu.

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden memilih dan menganggap bahwa pesan yang menarik mata dalam program berita islami masa kini adalah berdasarkan kebutuhan yang ingin diketahui oleh penonton. Bersadarkan teori uses and gratification audien di pandang sebagai partisipan yang aktif dalam komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain tingkat keaktifan audien merupakan variabele. Perilaku komunikasi audien mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai berdasrkan motivasi, tujuan dan kebutuhan personal mereka.[76]

30 menit durasi program berita islami masa kini dirasa para ibu-ibu sudah sangat efetktiv dan tepat karena acara ini ditayangkan dua kali sehari selama lima hari, sehingga informasi tentang ajaran agama Islam dapat bisa terpenuhi oleh responden. Oleh sebab itu Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif di mata pemirsa apabila dilihat dari durasi jam tayangnya yang merupakan durasi yang tepat untuk sebuah acara keagamaan seri dakwah di televisi.

[76] Morissan, M.A. 2010 *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal. 264

4.3.1.4 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan Durasi Pembukaan program selama 3 menit membuat saya tertarik untuk menyaksikan pembahasan materi (Indikator Durasi)

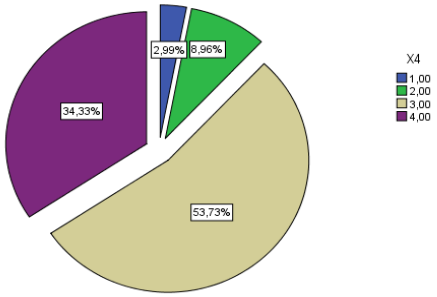
Indikator Durasi memiliki distribusi pertanyaan "Durasi Pembukaan program selama 3 menit membuat saya tertarik untuk menyaksikan pembahasan materi"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.10 Indikator Durasi 2

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	6	9,0	9,0	11,9
	Setuju	36	53,7	53,7	65,7
	Sangat Setuju	23	34,3	34,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.9 Indikator Durasi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 59 orang (88,06%), dengan rincian

resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 36 orang (53,7%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang (34,33%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 6 orang (11,9%) dan sangat tidak setuju 2 orang (1,49%). Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa durasi pembukaan program selama 3 menit sudah membuat para ibu-ibu tertarik untuk terus menyaksikan pembahasan program berita islami masa kini.

Hal ini sesuai dengan durasi acara yang hanya selama 30 menit belum dipotong dengan *commercial break* sehingga pemirsa bisa lebih menikmati informasi keagamaan yang ada didalam acara tersebut, tidak hanya menonton *host* yang membawakan acara, namun porsi isi materi lebih penting. Maka dari itu, tiga menit adalah durasi ideal karena terlihat efektif untuk pemirsa dalam *opening* dari sebuah acara.

4.3.1.5 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan Durasi pembahasan materi selama 10 menit per materinya sudah efektif dan sesuai dengan kebutuhan saya untuk memahami materi (Indikator Durasi)

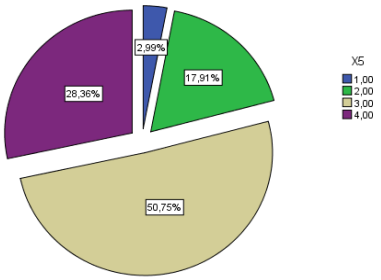
Indikator Durasi memiliki distribusi pertanyaan “Durasi pembahasan materi selama 10 menit per materinya sudah sesuai dengan kebutuhan saya untuk memahami materi”; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.11 Indikator Durasi 3

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	12	17,9	17,9	20,9
	Setuju	34	50,7	50,7	71,6
	Sangat Setuju	19	28,4	28,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.10 Indikator Durasi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 52 orang (79,11%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 34 orang (50,7%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang (28,4%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 12 orang (17,9%) dan sangat tidak setuju 2 orang (3,0%).

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa durasi pembahasan materi 10 menit permaterinya sudah efektif dan sesuai dengan kebutuhan para ibu-ibu dalam menerima informasi dan memahami materi. Hanya saja 20,9% responden menyatakan tidak setuju dengan pembahasan materi selama 10 menit. Mungkin saja perlu diperpanjang durasinya, atau malah diperpendek. Oleh sebab itu, program Berita Islami Masa Kini sudah efektif di mata pemirsa

dilihat dari durasi pembahasan materi yang merupakan durasi ideal untuk pembahasan sebuah materi keagamaan, walaupun ada pemirsa yang kurang setuju dengan durasi tersebut.

4.3.1.6 Tanggapan Responden Atas Durasi 30 menit dalam 1 episode dengan 3 segment materi Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif dan sesuai kebutuhan (Indikator Durasi)

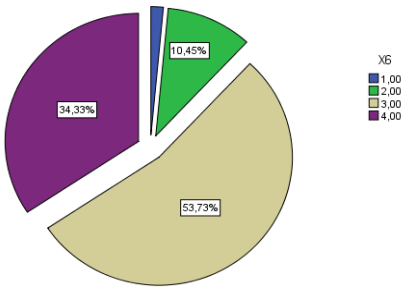
Indikator Durasi memiliki distribusi pertanyaan "Durasi 30 menit dalam 1 episode dengan 3 segment materi Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif dan sesuai kebutuhan saya"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.12 Indikator Durasi 4

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Tidak Setuju	7	10,4	10,4	11,9
	Setuju	36	53,7	53,7	65,7
	Sangat Setuju	23	34,3	34,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.11 Indikator Durasi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 59 orang (88,06%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 36 orang (53,7%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang (34,33%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 7 orang (10,4%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,5%).

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa durasi 30 menit dalam 1 episode dengan 3 segment materi Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif dan sesuai kebutuhan. tanggapan responden dari durasi sebuah materi keagamaan yang sudah bagus karena pemirsa bisa mengambil informasi didalamnya. Oleh sebab itu Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif di mata pemirsa dilihat dari jam tayangnya yang merupakan durasi ideal dalam sebuah episode.

4.3.1.7 Tanggapan Responden tema Program Berita Islami Masa Kini dikemas secara menarik (Indikator Atensi)

Indikator Atensi memiliki distribusi pertanyaan “Tema program berita islami masa kini dikemas secara menarik”; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini

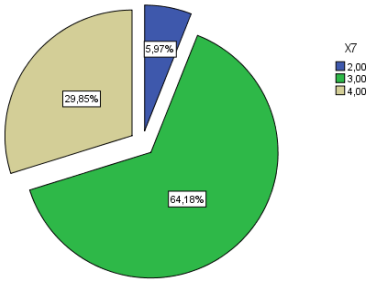
Tabel 4.13 Indikator Atensi 1

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	6,0	6,0	6,0
	Setuju	43	64,2	64,2	70,1
	Sangat Setuju	20	29,9	29,9	100,0

Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.12 Indikator Atensi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 63 orang (94,03%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 43 orang (64,18%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang (29,9%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 4 orang (6,0%).

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden memilih dan menganggap bahwa tema penting dalam program Berita Islami Masa Kini, karena fokus penonton adalah isi pesan, maka tema menjadi sangat penting untuk menarik penonton dalam menentukan apakah audiens akan tetap menonton program berita islami masa kini. Namun sebagian orang beranggapan bahwa jika tema tidak menarik dengan kebutuhan audiens maka audiens memilih tidak menonton tayangan tersebut.

Tema merupakan satu kesatuan yang penting dalam sebuah acara, mereka akan menarik massa atau tidaknya dari sebuah tema yang dijual kepada massa. Sebuah tema yang menarik perhatian akan secara cepat tersimpan dibenak para audiensnya, namun ketika tema terlalu biasa di benak mereka maka audiens pun akan cepat mengabaikan hal tesebut. Para ibu-ibu majlis ta’lim pun melihat tema

sebagai pandangan untuk menonton acara tersebut, jika tema yang diajukan memang menarik atau dibutuhkan untuk ditonton, maka para audiens pun secara cepat menenem bahwa tayangan tersebut penting untuk ditonton.

4.3.1.8 Tanggapan Responden Atas Program Berita Islami Masa Kini di pandu oleh artis/aktor menarik perhatian saya untuk menonton program tersebut (Indikator Atensi)

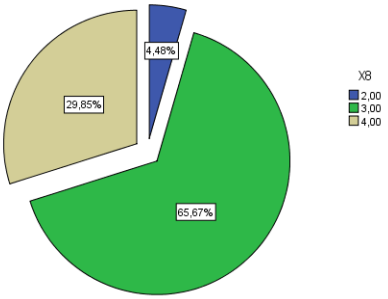
Indikator Atensi memiliki distribusi pertanyaan "Program Berita Islami Masa Kini di pandu oleh artis/aktor menarik perhatian saya untuk menonton program tersebut"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.14 Indikator Atensi 2

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	4,5	4,5	4,5
	Setuju	44	65,7	65,7	70,1
	Sangat Setuju	20	29,9	29,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.13 Indikator Atensi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 64 orang (95,52%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 44 orang (65,67%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang (29,9%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 3 orang (4,5%).

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Program Berita Islami Masa Kini yang dipandu oleh aktor dan aktis dapat menarik perhatian audiens untuk menyaksikan program tersebut. Hal ini di karenakan penentuan aktor dan aktris sebagai host sangat berpengaruh dalam acara berita islami masa kini. Aktor dan Aktris dianggap sebagai penarik perhatian audiens, dimana aktor dan aktris dipilih sesuai dengan kriteria dalam acara tersebut, terlebih mereka dipandang memiliki image yang religius.

4.3.1.9 Tanggapan Responden Atas Penyampaian materi oleh Host sangat menarik perhatian saya (Indikator Atensi)

Indikator Atensi memiliki distribusi pertanyaan “Penyampaian materi oleh Host sangat menarik perhatian saya”; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

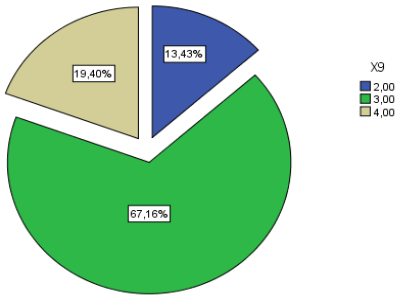
Tabel 4.15 Indikator Atensi 3

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	13,4	13,4	13,4
	Setuju	45	67,2	67,2	80,6
	Sangat Setuju	13	19,4	19,4	100,0

Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.14 Indikator Atensi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 58 orang (86,56%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 45 orang (67,16%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang (19,40%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 9 orang (13,4%).

Jadi dapat simpulkan, bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yakni sebanyak 58 orang (86,56%) menilai penyampaian materi oleh para pembawa acara sangat menarik perhatian audiens. Sebelum memasuki pembahasan materi dalam program berita islami masa kini, para host yang bertugas membawakan acara menjabarkan terlebih dahulu materi/tema yang akan disampaikan. Namun sebagian lagi beranggapan bahwa penyampaian materi oleh host tidak menarik, sebagaian audiens beranggapan bahwa host dalam menyampaikan materi terlalu berlebihan dan tidak seseuai dengan materi yang akan disampaikan.

4.3.1.10 Tanggapan Responden Atas Penampilan dan Bahasa Host dalam membawakan Program Berita Islami Masa Kini sangat menarik dan tidak membosankan (Indikator Atensi)

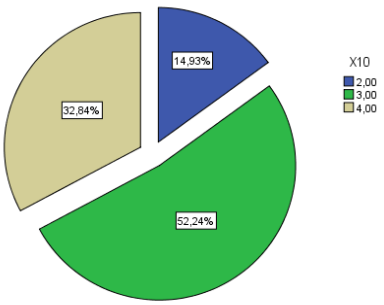
Indikator Atensi memiliki distribusi pertanyaan "Penampilan dan Bahasa Host dalam membawakan Program Berita Islami Masa Kini sangat menarik dan tidak membosankan"; maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.16 Indikator Atensi 4

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	14,9	14,9	14,9
	Setuju	35	52,2	52,2	67,2
	Sangat Setuju	22	32,8	32,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.15 Indikator Atensi



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 57 orang (85,08%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 35 orang (52,24%) dan jawaban

sangat setuju sebanyak 22 orang (32,84%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 10 orang (14,97%).

Dari hasil tanggapan responden menyatakan bahwa Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan di Trans TV ini, sebagian besar atau sebanyak 52,24% responden setuju dengan penampilan menarik dan bahasa seorang Host dalam membawakan acara ini. Acara ini dinilai sangat menarik dan tidak membosankan karena sebanyak 32,84% responden lainnya sangat setuju dengan hal ini. Oleh sebab itu Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif di mata pemirsa dilihat dari pembawaan Host dan bahasanya, hanya perlu sedikit ditingkatkan karena masih ada sebagian kecil responden atau sebanyak 14,9% tidak setuju dengan bahasa dan penampilan host dari acara ini. Namun sebagian orang yang tidak setuju dimungkinkan beranggapan bahwa

Bahasa dan penampilan para host tidak begitu penting yang terpenting adalah isi pesan dalam program berita islami masa kini.

4.3.2 Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas Kragilan (Variabel Y)

Penilaian mengenai pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam terdiri dari 3 indikator yaitu kebutuhan individu, peran sosial, dan kegiatan. Ketiga indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi 10 pertanyaan dengan rincian sebagai berkut, indikator Pesan memiliki jumlah 4 pertanyaan, Data 3 pertanyaan, dan kegiatan 3 Pertanyaan.

4.3.2.1 Tanggapan Responden Atas isi materi pesan dalam program Berita Islami Masa Kini memenuhi kebutuhan akan informasi ajaran Islam (Indikator Kebutuhan Individu)

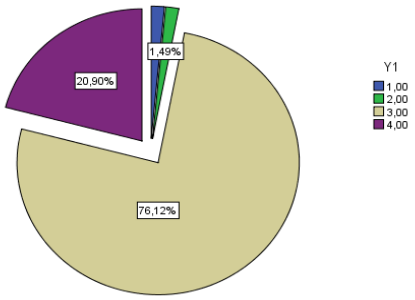
Indikator Pesan memiliki distribusi pertanyaan "Isi materi pesan dalam program Berita Islami Masa Kini memenuhi kebutuhan akan informasi ajaran islam", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.17 Indikator Kebutuhan Individu 1

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Tidak Setuju	1	1,5	1,5	3,0
	Setuju	51	76,1	76,1	79,1
	Sangat Setuju	14	20,9	20,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.16 Indikator Kebutuhan Individu 1



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 65 orang (97,02%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 51 orang (76,12%) dan jawaban

sangat setuju sebanyak 14 orang (20,90%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 1 orang (1,5%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,5%). Hal ini menunjukan bahwa isi materi dalam program *berita islami masa kini* memenuhi kebutuhan akan informasi ajaran islam para ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas. Dapat dikatakan bahwa isi pesan yang disampaikan dalam acara tersebut merupakan materi yang mendidik dan berbobot dakan pengetahuan ajaran islam bagi para ibu-ibu majlis ta'lim yang merasa sudah memenuhi akan informasi ajaran islam.

Isi pesan merupakan bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mrngkomunikasikan maksudny. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.[77] Dalam menciptakan pengertian yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus di sampaikan sebaik mungkin.

4.3.2.2 ` Tanggapan Responden atas audiovisual dalam program Berita Islami Masa Kini membantu saya lebih memahami informasi pesan yang disampaikan (Indikator Kebutuhan Individu)

Indikator Pesan memiliki distribusi pertanyaan "Audiovisual dalam program Berita Islami Masa Kini membantu saya lebih memahami informasi pesan yang disampaikan", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

---

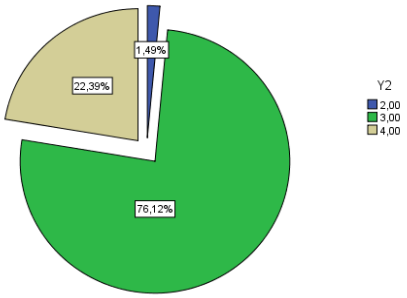
[77] Effendy Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi.* Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. Hal 41

Tabel 4.18 Indikator Kebutuhan Individu 2

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Setuju	51	76,1	76,1	77,6
	Sangat Setuju	15	22,4	22,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.17 Indikator Kebutuhan Individu 2



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 66 orang (98,51%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 51 orang (76,12%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang (22,59%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 1 orang (1,5%). Hal ini menunjukan bahwa ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas merasa terpenuhi pesan melalui audiovisual yang ditayangkan dalam program *berita islami masa kini.* Audiovisual yang ditampilkan untuk memudahkan para audiens dalam memahi materi atau penjelasan dari setiap materi yang di tayangkan, sehingga ilustrasi dalam audiovisual yang ada di tayangan tersebut dapat dipahami dengan baik oleh para audiensnya.

Adapun pesan itu menurut Onong Effendy, menyatakan bahwa pesan: "suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran-pikiran dan perasaan seseorang dengann menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain".[78] Dalam hal ini gambar yang diberikan di acara ini merupakan perwakilan dari vebal yang telah disampaikan oleh sang komunikator. Audiovisual yang disajikan dimaksudkan agar para audiens dapat memahami atau membayangkan hal dalam materi yang disampaikan.

4.3.2.3 Tanggapan Responden atas simulasi Reka Adegan dalam program Berita Islami Masa Kini membuat saya lebih memahami informasi pesan yang disampaikan (Indikator Kebutuhan Individu)

Indikator Pesan memiliki distribusi pertanyaan "Simulasi Reka Adegan dalam program Berita Islami Masa Kini membuat saya lebih memahami informasi pesan yang disampaikan", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

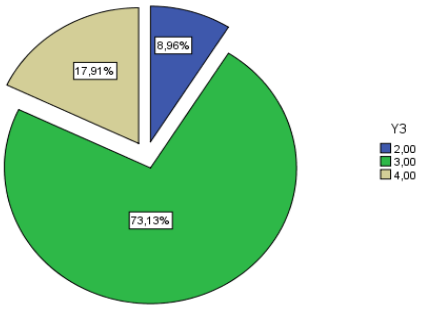
Tabel 4.19 Indikator Kebutuhan Individu 3

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	9,0	9,0	9,0
	Setuju	49	73,1	73,1	82,1
	Sangat Setuju	12	17,9	17,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

[78] Effendy Onong Uchajana. 1989. *Kamus Komunikasi.* Bandung : Mandar Maju. Hal 224

Diagram 4.18 Indikator Kebutuhan Individu 3



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 61 orang (91,04%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 49 orang (73,13%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang (17,91%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 6 orang (9,0%).

Dari hasil tanggapan responden, 91,04% menyatakan bahwa Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan di Trans TV sudah memiliki tim kreatif yang bagus. Hal ini dilihat dari simulasi reka adegan dalam acara ini membantu responden untuk memahami informasi pesan yang disampaikan. 17,91% responden lainnya sangat setuju dengan simulasi reka adegan yang dapat mempermudah responden untuk menyerap dan memahami informasi tentang ajaran Islam. Oleh sebab itu *berita islami masa kini* sudah efektif di mata pemirsa untuk dipahami pesan informasi yang disampaikan.

4.3.2.4 Tanggapan Responden Atas sumber setiap materi Program Berita Islami Masa Kini bersumberkan dari Al-qur'an dan Hadist (Indikator Kebutuhan Individu)

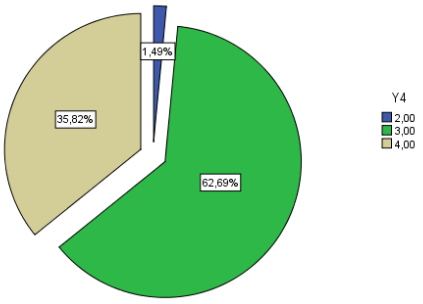
Indikator Pesan memiliki distribusi pertanyaan "Sumber setiap materi Program Berita Islami Masa Kini bersumberkan dari Al-qur'an dan Hadist", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.20 Indikator Kebutuhan Individu 4

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Setuju	42	62,7	62,7	64,2
	Sangat Setuju	24	35,8	35,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.19 Indikator Kebutuhan Individu 4



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 66 orang (98,51%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 42 orang (62,69%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang (35,82%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 1 orang (1,5%).

Perlunya sebuah sumber dari Alqur'an dan Hadist dari materi agama Islam di Program Berita Islami Masa Kini diamini oleh responden. Sebanyak 98,51% responden setuju bahwa acara ini perlu bersumberkan dari Alqur'an dan Hadist. 62,68% responden lainnya juga sangat setuju apabila acara ini mengambilkan sumber materi dari kitab suci umat Agama Islam. Oleh sebab itu Program Berita Islami Masa Kini sudah sangat efektif di mata pemirsa apabila dilihat dari penyajian materi yang berlandaskan dari Alqur'an dan Al Hadist, terutama pada jemaah ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas.

Berikut ini contoh potongan ayat dan hasdist yang di tampilkan dalam setiap tema/materi yang di bahas dalam program berita islami masa kini :

Gambar 4.3

Contoh potongan Ayat Al-qur'an dan Hadist

No	Gambar	Keterangan
1		Contoh potongan gambar yang berisikan mengutip ayat suci al-qur'an

2		Contoh potongan gambar yang berisikan kutipan hadist

4.3.2.5 Tanggapan Responden Atas Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Keimanan (Aqidah) (Indikator Peran Sosial)

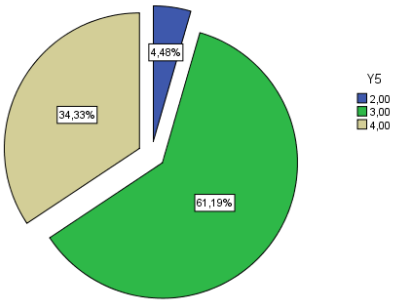
Indikator Data memiliki distribusi pertanyaan "Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Keimanan (Aqidah)", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.21 Indikator Peran Sosial 1

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	4,5	4,5	4,5
	Setuju	41	61,2	61,2	65,7
	Sangat Setuju	23	34,3	34,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.20 Indikator Peran Sosial 1



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 64 orang (95,52%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 41 orang (61,19%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang (34,33%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 3 orang (4,5%). Hal ini menunjukan bahwa program *berita islami masa kini* memberikan informasi atau pesan yang akurat mengenai masalah keimanan (Aqidah) dengan secara rinci dan jelas, karena hampir seluruh para ibu-ibu jama'ah pengajiah majlis ta'lim al-ikhlas menyatakan setuju dapat memenuhi informasi akan suatu masalah keimanan didalam acara tersebut. Contoh program *berita islami masa kini* mengenai "Pembuktian kehidupan setelah kematian". Tema tersebut merupakan kepercayaan dan keyakinan akan wujud Allah swt. Dengan segala firman-Nya dan kebenaran Rasulullah (Muhammad) saw. Dengan segala sabdanya. Yang tentunya tema akan menuat kebanyakan ibu-ibu tertarik untuk mengetahui informasi mengenai tema tersebut.

4.3.2.5 Tanggapan Responden Atas Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Keislaman (Syari'ah) (Indikator Pesan Sosial)

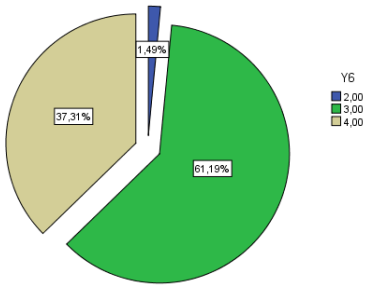
Indikator Data memiliki distribusi pertanyaan "Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Keislaman (Syari'ah)", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.22 Indikator Peran Sosial 2

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
	Setuju	41	61,2	61,2	62,7
	Sangat Setuju	25	37,3	37,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.22 Indikator Peran Sosial 2



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 66 orang (98,51%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 41 orang (61,19%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 orang (37,31%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 1 orang (1,5%).

Dari hasil tanggapan responden menyatakan bahwa Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan di Trans TV sudah dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Keislaman secara Syari'ah. Hal ini dilihat dari 61,19% responden yang setuju apabila acara ini sudah membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan secara Islam Syari'ah. Bahkan 37,31% responden lainnya sangat setuju apabila acara ini sangatlah bagus dalam menayangkan tema mengenai informasi Islam (syari'ah). Oleh sebab itu Program Berita Islami Masa Kini sudah sangat efektif di mata pemirsa ibu-ibu dilihat dari konten acara yang membawa informasi keagamaan mengenai Keislaman (syari'ah).

Pesan yang diterima dari program ini tentunya memberikan pemahaman atas ajaran islam khusunya masalah keislaman (syari'ah) maka dilihat dari hasil kuisoner bahwa audiens merasa terpenuhi akan informasi tersebut.

4.3.2.5 Tanggapan Responden Atas Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Budi Pekerti (Akhlak) (Indikator Peran Sosial)

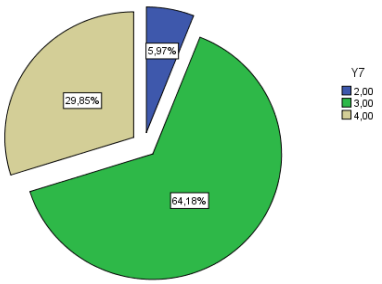
Indikator Data memiliki distribusi pertanyaan "Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Budi Pekerti (Akhlak)", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.23 Indikator Peran Sosial 3

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	6,0	6,0	6,0
	Setuju	43	64,2	64,2	70,1
	Sangat Setuju	20	29,9	29,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.22 Indikator Peran Sosial 3



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 63 orang (94,03%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 43 orang (64,2%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang (29,9%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 4 orang (6,0%).

Dari hasil tanggapan responden menyatakan bahwa Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan di Trans TV tersebut sudah memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai Budi Pekerti (Akhlak). Hal ini dilihat dari 64,2% responden yang setuju apabila acara ini telah menampilkan unsur Akhlak didalamnya dan 29,9% responden lainnya sangat setuju apabila informasi keagamaan mengenai Budi Pekerti sangatlah banyak didalam acara ini. Oleh sebab itu Program Berita Islami Masa Kini sangatlah diperlukan untuk memenuhi informasi agama Islam terutama mengenai Budi Pekerti (Akhlak).

4.3.2.6 Tanggapan Responden Atas Informasi ajaran islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di keluarga (Indikator Lingkungan)

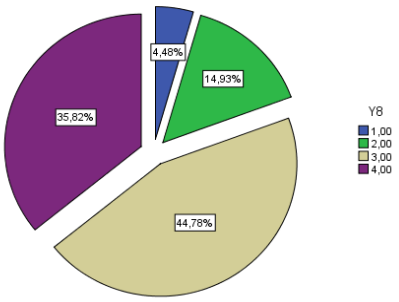
Indikator Kegiatan memiliki distribusi pertanyaan "Informasi ajaran islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di keluarga", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.24 Indikator Lingkungan 1

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	4,5	4,5	4,5
	Tidak Setuju	10	14,9	14,9	19,4
	Setuju	30	44,8	44,8	64,2
	Sangat Setuju	24	35,8	35,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.23 Indikator Lingkungan 1



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 54 orang (80,6%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 30 orang (44,78%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang (35,82%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 10 orang (14,9%) dan jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 3 orang (4,40%).

Menyebarkan informasi mengenai ajaran islam didalam keluarga merupakan cara yang efektif dalam pembelajaran komunikasi, bagaimana kita dapat memberikan informasi yang benar atau fakta kepada anggota yang kita sayang. Pengetahuan merupakan suatu kesan dalam pikiran manusia sebagai hasil dari pengamatan, baik disengaja ataupun tidak, yang penting apa yang menjadi ingatan itu dapat dibuktikan kebenarannya.[79]

[79] Abdul Syani. 1995. *Sosiologi dan Perbuhan Masyarakat.* Jakarta: Pustaka Jaya. Hal 6

4.3.2.7 Tanggapan Responden Atas Informasi ajaran Islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di masyarakat (Indikator Lingkungan)

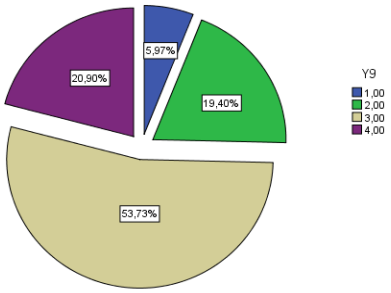
Indikator Kegiatan memiliki distribusi pertanyaan "Informasi ajaran islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di masyarakat", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.25 Indikator Lingkungan 2

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	6,0	6,0	6,0
	Tidak Setuju	13	19,4	19,4	25,4
	Setuju	36	53,7	53,7	79,1
	Sangat Setuju	14	20,9	20,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.24 Indikator Lingkungan 2



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 50 orang (74,63%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 36 orang (53,73%) dan jawaban

sangat setuju sebanyak 13 orang (19,40%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 13 orang (19,40%) dan jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 4 orang (5,97%).

Untuk mendapatkan informasi tentunya masyarakat membutuhkan media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan media *online* yang menyajikan informasi yang dibutuhkan, informasi yang dapat bermanfaat dalam mengambil keputusan, baik untuk saat ini maupun yang akan datang. Tapi tidak diragukan lagi, penyebaran informasi juga dapat di lakukan dari mulut ke mulut. Tidak jarang banyak masyarakat mengetahui segala sesuatu dari hasil bersosialisasi dari satu orang ke orang lainnya.

Wanita/para Ibu memiliki peranan yang penting dalam keluarga maupun dalam masyarakat sekitar. Keluarga merupakan pondasi dasar penyebaran Islam. Dari keluarga-lah, muncul pemimpin-pemimpin yang berjihad di jalan Allah, dan akan datang bibit-bibit yang akan berjuang meninggikan kalimat-kalimat Allah. Peran terbesar dalam hal tersebut adalah kaum wanita.[80] Wanita disamping perannya dalam keluarga, ia juga dapat mempunyai peran lainnya di dalam masyarakat dan negara. Jika ia adalah seorang yang ahli dalam ilmu agama, maka wajib baginya untuk mendakwahkan apa yang ia ketahui kepada kaum wanita lainnya. Begitu pula jika ia merupakan seorang yang ahli dalam bidang tertentu, maka ia dapat mempunyai andil dalam urusan tersebut namun dengan batasan-batasan yang telah disyariatkan dan tentunya setelah kewajibannya sebagai ibu rumah tangga telah terpenuhi.

---

[80] www.muslim.or.id di akses pada tanggal 28 oktober 2016

4.3.2.7 Tanggapan Responden Atas Informasi ajaran Islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di Jejaring Sosial (Indikator Kegiatan)

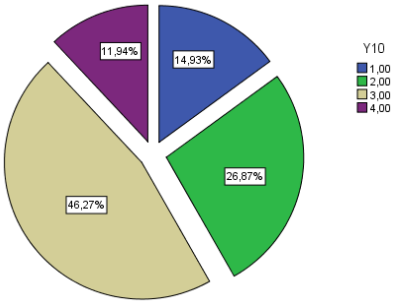
Indikator Kegiatan memiliki distribusi pertanyaan "Informasi ajaran islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di Jejaring Sosial", maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

Tabel 4.26 Indikator Lingkungan 3

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	14,9	14,9	14,9
	Tidak Setuju	18	26,9	26,9	41,8
	Setuju	31	46,3	46,3	88,1
	Sangat Setuju	8	11,9	11,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Diagram 4.25 Indikator Kegiatan



Berdasarkan tabel di atas, diperoleh tanggapan responden dengan hasil terbanyak adalah jawaban positif dengan total 39 orang (73,14%), dengan rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 31 orang (46,27%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang (11,94%). Sementara jawaban tidak setuju yaitu

sebanyak 18 orang (26,87%) dan jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 10 orang (14,93%).

Media massa saat ini menjadi salah satu alat penyebarluasan informasi secara cepat dan global, karena sesuai dengan fungsinya yaitu menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, mempengaruhi, serta mengontrol masyarakat dan pemerintahan. Penggunaan internet atau media *online* sebagai sarana memperoleh informasi dikalangan masyarakat umum semakin menjamur. Hal itu dikarenakan media *online* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media lainnya, media online lebih cepat dalam menyajikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, serta memiliki audio visual. Jika dilihat dari table di atas maka, jejaring sosial merupakan sebuah wadah untuk mereka yang ingin menyebarkan pesan dan dikatakan bahwa program *berita islami masa kini* memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh para ibu-ibu jama'ah majlis ta'lim al-ikhlas. Namun ada sebanyak 41,8% dari responden yakni ibu-ibu yang tidak setuju apabila informasi dari acara ini dapat disebarluaskan di Jejaring sosial, mungkin saja faktor ibu-ibu yang masih belum paham tentang jejaring sosial yang menyebabkan besarnya angka tidak setuju dari responden sehingga tingkat efektifitas dari acara ini kurang cocok dalam penyebaran agama Islam di sosial media.

4.4 Pengujian Data Statistik

4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif

Setelah mendeskripsikan masing-masing butir pertanyaan disetiap variabel (X) dan Varibael (Y), maka penulis mengukur berapa besar presentase di masing-masing variabel, hasilnya yaitu sebagai berikut:

a. Analisis deskriptif variabel (X) Terpaan Program Berita Islami Masa Kini yaitu :

$$\% = \frac{n}{N} \text{ X } 100\ \%$$

$$\% = \frac{2119}{2680} \text{ X } 100\ \%$$

$$\% = 79.06\%$$

Perhitungan di atas menunjukan bahwa terpaan program berita islami masa kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi menghasilkan presentase sebesar 79.06%. Hal ini masuk dalam kriteria yang **Baik** berdasarkan pada tabel 4.23

b. Analisis deskriptif varibael (Y) pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas yaitu:

$$\% = \frac{n}{N} \text{ X } 100\ \%$$

$$\% = \frac{2097}{2680} \text{ X } 100\ \%$$

$$\% = 78.24\%$$

Perhitungan di atas menunjukan bahwa tingkat pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam pada ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas menghasilkan

persentase sebesar 78.24%. Hal ini masuk dalam kriteria **Baik** berdasarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.27 Kriteria Analisis Deskriptif Presentase

No	Rentang Persentase	Kriteria
1.	82%-100%	Sangat Baik
2.	82% - 63%	Baik
3.	62% – 54%	Cukup Baik
4.	53% - 34%	Tidak Baik
5.	33% - 19%	Sangat Tidak Baik

4.4.2 Hasil Uji Normalitas Data

Penentuan uji normalitas data menggunakan SPSS 21 yang dilakukan dengan teknik *one sample kolmogorov tes.*

Dasar pengambilan keputusan dengan melihat signifikasi α5% dengan ketentuan:

1. Probabilitas >0,05 maka data berdistribusi normal
2. Probabilitas <0,05 maka data berdistribusi tidak normal

Hasil uji normalitas data pada program *Berita Islami Masa Kini* (variabel X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas (variabel Y) dapat dilihat pada tabel 4.24 sebagai berikut :

Tabel 4.28

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Variabel X	Variabel Y
N		67	67
Normal Parameters[a,b]	Mean	31,6269	31,2687
	Std. Deviation	4,20979	3,77625
Most Extreme Differences	Absolute	,126	,144
	Positive	,107	,099
	Negative	-,126	-,144
Kolmogorov-Smirnov Z		1,029	1,178
Asymp. Sig. (2-tailed)		,240	,124

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas data pada variabel program *Berita Islami Masa Kini* (variabel X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam ibu-ibu majlis ta'lim Majlis Ta'lim Al-Ikhlas (Variabel Y) atas, terlihat bahwa nilai sig pada kolom Asympgn.Sig. (2tailed) menunjukan angka sebesar 0,240 pada variabel X dan 0,124 pada variabel Y. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data sampel pada variabel X dan variabel Y berdistribusi normal.

4.4.3 Hasil Uji Korelasi

Sebelum mengetahui adanya pengaruh dalam penelitian ini, penulis akan melakukan uji adanya hubungan antara variabel (X) dengan variabel (Y) menggunakan uji korelasi. Untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval dengan interval lainnya digunakkan rumus atau teknik

statistik *Product-Moment Pearson* (r) dengan menggunakan aplikasi program SPPS 21.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara "*Program Berita Islami Masa Kini* di Trans tv" dengan "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas" dapat dilihat dari output SPSS 21 pada tabel 4.24 di bawah ini:

Tabel 4.29 Spearman Rank Correlation

Correlations

		Variabel X	Varibel Y
Terpaan program *Berita Islami Masa Kini*	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1	,622**
			,000
		67	67
Pemenuhan kebutuhan Informasi ajaran islam Ibu-ibu majlis ta'lim	Correlations	,622**	1
	Coeffocient Sig. (2-tailed)	,000	
	N	67	67

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hubungan antara variabel "Terpaan Program Berita Islami Masa Kini" dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam" adalah sebesar 0,622. Hal ini menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel bernilai **Kuat.** Karena berada pada interval korelasi 0,60 – 0,799 seperti yang tercantum pada tabel 3.3 Interval Koefisien Korelasi.

Korelasi menunjukan angka yang positif, artinya korelasi menunjukan arah yang sama pada hubungan antar variabel. Artinya jika 1 variabel semakin besar, maka variabel 2 akan semakin besar pula.

Signifikan hubungan dua variabel tersebut dapat dianalisis dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas < (lebih kecil dari) 0,05 maka hubungan antar kedua variabel adalah signifikan.
- Jika probabilitas > (lebih kecil dari) 0,05 maka hubungan antar kedua variabel adalah tidak signifikan.

Pada tabel terlihat angka probabilitas hunbungan antara variabel "Terpaan Program Berita Islami Masa Kini" dengan "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam" adalah sebesar 0,000 angka probabilitas antar variabel tersebut < (lebih kecil dari) 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa hubungan antara kedua variabel dinilai signifikan.

4.4.4 Hasil Koefisien Determinasi

Setelah diketahui bahwa terdapa hubungan yang kuat, positif dan signifikan antara variabel independen yaitu Terpaan Program Berita Islami Masa Kini dan variabel dependennya adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu pengajian Majlis Ta'lim Al-Ikhlas Kragilan, selanjutnya peneliti ingin melihat seberapa besar variabel independendapat mempengaruhi variabel dependennya. Kedua variabel tersebut diolah menggunakan SPSS 21.

Tabel 4.30 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622[a]	,387	,378	2,97923

Dari Tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai R (koefisien korelasi) menunjukan nilai sebesar 0,622. Apabila dimasukan kedalam persamaan koefisien determinasi, maka hasilnya adalah:

Kd = $(R)^2$ X 100%

Kd = $(0,622)^2$ X 100%

Kd = 38,7%

Hal ini berarti 38,7 variabel "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas" adalah kontribusi dari variabel "program *Berita Islami Masa Kini*". Sedangkan sisanya yaitu sebesar 61,3 (100%-38,7%) dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain. R square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil R square maka semakin lemah hubungan antar kedua variabel.

4.4.5 Hasil Regresi Sederhana *(Simple Regression)*

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya keliniearan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.31 Koefisien

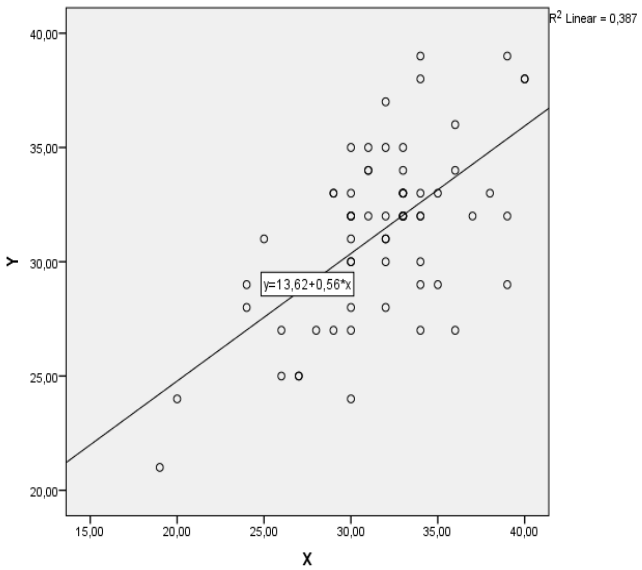
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,620	2,779		4,901	,000

Program Berita islami masa kini	,558	,087	,622	6,406	,000

a. Dependent Variable : Pemenuhan kebutuhan informasu ajaran islam ibu-ibu majlis ta'lim Al-Ikhlas

Diagram 4.26 Grafik



Dari tabel di atas didapat sebuah persamaan yaitu:

Nilai konstanta a sebesar 13,620 dan nilai konstanta b sebesar 0,558. Dari hasi tersebut didapat persamaan regresi :

Y = a + Bx

Y = 13,620 + 0,558X

Atau dengan kata lain konstanta (A) sebesar **13,620** dan (B) sebesar **0,558**. Dari hasil tersebut didapat persamaan regresi **Y = 13,620 + 0,558X**. Ini berarti jika X naik nilainnya sebesar satu satuan, maka Y akan bertambah nilainya sebesar 0,558.

4.4.6 Hasil Uji Hipotesis

1. **Uji t (variabel X terhadap Y)**

Tahap selanjutnya adalah menguji signifikansi hubungan atau thitungantar variabel penelitian yaitu pengaruh *Terpaan Program Berita Islami Masa Kini* (X) terhadap *Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam* (Y). Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\mathrm{r}\sqrt{\mathrm{n}-2}}{\mathrm{r}\sqrt{1-\mathrm{r}2}} = \frac{0{,}622\sqrt{67-2}}{\sqrt{1-(0{,}622)2}} = \frac{0{,}622\sqrt{65}}{\sqrt{0{,}614}} = \frac{0{,}622\ (8{,}062)}{\sqrt{0{,}614}} = \frac{5{,}014}{0{,}783}$$

= 6,403

Selanjutnya mencari t_{tabel} pada taraf signifikansi 5%.

DK (Derajat kebebasan) = n-2 = 67 - 2 = 65

Pada tabel distribusi nilai t_{tabel} diperoleh t_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 1,997. Untuk pengujian hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan t_{hitung} dengan $t_{tabel.}$ Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,403 sedangkan besar nilai t_{tabel} 1,997 penjabaran tersebut menyatakan H_0 ditolak H_a diterima. Artinya terdapat terdapat pengaruh terpaan program *Berita Islami Masa Kini* di Trans TV Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas Kragilan. Pengaruh yang ada bersifat positif dan signifikan.

2. **Uji F (Variabel X terhadap Y)**

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabelindependen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruhsecara bersama- sama terhadap variabel dependen (Ghozali 2006 : 84).

Hasil perhitungan menggunakan SPSS 21 menghasilkan:

Tabel. 4.34

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	364,238	1	364,238	41,037	,000[b]
	Residual	576,926	65	8,876		
	Total	941,164	66			

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Program Beriman

Berdasarkan uji ANOVA atau F test yang tertera pada tabel 4.34 di atas, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 41,037 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil daripada 0,05 (0,000 <0,005) dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (41,037 > 3,99) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yakni terpaan program berita islami masa kini (X) mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Ini berarti bahwa H_0ditolak sementara H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh terpaan program Berita Islami Masa Kini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas.

4.9 Pembahasan Hasil Peneltian

4.9.1 Terpaan Program *Berita Islami Masa Kini*

Acara atau program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi.[81]

Televisi menghasilkan program atau acara untuk disajikan kepada penonton. Acara atau program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran berupa produk atau barang *(goods)* atau pelayanan *(Services)* untuk memenuhi kebutuhan audiennya serta dijual kepda pihak lain (audien dan pemasang iklan) [82] . Salah satu karakteristik komunikasi yaitu komunikator terlembagakan, komunikasi massa itu melibatkan lembaga atau organisasi sehingga dalam penyebaran pesannya harus sejalan dengan kebijaksanaan lembaga atau organisasi yang mewakilinya[83].

Sesuai dengan visi misi Trans TV dalam menyampaikan program-program berkualitas, memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat. Trans TV menyajikan program *Berita Islami Masa Kini* sebagai program yang informatif karena acara ini memberikan pengetahuan tentang ajaran islam yang berdasarkan dari Al-qur'an dan Hadist.

---

[81] Morissan, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi,* Penerbit Ramadhina Prakarsa, Tangerang, 2005. Hal. 97
[82] Ibid Hal 97

Salah satu cara untuk melihat bagaimana program *Berita Islami Masa Kini* dimata ibu-ibu majlis ta'lim yaitu dengan mengukur elemen-elemen acara televisi seperti frekuensi, durasi dan atensi.

Berikut merupakan indikator dari variabel terpaan program *Berita Islami Masa Kini* :

- Frukensi merupakan ukuran seberapa sering audiens menonton acara tersebut. Berapa kali dalam seminggu. Dari indikator ini di dapatkan bahwa rata-rata audiens menyaksikan acara tersebut hampir setiap hari atau 5kali/minggu. Dimana program *Berita islami masa kini* yang ditanyangkan setiap hari Senin-Jumat dinilai efektiv dan memuaskan, ini dimungkinkan karena profesi jama'ah majlis ta'lim al-iklas mayoritas berprofesi sebagai ibu rumah tangga (IRT) . program *Berita islami masa kini* yang ditayangkan dua kali dalam sehari yaitu pada pukul 11.30 dan 17.00 merupakan waktu penayangan yang efektiv bagi ibu-ibu jama'ah majlis ta'lim al-ikhlas, hal ini di karenakan waktu penayangan tersebut sudah tepat dengan waktu senggang para ibu-ibu setelah mengurusi urusan rumah tangga dengan menyaksikan program *Berita islami masa kini* sambil menantikan adzan dzuhur dan magrib. Dapat dilihat dari hasil presentase sebesar 94,03%, dengan pertanyaan program *Berita islami masa kini* yang ditayangkan pada pukul 12.30 dan 17.00 sudah efektif sesuai dengan kebutuhan yaitu dengan hasil rincian resonden yang memilih jawaban setuju sebanyak 45 orang (67,16%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 18 orang (26,87%)

- Durasi merupakan berapa lama audiens menonton acara tersebut dalam sekali waktu tayang. Berapa jam, berapa menit maupun berapa detik dalam sekali tayangan sebuah acara. Dilihat dari pernyataan Durasi 30 menit dalam 1 episode dengan 3 segment materi Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif, memuaskan, dan sesuai kebutuhan saya. mayoritas audiens menjawab setuju, dengan presentase 50,7% atau sebanyak 34 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa efektivitas durasi penayangan dapat membuat audiens tertarik untuk menyaksikan acara tersebut setiap harinya.
- Atensi dalam indikator ini diukur dari perhatian terhadap suatu acara, ketertarikan, kemudahan dalam memahami isi pesan dalam suatu acara, kepercayaam terhadap isi pesan, daya tarik dalam acara tersebut. Atensi (perhatian) merupakan proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Indikator atensi dalam penelitian ini diukur dari faktor *eksternal* penarik perhatian dari faktor *internal* penarih perhatian.[84] Dari hasil yang di dapat peneliti menyimpulkan bahwa audiens tema *berita islami masa kini* menarik perhatian audiens untuk menyaksikan program *berita islami masa kini*. Maka sebanyak 43 orang dengan 64,18 % menjawan setuju. Tema yang dimunculkan dalam program *berita islami masa kini* merupakan tema yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang dimungkinkan sangat dibutuhkan audiens untuk dipahami/dimengerti dan sebagai keberlangsungan hidup. Lalu indikator daya tarik dijelaskan dalam

[84] Jalaludin Rakhmat. 2001. *Metode Penelitian komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 52*

pertanyaan program *Berita Islami Masa Kini* di pandu oleh artis/aktor menarik perhatian saya untuk menonton program tersebut. Program *berita islami masa kini* memeng cukup menarik untuk terus diikuti karena adanya para aktor/aktris papan atas indonesia sebagai host/pembawa acara, hal tersebut dapat membuat suasana yang seharusnya formal karena mengenai keagamaan dapat dikemas dengan sangat menarik.

Dengan hasil jawaban dari data yang telah peneliti kelola mengenai pertanyaan-pertanyaan indikator dari terpaan program Berita Islami Masa Kini, dapat diketahui bahwa terpaan program Berita Islami Masa Kini di Trans TV memiliki nilai presentase sebesar 79.06%. artinya dilihat dari tabel analisis deskriptif persentase angka tersebut tergolong kedalam persentase yang **Baik.**

4.9.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas

Peneliti menjabarkan indikator dalam pemenuhan kebutuhan informasi dari penjelasan mengenai informasi itu sendiri. Berikut merupakan indikator dari variabel pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas :

- **Kebutuhan Individu**

  Pesan yang disampaikan pada seorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru. Audiens membutuhkan setiap informasi atau pesan yang menguntungkan untuk keberlangsungan hidupnya. Pesan-pesan yang diserap masuk merupakan pesan yang ingin mereka serap

karena audiens baru mendengarnya atau jumlah pesan yang memang diinginkan. Dalam indikator ini rata-rata audiens merasa sangat terpenuhi oleh pesan-pesan yang ada di dalam acara berita islami masa kini dilihat dari angka 72% untuk rata-rata indikator kebutuhan individu dapat disimpulkan bahwa audiens merasa sangat terpenuhi akan pemenuhan kebutuhan informasinya baik secara isi materi, gambar yang ditampilkan (audio visual), maupun reka adegan (ilustrasi) dalam tayangan program acara *Berita Islami Masa Kini*.

- **Peran Sosial**

  Peran sosial akan mempengaruhi faktor kebutuhan informasi yang ada dalam diri individu. Data informasi yang telah diolah untuk disampaikan kepada yang memerlukan atau untuk mengambil keputusan mengenai satu hal. Tayangan program berita islam masa kini mampu memberikan informasi mengenai pesan dakwah yang dibutuhkan oleh para audiens, baik informasi mengenai akidah, akhlak maupun informasi mengenai sari'ah. Dari hitungan hasil rata-rata dalam indikator peran sosial maka dapat terlihat bhwa 62,2% audiens merasa sangat terpenuhi akan informasi mengenai peran sosial.

- **Lingkungan**

  Faktor lingkungan dapat mempengaruhi faktor peran sosial maupun faktor kebutuhan individu. Sehingga terjadi peharuh bertingkat yang akan membentuk kebutuhan informasi. Kegiatan menyebar luaskan pesan didalam lingkungan, baik secara langsung maupun melalui media

komunikasi, kepada audiens yang baginya merupakan hal atau peristiwa yang baru. Informasi ajaran islam yang berdasarkan alquran dan hadits dalam tayangan program berita islami masakini memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan bagi audiens. Dalam kegiatan menyebarluaskan pesan dalam keluarga terhitung 44,8% rata-rata audiens merasa terpenuhi mengenai informasi keagamaan atau ajaran islam yang diberika oleh Host dalam program acara berita islami masa kini. Dengan rincian dalam kegiatan menyebarluaskan pesan pada masyarakat sebesar 53,7% audiens merasa terpenuhi mengenai informasi ajaran islam yang mereka butuhkan. Dan kegiatan menyebarluaskan pesan kepada lingkungannya melalui jejaring sosial facebook sebesar 46,3% audiens merasa sudah memenuhi untuk dapat membagi pesan kepada yang lain. Dengan pesan yang mereka dapatkan dalam program acara berita islami masa kini, audiens sudah merasa memiliki ilmu yang lebih atau pengetahuan yang baru untuk disebarkan kepada orang lain.

Dengan hasil jawaban dari data yang telah peneliti kelola mengenai pernyatan-pernyataan indikator dari pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan atau ajaran islam dapat diketahui bahwa pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam pada ibu-ibu majlis ta’lim al-ikhlas memiliki nilai presentase sebesar 78.24% artinya dilihat dari tabel analisis deskriptif presentase angka tersebut tergolong kedalam presentase yang **Baik.**

4.9.3 Pengaruh Terpaan Program *Berita Islami Masa Kini* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas

Dari perhitungan di atas nilai rtabel pada α0,05 adalah didasarkan dengan derajat bebas (df)= jumlah kasus – 2. Jumlah kasus pada penelitian ini adalah 67 responden, jadi df adalah 67 - 2= 65 , sehingga didapat ttabel = 1997 sedangkan nilai thitung sebesar 6,403 maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini disebut valid karena thitung > ttabel. Selanjutnya, diadakan uji realibilitas, penelitian dikatakan reliable ketika nilai cronbach's alpha > 0,60. Pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam peneliti menemukan bahwa penelitian ini reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha senilai 0,879 maka komponen pertanyaan kuisoner mengenai terpaan program dinyatakan reliabel dengan 10 pertanyaan. Variabel tingkat kebutuhan informasi cronbach's alpha > 0,60 yaitu 0,855, maka instrumen ini reliable dengan 10 pertanyaan.[85]

Variabel Terpaan Program Berita Islami Masa Kini (X) diukur dengan 3 indikator yatu frekuensi, durasi, dan Atensi. Perhitungan menunjukan bahwa terpaan Program Berita Islami Masa Kini di trans TV menghasilkan nilai presentase sebesar 79,06%. hal ini menunjukkan bahwa tayangan Program Berita Islami Masa Kini di trans TV sudah memberikan tayangan yang baik. Namun perlu dicatat bahwa responden menilai beberapa indikator dalam pertanyaan kuisioner yang menunjukkan bahwa tayangan program *berita islami masa kini* masih jarang ditonton secara berkala.

---

[85] Jalaludin Rakhmat. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi contoh analisi statistik.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. Hal 66

Media masa merupakan organisasi yang rumit. Pesan-pesan yang sampai kepada audiens adalah hasil kerja kolektif. Karena itu, berhasil tidaknya komunikasi massa ditentukan oleh berbagai faktor yang terdapat didalam organisasi media massa.[86] Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah faktor dari sifat komunikasinya, sifat dari media massanya, sifat pesan, komunikator dan efeknya. Televisi umumnya menyiarkan programnya secara universal, tetapi fungsi utamanya adalah tetap menghibur. Kalaupun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan, memang untuk pelengkap dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia. Setiap orang dimanapun juga ingin mengetahui apa yang terjadi. Baik didalam negri maupun diluar negri dalam waktu yang secepat-cepatnya.[87] Dengan kata lain informasi mengenai ajaran islam memanglah jarang di siarkan dalam pertelevisian. Oleh karena itu, informasi yang ada didalam program *Berita Islami Masa Kini* sangat dibutuhkan oleh para audiensnya, hanya saja acara ini belum berada dijam-jam primetime sehingga waktu untuk menonton acara tersebut harus disesuaikan oleh para ibu-ibu rumah tangga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel "Terpaan Program *Berita Islami Masa Kini*" terhadap "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam ibu-ibu majlis ta'lim al – ikhlas dan mengukur seberapa besar antara kedua variabel tersebut. Hasil uji korelasi menunjukkan hubungan antara variable Terpaan Program *Berita Islami Masa Kini* (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengetahuan islam ibu-ibu majlis ta'lim al –

[86] Onong Uchjana Effendi, 2008. *Dinamika Komunikasi.* Bandung*:* Remaja Rosdakarya. Hal. 25
[87] *Ibid. Hal 55*

ikhlas (Y) sebesar 0,622, Ini berarti berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi, hubungan antara variabel X dengan variabel Y merupakan hubungan yang **kuat.** karena nilainya berkisar antara **0,60 – 0,799**. Korelasi menunjukan angka yang positif, artinya korelasi menunjukan arah yang sama pada hubungan antar variabel, artinya semakin besar terpaan program *Berita Islami Masa Kini* maka semakin besar pula pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam ibu-ibu majlis ta'lim al-ikhlas. Sementara angka pobabilitas hubungan antara variabel "Terpaan program *Berita Islami Masa Kini"* dengan"pemenuhan kebutuhan informasi ajaran islam" adalah sebesar 0,000 angka probabilitas antar variabel tersebut < (lebih kecil dari) 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa hubungan antara kedua variabel signifikan.

Dengan nilai korelasi sebesar 0,622 maka menghasilkan pengaruh sebesar 38,7%. Hal ini berarti 38,7% variabel "Terpaan program *Berita Islami Masa Kini"* adalah kontribusi dari variabel "Pemenuhan Kebetuhan Informasi Ajaran Islam". Sedangkan sisanya yaitu sebear 61,3 % (100%-38,7%) dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain. Tentunya faktor eksternal dan internal dalam menonton program *Berita Islami Masa Kini* berpengaruh juga terhadap audiens dalam menyaksikan atau menonton program *Berita Islami Masa Kini.* Namun untuk memastikan hal tersebut perlu diketahui penelitian lanjutan, penulis hanya menjelaskan sedikit mengenai masalah yang terlihat di hasil kuesioner saja dan penulis membuka kesempatan kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lanjutan guna menyempurnakan penelitian ini.

Dari hasil perhitungan uji regresi linear sederhana dengan program SPSS 21, maka persamaan regresi linear dalam penelitian ini adalah sebagai berikut **Y = 13,620 + 0,558X.** Maka apabila frekuensi "terpaan program *Berita Islami Masa Kini"* (Variabel X) bertambah satu satuan, maka "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam" (Variabel Y) akan bertambah sebesar 0,558.

Hal tersebut dapat dikatakan sesuai dengan teori yang digunakan dan relavan dalam penelitian ini, yatu teori uses and gratification. Teori tersebut menjelaskan kapan dan bagaimana audiens sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu.[88] Audiens dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses penentuan media, namun tingkat keaktifan setiap individu tidak sama. Dengan katalain tingkat keaktifan audiens merupakan variabel.

Dalam hal ini ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-ikhlas akan melihat acara yang akan mereka tonton sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Karena audienslah pemilih aktif dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Akan ada simbiosis mutualisme yang dihasilkan dari audiens dan media yang menyajikannya, jika banyak penonton dari program tayangan tersebut maka rating tayangan tersebut akan naik, kemudian akan banyak tawaran iklan yang masuk pada tayangan tersebut sehingga menguntungkan media. Program tayangan *Berita Islami Masa Kini* dikemas semenarik mungkin hingga para audiens memilihnya untuk ditonton dan para audien mendapatkan manfaat dari informasi yang ditayangkan oleh program tersebut. Setelah menjabarkan hasil dari penelitian ini

[88] Morissan M.A. 2010. *Psikologi Komunikasi.* Baogor: Ghalia Indonesia. Hal 264

maka penulis akan memberi kesimpulan dan saran atas penelitian ini, yaitu dalam bagian penutup pada BAB V.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikemukakan penulis pada bab-bab sebelumnya mengenai "*Pengaruh Terpaan Program Berita Islami Masa Kini Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam Ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas"* maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terpaan program *berita islami masa kini* (Variabel X) memiliki nilai persentase sebesar 79.06%, artinya bahwa terpaan program *berita islami masa kini* di Trans Tv dapat dikategorikan Baik. Terpaan program *berita islami masa kini* dengan indikator frekuensi, durasi dan atensi sudah memberikan tayangan yang berkualitas. Tayangan yang berkualitas ialah dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi para khalayaknya. Maka dengan itu khalayak akan terus mengikuti tayangan yang dianggapnya menguntungkan untuk dirinya.
2. Kebutuhan informasi ajaran Islam (Variabel Y) memiliki nilai presentase sebesar 78.24%, artinya bahwa pemenuhan kebutuhan akan informasi dapat dikategorikan Baik menurut ibu-ibu Majlis Ta'lim Al-Ikhlas. Dalam hal ini pemenuhan informasi para ibu-ibu dapat dijelaskan dengan faktor kebutuhan individu, peran sosial, dan lingkungan. Sehingga terjadi pengaruh bertingkat yang akan membentuk kebutuhan informasi dengan

melakukakn kegiatan menyebarluaskan pesan dengan aktif, agar dapat terciptanya informasi-informasi yang berkualitas.

3. Hasil nilai korelasi variabel “Terpaan program *Berita Islami Masa Kini* di Trans TV” terhadap variabel “Pemenuhan Kebutuhan Informasi ajaran Islam” adalah sebesar 0,622, maka variabel “Terpaan program *Berita Islami Masa Kini”* menghasilkan pengaruh sebesar 38,7% terhadap variabel “Pemenuhan Kebutuhan informasi ajaran Islam”. Hal ini berarti 38,7% variabel “Terpaan program *Berita Islami Masa Kini”* adalah kontribusi dari variabel “Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ajaran Islam”. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 61,3 (100%-38,7%) dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menjelaskan sebeb-sebab lain tersebut. Sementara uji regresi linear sederhana didapat persamaan linar Y = 13,620 + 0,558X. Maka apabila frekuensi “Terpaan program *Berita Islami Masa Kini”* (Variabel X) bertambah satu satuan, maka pengaruhnya adalah “Pemenuhan kebutuhan informasi ajaran Islam” (Variabel Y) akan bertambah sebesar 0,558 satuan. Diketahui nilai korelasi sebesar 0,558 Hal ini menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel bernilai 0,622. Hal ini menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel bernilai kuat, karena berada pada interval korelasi 0,60 – 0,799 seperti yang tercantum pada tabel 3.3 Interval Koefisien Korelasi.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti setidaknya dapat sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang penulis berikan setelah meneliti masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Dari kesimpulan di atas menunjukkan terpaan program Berita Islami Masa Kini didapat sekor sebesar 79.06%, skor tersebut sudah memenuhi kriteria analisis deskriptif data dengan kategori baik. Namun menurut peneliti, akan lebih baik dan efektif jika pada proses penyusunan gambar dibuat lebih menarik. Dengan cara membuatnya lebih terpadu, video yang ditampilkan dalam setiap episodenya dibuat sesuai dengan konsep program dan tema materi yang disampaikan. Karena, menurut peneliti di dalam episode *Berita Islami Masa Kini* sebelumnya, ada beberapa video yang tidak sesuai antara tema dan video yang ditampikan.
2. Sama halnya dengan terpaan program Berita Islami Masa Kini di atas yang telah dibahas pada kesimpulan, pemenuhan kebutuhan informasi yang terjadi pada ibu-ibu majlis ta'lim juga memiliki sekor dengan kategori baik yaitu sebesar 78.24%, sekor tersebut juga telah memenuhi kriteria analisis deskriptif data namun untuk pemenuhan kebutuhan informasi jauh lebih baik metode penyajaian pesan, lebih variatif. Audien diajak berpartispasi menentukan informasi apa saja yang ingin diketahui melalui media telfon maupun jejaring sosial. Karena audiens akan lebih tertarik

menyaksikan program Berita Islami Masa Kini jika informasi tersebut sesuai dengan pesan yang ingin diketahuinya.

3. Hubungan antara variabel X dan variabel Y memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan namun pada pengaruh yang dihasilkan hanya sebesar 38,7%. Dari hasil tersebut, 38,7% pemenuhan kebutuhan informasi dijelaskan dengan variabel terpaan program *Berita Islami Masa Kini*. Untuk mendapatkan hasil dari pengaruh yang lebih besar, diharapkan pada penelitian berikutnya dapat melihat faktor lain yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi. Diperlukan penelitian lanjutan untuk mengetahui apakah pembedaan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan responden dan sebagainya menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap terpaan sebuah program.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Syani. 1995. *Sosiologi dan Perbuhan Masyarakat.* Jakarta: Pustaka Jaya.

Adi Badjuri. 2010 *Jurnalistik Televisi*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Alaludin Rakhmat. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi contoh analisis statistk.* Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, M.Si dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi massa*. Bandung :imbioasa Rekatama Media

.——— 2004.*Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.Bandung:Simbiosa Rekatama Media.

Asmuni Syukir. 1985. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas

Asy‟ ari, dkk. *Pengantar Study Islam*, Cetakan IV, h. 108.

Danang Sunyoto. 2009. *Analisis regresi dan Uji Hipotesis*, Med Press, Yogyakarta, 2009.

Deddy Mulyana.2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Dedy Nur Hidayat, Nurudin M. Si. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa.* Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahnya, Al-Jumanatul Ali*. Bandung: Syaamil Cipta Media

Drs. Enjang AS, Aliyudin. 2009 *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjadjaran

Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya

Helena Olii. 2007.*Berita dan Informasi*. Jakarta: Indeks.

Imam Chourmain. 2008. *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi tesis dan disertasi*. Jakarta. Al-Harahmain Publishing House.

Jalaludin Rakhmat. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi contoh analisis statistk.* Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hal 66.

Kincaid D. Laurence &Wilbur Scramm. 1998. *Azas-azas Komunikasi Anatara Manusia*. Jakarta: LPES, hal. 99.

Kusnadi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta

M. Bahri Ghazali. 1997. *Membangun Kerangka dasar Ilmu Komunikasi Dakwah* . Jakarta . CV . Pedoman Ilmu Jaya..

Mochtar Husein. 2002. *Islam Itu Indah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Morissan. 2009. *Manajemen media penyiaran. Strategi mengelola Radio dan televisi*. Jakarta : Prenada Media Group.

——— 2004 Jurnalistik *Televisi Mutakhir*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Munir, Wahyu Ilaihi.2006. *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Puji Heru Winarso. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta : Prestasi Pustaka.

Rachmat Kriyantono, 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group .

Rosady Ruslan. 2008 *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sudjana.1996. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito..

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. 2012.

——— 2002 *Statistika untuk peneltian*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, PT Rineka Cipta, Jakarta.

Susanto Astrid, 1997. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Bina Cipta.

Syihab. 1998. *Akidah Ahlus Sunnah*, Jakarta: Bumi Aksara.

Toto Tasmara. 1997. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama.

Ulber Silalahi.2010. *Metode Penelitian Sosia*l. Bandung: Refika Aditama.

Wardi Bachtiar. 1997. *Metode Penelitian Ilmu Dakwah.* Jakarta: Logos.

Yunahar Ilyas. 2014. *Akhlaq Masyarakat Islam*, Yogyakarta: Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus.

Internet/ Sumber lain

http://dewi.students-blog.undip.ac.id/2009/27/perbedaan-efesiensi-dan-efektivitas/ di akses pada 26 oktober 2016

(http://edukasi.kompasiana.com, diakses 28 Oktober 2016).

(http://www.masbied.com, diakses 13 September 2016.

http://news.liputan6.com/read/2391624/nilai-indeks-siaran-televisi-program-religi-tertinggi diakses pada tanggal 28 Juli 2016).

www.muslim.or.id di akses pada tanggal 28 oktober 2016.

http:///transtv/BeritaIslamiMasaKini/ diakses 17April 2016.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

PENGARUH TERPAAN PROGRAM BERITA ISLAMI MASA KINI DI TRANS TV TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI AJARAN ISLAM IBU-IBU MAJLIS TA'LIM AL – IKHLAS

No. Responden :

Petunjuk Pengisian :

1. Berilan tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih
2. Diharapkan pertanyaan dijawab dan tidak ada yang terlewatkan
3. Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya
4. Adapun alternatif jawabannya adalah :
    - SS : SangatSetuju
    - S : Setuju
    - TS : Tidak Setuju
    - STS : Sangat Tidak Setuju

Data Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Pekerjaan :
4. Berapa lama menjadi jama'ah pengajian al-ikhlas ?

   ( ) > 1 tahun

   ( ) < 1 tahun

   ( ) Sejak awal berdirinya pengajian
5. Mengetahui Program *berita islami masa kini*?

   ( ) Ya

   ( ) Tidak
6. Berapa Kali dalam seminggu menonton program *berita islami masa kini* ?

   ( ) 5kali/minggu

   ( ) 4kali/minggu

   ( ) 3kali/minggu

   ( ) 1kali/minggu

No	Terpaan Program Berita Islami Masa Kini (X)	SS	S	TS	STS
FREKUENSI					
1	Program Berita Islami Masa Kini yang ditayangkan pada pukul 12.30 dan 17.00 sudah efektif sesuai dengan kebutuhan				
2	Program Berita Islami Masa Kini yang di tayangkan pada hari senin-jumat sudah efektif sesuai dengan kebutuhan				
DURASI					
3	Durasi program Berita Islami Masa Kini TRANS TV selama 30 menit sudah efektif sesuai dengan kebutuhan				
4	Durasi Pembukaan program selama 3 menit membuat saya tertarik untuk menyaksikan pembahasan materi				
5	Durasi pembahasan materi selama 10 menit per materinya sudah efektif dan sesuai dengan kebutuhan saya untuk memahami materi				
6	Durasi 30 menit dalam 1 episode dengan 3 segment materi Program Berita Islami Masa Kini sudah efektif dan sesuai kebutuhan saya				
ATENSI					
7	Tema program berita islami masa kini menarik perhatian saya untuk menyaksikannnya				
8	Program Berita Islami Masa Kini di pandu oleh artis/aktor menarik perhatian saya untuk menonton program tersebut				

9	Penyampaian materi oleh Host sangat menarik perhatian saya				
10	Penampilan dan Bahasa Host dalam membawakan Program Berita Islami Masa Kini sangat menarik dan tidak membosankan				
No	**Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)**	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
KEBUTUHAN INDIVIDU					
1	Secara psikologis, isi materi pesan dalam program Berita Islami Masa Kini memenuhi kebutuhan informasi ajaran Islam				
2	Program Berita Islami Masa Kini membantu saya untuk lebih memahami informasi pesan yang disampaikan.				
3	Simulasi Reka Adegan dalam program Berita Islami Masa Kini membuat saya lebih memahami informasi pesan yang disampaikan				
4	Sumber materi Program Berita Islmai Masa Kini bersumberkan dari Al-Qur’an dan Hadist.				
PERAN SOSIAL					
5	Informasi ajaran Islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai keimanan dalam membentuk moral (aqidah) manusia				
6	Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai keislaman (syariah) dalam mentaati peraturan/hukum allah				

7	Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mengenai budi pekerti (akhlak) dalam membentuk sifat yang baik terhadap Allah SWT, sesama manusia dan lingkungan				
LINGKUNGAN					
8	Informasi ajaran Islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di keluarga.				
9	Informasi ajaran Islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu dalam memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di masyarakat.				
10	Informasi ajaran Islam dalam Program Berita Islami Masa Kini membantu dalam memenuhi kegiatan menyebarluaskan pesan di jejaring sosial.				

Lampiran 2. Data dan Jawaban Responden

Daftar Nama Jama'ah Majlis Ta'lim Al-Ikhlas

NO	NAMA	USIA	PEKERJAAN
1	H. Rukinah	50 th	IRT
2	Wahyuni	39th	IRT
3	Hj. Sana'ah	48th	IRT
4	Nong Tarsiah	45th	IRT
5	Alwiyah	25th	IRT
6	Ani Kartika	39th	Karyawan
7	Ninis	28th	IRT
8	Mahdiah	30th	IRT
9	Rumdiah	54th	IRT
10	Fatimah	65th	IRT
11	Tarsih	33th	IRT
12	Kosiah	43th	IRT
13	Laili M	35th	Karyawan
14	Hj. Aat	40th	IRT
15	Jubaedah	60th	IRT
16	Saiyah	58th	IRT
17	Fatiah Sofyadi	50th	PNS
18	Hj. Sanaah	48th	IRT
19	Kasiah	43th	IRT
20	Aspiah	35th	IRT
21	Ela	22th	IRT
22	Maesaroh	50th	IRT
23	Mutiah	56th	IRT
24	Maenah	45th	IRT
25	Endang Herawati	54th	PNS

25	Derini Yulianti	29th	IRT
27	Eva Julaeha	34th	IRT
28	Evi Amaliatulloh	46th	PNS
29	Saripah	48th	IRT
30	Warachtun	38th	IRT
31	Dasih	55th	IRT
32	Suti Alawiyah	24th	IRT
33	Khusnul	30th	IRT
34	Nur	41th	Karyawan
35	Yumanah	43th	IRT
36	Aminah	40th	Pedagang
37	Yuyun	51th	Pedagang
38	Markati	55th	IRT
39	Sri Miyati	35th	IRT
40	Kemisah	50th	IRT
41	Ara	35th	IRT
42	Laelah	43th	IRT
43	Siti Masitoh	45th	IRT
44	Malikah	58th	IRT
45	Maftuhah	25th	IRT
46	Hj, Maemunah	58th	IRT
47	Fatimah	56th	IRT
48	Khusnul	50th	IRT
49	Yati	50th	IRT
50	Tri Setyaningsih	35th	IRT
51	Seruni	27th	IRT
52	Resti	26th	IRT
53	Judiyah	33th	IRT
54	Jariyah	36th	IRT
55	Saiyah	53th	IRT

56	Sinah	60th	IRT
57	Suhenah	58th	IRT
58	Sri Wati	45th	IRT
59	Mae Saroh	40th	IRT
60	Titin	42th	IRT
61	Ecih	65th	IRT
62	Ijah	42th	IRT
63	Sama’ah	40th	IRT
64	Weni Susilawati	28th	IRT
65	Ropi’ah	34th	IRT
66	Nurlelah	30th	IRT
67	Siti Nurjanah	26th	IRT

Data jawaban responden pada variabel X

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	X
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	34
3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	33
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	25
3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	26
3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	33
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	33
3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
4	4	3	2	3	2	4	4	3	2	31
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	20
3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	34
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	27
3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	27
3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	33
3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	26
3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	30
3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	28
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	33
3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	34
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	19
3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	33

4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	2	2	4	4	4	3	2	32
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	1	1	2	3	3	3	2	24
4	4	3	2	2	4	4	4	3	2	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	33
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	24
3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	28
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	34
3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	36
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
								TOTAL		2119

Data jawaban responden pada variabel y

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Y
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	33
4	3	3	3	3	3	3	1	1	1	25
3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	29
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	34
3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	33
3	3	3	2	2	2	2	3	3	1	24
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	29
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	25
3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	25
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	31
3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	33
3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	30
2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	21
4	4	4	3	3	3	4	3	3	1	32
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	33

3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	24
1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	29
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
3	3	4	3	3	3	3	4	1	1	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
3	3	2	4	3	3	3	4	2	2	29
4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	29
3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	29
3	3	2	3	3	3	3	4	3	1	28
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	34
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	33
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	30
								TOTAL		2097

Lampiran 3. Dokumentasi

Lampiran 4. Tema-tema *berita islami masa kini*

Berita Islam masa kini - Jembatan Shirath Al Mustaqim

PEMBUKTIAN ILMIAH KEHIDUPAN Setelah KEMATIAN ~ Berita Islami Masa Kini 29 Agustus 2016

Misteri Wujud Kitab LAUHUL MAHFUDZ ~ Berita Islami Masa Kini 11 Juli 2016

MANFAAT Shalat TAHAJUD Bagi Kesehatan ~ Berita Islami Siang 4 Mei 2016

MENOLONG Orang Dapat Menenangkan HATI Dan PIKIRAN Kita ~ Berita Islami Masa Kini 11 Oktober 2016

Berita Islam Masa Kini - VIDEO Islam Menyuruh Wanita Untuk Berhijab - Azab Wanita tak Berhijab

[UPDATED] Berita Islami Masa Kini Benarkah Kebersihan Sebagian Dari Iman

Hukum Memperlihatkan Aurat Kepada Sesama Jenis @Berita Islami Masa Kini Terbaru 2016

Ibu Rumah Tangga Pemburu Surga - Berita Islami Siang Terbaru 1 Februari 2016

Mendidik AQIDAH Ibadah Dan Muamalah Pada Anak ~ Berita Islami Siang 27 April 2016

Lampiran 5. Buku Bimbingan Skripsi

CATATAN BIMBINGAN

Pembimbing I : Imam Mukhroman, Msi

Pembimbing II : Burhanudin, M.Si

Pembimbing 1

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1.	15/02 2016	Diskusi & Konsultasi	
2.	16/02 2016	Konsultasi Judul.	
3.	17/02 2016	Pengajuan Judul	
4	23/02 2016	Penulihan/Penetapan Judul "Pengaruh Program "Berita Islami masa kini" TRANS TV terhadap Perubahan Prilaku	
5.	24/03 2016	Bimbingan Bab I - III	
6	12/05 2016	Revisi Bab I - III (ACC outline).	
7	22/05/16	Revisi Outline	
8	24/06/16	Revisi Judul.	
9	25/07/16	Revisi Bab 1-3.	
10	1/08/16	Revisi Bab 1-3. (lanjut Kuisoner).	
11	05/09/16	acc Kuisoner.	
12	27/10/16	Revisi Bab 5	
13	11/11/16	Acc Sidang.	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

Pedoman Skripsi FISIP Untirta _____ hal 58

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1.		Diskusi & Konsultasi	
2.	12/09 2016	Bimbingan bab 1-3	
3	17/05 2016	- Judul disingkat. - Daftar pustaka 7 - penulisan daftar (ke anak) ACC outline	
4.	8/08/2016	- Sharing Bab I - 4 III - tambahan kontem acara	
5.	8/09/2016.	Revisi Quesioner	
6	15/9 2016	Acc kuisioner	
7	18/10 2016	- Perbaiki saran sesuai kesimpulan - Teknik penulisan dip erbaik	
8	3/11/16	Saran no 1 diperbaiki lebih jelas dan kalimatnya lebih terstruktur.	
9	17/11 16	Acc sidang.	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

Pedoman Skripsi FISIP Untirta _____ hal 59

Lampiran 6. Biodata Penulis

Nama	: Egie Winadya
Alamat	: Kp. Badak Jaya RT/RW O1/04 Kragilan, Serang-Banten
Tempat/TanggalLahir	: Serang, 12 Juni 1994
JenisKelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Nomor Handphone	: 081212863412
E – mail	: egiwinadya@ymail.com

RiwayatPendidikan

2012 – 2016	S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan AgengTirtayasa
2009 – 2012	SMAN 1 Kibin
2006 – 2009	SMPN 1 Kragilan
2000 – 2006	SDN 1 Kragilan
1999 – 2000	TK Al – Furqon

PengalamanOrganisasi

1. SEMUT Untirta 2012
2. KSR PMI UPT Untirta