

**PENGARUH INFOTAINMENT INSERT TRANS TV PADA  
PENYEBARAN BERITA GHIbah DI KOMPLEK TAMAN  
BERINGIN PATRA**



**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Kesarjanaan Strata Satu Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Program Studi Jurnalistik**

**Oleh:**

**ANGGI RAHMATUNISA**

**NIM: 2020503034**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH**

**PALEMBANG 2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas dakwah dan  
Komunikasi UIN Raden Fatah  
di-  
Palembang

**Assalamu'alaikum, Wr. Wb**

Setelah mengadakan bimbingan dan kami periksa serta diadakannya perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul **Pengaruh Infotainment Insert Transtv Pada Penyebaran Berita Ghibah di Komplek Taman Beringin Patra** yang ditulis oleh saudari ANGGI RAHMATUNISA dengan NIM 2020503034 dapat diajukan untuk mengikuti Ujian Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**

Palembang, 22-01 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Fifi Hasmawati, S.E., M.Si**  
NIP. 197007241992032001



**Hartika Utami Fitri, M.Pd**  
NIP. 199403142023212044

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Nama : Anggi Rahmatunisa  
NIM : 2020503034  
Jurusan : Jurnalistik  
Judul : Pengaruh Infotainment Insert Trans TV Pada Penyebaran  
Berita Ghibah di Komplek Taman Beringin Patra

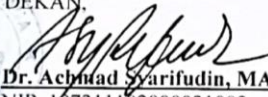
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang pada:

Hari/Tanggal : Rabu/28 Febuari 2024  
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.


Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata I (SI) pada Jurusan Jurnalistik.



Palembang, 28 Febuari 2024  
DEKAN.

  
Dr. Achmad Syarifudin, MA  
NIP. 197311102000031003

### TIM PENGUJI

**KETUA**  
  
**Drs. Aliasan, M.Pd.I**  
NIP. 196108281991011001

**SEKRETARIS**  
  
**Jufrizal, MA**  
NIP. 198506262020121009

**Penguji I**  
  
**Dr. Nuraida M. Ag**  
NIP. 196704131995032001

**Penguji II**  
  
**Jawasi, M.Pd**  
NIP. 198811022023211019

## HALAMAN PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

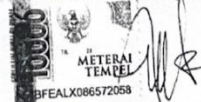
Nama : ANGGI RAHMATUNISA  
NIM : 2020503034  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Jurnalistik  
Judul Skripsi : Pengaruh Infotainment Insert Transtv Pada Penyebaran  
Berita Ghibah di Komplek Taman Beringin Patra

Mengatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian serta pemikiran saya dengan pengaruh pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik dari fakultas dakwah dan komunikasi UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang sudah saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 29 Jan 2024  
Yang Membuat Pernyataan



METERAI  
TEMPEL  
BFEALX086572058

Anggi Rahmatunisa  
NIM. 2020503034

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**"Dan janganlah kamu merasa lemah dan janganlah pula bersedih hati, sebab kamulah yang paling tinggi derajatnya jika kamu orang-orang yang beriman."**

**(QS. Ali Imran: 139)**

### **Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

Dengan rasa syukur yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Robetson dan Ibu Yennyta Noviani, yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan doa selama penulis menjalani perjalanan panjang menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kehadiran serta kasih sayang kalian, pencapaian ini tak akan menjadi kenyataan.

Ayah, sebagai tiang yang kokoh dan teladan dalam keluarga, terima kasih atas dorongan, wejangan, dan semangat juang yang selalu kau tanamkan dalam diri penulis. Semua nilai-nilai luhur dan kegigihanmu menjadi sumber inspirasi yang membimbing penulis melangkah dalam setiap perjuangan.

Ibu, sosok penyemangat dan pelipur lara, terima kasih atas ketulusan cintamu yang tak pernah luntur. Keceriaanmu dan senyum hangatmu menjadi pendorong kuat bagi penulis ketika mengalami kesulitan. Segala pengorbanan dan doa-doamu selalu membawa kekuatan dan keyakinan pada diri penulis.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim, saya mengucapkan Alhamdulillah dan terimakasih banyak kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayahnya, sehingga diberikannya kesehatan serta kelancaran selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini. Shalawat bertangkaikan salam tidak lupa juga saya ucapkan kepada junjungan Nabi besar kita, sang jurnalis sejati, Nabi Muhammad SAW, yang selalu kita tunggu syafaatnya hingga hari akhir nanti.

Dan selama proses penulisan skripsi ini tentu saja banyak kendala maupun hambatan yang dihadapi, tetapi Alhamdulillah semua itu bisa terlewati berkat dorongan, bantuan dan semangat dari orang-orang terdekat, dalam hal ini saya mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada suma pihak atas dorongan, bantuan dan semangatnya yang telah diberikan, sehingga skripsi ini selesai, Pertama-tama terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Nyayu Khodijah., S.Ag., M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, yang merupakan unsur penyusun kebijakan yang menjalankan fungsi penetapan dan pertimbangan pelaksanaan kebijakan akademik.
2. Dr.Achmad Syarifudin, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, yang telah memberikan meningkatkan akademik bagi fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Dr. Nurseri Hasnah Nasution, S.Ag, M.Ag selaku ketua Prodi Jurnalistik yang selalu mendukung dan memberikan pengarahan yang baik dalam proses penulisan skripsi.
4. Dr. Fifi Hasmawati, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang selalu

bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi.

5. Hartika Utami Fitri, M.Pd, selaku pembimbing II yang selalu memberikan saran, masukan hingga waktu selama proses penulisan skripsi.
6. Kepada orang tua saya Ibu Yennyta Noviani dan Ayah Robetson yang selalu memberi dukungan, cinta, dan dorongan yang mereka berikan selama proses penyelesaian skripsi saya.
7. Seluruh Staf dan Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, yang telah memberikan ilmu baru serta berbagai macam pengalaman selama mengikuti perkuliahsampai akhir penulisan skripsi ini.
8. Sahabat perjuangan, Amalia, Meriyani, Pebrina dan Panesa.
9. Kepada Kayla Aurelia Akbar dan Putri Meliza yang selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah dan memberikan support selama ini.
10. Seluruh teman-teman Jurnalistik B 2020, terima kasih atas pertemananya.
11. Semua pihak yang telah membantu saya, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kebaikan semua pihak dapat balasan dan berkah dari Allah SWT.

**Palembang, 2024**

**Anggi Rahmatunisa**  
**NIM. 2020503034**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Subjek Penelitian.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Penelitian Sebelumnya .....	9
2. Landasan Teori.....	10
B. Kerangka Teori.....	23
a. Teori Kultivasi.....	23



<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Metodologi Penelitian .....	31
1. Pendekatan/Metode Penelitian .....	31
2. Teknik Pengumpulan Data .....	32
a. Angket.....	32
3. Populasi dan Sampel .....	33
a. Populasi.....	33
b. Sampel .....	34
4. Variabel Penelitian .....	35
5. Lokasi Penelitian .....	35
6. Subjek Penelitian.....	35
7. Uji Validitas dan Reabilitas Data .....	36
8. Teknik Analisis Data .....	37
a. Uji Asumsi Dasar .....	37
b. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	39
c. Uji Varsial / uji t .....	40
d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	40
<b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	41
a. Desa Sungai Pinang .....	41
b. Komplek Taman Beringin Patra .....	41
B. Hasil Riset Penelitian .....	43
1. Uji Validitas Data .....	43

2. Uji Reabilitas .....	45
3. Identitas Subjek Penelitian .....	46
4. Deskripsi Variabel Infotainment Insert Transtv .....	46
5. Uji Asumsi Dasar .....	61
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Homogenitas.....	63
c. Uji Linearitas .....	63
6. Uji Regresi Linear Sederhana .....	64
7. Uji Hipotesis (Uji t).....	66
8. Uji Koefesien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	67
C. Pembahasan .....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk .....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel X (Infotainment Insert Trans TV....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Berita Ghibah).....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian .....	45
Tabel 4.5 Identitas Subjek Penelitian.....	46
Tabel 4.6 Pernyataan Pertama Variabel X.....	47
Tabel 4.7 Pernyataan Kedua Variabel X.....	47
Tabel 4.8 Pernyataan Ketiga Variabel X .....	48
Tabel 4.9 Pernyataan Keempat Variabel X.....	48
Tabel 4.10 Pernyataan Kelima Variabel X .....	49
Tabel 4.11 Pernyataan Keenam Variabel X.....	49
Tabel 4.12 Pernyataan Ketujuh Variabel X .....	50
Tabel 4.13 Pernyataan Kedelapan Variabel X.....	50
Tabel 4.14 Pernyataan Kesembilan Variabel X.....	51
Tabel 4.15 Pernyataan Kesepuluh Variabel X.....	51
Tabel 4.16 Pernyataan Kesatu Variabel Y .....	52
Tabel 4.17 Pernyataan Kedua Variabel Y.....	53
Tabel 4.18 Pernyataan Ketiga Variabel Y .....	53
Tabel 4.19 Pernyataan Keempat Variabel Y.....	54
Tabel 4.20 Pernyataan Kelima Variabel Y .....	54
Tabel 4.21 Pernyataan Keenam Variabel Y.....	55

Tabel 4.22 Pernnyataan Ketujuh Variabel Y .....	55
Tabel 4.23 Pernnyataan Kedelapan Variabel Y .....	56
Tabel 4.24 Pernnyataan Kesembilan Variabel Y .....	57
Tabel 4.25 Pernnyataan Kesepuluh Variabel Y .....	57
Tabel 4.26 Pernnyataan Kesebelas Variabel Y .....	58
Tabel 4.27 Pernnyataan Kedua Belas Variabel Y .....	59
Tabel 4.28 Pernnyataan Ketiga Belas Variabel Y .....	59
Tabel 4.29 Pernnyataan Keempat Belas Variabel Y .....	60
Tabel 4.30 Pernnyataan Kelima Belas Variabel Y .....	60
Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov Smirnov</i> .....	62
Tabel 4.32 Hasil Uji Homogenitas .....	63
Tabel 4.33 Hasil Uji Linearitas .....	64
Tabel 4. 34 Hasil Koefisien Konstanta.....	65
Tabel 4. 35 Hasil Uji T .....	66
Tabel 4. 36 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....62

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Pengaruh Infotainment Insert Trans tv Pada Penyebaran Berita Ghibah di Komplek Taman Beringin Patra*”. Lokasi Penelitian dilaksanakan di Komplek Taman Beringin Patra terletak di Jalan Kapten Robani Kadir, Sungai Pinang, Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. Wilayah ini terletak di dekat daerah Plaju. Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui apakah infotainment Insert Trans tv dapat mempengaruhi penyebaran berita ghibah di Komplek Taman Beringin Patra. Penelitian ini dapat dijelaskan bahwa menggunakan metode berhitung atau sering disebut bahwa metode ini kuantitatif dan dilakukan dilapangan (*field research*). Dimana penelitian melakukan sebuah kegiatan yang mana adanya pendekatan secara kasual artinya pendekatan ini dilakukan yaitu dengan mencari tahu apa saja yang menjadi penyebab dan akibat antar variabel. Peneliti melakukannya dengan cara mengambil sampel sebanyak 80 responden atau sasaran orang yang dapat membantu penelitian ini yaitu masyarakat yang ada di Komplek Taman Beringin Patra. Instrumen penelitian ini akan dilakukan dengan berbagai macam tahapan uji yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi dasar. Penelitian ini akan melakukan sebuah tahapan dengan tehnik analisis data yang mana digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi. Dapat di jelaskan bahwa adanya pengaruh Infotainment Insert terhadap penyebaran berita ghibah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4.459 > t$  tabel 1.990. Dan hasil dari uji koefisien determinasi nilai adjusted R square sebesar 0,203 yang menunjukkan pengaruh infotainment Insert Trans tv pada penyebaran berita ghibah sebesar 20,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

***Kata Kunci*** : *Infotainment, Insert, Berita Ghibah, Kuantitatif*

## **ABSTRACT**

*This research is entitled "The Influence of Trans TV Insert Infotainment on the Dissemination of Backbiting News in the Taman Beringin Patra Complex". The research location was carried out at the Taman Beringin Patra Complex located on Jalan Captain Robani Kadir, Sungai Pinang, Rambutan District, Banyuasin Regency, South Sumatra. This area is located near the Plaju area. The aim of the research is to find out whether Trans TV infotainment inserts can spread news of backbiting in the Taman Beringin Patra Complex. This research can be explained that it uses a counting method or is often called a quantitative method and is carried out in the field (field research). Where research carries out an activity where there is a casual approach, meaning this approach is carried out by finding out what are the causes and effects between variables. Researchers did this by taking a sample of 80 respondents or target people who could help with this research, namely the people in the Taman Beringin Patra Complex. This research instrument will be carried out with various test stages, namely using validity and reliability tests. Then the basic assumptions are tested. This research will carry out a stage with data analysis techniques used, namely simple linear regression analysis, t test, and coefficient of determination test. It can be explained that there is an influence of Infotainment Insert on the spread of backbiting news. This can be seen from the results of the t test which shows a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a calculated t value of  $4,459 > t$  table 1,990. And the results of the coefficient of determination test, the adjusted R square value is 0.203, which shows that the influence of TransTV infotainment inserts on the spread of backbiting news is 20.3% and the rest is influenced by other factors.*

**Keywords:** *Infotainment, Insert, Ghibah News, Quantitative*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media Massa merupakan suatu alat yang dipergunakan oleh manusia untuk menyampaikan sebuah pesan. Media massa sangat penting dikarenakan mempunyai kekuatan yang besar. Bukan hanya mampu menyampaikan sebuah pesan untuk khalayak umum, akan tetapi lebih dikarenakan media membuat fungsi mendidik, mempengaruhi, menginformasikan dan menghibur para khalayak umum<sup>1</sup>. Media massa merupakan sarana untuk komunikasi massa, yang mempunyai dua kelompok yaitu media cetak (majalah, tabloid, koran, surat kabar dan sebagainya) dan media elektronik (televisi dan radio).

Dengan munculnya perkembangan kemajuan teknologi dan komunikasi, keberadaan media tidak bisa lepas dari hal tersebut, bisa dilihat pada umumnya bahwa perkembangan media elektronik dinilai lebih unggul dan berkembang pesat dibandingkan dengan media cetak, tetapi kedua media tersebut juga memiliki karakteristik ataupun jenis yang berbeda, sehingga keduanya sangat diperlukan untuk sarana komunikasi massa yang tepat dalam menyampaikan

---

<sup>1</sup> Toha Makhshun and Khalilurrahman Khalilurrahman, "Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan," *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 1 (2018): h.57.



informasi<sup>2</sup>. Dalam hal ini, peneliti lebih berfokus terhadap jenis media massa yakni televisi.

Menonton tayangan program di televisi merupakan tindakan yang tidak lepas dari keseharian masing-masing individu. Yang dimaksudkan bahwa menonton televisi merupakan hal yang sadar kita lakukan dan berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri kita setiap individu dan individu dapat memfokuskan suatu acara yang ditayangkan di televisi dengan rasa gembira, puas dan dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi. Di Indonesia, perkembangan televisi didahului oleh banyaknya minat para penonton yang menjadikan televisi sebagai media hiburan<sup>3</sup>.

Walaupun banyak dampak positif maupun negatif dari penayangan acara televisi, namun sering dijadikan tolak ukur dan budaya ataupun pedoman bagi masyarakat yang menonton. Pola perilaku masyarakat dibentuk melalui sudut pandang mereka menonton berbagai macam acara televisi dikarenakan mereka menjadikan televisi sebagai sesuatu yang nyata dan menjadi kebiasaan masyarakat menonton televisi. Acara televisi dapat kita lihat banyak sekali program-program yang dimana isinya tidak dianjurkan ditayangkan di televisi namun tetap ditayangkan dikarenakan untuk menaikkan suatu rating program tertentu. Program-program di televisi memiliki jenis-jenisnya di antara lain, program musik, kartun, berita, infotainment dan masih banyak program-program lainnya.

---

<sup>2</sup> Makhshun and Khalilurrahman, *Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan*, TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islamh.62.

<sup>3</sup> Utri Indah Lestari, Undang Suryatna, and Ali Alamsyah Kusumadinata, "Pengaruh Menonton Tayangan Ftv Kuasa Ilahi Terhadap Perilaku Masyarakat", *Jurnal Komunikatio* 4, no. 1 (2018): h. 53.

Acara yang paling digemari oleh para penonton dan memiliki rating yang tinggi adalah acara infotainment. Kata Infotainment menurut bahasa berasal dari dua suku kata asing yang berbeda maknanya, yaitu *information* artinya informasi (pemberitahuan). *Entertainment* artinya hiburan, ringkasnya, sajian informasi yang memiliki tujuan untuk menghibur. Infotainment sering juga disebut *soft journalism*, dimana merupakan jenis jurnalisme yang memberikan berita-berita sensasional, lebih privasi, dengan para penghibur sebagai perhatian liputan. Infotainment merupakan gabungan hiburan dan informasi yang dijadikan satu, yang memiliki keterikatan yang minim terhadap kode etik jurnalistik<sup>4</sup>.

Di Indonesia, infotainment tidak hanya menghibur dan memberikan informasi, akan tetapi lebih mengarah kepada informasi mengenai kehidupan pribadi para artis-artis. Infotainment merupakan informasi yang aktual dan ringan seputar dunia selebriti tanah air dan orang-orang yang terkenal dikemas dalam bentuk hiburan, contohnya tentang profil para selebriti.

Stasiun televisi di Indonesia banyak menyajikan program-program acara infotainment, mulai dari Insert Trans TV, Kiss di Indoesiar, Silet di RCTI. Namun yang sangat menarik dan banyak minat penonton adalah Informasi Selebriti atau lebih dikenal Insert. Dilihat dari rating yang cukup tinggi bisa disimpulkan bahwa insert merupakan acara favorit yang sering ditonton oleh masyarakat. Dan disebutkan bahwa acara infotainment yang menduduki dua teratas di jajaran acara infotainment adalah Insert dan silet.

---

<sup>4</sup> Mursito BM, "Realitas Infotainment Di Televisi," *Jurnal Komunikasi Massa* 4, no. 2 (2011): h.5.

Berita yang disajikan dalam acara infotainment sering kali tidak berbeda jauh dengan acara infotainment lainnya. Hanya saja yang membedakannya terletak pada komentar-komentar pedas para host yang dilontarkannya, yang dapat membuat para penonton menikmati gosip yang disampaikan oleh host infotainment dan membuat para penonton tertarik menonton acara tersebut. Ditambah lagi penampilan-penampilan host infotainment sering kali menggunakan pakaian sexy diacara infotainment.

Namun acara infotainment memiliki beberapa kontroversi dari sejumlah pihak. Dimana sempat menjadi isu hangat di masyarakat. Sejumlah pihak tersebut seperti organisasi-organisasi agama, mengatakan bahwa acara infotainment merupakan acara ghibah (membicarakan keburukan orang lain) yang sudah seharusnya tidak diperbolehkan dikonsumsi oleh masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Kiai Haji Ahmad Hasyim Muzadi bahwa infotainment gosip menjadikan pembunuhan karakter setiap orang yang diberitakan *"karena hal itu merupakan hal yang sama sekali tidak menjadikan bagian dari kebebasan dan demokrasi, namun menjadikan bagian dari pembunuhan karakter dalam ketenangan ataupun kerukunan keluarga"*, jelasnya. Dalam islam sendiri, lanjutnya berita-berita yang mengandung gosip merupakan larangan keras dan tidak diperbolehkan dalam islam yang dihukumi haram. "Bahkan diibaratkan dalam Al-Quran sebagai seorang yang tega memakan daging bangkai saudaranya sendiri dalam mencari sebuah rezeki," tutur mantan Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama 2000-2010<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Putra Hermanto, "Infotainment Pemakan Daging Bangkai," wordpress, 2009, <https://putrahermanto.wordpress.com/2009/12/28/>.

Penayangan infotainment memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap selebriti dan tokoh publik, infotainment mampu membangun citra selebriti atau tokoh publik melalui paparan yang berulang dan pemilihan konten tertentu. Berita dan liputan yang dipilih secara selektif dapat membentuk pandangan masyarakat terhadap seorang. Misalnya, jika infotainment selalu menampilkan sisi negatif atau skandal seorang selebriti, hal ini dapat menciptakan persepsi bahwa individu tersebut kontroversial atau tidak pantas dihormati<sup>6</sup>.

Banyaknya hal-hal negatif yang ditayangkan suatu acara infotainment, akan tetapi juga memiliki hal-hal positif seperti cerita suksesnya selebriti yang dapat memotivasi, baik dalam karier ataupun dalam membangun keutuhan rumah tangga. Akan tetapi, sisi positif yang ada diinfotainment sudah tertutup dikarenakan infotainment yang sering memiliki unsur berghibah atau membicarakan aib/keburukan selebriti seperti perselingkuhan, perceraian ataupun masalah-masalah pribadi para selebriti. Seperti yang kita ketahui bahwa islam sendiri meralang tegas bahwa membicarakan keburukan orang lain itu termasuk perbuatan yang merupakan ghibah<sup>7</sup>.

Allah SWT. Berfirman dalam surat Al-Hujurat ayat 12 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا  
وَلَا يَغْتَابَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

---

<sup>6</sup> Luluk Karlina, "Dampak Pemberitaan Infotainment Di Televisi Dalam Industrialisasi Media Terhadap Perilaku Etika Di Masyarakat," *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2014): h.193, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/download/8786/7112>.

<sup>7</sup> Florina Simona Burta, "Gibah Presektif Sunah," *Jurnal Al-Qadau*, no. 1 (2018): h.148.

“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah sebahagian kamu menggunjing sebahagian yang lain. Sukakah salah seorang di antara kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat lagi Maha Penyayang. (QS. Al-Hujurat:12)<sup>8</sup>. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin meneliti pengaruh infotainment insert transtv pada penyebaran berita ghibah di komplek taman beringin patra.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

Apakah acara Infotainment Insert Trans TV mempengaruhi penyebaran berita ghibah di Komplek Taman Beringin Patra ?

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya pembahasan, maka peneliti akan membahas penelitian mengenai program infotainment Insert Trans TV, memfokuskan bahasan mengenai penyebaran berita ghibah yang ditayangkan oleh Insert Trans TV di kawasan komplek taman beringin patra. Dan juga dalam penelitian ini ditujukan kepada perempuan.

---

<sup>8</sup> Florina Simona Burta, “Gibah Presektif Sunah,” *Jurnal al-Qadau* no. 1 (2018): h.145.

#### **D. Subjek Penelitian**

Penelitian ini memiliki subjek yaitu perempuan yang berusia 18 – 59 tahun. Komplek Taman Beringin Patra memiliki jumlah warga yang berjenis kelamin perempuan ada 283 orang dan yang memenuhi kriteria berusia 18-59 tahun terdapat 100 orang. Sehingga subjek penelitian ini adalah 100 orang perempuan yang berusia 18-59 tahun.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh infotainment Insert Trans TV pada penyebaran berita ghibah di Komplek Taman Beringin Patra.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan mahasiswa untuk mengetahui pengaruh infotainment Insert Trans TV pada penyebaran berita ghibah.

##### **b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terhadap pengaruh infotainment Insert Trans TV pada penyebaran berita ghibah.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini maka peneliti menuliskan guna mengembangkan pembahasan dalam penelitian ini menjadi 5 bab, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini dapat dijelaskan berisi latar belakang masalah secara umum, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

## **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan hipotesis penelitian, di dalam bab ini juga di paparkan dan memberikan penjelasan terkait beberapa teori yang berhubungan dengan topik penelitian yang merupakan kerangka teori.

## **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab ini merupakan salah satu tahapan pendekatan atau metode penelitian, yang mencantumkan dan menjelaskan sebuah data dan jenis data, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, uji validasi data dan teknik analisis data.

## **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Infotainment Insert Trans TV pada Penyebaran Berita Ghibah di Komplek Taman Beringin Patra.

## **BAB V Penutup**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan serta penutup.

## BAB II

### TINJAUAN TEORI

#### 1. Tinjauan Pustaka

##### 1. Penelitian Sebelumnya

Sebagai bahan pertimbangan peneliti mengakses beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh tayangan media massa melalui televisi. Peneliti menemukan beberapa keterkaitan dan relevan antara penelitian dan penelitian yang sudah dilakukan, antara lain :

*Pertama*, Penelitian Ini Memiliki Kesamaan Dengan Salah Satu Skripsi Penelitian Yang Berjudul “Tayangan Infotainment Silet Di Rcti Terhadap Tingkat Literasi Media Ibu Rumah Tangga” Oleh **Zulkifri Ahmad** Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan 2016. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut ialah sama-sama membahas tentang seberapa besar pengaruh tayangan infotainment. perbedaannya ialah, terdapat pada objek penelitian, peneliti tersebut membahas tentang pengaruh tayangan infotainment terhadap tingkat literasi media ibu rumah tangga. Sedangkan peneliti yang saya lakukan yakni membahas tentang penyebaran berita ghibah setelah menonton infotainment<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Zulfikri Ahmad, “Tayangan Infotainment Silet Di RCTI Terhadap Tingkat Literasi Media Ibu Rumah Tangga (Studi Korelasi Di Perwiran Raudhatul Hasanah Desa Tanjung Morawa A Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang),” <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/457> (Universitas Medan Area, 2016).



**Kedua**, Penelitian Ini Memiliki Kesamaan Dengan Salah Satu Skripsi Penelitian Yang Berjudul “Pengaruh Terpaan Acara Infotainment Insert Di Trans Tv Terhadap Persepsi Mahasiswi Tentang Perceraian” Oleh **Gracia Olivia Sari Patty** Mahasiswa Program Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta 2017. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut ialah sama-sama membahas tentang seberapa besar pengaruh tayangan infotainment dan sama-sama menggunakan teori kultivasi. Perbedaannya ialah, terdapat pada objek penelitian, peneliti tersebut membahas tentang pengaruh terpaan acara infotainment Insert terhadap persepsi mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 FISIP UPN “Veteran” Sedangkan peneliti yang saya lakukan yakni membahas tentang penyebaran berita ghibah setelah menonton infotainment<sup>2</sup>.

## 2. Landasan Teori

### a. Pengertian Komunikasi Massa

Proses komunikasi yang berlangsung di mana pesan dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang besar melalui alat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film yang dikenal sebagai komunikasi massa<sup>3</sup>.

Kita harus memahami bahwa istilah "massa" dalam komunikasi massa berbeda dengan istilah "massa" dalam arti umum, yang lebih berkaitan dengan kumpulan orang yang berada

---

<sup>2</sup> Gracia Olivia Sari Patty, “Pengaruh Terpaan Acara Infotainment Insert Di Trans Tv Terhadap Persepsi Mahasiswi Tentang Perceraian,” <http://eprints.upnyk.ac.id/13398/> (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2017).

<sup>3</sup>Hafied Cangara, “*Buku Pengantar Ilmu Komunikasi*,” 2012, h. 70.

di suatu tempat. Sementara itu, istilah “massa” dalam komunikasi massa lebih berkaitan dengan individu yang menjadi sasaran atau penerima media pesan massa.

Mereka digambarkan sebagai kelompok orang yang tidak selalu berada di tempat yang sama; mereka dapat berada di berbagai tempat dan menerima pesan komunikasi massa yang sama pada waktu yang sama atau hampir sama. "Massa" biasanya berarti audiens atau khalayak. Selain itu, ada istilah khusus untuk menggambarkan massa berdasarkan media yang digunakan; Misalnya, penonton atau penonton untuk televisi dan film, pembaca untuk media cetak, dan pendengar untuk radio<sup>4</sup>.

#### **b. Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki karakteristik yakni :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga; mereka berbeda dari komunikator dalam jenis komunikasi lainnya. Sesuai dengan definisi sebelumnya, institusi sosial yang berbentuk lembaga media atau orang yang melakukan pelayanan pesan. Oleh karena itu, lembaga media massa adalah komponen utama komunikasi massa. Untuk membuat produk media, sekelompok orang bekerja sama untuk membuatnya. Oleh karena itu, setiap orang yang terlibat merupakan bagian dari lembaga yang sudah dilembagakan, yang berarti berbagai sikap dan perilaku mereka sudah diatur dan harus tunduk pada sistem yang sudah ada di saluran komunikasi massa.
2. Komunikan bersifat anonim, jumlah besar dan beragam. Audiens heterogen (Audiens berasal dari berbagai pendidikan,

---

<sup>4</sup> Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, and Inri Inggrit Indrayani, *Komunikasi Massa, KOMUNIKASI MASSA* (CV. Penerbit Qiara Media, 2020), h. 3.

umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan, dan agama), dan anonim (Komunikator tidak mengenal audiens dan cenderung tidak saling mengenal satu sama lain). Audiens berasal dari berbagai belahan dunia.

3. Pesannya ditujukan kepada khalayak luas dan umum. Pesan yang ditampilkan dalam media tidak ditujukan untuk individu atau kelompok masyarakat tertentu, tetapi untuk orang banyak. Pesan media massa yang umum ini membuat lingkungannya universal, artinya pesannya dapat berlaku untuk orang-orang dari berbagai tempat dan daerah.
4. Komunikasi satu arah: Media massa menyampaikan pesan kepada audiens satu arah, dan audiens tidak dapat memberikan respon langsung kepada media massa sifatnya tertunda atau tidak langsung.
5. Secara Bersamaan dan keserentakan (secara instan) terjadi dalam komunikasi massa. Tujuan dari keserempakan adalah keserempakan kontak antara massa media dan audiens . Audiens yang banyak menaruh perhatian pada media pesan massa. Keserempakan juga terkait dengan cara media massa menyebarkan pesannya. Audiens dapat menikmati produk media pada saat yang sama. Jangkauan wilayahnya berbeda - yang berbeda adalah masalah teknis yang memungkinkan audiens menerima pesan dengan cara yang berbeda.
6. Komunikasi massa bergantung pada peralatan teknis. Tidak dapat dipungkiri bahwa massa media membutuhkan peralatan teknis yang canggih karena kecepatan dan keserempakan yang diperlukan untuk menyampaikan pesan. Misalnya , satelit

digunakan untuk media televisi dan pemancar digunakan untuk media radio.

7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*. *Gatekeeper* sangat penting untuk menyebarkan informasi melalui media karena mereka memiliki kemampuan untuk menambah atau mengurangi, mengarahkan, dan mengemas informasi sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Ia menentukan kemas pesan dari media massa. Dengan kata lain, *gatekeeper* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas informasi yang akan disampaikan. Reporter, manajer pemberitaan, kameramen, dan lainnya adalah contoh dari *gatekeeper*<sup>5</sup>.

### c. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Charles Wright fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. Pengawasan (Surveillance) Media memberikan pemberitaan terus-menerus tentang pesan yang memungkinkan audiens menjadi sadar akan perubahan di lingkungannya yang mungkin mempengaruhi mereka. Komunikasi massa media juga melakukan tugas penganugerahan status: individu, organisasi, dan masalah yang diberitakan oleh media yang tampaknya dianggap penting oleh audiens. Selain itu, media komunikasi juga bertanggung jawab untuk mengatur agenda publik mengenai tema, individu, dan topik yang menarik perhatian publik.

---

<sup>5</sup> Hadi, Wahjudianata, and Indrayani, "*Buku Komunikasi Massa*", Tahun 2020, h. 6-9.

2. Korelasi Media massa menunjukkan korelasi dan menafsirkan informasi tentang berbagai peristiwa. Fungsi korelasi membantu audiens memilih pesan pengawasan yang berguna.
3. Sosialisasi Melalui media komunikasi, orang dapat bersosialisasi dengan orang lain sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam masyarakat. Massa media memberi orang pengalaman bersama dan mendorong harapan bersama tentang perilaku yang sesuai dan tidak sesuai dengan masyarakat. Media massa sangat penting untuk menyebarkan warisan budaya dari generasi ke generasi.
4. Hiburan (Entertainment) Komunikasi bermassa adalah sumber hiburan massal yang menyebar ke seluruh populasi dan memungkinkan audiens untuk mengabaikan atau melepaskan diri dari tanggung jawab sosial<sup>6</sup>.

#### **d. Pengertian Media Massa**

Media massa dapat disimpulkan sebagai saluran komunikasi yang melibatkan transmisi informasi yang ditujukan kepada sejumlah besar orang. Hal ini karena kata “media” berasal dari kata “medium”, yang merupakan bentuk jamak dari kata “media” dan “massa”, yang merupakan bentuk jamak dari kata “media”. Media arus utama, seperti surat kabar, radio, dan televisi, selalu disebut sebagai media massa. Memanfaatkan teknologi untuk menjangkau khalayak luas disebut media massa.

Media massa adalah jenis media yang menjangkau khalayak luas, seperti radio, televisi, surat kabar, periodik, laman web, atau situs web, menurut *Dictionary of Media and Communications (2009)*. Namun menurut *Nickolas Luhmann*

---

<sup>6</sup> Hadi, Wahjudianata, and Indrayani, "Buku Komunikasi Massa", Tahun 2020,

(2000), media massa adalah lembaga yang menyebarkan komunikasi melalui penggandaan teknologi. Menurut *John Durham Peters (2008)*, massa media dan informasi yang dikirimkannya harus dapat diakses secara luas.

#### **e. Jenis Media Massa**

Media massa dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok besar berdasarkan sifat fisiknya, yakni :

1. Media Cetak ( media cetak) seperti surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya.
2. Media Elektronik ( media elektronik) seperti radio, televisi, bioskop, video, dan rekaman audio.
3. Media Digital ( media digital) seperti CD RoM, DVD, dan fasilitas internet<sup>7</sup>.

#### **f. Fungsi Media Massa**

Media massa melakukan beberapa fungsi penting dalam masyarakat, antara lain:

1. Fungsi Informasi: Salah satu fungsi utama media massa adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat. Massa media menyajikan laporan dan berita tentang peristiwa terkini, masalah penting, dan informasi umum lainnya. Fungsi ini meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peristiwa yang terjadi di dalam dan di luar negeri.
2. Fungsi Edukasi: Media massa juga berperan dalam mendidik masyarakat. Mereka membantu menyebarkan pengetahuan, pemahaman, dan wawasan kepada masyarakat melalui program pendidikan, dokumenter, atau artikel informatif. Media massa

---

<sup>7</sup>Dedi Kusuma Habibie, "Dwi Fungsi Media Massa," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2018): h.79, <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>.

dapat membantu mendidik masyarakat tentang berbagai topik seperti kesehatan, lingkungan, sains, dan budaya.

3. Fungsi Hiburan: Media massa memberikan berbagai bentuk hiburan kepada masyarakat, seperti program televisi, film, musik, dan konten digital lainnya, yang membantu orang bersantai, menghibur, dan menikmati waktu luang mereka.

4. Fungsi Pengawasan (*Watchdog*): Massa media memainkan peran penting dalam menyatukan tindakan pemerintah, lembaga, dan individu untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas. Massa media dapat mengungkap kasus korupsi, pelanggaran hak asasi manusia, atau ketidakadilan sosial melalui penyelidikan jurnalistik, liputan berita, dan menyebarkan informasi penting. Fungsi ini membantu masyarakat memahami masalah-masalah penting yang dapat mempengaruhi kehidupan mereka.

5. Fungsi Perikat Sosial: Media juga membantu meningkatkan ikatan sosial dalam masyarakat. Media massa dapat membangun identitas kolektif dan rasa persatuan melalui pemberitaan tentang budaya, tradisi, dan peristiwa sosial. Massa media juga memiliki kemampuan untuk mempromosikan nilai-nilai positif, toleransi, dan saling pengertian di antara orang-orang.

6. Fungsi Pemasaran dan Periklanan: Pemasaran dan periklanan dapat dilakukan melalui media. Iklan dibantu oleh media massa untuk mempromosikan barang dan jasa kepada khalayak luas. Fungsi ini mendorong pertumbuhan ekonomi dan membantu komunikasi produsen dan konsumen<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> AK Jailani, Yan Hendra, and Ribut Priadi, "Analisis Implementasi Fungsi Media Massa Pada Harian Serambi Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 2, no. 2 (2020): h.92.

### **g. Karakteristik Media Massa**

1. Meliputi media online, seperti media cetak yang diubah menjadi digital, TV online, dan radio streaming.
2. Informasi pada situs tertentu tidak bersifat formal, sehingga kredibilitas informasi tidak dapat dipertanggungjawabkan.
3. Mudah mencari informasi.
4. Pengguna dapat terhubung secara tidak memungkinkan dengan ruang pribadi.
5. Umpan balik dapat disampaikan secara langsung, misalnya dengan meninggalkan komentar setelah membaca berita.
6. Komunikasi dapat diidentifikasi saat mendaftar untuk mengakses media online, seperti Kompas.com.
7. Khalayak dapat memilih informasi apa yang mereka butuhkan.
8. Interaksi di tempat pribadi, seperti melalui ponsel<sup>9</sup>.

### **h. Pengertian Televisi**

TV masih digunakan sebagai media massa untuk menyebarkan informasi dan menayangkan program yang telah direncanakan. "Televisi" berasal dari kata "tele", yang berarti jauh, dan "visi", yang berarti penglihatan. Prinsip radio mengusahakan segi "jauh"-nya, dan gambar mengusahakan segi "penglihatan"-nya. Tidak mungkin melihat apa pun tanpa gambar. Jika TV memancarkan gambar, penonton dapat menikmati siaran TV. Dan gambar-gambar yang dipancarkan itu adalah gambar-gambar yang bergerak (dalam hal tertentu juga gambar diam, still picture). Dan prinsip dari penggerakan gambar itu adalah film. Para penonton tak mungkin dapat menyaksikan apa-apa pada layar

---

<sup>9</sup> Gushevinalti Gushevinalti, Panji Suminar, and Heri Sunaryanto, "Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media," *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 6, no. 01 (2020): h.93.



pesawat TV-nya, kalau objeknya tidak diambil oleh kamera dengan lensanya. Prinsip kamera TV adalah prinsip kamera film<sup>10</sup>.

Televisi telah menjadi salah satu media hiburan dan informasi yang paling populer di dunia. Televisi memiliki layar yang menampilkan gambar dan speaker yang menghasilkan suara. Televisi telah mengalami banyak perkembangan teknologi dalam beberapa dekade terakhir. Pada awalnya televisi menggunakan tabung sinar katoda (CRT), namun kini digantikan oleh teknologi layar datar seperti LCD, LED, dan OLED yang lebih ringan dan tipis.

Televisi juga telah terhubung dengan sumber daya yang lebih banyak. Selain dapat menerima siaran televisi melalui antena atau kabel, televisi modern juga dapat terhubung ke internet, yang memungkinkan akses ke berbagai layanan streaming seperti Netflix, YouTube, dan lainnya. Beberapa televisi bahkan memiliki fitur pintar yang memungkinkan pengguna menjelajahi internet, mengunduh aplikasi, dan mengakses media sosial secara langsung melalui perangkat mereka.

TV tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga digunakan sebagai sumber informasi. Televisi digunakan untuk pendidikan, menyiarkan berita, acara dokumenter, dan program informatif lainnya untuk memberi tahu orang.

Secara keseluruhan, televisi telah berkembang menjadi salah satu alat yang paling penting dalam kehidupan modern. TV terus berkembang dan menawarkan tontonan pengalaman hiburan

---

<sup>10</sup> Wahyu Ilaihi, "Dakwah Melalui Televisi," *Journal.Iainkudus.Ac.Id* 3, no. 1 (2011): h.7.

dan informasi yang lebih baik. Dunia pertelevisian juga seiring perkembangan teknologi komunikasi.

Sebagai contoh sederhana, pada awal hadirnya televisi di Indonesia, kita biasa menonton televisi hitam putih dengan sistem analog, tetapi sekarang kita dapat menonton program televisi berwarna dengan sistem digital<sup>11</sup>.

#### **i. Jenis Program Televisi**

Jenis program televisi dapat dibedakan berdasarkan format teknis atau isi. Format teknis adalah format umum yang menjadi acuan untuk bentuk program. Jenis program berita termasuk hiburan, drama, olahraga, dan agama. Stasiun televisi adalah sumber dari program acara televisi.

Untuk menarik perhatian penonton televisi, mereka menawarkan berbagai acara. Stasiun TV masing-masing bertahan dengan menyiarkan berbagai program. Salah satunya adalah program infotainment, yang merupakan kategori hiburan televisi<sup>12</sup>.

#### **j. Pengertian Ghibah**

Sebelum mengkaji ghibah lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan definisi ghibah menurut bahasa dan istilah, agar terhindar dari kesalahpahaman dan memperjelas makna ghibah itu sendiri.

- a. Pengertian ghibah menurut bahasa (etimologi) Menurut Luis Ma'luf ghibah berasal dari kata, *إِغْتَابَ* yang berarti mengumpat. Mengumpat sinonimnya adalah menyembunyikan kata-kata dan tidak ditampilkan di depan orang lain.

---

<sup>11</sup>Herry Kuswita, "Mengenal Dasar-Dasar Program Televisi," *Mengenal Dasar-Dasar Program Televisi Jurnal Komunikologi* 6, no. 1 (2009): h.1.

<sup>12</sup>Andi Fachrudin, "Fachrudin: Strategi Program Tayangan Program Infotainment Di Strategi Program Tayangan Infotainment Di Rcti," *Jurnal Visi Komunikasi* 13, No. 01 (2014): H.145.

- b. Pengertian ghibah menurut istilah (terminologi) Definisi ghibah tidak hanya dikemukakan oleh para ulama, melainkan Nabi Muhammad SAW sendiri telah memberikan definisi tersebut.

Menurut Hadits Ghibah didefinisikan sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- قَالَ « أَتَدْرُونَ مَا الْغَيْبَةُ ». قَالُوا اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ. قَالَ « ذِكْرُكَ أَحَاكَ بِمَا يَكْرَهُ ». قِيلَ أَفَرَأَيْتَ إِنْ كَانَ فِي أَخِي مَا أَقُولُ قَالَ « إِنْ كَانَ فِيهِ مَا تَقُولُ فَقَدْ اغْتَابْتَهُ وَإِنْ لَمْ يَكُنْ فِيهِ فَقَدْ بَهْتَهُ »

Artinya:

Dari Abu Hurairah -radhiyallahu'anhu -bahwasanya Rasulullah -shallallahu'alaihiwasallam- bersabda:

“Tahukah kalian apa itu ghibah? mereka (para sahabat) menjawab, “Allah dan Rasul Nya yang lebih tahu”, beliau menjawab: “Ghibah adalah engkau membicarakan saudaramu dengan sesuatu yang ia tidak suka.” Beliau ditanya, “Bagaimana jika apa yang aku bicarakan itu benar adanya.” Beliau menjawab, “jika apa yang engkau bicarakan itu benar maka sungguh engkau telah mengghibahnya, tapi jika tidak benar maka sungguh engkau telah menuduh (menfitnah) nya.”(HR. Muslim 2589)<sup>13</sup>.

Berdasarkan Hadis di atas, Ghibah berarti menyampaikan sesuatu yang terjadi pada seseorang muslim pada saat ia tidak ada. Orang tersebut memang mengalami hal ini, tetapi ia tidak ingin hal tersebut disampaikan<sup>14</sup>.

<sup>13</sup>Membentuk Kepribadian Remaja, “Menghindarkan Perilaku Ghibah Dalam Membentuk Kepribadian Remaja,” *Medikom Jurnal Pendidikan Dan Dakwah* 02, no. 1 (2020): h.51.

<sup>14</sup>Siti Magfiroh, “Rumpi Dan Gosip Dalam Pandangan Islam,” <https://osf.io/preprints/yr39q/>, 2019, h.2.

### k. Macam-Macam Ghibah Yang Dbolehkan

Imam Nawawi dalam Riyadhu As-Shalihin menyatakan bahwa ghibah adalah perbuatan yang dilarang, kecuali diperbolehkan untuk tujuan syara yang tidak mungkin tercapai kecuali dengan ghibah.

#### 1. Ghibah untuk mengadukan kezhaliman (at-tazhallum)

Bagi orang yang dizhalimi dapat mengadukan kezhaliman kepada penguasa, hakim, atau selain pihak yang memiliki otoritas untuk menghapus kezhaliman dan itu diizinkan, dalam Al-Qur'an Allah Swt berfirman pada surah An-Nisa:148:

لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلِمَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا

Artinya:

Allah tidak menyukai perkataan buruk, (yang diucapkan) secara terus terang kecuali oleh orang yang dizalimi. Dan Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.

#### 2. Ghibah untuk meminta tolong (al-isti'anah)

Jika seseorang merasa mampu melakukannya, meminta bantuan untuk mengubah mereka yang berbuat dosa dan mengembalikan mereka yang berbuat maksiat kepada Allah Swt.

#### 3. Ghibah untuk meminta fatwa (istifta')

Seperti seseorang yang meminta fatwa kepada ulama dan ustadz, misalnya saudaraku menzhalimiku seperti ini, maka bagaimana hukumnya bagi diriku maupun saudaraku tersebut. Dalam sebuah Hadis dikisahkan bahwa Hindun binti Utbah (istri

Abu Sufyan) meminta fatwa pada Rasulullah Saw, tentang suaminya<sup>15</sup>.

Dalam konteks hadis yang membahas pengertian ghibah, kata-kata seperti "membuka aib" dan "hal-hal yang tidak disukai" sangat penting untuk diingat. Ini penting karena inilah standar moral yang disebutkan dalam hadis tersebut. Jadi, prinsip moral inilah yang menjadikan hukum ghibah haram dan dosa besar.

### **1. Ghibah dalam Infotainment**

Dalam industri hiburan, informasi yang diberitakan dimaksudkan untuk menghasilkan keuntungan finansial dan rating acara yang tinggi. "Membuka aib" adalah kata ideal dalam hadis ghibah, namun unsur lain "yang tidak disukai" menjadi sedikit berperan.

Meskipun orang-orang yang terlibat dalam masalah terkadang tidak menyukai berita atau informasi tersebut, acara dalam industri hiburan seringkali malah membuat mereka senang. Karena mencari sensasi dalam industri hiburan menjadi normal dan bahkan dapat meningkatkan rating artis tersebut dan menjadi simbiosis mutualisme antara tim penyelenggara dan figur publik yang diberitakan<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Siti Magfiroh, "Rumpi Dan Gosip Dalam Pandangan Islam," <https://osf.io/preprints/yr39q/>, 2019, h.n2..

<sup>16</sup> Layyinatul Sifa, "Ghibah Dalam Entertainment Perspektif Hadis (Aplikasi Teori Double Movement Fazlur Rahman)," *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 7, no. 2 (2019): h.293, <https://doi.org/10.21274/kontem.2019.7.2.282-298>.

## 2. Kerangka Teori

### a. Teori Kultivasi

Kemunculan teori kultivasi dilatar belakangi oleh situasi yang terjadi pada tahun 1960-an di Amerika. Efek media massa pada masa itu khususnya tayangan-tayangan kekerasan di televisi membuat khalayak umum tertarik dikarenakan tayangan pada kala itu cukup tinggi mengandung unsur kekerasan. Dikarenakan banyaknya tayangan kekerasan yang ditampilkn di televisi sehingga membuat kekhawatiran para orang tua, pengkritik televisi dan guru dari dampak tayangan program acara kekerasan. Adanya hubungan antara kekerasan dalam tayangan televisi dengan perilaku yang agresif dan kekerasan masyarakat membuat khalayak umum menduga hubungan tersebut terjadi karena tayangan televisi<sup>17</sup>.

Dugaan ini tidak hanya menjadikan sekedar prasangka atau hanya sekedar dugaan dan membuat penilaian yang hanya berdasarkan perasaan, namun harus dibuktikan. Sehingga membuat pada tahun 1976, presiden Lyndon Johnson membuat Komisi Nasional Penyebab dan Pencegahan Kekerasan dan membuat juga pembentukan Komite Penasihat Ilmiah mengenai televisi dan Perilaku sosial pada tahun 1972. Setelah dibentuk kedua badan tersebut, mereka diberikan tugas yang dimana untuk meneliti ada tidaknya pengaruh media massa, khususnya televisi. Pencetus pertama kali teori kultivasi (*Cultivation Theory*) adalah professor George Gerbner pada saat itu ia menjadi dekan di *Annenberg School : of Communication* di Universitas Pennsylvania Amerika Serikat (AS).

---

<sup>17</sup> Yunita Rizqianthi and Nala Nandana Undiana, "Pengaruh Menonton Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Anak Kelas 4 Di Sdn 3 Gesik," *Cinematology: Jour Nal Anthology of Film and Television Studies*, 2021, h.60.

Tulisan pertama kali yang memperkenalkan teori kultivasi ini adalah *Living with Television: The Violenceprofile, Journal of Communication*. Awalnya, Gerbner hanya melakukan penelitian tentang “Indikator Budaya” dipertengahan tahun 60-an dimana bertujuan untuk mempelajari pengaruh menonton televisi<sup>18</sup>.

Untuk mengawalinya mereka membuat analisis kultivasi, analisis kultivasi merupakan sebuah teori yang dapat memprediksikan serta memaparkan formasi dan pembentukan jangka panjang terhadap persepsi, keyakinan dan pemahaman terhadap dunia yang terjadi apabila mengonsumsi pesan-pesan media.

Pada analisis kultivasi Gebner berpikiran dan mengatakan bahwa komunikasi massa, yang paling sering mengkultivasi keyakinan tertentu mengenai kenyataan yang diyakini sesuatu yang umum oleh orang yang menyukai komunikasi adalah televisi. Gebner juga mengamati bahwa “sebenarnya apa yang kita selalu pikirkan atau kita ketahui itu terkadang hal tersebut sebenarnya tidak pernah mengalaminya secara pribadi, akan tetapi kita mengetahui hal tersebut dari cerita-cerita orang lain”.

Menurut Wood, kata ‘*cultivation*’ adalah proses kumulatif yang dimana televisi dapat membuat sesuatu kepercayaan tentang fakta sosial kepada khalayak umum yang menonton<sup>19</sup>.

Pencipta Teori Kultivasi, George Gebner, mengatakan bahwa televisi merupakan sebuah kekuatan yang dominan didalam kehidupan di zaman modern ini. Argumen ini didasari oleh kenyataan yang mengatakan bahwa televisi sudah menjadaii semacam “anggota

---

<sup>18</sup> Rani Auliawati Rachman, “Mengenal Teori Kultivasi George Gerbner,” *Academia. Edu*,(210120180031), 1976.

<sup>19</sup> Ansar Suherman, “Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi,” in *Sleman : Deepublish* (Deepublish, 2020), h.89.

keluarga baru” yang membuat akses tak terbatas terhadap setiap anggota keluarga itu sendiri. Dalam bahasa yang lebih sensitif bahwa, Gerbner bahkan mengatakan bahwa televisi merupakan agama baru, hal ini dikarenakan menonton tayangan televisi merupakan ritual yang wajib dilakukan seperti ritual keagamaan pergi ke gereja bagi pemeluk kristiani.

Agenda menonton masyarakat hampir menjadi ritual bagi khalayak yang menonton televisi dengan tingkat selektivitas yang rendah. Akibatnya, televisi menyampaikan pesan tentang kehidupan sehari-hari dan bahkan membangun ideologi baru bagi masyarakat. Efek kumulatif televisi, menurut teori kultivasi George Gerbner, membentuk realitas baru berdasarkan citra realitas yang ditampilkan di televisi. Artinya, gambar televisi mengubah cara kita melihat dunia kita. Dengan kata lain, Teori Kultivasi menekankan betapa kuatnya pengaruh televisi terhadap persepsi publik yang menghasilkan konstruksi sosial. George Gerbner tidak senang dengan penelitian penelitian tradisional yang melihat media massa sebagai bagian dari sistem sosial. Tanpa mengesampingkan kebutuhan untuk melakukan studi tentang spesifikasi program, tingkat selektivitas, dan perbedaan-perbedaan antara individu dan kelompok<sup>20</sup>.

#### **b. Pengertian Teori Kultivasi**

Salah satu teori komunikasi massa yang dikenal sebagai teori kultivasi berusaha menjelaskan bagaimana media komunikasi, atau televisi, berhubungan dengan tindak kekerasan. Pada dasarnya, teori ini mengatakan bahwa orang yang menonton televisi mengembangkan kepercayaan yang berlebihan bahwa "dunia itu

---

<sup>20</sup> Nova Yuliati, “Televisi Dan Fenomena Kekerasan Perspektif Teori Kultivasi,” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2005): h. 160-161.



menakutkan". TV juga merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang dapat menyampaikan informasi kepada banyak orang. Dan lebih banyak informasi bernuansa kekerasan digambarkan dalam peristiwa sehari-hari<sup>21</sup>.

Teori Kultivasi adalah suatu pendekatan dalam kajian komunikasi yang mengajukan bahwa paparan yang terus-menerus terhadap pesan media, khususnya melalui. Teori Kultivasi menyatakan bahwa pemirsa yang banyak menonton televisi cenderung mengadopsi pandangan yang sejalan dengan gambaran dunia yang ditampilkan di media. Dengan kata lain, teori ini menunjukkan bahwa media massa dapat memiliki pengaruh lambat dan kumulatif terhadap pemahaman dan interpretasi individu terhadap realitas sosial.

Menurut teori kultivasi, televisi adalah cara utama bagi penonton televisi untuk belajar tentang masyarakat dan kultur di sekitar mereka. TV sangat memengaruhi persepsi masyarakat dan budaya penonton. Ini berarti bahwa penonton belajar tentang dunia, orang, nilai, dan kebiasaan mereka melalui interaksi dengan televisi. Teori kultivasi ini awalnya lebih berfokus pada studi televisi dan audience, terutama tema kekerasan di televisi<sup>22</sup>.

### **c. Asumsi Dasar Teori Kultivasi**

Teori kultivasi mengatakan bahwa jika tiga asumsi dasar dipenuhi, khalayak televisi menciptakan realitas sosial mereka sendiri yang berbeda dengan realitas dunia nyata. Ketiga asumsi dasar teori kultivasi ini adalah bahwa televisi adalah media yang sangat berbeda,

---

<sup>21</sup> Fathul Ulum and Gatut Setiadi, "Peranan Teori Kultivasi Terhadap Perkembangan Komunikasi Massa Di Era Gobalisasi Fathul Ulum 1) , Gatut Setiadi 2) 1)," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2019): h.44.

<sup>22</sup> Alfiah Santi Sahputri, "Pengaruh Film Kartun Shiva Di Antv Terhadap Perilaku Kepribadian Anak Sekolah Dasar Di Kecamatan Kampar Kiri," 2020, h.11.

dan bahwa karena keterbatasannya, televisi membentuk cara orang berpikir dan berinteraksi.

Asumsi dasar teori kultivasi ini adalah bahwa kata "penguatan", "pengembangan", "perkembangan", "penanaman" atau "pereratan". Dengan kata lain, khalayak memiliki kemampuan untuk memperkuat pemahaman mereka tentang realitas sosial melalui terpaan media, terutama televisi dan televisi. Seperti yang ditunjukkan oleh hipotesis dasar analisis kultivasi, "semakin banyak waktu yang dihabiskan seseorang untuk menonton televisi maka semakin semakin mereka menganggap bahwa realitas sosial tersebut sama dengan yang digambarkan televisi."

Untuk mendukung gagasan bahwa penonton menciptakan realitas sosial mereka sendiri melalui realitas yang diperantarai oleh televisi, teori kultivasi mencakup enam asumsi dasar. Enam asumsi dasar adalah sebagai berikut:

1. Televisi adalah media yang unik; Semakin banyak waktu yang dihabiskan seseorang untuk menonton televisi, semakin besar kecenderungan seseorang untuk mengaitkan realitas sosial dengan realitas media.
2. Penonton ringan (penonton ringan) cenderung menggunakan berbagai jenis media dan sumber informasi, termasuk komunikasi bermedia dan sumber informasi pribadi. Sementara penonton berat (penonton berat) cenderung bergantung pada televisi.
3. Penonton menerima pesan televisi secara kolektif karena paparan terus menerus.
4. Televisi membentuk cara orang berpikir dan berinteraksi,
5. Membentuk main streaming dan resonance
6. Dan perkembangan teknologi baru memperkuat pengaruh televisi.

Pemikiran ini banyak digunakan dalam penelitian oleh para peneliti yang ingin mengetahui pengaruh media televisi massa . Secara umum, teori ini menyatakan bahwa tayangan televisi mampu mempengaruhi perilaku penonton, tetapi tayangan televisi juga dipengaruhi oleh banyak faktor. Oleh karena itu, tidak mungkin dikatakan bahwa tayangan televisi tidak sepenuhnya mempengaruhi perilaku khalayak<sup>23</sup>.

#### **d. Ciri-Ciri Teori Kultivasi**

##### 1. Fokus pada pengaruh media massa:

Teori pemikiran fokus pada bagaimana media massa, khususnya televisi, dapat mempengaruhi persepsi dan pemahaman seseorang tentang dunia nyata. Teori ini berpendapat bahwa paparan terus-menerus terhadap konten media massa dapat mempengaruhi pandangan seseorang tentang realitas sosial.

##### 2. Efek kumulatif:

Teori pemikiran berpendapat bahwa efek massa media secara bertahap meningkat seiring waktu dan menjadi lebih kuat seiring waktu. 3. Konstruksi Realitas: Teori pemikiran menyatakan bahwa media massa membangun realitas sosial. Artinya, semakin lama seseorang terpapar konten media massa, semakin besar pengaruhnya terhadap persepsi mereka. Orang yang sering terpapar konten media cenderung menganggap apa yang diberitakan oleh media sebagai kenyataan.

##### 3. Efek perubahan lambat:

---

<sup>23</sup> Program Studi et al., "Mengenal Teori Kultivasi Dalam Ilmu Komunikasi Cultivation Theory in Communication Science," *Jurnal Simbolika* 4, no. 1 (2018): h.44.

Teori pemikiran mengklaim bahwa pengaruh massa media terhadap berbagai kelompok sosial terjadi secara bertahap dan perlahan. Menurut teori ini, pengaruh ini dapat mengubah perspektif individu tentang dunia, nilai, dan norma sosial.

4. Efek umum:

Teori pemikiran mengklaim bahwa meskipun latar belakang dan karakteristik individu mungkin berbeda, paparan yang berkelanjutan terhadap media massa dapat berdampak negatif pada kualitas hidup seseorang.

5. Pengaruh terhadap Sikap dan Keyakinan:

Teori kultivasi berfokus pada dampak media massa terhadap sikap, keyakinan, dan pandangan pribadi terhadap isu-isu sosial, politik, dan budaya. Konten media massa dapat membentuk opini dan sikap individu terhadap topik tertentu.

6. Penekanan pada dunia yang penuh kekerasan:

Teori kultivasi menekankan bahwa konten media massa, terutama konten yang menampilkan kekerasan, dapat memengaruhi persepsi individu terhadap kekerasan dan tingkat risiko di masyarakat.

### **3. Hipotesis Penelitian**

Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian, yaitu hipotesis kerja dan hipotesis nol. Hipotesis kerja atau hipotesis alternatif yang disingkat  $H_a$  yaitu menyatakan adanya hubungan antara variable X dan Variable Y atau adanya perbedaan antara dua kelompok. Sedangkan hipotesis nol atau disingkat  $H_0$  atau disebut juga hipotesis statistis yang bersifat, yaitu diuji dengan perhitungan statistik. Hipotesis nol menyatakan tidak adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Ho:  $r = 0$  (tidak ada pengaruh antara infotainment insert transtv dengan penyebaran berita gibah adalah sama dengan nol).  $<0,05$  itu berarti  $r < 0.05$  Ho diterima.

Ha :  $r \neq 0$  (ada pengaruh antara infotainment insert transtv dengan penyebaran berita gibah adalah sama dengan nol). Itu berarti  $r > 0,05$  Ho ditolak.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metodologi Penelitian

##### 1. Pendekatan/Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah kuantitatif dengan metode lapangan. Pendekatan kuantitatif ini diartikan dapat memandang tingkah laku atau akhlak manusia itu dilakukan dengan diramal dan realitas sosial, objektif dan dapat diukur. Oleh karena itu penggunaan penelitian kuantitatif dengan instrumen yang valid dan benar-benar sesuai serta reliabel dalam analisis yang sesuai dan tepat. Hal ini dapat menyebabkan hasil penelitian yang dicapai tidak menyimpang dan sesuai terhadap apa yang kita kerjakan dari kondisi yang sesungguhnya. Dapat disimpulkan bahwa suatu pendekatan kuantitatif adalah apabila data yang di kumpulkan berupa data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat di kuantitatifkan dan diolah dengan menggunakan teknik statistik.

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Andi Fitriani Djollong, "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif," *Istiqra'*: *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 2, no. 1 (2014): h.86.

Untuk menjawab dan mengetahui serta membuktikan tujuan peneliti dengan cara mengetahui pengaruh infotainment insert transtv pada penyebaran berita ghibah di Desa Sungai Pinang Komplek Taman Beringin Patra. Menggunakan penelitian yang bersifat verikatif dengan menggunakan data yang diperoleh dari hasil observasi dari lapangan dan penyebaran kuisisioner kepada responden yang akan membantu dalam sebuah penelitian ini.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Angket**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penyebaran kuisisioner atau angket secara langsung dengan menyebarkan kuisisioner atau angket kepada sasaran penelitian. Sasaran penelitian ini langsung dilakukan kepada orang yang menonton tayangan infotainment insert transtv di Komplek Taman Beringin Patra Sungai Pinang dan disebarkan secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner secara likert<sup>2</sup>

Skala likert dapat dijelaskan merupakan sebuah tindakan atau kegiatan pembobotan untuk setiap jawaban dari pertanyaan yang di jawab oleh responden dengan menggunakan bobot skor. Manfaat menggunakannya untuk mempermudah dalam mengukur suatu sikap, pendapat serta argumen setiap orang dan cara pandangan terhadap objek dan fenomena tertentu . Skala ini menyatakan bahwa adanya pernyataan yang berisikan positif dan negatif.

---

<sup>2</sup> Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (Elex Media Komputindo, 2019)h.27.

Dalam konteks ini sebuah pernyataan di jelaskan dalam skor yang menunjukkan bahwa sebuah hasil dan nilainya dijelaskan 5, 4, 3, 2, dan 1. Jawaban skor ini terdiri dalam pernyataan yang menjelaskan hasilnya sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju<sup>3</sup>.

SS = Sangat setuju (5)

S = Setuju (4)

RG = Ragu-Ragu (3)

TS = Tidak setuju (2)

STS = Sangat tidak setuju (1)

### **3. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi dalam penelitian ini adalah Warga di Desa Sungai Pinang Komplek Taman Beringin Patra Kabupaten Banyuasin, Kecamatan Rambutan, sasaran dimana warga yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 283 orang. akan tetapi yang memiliki usia 18-55 tahun berjumlah 100 orang sehingga populasi yang diambil berjumlah 100 orang perempuan yang memiliki rentan usia 18-59 tahun.

---

<sup>3</sup> Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (Elex Media Komputindo, 2019), h. 6.



## b. Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling tepatnya *accidental sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam penelitian, oleh karena itu agar sampel yang diambil dapat perwakilan dan mewakili populasi, maka jumlah sampel harus diketahui, untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus slovin<sup>4</sup>.

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

Diketahui :

N : 100 orang

e : 0,05 = 5 %

sehingga,

$$\begin{aligned} N &= 100 / (1 + 100 \cdot (0,05)^2) \\ &= 100 / (1 + 100(0,0025)) \\ &= 100 / (1 + 100 \cdot 25 / 10000) \\ &= 100 / (1 + 0,25) \\ &= 80 \end{aligned}$$

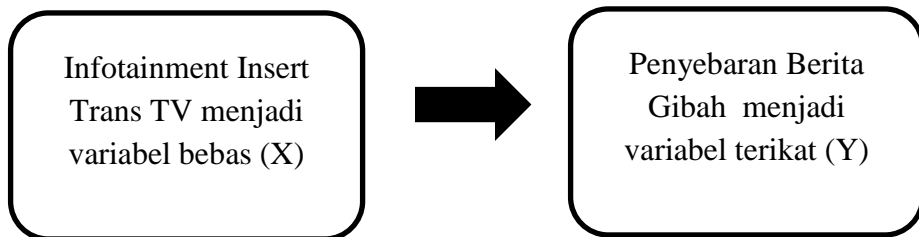
Maka yang menjadi sampel penelitian ini ditetapkan menjadi 80 orang berjenis kelamin perempuan atau 5% dari jumlah populasi dengan ketentuan usia 18-59 tahun di Desa Sungai Pinang Komplek Taman Beringin Patra.

---

<sup>4</sup>Moch Irzad and Aditya Imran, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar," *Jurnal Ilmu Manajemen Profability* 2, no. 1 (2018): h. 52.

#### 4. Variabel Penelitian

Peneliti dapat menjelaskan bahwa variabel adalah suatu karakteristik dari objek, individu atau suatu kejadian yang berbeda yang dapat kita jumpai pada objek, individu atau kejadian tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). dalam penelitian ini, Infotainment Insert Trans TV menjadi variabel bebas (X) dan Penyebaran Berita Gibah menjadi variabel terikat (Y).



#### 5. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah Desa Sungai Pinang Komplek Taman Beringin Patra Kabupaten Banyuasin, Kecamatan Rambutan Provinsi Sumatera Selatan.

#### 6. Subjek Penelitian

Penelitian ini memiliki subjek yaitu perempuan yang berusia 18 – 59 tahun. Komplek Taman Beringin Patra memiliki jumlah warga yang berjenis kelamin perempuan ada 283 orang dan yang memenuhi kriteria berusia 18-59 tahun terdapat 100 orang. Sehingga subjek penelitian ini adalah 100 orang perempuan yang berusia 18-59 tahun.

## 7. Uji Validitas dan Reabilitas Data

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan di mana-mana. Alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti<sup>5</sup>. Suatu alat ukur yang valid, tidak hanya sekedar mampu membuktikan data dengan benar namun juga harus mampu memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Validasi ini dimaksudkan untuk menggabungkan sejauh mana instrumen (misalnya kuisioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas ini juga digunakan untuk mengukur benar atau tidaknya sebuah kuisioner. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini untuk uji validitas yaitu rumus produk momen<sup>6</sup>.

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

### Keterangan:

**r= Angka korelasi momen produk person**

**$\sum X$ = Jumlah X**

**$\sum Y$ = Jumlah Y**

**$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara X dan Y**

**N= Jumlah data**

---

<sup>5</sup> Aries Veronica et al., "Metodologi Penelitian Kuantitatif," in *CV Bayfa Cendikia Indonesia* (Get Press, 2022), h. 79.

<sup>6</sup> S Siregar, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17/Syofian Siregar" h. 46.

## 8. Teknik Analisis Data

Pada teknik analisis data, peneliti menggunakan uji regresi linear sederhana. Dimana dilakukan uji asumsi dasar yang terdiri dari, uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Lalu dilanjutkan uji linearitas, homogenitas. Dan kemudian uji Analisis Regresi Linear Sederhana. Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, lalu dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan dilanjutkan dengan uji determinasi<sup>7</sup>.

### a. Uji Asumsi Dasar

Peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi dasar sebelum melakukan uji hipotesis. Uji asumsi dasar ini dilakukan untuk memastikan apakah data dapat dilakukan uji statistik parametrik ataukah non parametrik. Syarat uji statistik parametrik adalah data berdistribusi normal dan hubungan kedua variabel linier. Yang terdiri dari uji normalitas, linearitas dan homogenitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data normal atau tidak normal (Siregar, 2017)<sup>8</sup>. Uji normalitas yang digunakan adalah teknik Kolmogorov-Smirnov, dengan dasar pengambilan keputusan variabel dikatakan memiliki

---

<sup>7</sup>Zulaika Matondang and Hamni Fadlilah Nasution, "Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS," in *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Merdeka Kreasi Group, 2022), h.67.

<sup>8</sup>Agnes Wahyu Handoyo, "Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tirta Rejeki Dewata," *Agora* 5, no. 1 (2017).

persebaran data normal apabila nilai sig lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya.

## 2. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan dua variabel penelitian memiliki hubungan linier atau tidak linier (Siregar, 2017)<sup>9</sup>. Uji linearitas juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain<sup>10</sup>. Uji linieritas penelitian ini menggunakan teknik Test for linierity. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai linierity kurang dari 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang linier dan sebaliknya. Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai sig = 0,000 (sig < 0,05), artinya data memiliki hubungan yang linier.

## 3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis independent sample t test dan Anova. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (Anova) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Uji kesamaan dua varians digunakan untuk menguji apakah sebaran data tersebut homogen atau tidak, yaitu dengan membandingkan kedua variansnya. Jika dua kelompok data atau lebih mempunyai varian yang sama besarnya, maka uji homogenitas tidak perlu dilakukan lagi karena datanya sudah dianggap homogen.

---

<sup>9</sup>Astrid Oktaria Audra Siregar and Erin Ratna Kustanti, "Hubungan Antara Gelar Budaya Dengan Penyesuaian Diri Pada Mahasiswa Bersuku Minang Di Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati* 7, no. 2 (2020): 474–90.

<sup>10</sup>Juliansyah Noor, "Metode Penelitian," *Jakarta: Kencana*, 2011, h.179.

Uji homogenitas dapat dilakukan apabila kelompok data tersebut dalam distribusi normal. Uji homogenitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa perbedaan yang terjadi pada uji statistik parametrik (misalnya uji t, Anava, Anacova ) benar-benar terjadi akibat adanya perbedaan antar kelompok, bukan sebagai akibat perbedaan dalam kelompok<sup>11</sup>.

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka distribusi data adalah homogen.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka distribusi data adalah tidak homogen.

#### **b. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Rumus yang di gunakan dalam analisis data yaitu regresi linier sederhana, analisis regresi linier sederhana merupakan analisis terhadap suatu variabel yang independen (Infotainment Insert Transtv ) serta suatu variabel dependen (Penyebaran Berita Ghibah). Jadi analisis regresi ini di gunakan untuk mengetahui perubahan variabel terkait (dependen) akibat perubahan variabel bebas (independen).

Persamaan regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX + e$$

**Y = Variabel terkait**

**a = Konstanta (persamaan Y jika X = 0)**

**b = Koef regresi (besarnya perubahan Y akibat perubahan X)**

**X = Variabel bebas**

**e = Kesalahan (error)**

---

<sup>11</sup>Usmadi Usmadi, "Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas)," *Inovasi Pendidikan* 7, no. 1 (2020): h.51, <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>.

### c. Uji Parsial / uji t

Uji t ini digunakan untuk menguji signifikansi hubungan variabel X dan Y, apakah variabel X ( Infotainment Insert Trans TV ) tersebut benar-benar berpengaruh pada variabel Y (Penyebaran Berita Ghibah). Untuk mengetahui masing-masing dari sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap suatu variabel terikat, dalam hal ini apakah koefisien regresi variabel bebas memiliki pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Pengambilan keputusan dalam uji t mengacu pada dua keputusan,

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , artinya variabel X berpengaruh terhadap Variabel Y.
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai t hitung  $> t_{tabel}$  artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai t hitung  $< t_{tabel}$  artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

### d. Uji Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup> )

Uji ini merupakan sebuah konteks uji yang menjelaskan besar variasi dalam variabel angka yang akan mengalami sebuah perubahan dari variabel bebas itu sendiri. Sehingga dapat melihat berapa jumlah nilai angka koefisien dari determinasi itu sendiri yang dijelaskan. Peneliti berhak untuk menjelaskan manfaat dan kegunaan dari model regresi dalam menduga variabel satu sama lain serta semakin besar nilai R<sup>2</sup> maka semakin jelas dan bagus.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **a. Desa Sungai Pinang**

Sungai Pinang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin, Sumatra Selatan, Indonesia. Desa Sungai Pinang memiliki luas wilayah 1534,81 km<sup>2</sup>. Desa ini dihuni sebanyak 8231 jiwa. Sebanyak 857 orang rata-rata bermata pencarian sebagai petani. Desa Sungai Pinang memiliki 3 PAUD Swasta, 1 TK Swasta, 2 Sekolah Dasar Negeri, 1 Swasta 1 SMP Swasta, 1 Puskesmas Pembantu, dan terdapat 12 Masjid dan 4 Langgar. Desa sungai Pinang merupakan desa terpadat yang ada di Kecamatan Rambutan. Dikarenakan Desa ini memiliki lokasi yang strategis akses ke jalan dekat dengan Ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan, Kota Palembang (berbatasan dengan Jakabaring) sehingga desa ini menjadi pilihan tempat tinggal warga pendatang.

##### **b. Komplek Taman Beringin Patra**

Komplek Taman Beringin Patra terletak di Jalan Kapten Robani Kadir, Sungai Pinang, Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. . Wilayah ini terletak di dekat daerah Plaju. Wilayah ini juga memiliki akses yang mudah untuk ke jalan tol Palembang – Prabumulih. Wilayah perumahan ini memiliki fasilitas : Masjid, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Pesantren dan Pasar Tradisional yang buka setiap hari. Wilayah perumahan ini juga memiliki jalan yang teratur. Komplek Taman Beringin Patra memiliki



ketua RT yang bernama Sobirin. Penduduk Taman Beringin Patra terdiri dari beragam kelompok, termasuk keluarga dengan anak-anak, pasangan muda, dan individu yang tinggal sendiri. Mereka berasal dari berbagai latar belakang, sosial-ekonomi dan memiliki tingkat pendidikan yang beragam. Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak Iman Sobri selaku Ketua RT Komplek Taman Beringin Patra berjumlah 523 jiwa.

### **Jumlah Penduduk Komplek Taman Beringin Patra**

**Tabel 4.1**

<b>No</b>	<b>Kategori</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Bayi	0-11 bulan	Perempuan	6 orang
			Laki-Laki	3 orang
2.	Anak-Anak	1-12 tahun	Perempuan	44 orang
			Laki-Laki	21 orang
3.	Remaja	10-17 tahun	Perempuan	110 orang
			Laki-Laki	66 orang
4.	Dewasa	18-59 tahun	Perempuan	100 orang
			Laki-Laki	123 orang
5.	Lanjut Usia	60-69 tahun	Perempuan	23 orang
			Laki-Laki	27 orang

**Sumber : Ketua RT Komplek Taman Beringin Patra**

## B. Hasil Riset Penelitian

### 1. Uji Validitas Data

Uji validitas data penelitian ini di lakukan terhadap seluruh daftar pertanyaanyan yang ada di instrumen penelitian, dengan cara menghubungkan setiap poin dari setiap butir pertanyaan dengan poin total pada tiap konstruk. Tehnik yang di gunakan dalam uji validitas data ini yaitu momen produk person (*product moment pearson*) serta penghitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS versi 23. Dengan menggunakan taraf signifikasi 5% dengan  $N= 80$   $df= N-2$  dan  $p = 0,05$ , maka nilai  $r_{tabel}$  adalah  $80-2 = 78$ , sehingga nilai  $r_{tabel} = 0,219$ .

**Tabel 4.2**

#### Hasil Uji Validitas Variabel X (Infotainment Insert Trans TV

<b>X</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Ket</b>
X1	0,425	0,219	Valid
X2	0,593	0,219	Valid
X3	0,541	0,219	Valid
X4	0,462	0,219	Valid
X5	0,596	0,219	Valid
X6	0,428	0,219	Valid
X7	0,443	0,219	Valid
X8	0,495	0,219	Valid
X9	0,499	0,219	Valid
X10	0,484	0,219	Valid

**Sumber : Angket Penelitian**

Setelah dilakukan percobaan didapatkan hasil uji validitas dari 10 pernyataan kuesioner variabel infotainment (X) hasil uji validitas tersebut semua pernyataan valid. Pernyataan dalam angket dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar di dibandingkan  $r_{tabel}$ , dan untuk selanjutnya semua pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel infotainment (X).

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y (Berita Ghibah)**

<b>Y</b>	<b><math>R_{hitung}</math></b>	<b><math>R_{tabel}</math></b>	<b>Ket</b>
Y1	0,338	0,219	Valid
Y2	0,378	0,219	Valid
Y3	0,602	0,219	Valid
Y4	0,478	0,219	Valid
Y5	0,422	0,219	Valid
Y	0,485	0,219	Valid
Y7	0,607	0,219	Valid
Y8	0,649	0,219	Valid
Y9	0,591	0,219	Valid
Y10	0,614	0,219	Valid
Y11	0,492	0,219	Valid
Y12	0,343	0,219	Valid
Y13	0,650	0,219	Valid
Y14	0,516	0,219	Valid
Y15	0,561	0,219	Valid

**Sumber : Angket Penelitian**

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa setelah dilakukan percobaan maka didapatkan hasil uji validitas dari 15 pernyataan kuesioner variabel Berita Ghibah (Y) hasil uji validitas tersebut semua pernyataan valid. Pernyataan dalam angket dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar di bandingkan  $r_{tabel}$ , dan untuk selanjutnya semua pernyataan dapat digunakan untuk mengukur variabel Berita Ghibah (Y).

## 2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas penelitian ini di lakukan menggunakan uji *Cronbach Alpha* guna menguji tingkat *reliability* atau kehandalan dari setiap kuisioner variabel. Apabila suatu pengukuran lebih atau sama dengan 0.60, maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Infotainment Insert Transtv	0,660	Reliabel
2	Berita Ghibah	0,807	Reliabel

**Sumber : Angket Penelitian**

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa Infotainment Insert Transtv (X) sebesar 0,660 ( $>0,60$ ), dan Berita Ghibah (Y) sebesar 0,807 ( $<0,60$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item atau instrumen penelitian ini reliable karena nilai *Crobach's Alpha* lebih besar dari nilai koefisien alpha 0,60.

### 3. Identitas Subjek Penelitian

**Tabel 4.5**

No	Usia Responden	Keterangan
1	18-30 Tahun	39 Orang
2	31-59 Tahun	41 Orang

Usia responden yang mengisi angket penelitian berusia 18 sampai 59 tahun yang dimana usia tersebut ialah remaja dan ibu-ibu yang ada di Komplek Taman Beringin Patra.

### 4. Deskripsi Variabel Infotainment Insert Transtv

#### a. Deskripsi Infotainment

Deskripsi Infotainment merupakan informasi yang memberikan hiburan (X). Variabel (X) merupakan variabel yang menyebabkan munculnya perubahan pada variabel Y (dependen). Berdasarkan teori komunikasi massa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kultivasi (*Cultivation Theory*) jadi Pernyataan pada variabel X menggunakan pilihan jawaban skala likert 1-5. Maka dari itu indikator dari variabel Infotainment terdiri dari frekuensi, durasi dan orientasi, setiap jawaban pertanyaan responden berhubungan dengan infotainment Insert Trans TV.

**Tabel 4.6 Pernyataan Pertama**

Saya mengetahui infotainment Insert Trans TV

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	22	27,5
Setuju	54	67,5
Ragu-Ragu	3	3,8
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 54 responden menjawab setuju, sehingga 67,5% responden mengetahui tentang Insert Trans TV.

**Tabel 4.7 Pernyataan Kedua**

Saya menonton infotainment Insert Trans TV setiap hari

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	22	27,5
Setuju	44	55
Ragu-Ragu	13	16,3
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 44 responden menjawab setuju, sehingga 55% responden menonton Insert Trans TV setiap hari.

**Tabel 4.8 Pernyataan Ketiga**

Saya menyukai program infotainment Insert Trans TV

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	30	37,5
Setuju	47	58,8
Ragu-Ragu	3	3,8
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 47 responden menjawab setuju, sehingga 58,8% responden menyukai program insert transtv.

**Tabel 4.9 Pernyataan Keempat**

Saya setuju dengan berita yang ada di infotainment Insert Trans TV

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	35	43,8
Setuju	40	50
Ragu-Ragu	5	6,3
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 40 responden menjawab setuju, sehingga 50%

responden setuju berita yang ditayangkan di insert transtv.

**Tabel 4.10 Pernyataan Kelima**

Saya selalu menantikan tayangan program Insert sebelum siaran dimulai

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	30	37,5
Setuju	40	50
Ragu-Ragu	10	12,5
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 40 responden menjawab setuju, sehingga 50% responden menantikan tayangan insert transtv.

**Tabel 4.11 Pernyataan Keenam**

Saya selalu menonton program Insert Trans TV sampai selesai

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	28	35
Setuju	45	56,3
Ragu-Ragu	6	7,5
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 45 responden menjawab setuju, sehingga 56,3% responden selalu menonton insert transtv.



**Tabel 4.12 Pernyataan Ketujuh**

Saya menonton Insert karena ada aktris/aktor yang saya gemari

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	32	40
Setuju	44	55
Ragu-Ragu	4	5
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 44 responden menjawab setuju, sehingga 55% responden menonton insert transtv karena ada artis yang digemari.

**Tabel 4.13 Pernyataan Kedelapan**

Saya lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton infotainment Insert Trans TV

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	22	27,5
Setuju	48	60
Ragu-Ragu	10	12,5
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 48 responden menjawab setuju, sehingga 60% responden banyak menghabiskan waktu menonton

insert transtv.

**Tabel 4.14 Pernyataan Kesembilan**

Saya menyukai infotainment Insert tentang kehidupan artis dibandingkan prestasi.

Kognitif	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	32	40
Setuju	41	51,2
Ragu-Ragu	7	8,8
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 41 responden menjawab setuju, sehingga 52% responden lebih menyukai tentang kehidupan pribadi artis dibandingkan prestasi.

**Tabel 4.15 Pernyataan Kesepuluh**

Saya merasa senang setelah menonton Insert Trans TV

Kognitif	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	37,5
Setuju	42	52,5
Ragu-Ragu	5	6,3
Tidak Setuju	3	3,8
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 42 responden menjawab setuju,

sehingga 52,2% responden merasa senang setelah menonton insert transtv.

b. Deskripsi Penyebaran Berita Ghibah

Deskripsi Penyebaran berita ghibah adalah berita ghibah yang tersebar setelah menonton insert transtv di kompleks taman beringin patra (Y). Variabel dependen (Y) muncul karena variabel independen. Pernyataan pada variabel Y menggunakan pilihan jawaban dengan skala likert 1-5.

Berdasarkan teori yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu teori kultivasi sehingga indikator untuk variabel penyebaran berita ghibah yaitu fokus, pola pikir, *main streaming*, persepsi dan berita ghibah. Berikut ini adalah penjelasan dari setiap jawaban aspek responden yang berhubungan dengan penyebaran berita ghibah.

**Tabel 4.16 Pernyataan Pertama**

Saya sangat menyukai infotainment Insert Trans TV

Kognitif	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	29	36,3
Setuju	46	57,5
Ragu-Ragu	4	5
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 46 responden menjawab setuju, sehingga 57,5% responden menyukai insert transtv.

**Tabel 4.17**  
**Pernyataan Kedua**

Saya selalu meluangkan waktu untuk menonton infotainment insert tentang selebriti

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	22	27,5
Setuju	48	60
Ragu-Ragu	9	11,3
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 48 responden menjawab setuju, sehingga 60% responden meluangkan waktu untuk menonton insert transtv.

**Tabel 4.18 Pernyataan Ketiga**

Saya tertarik menonton infotainment Insert karena ada berita perselingkuhan dan perceraian para selebriti

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	31	38,8
Setuju	36	45
Ragu-Ragu	11	13,8
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat

dijelaskan dari hasilnya yakni 36 responden menjawab setuju, sehingga 45% responden tertarik menonton insert karena ada berita perselingkuhan dan perceraian artis.

**Tabel 4.19 Pernyataan Keempat**

Saya tertarik menonton infotainment Insert Trans TV karena dapat mengetahui keadaan artis sedang baik-baik saja/tidak

Kognitif	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	28	35
Setuju	46	57,5
Ragu-Ragu	5	6,3
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 46 responden menjawab setuju, sehingga 57,5% responden tertarik menonton insert karena dapat mengetahui kabar artis yang mereka gemari.

**Tabel 4.20 Pernyataan Kelima**

Saya menyukai infotainment Insert karena membahas tentang kehidupan selebriti.

Kognitif	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	32	40
Setuju	43	53,8
Ragu-Ragu	5	6,3
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu

Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 43 responden menjawab setuju, sehingga 53,8% responden menyukai insert karena berita tentang kehidupan pribadi artis.

**Tabel 4.21 Pernyataan Keenam**

Konten insert yang membicarakan orang lain membuat saya merasa terhibur

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	33	41,3
Setuju	36	45
Ragu-Ragu	9	11,3
Tidak Setuju	2	2,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 36 responden menjawab setuju, sehingga 45% responden merasa terhibur setelah menonton insert karena berita yang membicarakan orang lain.

**Tabel 4.22 Pernyataan Ketujuh**

Saya lebih tertarik menonton skandal selebriti yang ditayangkan di Insert dibandingkan menonton prestasi yang diraih oleh selebriti

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	25	31,3
Setuju	43	53,8
Ragu-Ragu	9	11,3
Tidak Setuju	3	3,8
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

### Sumber : Angket Penelitian

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 43 responden menjawab setuju, sehingga 53,8% responden lebih menyukai berita skandal artis.

**Tabel 4.23 Pernyataan Kedelapan**

Program Insert memperkuat gosip negatif sehingga merujuk untuk membicarakan oranglain

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	30	37,5
Setuju	39	48,8
Ragu-Ragu	9	11,3
Tidak Setuju	2	2,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

### Sumber : Angket Penelitian

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan hasil tanggapan responden serta dapat dijelaskan yakni 30 responden menjawab setuju, sehingga 37,5% menurut responden insert dapat memperkuat gosip sehingga merujuk untuk membicarakan orang lain.

**Tabel 4.24 Pernyataan Kesembilan**

Host (Pembawa Acara) Insert terkadang mengajak pemirsa yang menonton untuk membicarakan orang lain

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	30	37,5
Setuju	37	46,3
Ragu-Ragu	10	12,5
Tidak Setuju	3	3,8
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan hasil tanggapan responden dijelaskan dari hasilnya yakni 37 responden menjawab setuju, sehingga 46,5% responden menganggap host insert mengajak penonton untuk membicarakan orang lain.

**Tabel 4.25 Pernyataan Kesepuluh**

Setelah menonton Insert saya merasa ingin mengajak orang untuk membicarakan orang lain

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	27	33,8
Setuju	40	50
Ragu-Ragu	12	15
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden



serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 40 responden menjawab setuju, sehingga 50% responden setelah menonton insert mereka ingin membicarakan orang lain.

**Tabel 4.26 Pernyataan Kesebelas**

Saya suka duduk dan berkumpul bersama teman-teman saya menceritakan berita yang ada di infotainment Insert

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	31	38,8
Setuju	43	53,8
Ragu-Ragu	5	6,3
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 43 responden menjawab setuju, sehingga 53,8% responden suka duduk berkumpul menceritakan berita yang ada di insert.

**Tabel 4.27 Pernyataan Keduabelas**

Saya setuju bahwa artis sering kawin-cerai  
akibat banyaknya berita yang ditayangkan di infotainment Insert

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	40	50
Setuju	34	42,5
Ragu-Ragu	6	7,5
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 34 responden menjawab setuju, sehingga 42,5% responden setuju bahwa artis sering kawin cerai karena banyaknya pemberitaan di insert.

**Tabel 4.28 Pernyataan Ketigabelas**

Saya setuju bahwa artis sering memamerkan harta di infotainment Insert

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	39	48,8
Setuju	35	43,8
Ragu-Ragu	5	6,3
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 35 responden menjawab setuju,

sehingga 43,8% responden setuju bahwa artis sering memamerkan kekayaan karena banyaknya pemberitaan tentang tersebut di insert.

**Tabel 4.29 Pernyataan Keempat belas**

Saya setuju bahwa artis sering membuat konten tentang anaknya untuk mendapatkan uang

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	33	41,3
Setuju	37	46,3
Ragu-Ragu	9	11,3
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 37 responden menjawab setuju, sehingga 46,3% responden setuju artis sering membuat konten anaknya untuk mendapatkan uang dikarenakan banyaknya pemberitaan di Insert.

**Tabel 4.30  
Pernyataan Kelima belas**

Infotainment Insert sering melanggar privasi selebriti

<b>Kognitif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	33	41,3
Setuju	38	47,5
Ragu-Ragu	7	8,8
Tidak Setuju	2	2,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	80	100

**Sumber : Angket Penelitian**

Pada tabel secara keseluruhan setelah peneliti melakukan uji instrumen penelitian yang dilakukan pada remaja dan ibu-ibu

Komplek Taman Beringin Patra terkait Infotainment Insert peneliti mendapatkan sebuah hasil tanggapan dari responden serta dapat dijelaskan dari hasilnya yakni 38 responden menjawab setuju, sehingga 47,5% responden menganggap insert sering melanggar privasi artis.

## **5. Uji Asumsi Dasar**

### **a. Uji Normalitas**

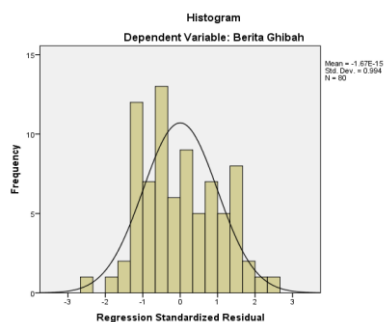
Uji normalitas dijelaskan bahwa dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas yang sering disebut *Kolmogorov- Smirnof*. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Dengan nilai signifikansi 0,05 atau 5% apabila nilai Sig (2-tailed) atas nilai signifikansi 0,05 maka variabel residual berdistribusi normal.<sup>46</sup> Untuk mengetahui apakah variabel berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika Sig (2-tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal
- Jika Sig (2-tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Gambar 4.1

Gambar Histogram Uji Normalitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa grafik histogram dikatakan berdistribusi normal karena distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*) dan tidak condong ke kiri atau tidak condong ke kanan.

Tabel 4.31

Hasil Uji Normalitas *Kolmogrov Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.86893158
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.077
	Positive	.053
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Angket Penelitian

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan (2-tailed) adalah  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### b. Uji Homogenitas

Peneliti menggunakan uji homogenitas untuk mengetahui bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki varian yang sama (homogen) dan masih didalam satu kesatuan yang sama.

**Tabel 4.32**

#### **Hasil Uji Homogenitas**

Infotainment Insert Transtv

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.023	16	57	.447

**Sumber : Angket Penelitian**

Hasil dari uji homogenitas adalah nilai signifikansi 0,447 yang berarti bahwa nilai  $>$  dari 0,05, maka distribusi data dikatakan homogen dan masih didalam satu kesatuan yang sama.

### c. Uji Linearitas

Peneliti menggunakan uji linearitas untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai Sig. deviation from linearity  $>$  0,05, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai Sig. deviation from linearity  $<$  0,05, maka tidak terdapat hubungan

yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji Linearitas**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penyeba ran Berita Ghibah * Infotain ment Insert transtv	Between	(Combined)	698.460	14	49.890	1.963	.035
	Groups	Linearity	477.374	1	477.374	18.786	.000
		Deviation from Linearity	221.086	13	17.007	.669	.785
	Within Groups		1651.727	65	25.411		
	Total		2350.187	79			

**Sumber : Angket Penelitian**

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai Sig.deviation from linearity sebesar  $0,785 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Infotainment Insert Transtv dengan Penyebaran Berita Ghibah.

## 6. Uji Regresi Linear Sederhana

Peneliti menggunakan uji regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.34**  
**Hasil Koefisien Konstanta**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.690	7.449		4.120	.000
Infotainment Insert	.778	.175	.451	4.459	.000

a. Dependent Variable: Penyebaran Berita Ghibah

**Sumber : Angket Penelitian**

Dari hasil tersebut diketahui nilai constant (a) sebesar 30,690 sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,778. Sehingga persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 30,690 + 0,778X$$

Dimana Y = Penyebaran Berita Ghibah

X = Infotainment Insert Transtv

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear sederhana di atas dapat diartikan koefisien regresi untuk konstan sebesar 30,690 menunjukkan bahwa jika variabel Infotainment Insert Transtv bernilai nol atau tetap maka Penyebaran Berita Ghibah sebesar 30,690 atau sebesar 30%.

Variabel Infotainment Insert Transtv 0,778 menunjukkan bahwa variabel Infotainment Insert Transtv meningkat satu satuan maka akan meningkatkan Penyebaran Berita Ghibah sebesar 0,778 atau sebesar 77%. Sehingga menjadi regresi linear karena saling berhubungan antara satu kesatuan dan berdistribusi normal dan



homogen.

## 7. Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 4.35**

**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.690	7.449		4.120	.000
Infotainment Insert	.778	.175	.451	4.459	.000

a. Dependent Variable: Penyebaran Berita Ghibah

### Sumber : Angket Penelitian

Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel Independen (X) terhadap variabel Dependen (Y). dimana pengambilan keputusan dapat dilihat jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya varibael X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Hasil penelian menunjukkan bahwa nilai signikansi untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4.459 > t_{tabel} 1.990$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh Infotainment Insert Transtv (X) terhadap Penyebaran Berita Ghibah (Y).

## 8. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Peneliti menggunakan uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat tingkat kesalahan perhitungan hubungan antara variabel X dan Y.

**Tabel 4.36**

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 <sup>a</sup>	.203	.193	4.90004

a. Predictors: (Constant), Infotainment Insert Transtv

#### Sumber : Angket Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya nilai kolerasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,451. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,203 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (Infotainment Insert Transtv) terhadap variabel terikat (Penyebaran Berita Ghibah) adalah sebesar 20.3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

## C. Pembahasan

Infotainment Insert Transtv merupakan salah satu tayangan yang memberikan hiburan dan informasi. Untuk mengetahui mengenai Pengaruh Infotainment Insert Transtv terhadap Penyebaran Berita Ghibah di Komplek Taman Beringin Patra, Penulis menggunakan teori Kultivasi. Menurut teori Kultivasi efek media massa tidak secara langsung menerpa khalayak teori ini memprediksikan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pemahaman, dan keyakinan jangka panjang tentang dunia sebagai hasil dari mengkonsumsi isi media.

Hubungan antara teori Kultivasi terhadap infotainment insert yaitu bahwa akibat mengkonsumsi isi media berupa infotainment dalam jangka waktu yang panjang maka audience dapat membentuk persepsi, pemahaman, dan keyakinan mereka masing-masing terhadap program tersebut. Dari uraian diatas peneliti mendapatkan hasil dari variabel infotainment insert transtv (X) dan variabel penyebaran berita ghibah (Y).

Dari hasil penyebaran angket kepada responden, diperoleh hasil bahwa infotainment insert transtv memiliki pengaruh terhadap penyebaran berita ghibah di Komplek Taman Beringin Patra. Hal ini dikarenakan infotainment sering kali menayangkan dan memberitakan mengenai hal-hal yang dirasa tidak perlu di publikasikan, seperti perceraian, perselingkuhan para artis dan sebagainya. Melihat insert transtv terdapat 4 program yang dapat membuat banyaknya minat para penonton. Responden lebih menyukai berita yang mengandung unsur ghibah dibandingkan dengan prestasi ataupun hiburan yang lainnya dikarenakan mereka lebih terhibur dengan konten-konten yang sering membicarakan orang lain.

Dari hasil penelitian bahwa, masyarakat Komplek Taman Beringin Patra banyak yang menyukai program infotainment insert, dan mereka juga beranggapan bahwa berita-berita yang ada di infotainment insert dapat memperkuat gosip negatif sehingga merujuk untuk membicarakan orang lain dan juga terkadang Host infotainment insert mengajak pemirsa yang menonton untuk membicarakan orang lain. Dari hasil penyebaran angket juga ditemukan bahwa banyak responden yang sering duduk bersantai bersama teman-teman hanya

untuk membahas atau menceritakan orang lain akibat menonton tayangan insert transtv.

Infotainment Insert Transtv memberikan pengaruh terhadap penyebaran berita ghibah di Komplek Taman Beringin Patra. Pengaruh ini membuat masyarakat yang menonton Insert Transtv punya keinginan membicarakan orang lain setelah menonton Insert Transtv. Infotainment Insert Transtv juga memiliki peran signifikan dalam penyebaran berita ghibah. Melalui program ini, berita-berita yang mengandung unsur ghibah seringkali diberitakan secara sensasional dan dramatis, menarik perhatian penonton.

Infotainment insert juga sering kali menggunakan berita ghibah atau gosip negatif sebagai strategi untuk mendapatkan perhatian dan popularitas agar menaikkan rating. Paparan yang berulang terhadap berita ghibah dalam media juga dapat menimbulkan pandangan yang lebih terbiasa dan menerima terhadap perilaku tersebut sehingga yang menonton mulai terbiasa dengan adanya berita ghibah dan menganggap bahwa hal tersebut adalah hal yang umum dilakukan. Infotainment juga merespon permintaan penonton. Jika penonton menunjukkan minat yang tinggi terhadap berita ghibah ataupun gosip negatif, maka media infotainment akan lebih sering menampilkan berita yang mengandung unsur ghibah. Yang menonton infotainment insert juga merasa lebih terhibur setelah menonton insert transtv.

Hasil data penelitian merupakan data kuantitatif yang mengacu pada perolehan skor yang di jawab oleh responden yang menggunakan skala likert 1-5 melalui angket yang telah diisi oleh responden. Pernyataan yang disebar kepada responden sudah

dilakukan uji validitas dan reabilitas dan hasilnya semua pernyataan variabel X dan Y Valid kemudian, Berdasarkan hasil uji validitas data Berdasarkan uji Kolmogrov- Smirnof Dengan nilai signifikansi 0,05 atau 5% apabila nilai Sig (2-tailed) atas nilai signifikansi 0,05 maka variabel residual berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah variabel berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika Sig (2-tailed)  $>$  0,05 maka data berdistribusi normal
- Jika Sig (2-tailed)  $<$  0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Dilanjutkan uji Homogenitas yang didapat hasilnya menggunakan aplikasi SPSS 23 adalah nilai signifikansi 0,447 yang berarti bahwa nilai  $>$  dari 0,05, maka distribusi data dikatakan homogen.

Kemudian berdasarkan hasil uji linearitas yang bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil nya Berdasarkan hasil uji linearitas melalui aplikasi SPSS 23 diketahui nilai Sig.deviation from linearity sebesar 0,785  $>$  0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Infotainment Insert Transtv dengan Penyebaran Berita Ghibah.

Berdasarkan uji regresi linear sederhana koefisien regresi untuk konstan sebesar 30,690 menunjukkan bahwa jika variabel Infotainment Insert Trans TV bernilai nol atau tetap maka Penyebaran Berita Ghibah sebesar 30,690 atau sebesar 30%. Variabel Infotainment Insert Trans TV 0,778 menunjukkan bahwa variabel Infotainment Insert Transtv meningkat

satu satuan maka akan meningkatkan Penyebaran Berita Ghibah sebesar 0,778 atau sebesar 77%. Sehingga menjadi regresi linear karena saling berhubungan antara satu kesatuan karena berdistribusi normal dan homogen.

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan jika nilai signifikansi adalah 0.000. Jadi diperoleh perbandingan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari perbandingan tersebut, maka diperoleh variabel infotainment Insert Trans TV dapat mempengaruhi penyebaran berita ghibah dan nilai  $t_{hitung} 4.459 > t_{tabel}$

Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,203 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (Infotainment Insert Trans TV) terhadap variabel terikat (Penyebaran Berita Ghibah) adalah sebesar 20.3%.

Dan dari hasil uji diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari  $H_a$  diterima yang dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Infotainment Insert Trans TV terhadap Penyebaran Berita Ghibah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang pengaruh Infotainment Insert Trans TV terhadap Penyebaran Berita Ghibah, ini diperoleh hasil yang menunjukkan nilai signikansi untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4.459 > t$  tabel  $1.990$  sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari  $H_a$  diterima yang dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Infotainment Insert Trans TV terhadap Penyebaran Berita Ghibah.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis akan memberikan beberapa saran yaitu:

1. Media dan perusahaan infotainment harus lebih memperhatikan tanggung jawab sosial mereka. Mereka dapat mengambil langkah-langkah untuk mengurangi penyebaran berita ghibah, seperti memilih konten yang lebih bermanfaat.
2. Menyaring dan memeriksa kebenaran suatu informasi sebelum menyebarkannya.
3. Infotainment harus melakukan verifikasi fakta secara menyeluruh sebelum menyebarkan berita, sehingga menghindari penyebaran berita ghibah yang tidak berdasar.
4. Menghindari sensasionalisme dan dramatisasi dalam penyampaian berita.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Cangara, Hafied. "Pengantar Ilmu Komunikasi." In *Jakarta : Rajawali*. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Hadi, Ido Prijana, Megawati Wahjudianata, and Inri Inggrit Indrayani. *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Suherman, Ansar. "Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi." In *Sleman : Deepublish*, Deepublish, 2020.
- Siregar, S. "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17/Syofian Siregar".2012
- Veronica, Aries, Muhamad Abas, Nurul Hidayah, Joko Sabtohadhi, Hastuti Marlina, Wiwiek Mulyani, and Salsabila Syafni Aulia. "Metodologi Penelitian Kuantitatif"2022.

### **Jurnal Ilmiah :**

- Burta, Florina Simona. "Gibah Presektif Sunah." *Jurnal Al-Qadau*, no. 1 (2018).
- Djollong, Andi Fitriani. "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif." *Istiqra' : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 2, no. 1 (2014).
- Fachrudin, Andi. "Fachrudin: Strategi Program Tayangan Program Infotainment Di Strategi Program Tayangan Infotainment Di Rcti." *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 01 (2014).
- Gushevinalti, Gushevinalti, Panji Suminar, and Heri Sunaryanto. "Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media." *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 6, no. 01 (2020).
- Habibie, Dedi Kusuma. "Dwi Fungsi Media Massa." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2018).



- Handoyo, Agnes Wahyu. "Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tirta Rejeki Dewata." *Agora* 5, no. 1 (2017).
- Herlina, Vivi. "Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS." In *PT Ales Media Komputindo*. Elex Media Komputindo, (2019).
- Ilaihi, Wahyu. "Dakwah Melalui Televisi." *Journal.Iainkudus.Ac.Id* 3, no. 1 (2011).
- Irzad, Moch, and Aditya Imran. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar." *Jurnal Ilmu Manajemen Profability* 2, no. 1 (2018).
- Jailani, AK, Yan Hendra, and Ribut Priadi. "Analisis Implementasi Fungsi Media Massa Pada Harian Serambi Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 2, no. 2 (2020).
- Karlina, Luluk. "Dampak Pemberitaan Infotainment Di Televisi Dalam Industrialisasi Media Terhadap Perilaku Etika Di Masyarakat." *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2014).
- Kuswita, Herry. "Mengenal Dasar-Dasar Program Televisi." *Mengenal Dasar-Dasar Program Televisi Jurnal Komunikologi* 6, no. 1 (2009)
- Lestari, Utri Indah, Undang Suryatna, and Ali Alamsyah Kusumadinata. "Pengaruh Menonton Tayangan Ftv Kuasa Ilahi Terhadap Perilaku Masyarakat." *Jurnal Komunikatio* 4, no. 1 (2018).
- Makhshun, Toha, and Khalilurrahman Khalilurrahman. "Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan." *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 1 (2018).
- Matondang, Zulaika, and Hamni Fadlilah Nasution. "Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS." In *Praktik*

*Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS*, h.67. Merdeka Kreasi Group, (2022).

Mursito BM. "Realitas Infotainment Di Televisi." *Jurnal Komunikasi Massa* 4, no. 2 (2011).

Noor, Juliansyah. "Metode Penelitian." *Jakarta: Kencana*, 2011.

Rachman, Rani Auliawati. "Mengenal Teori Kultivasi George Gerbner." *Academia. Edu*,(210120180031), 2018.

Remaja, Membentuk Kepribadian. "Menghindarkan Perilaku Ghibah Dalam Membentuk Kepribadian Remaja." *Medikom Jurnal Pendidikan Dan Dakwah* 02, no. 1 (2020).

Rizqianthi, Yunita, and Nala Nandana Undiana. "Pengaruh Menonton Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Perilaku Anak Kelas 4 Di Sdn 3 Gesik." *Cinematology: Jour Nal Anthology of Film and Television Studies*, 2021.

Sifa, Layyinatul. "Ghibah Dalam Entertainment Perspektif Hadis (Aplikasi Teori Double Movement Fazlur Rahman)." *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 7, no. 2 (2019).

Siregar, Astrid Oktaria Audra, and Erin Ratna Kustanti. "Hubungan Antara Gegar Budaya Dengan Penyesuaian Diri Pada Mahasiswa Bersuku Minang Di Universitas Diponegoro." *Jurnal Empati* 7, no. 2 (2020).

Studi, Program, Pemikiran Politik, Universitas Islam, and Negeri Sumatera. "Mengenal Teori Kultivasi Dalam Ilmu Komunikasi Cultivation Theory in Communication Science." *Jurnal Simbolika* 4, no. 1 (2018).

Ulum, Fathul, and Gatut Setiadi. "Peranan Teori Kultivasi Terhadap Perkembangan Komunikasi Massa Di Era Gobalisasi Fathul Ulum 1) , Gatut Setiadi 2) 1)." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2019).

Yuliati, Nova. "Televisi Dan Fenomena Kekerasan Perspektif Teori

Kultivasi.” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2005): 159–66.

**Website :**

Ahmad, Zulfikri. “Tayangan Infotainment Silet Di RCTI Terhadap Tingkat Literasi Media Ibu Rumah Tangga (Studi Korelasi Di Perwiritan Raudhatul Hasanah Desa Tanjung Morawa A Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang).”

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/457>. Universitas Medan Area, 2016.

Hermanto, Putra. “Infotainment Pemakan Daging Bangkai.” wordpress, 2009. <https://putrahermanto.wordpress.com/2009/12/28/>.

Sahputri, Alfiah Santi. “Pengaruh Film Kartun Shiva Di Antv Terhadap Perilaku Kepribadian Anak Sekolah Dasar Di Kecamatan Kampar Kiri.” <https://repository.uin-suska.ac.id/31278/>, 2020.

Olivia Sari Patty, Gracia. “Pengaruh Terpaan Acara Infotainment Insert Di Trans Tv Terhadap Persepsi Mahasiswi Tentang Perceraian.” <http://eprints.upnyk.ac.id/13398/>. Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Yogyakarta, 2017.

Siti Magfiroh. “Rumpi Dan Gosip Dalam Pandangan Islam.” <https://osf.io/preprints/yr39q/>, 2019

Usmadi, Usmadi. “Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas).” *Inovasi Pendidikan* 7, no. 1 (2020) <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 : Lembar Konsultasi



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3.5 Palembang 30126 Telp. (0711) 352427  
website: radenfatah.ac.id

### LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Infotainment Insert Trans TV Pada Penyebaran  
Berita Gibah di Komplek Taman Beringin Patra  
Nama : Anggi Rahmatunisa  
NIM : 2020503034  
Fakultas/ Prodi : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
Pembimbing I : Dr. Fifi Hasmawati, M.Si

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1)	8/11/2023	bagian bab 1-11 Revisi kekosong	FA
2)	12/11/23	ace bab 1-11 Footnote, footnote & perubas kekosong sesuai tem	FA
3	13/12/23	bagian bab 11-12 Revisi kekosong	FA
4	18/12/23	ace 11/12 dan kopresif	FA
5	22/1/24	ace full bab 11/ muaqsh	FA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126 Telp. (0711) 352427 website.radenfatah.ac.id

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Infotainment Insert Trans TV Pada Penyebaran  
Berita Gibah di Komplek Taman Beringin Patra  
Nama : Anggi Rahmatunisa  
NIM : 2020503034  
Fakultas/ Prodi : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
Pembimbing II : Hartika Utami Fitri, M.Pd

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	13 Okt 2023	Revisi Bab 1 : latar Belakang tujuan Rumusan	
2.	16 Okt 2023	Acc Bab 1 Revisi BAB 2 : tambah tinjauan pustaka Perbaiki landasan teori	
3.	23 Okt 2023	Perbaiki urutan Bab II	
4.	26 Okt 2023	Acc Bab II Revisi Bab II :	
5.	30 Okt 2023	Revisi populasi & membuat angket/ pedoman	

6.	3 Nov 2023	BAB III Acc (copy of list)	1
7	13/11/2023	BAB III Acc + list of Acc	2
8	7/11/23	BAB III : Acc	1
9.	12/12/23	Full Bab (Acc)	1

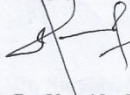
## Lampiran 2 : Daftar Perbaikan Skripsi

### DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Anggi Rahmatunisa  
NIM : 2020503034  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Judul : PENGARUH INFOTAINMENT INSERT TRANS TV PADA  
PENYEBARAN BERITA GHIBAH DI KOMPLEK TAMAN  
BERINGIN PATRA

No.	Daftar Perbaikan Skripsi	
	Penguji 1	Penguji 2
1.	Perbaikan Abstrak	Perbaikan Penulisan
2.	Perbaikan Batasan Masalah	Perbaikan Daftar Isi
3.	Perbaikan Penulisan Judul	Perbaikan Penomoran Sub Judul
4.	Perbaikan Hasil dan Pembahasan	Perbaikan Halaman
5.		
6.		

Penguji I



Dr. Nuraida, M.Ag  
NIP. 196704131995032001

Palembang, 2024

Penguji II



Jawasi, M.Pd  
NIP. 498811022023211019



## Lampiran 3 : Permohonan Penjilidan Skripsi

### PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

HAL : Permohonan Penjilidan Skripsi

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah

di-

Palembang

*Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, kami berpendapat bahwa:

Nama : Anggi Rahmatunisa  
NIM : 2020503034  
Judul : PENGARUH INFOTAINMENT INSERT TRANS TV PADA  
PENYEBARAN BERITA GHIBAH DI KOMPLEK TAMAN  
BERINGIN PATRA

Telah disetujui untuk dijilid, demikianlah perihal ini kami buat dengan sebenarnya atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Palembang, 2024

**Penguji I**



**Dr. Nuraida, M.Ag**  
NIP. 196704131995032001

**Penguji II**



**Jawasi, M.Pd**  
NIP. 198811022023211019

## Lampiran 4 : SK Pembimbing

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG  
NOMOR : 408 TAHUN 2023  
TENTANG  
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU ( S.1 )  
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.  
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;  
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;  
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;  
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;  
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Raden Fatah.  
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

### MEMUTUSKAN

#### MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr.Fifi Hasmawti, M.Si NIP : 19700726 199203 2 001  
2. Hartika Utami Fitri, M.Pd NIDN : 201403940

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : Anggi Rahmatunisa  
NIM / Prodi : 2020503034 / Jurnalistik  
Semester/Tahun : VII / 2023 – 2024  
Judul Skripsi : Pengaruh infotainment insert transtv pada penyebaran berita ghibah dikomplek taman beringin patra.

- Kedua : Masa bimbingan berlaku Sampai Tanggal 02 bulan Maret Tahun 2024  
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku 6 ( Enam ) bulan sejak tanggal di tetapkan dan dapat di perpanjang 1 ( Satu ) kali jika yang bersangkutan belum dapat menyelesaikan.  
Keempat : Mohon kepada dosen pembimbing agar memberikan bimbingan secara maksimal 8 ( delapan ) Kali Pertemuan.  
Kelima : Apabila dalam penetapan ini terdapat kekeliruan akan di tinjau Kembali.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG  
PADJARANANGGAL : 04 – 10 – 2023



Achmad Syarifuddin

#### Tembusan

- 1.Rektor UIN Raden Fatah Palembang
- 2.Ketua prodi KPI/BPI/Jurnalistik/MD/PMI
- 3.Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran 5 : Surat Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN BANYUASIN  
KECAMATAN RAMBUTAN  
DESA SUNGAI PINANG**

Jln. Kapten Robani Kadir Rt.19 Desa Sungai Pinang Provinsi Sumatera Selatan  
KodePos 30967

**SURAT KETERANGAN / PENGANTAR**

Nomor : 474.4/15 - / RT / SP / 2022 - 2024.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **IMAN SOBRI**  
Jabatan : **Ketua Rukun Tetangga 9**

Dengan ini memberi keterangan kepada :

Nama : ANGGI RAHMATUNISA  
Nomor Induk Kependudukan (NIK) : .....  
Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
Tempat dan Tanggal Lahir : PALEMBANG, 05 DES 2001  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : ISLAM  
Pekerjaan : MAHASISWA  
Alamat : KOMPLEK TB. PATRA RT. 09 DUSUN 3.  
S. PINANG. KEC. RAMBUTAN.

Menerangkan Bahwa :

- Memang Benar Nama yang tersebut diatas Warga RT 9 Desa Sungai Pinang Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.
- TELAH MENYELESAIKAN PENULISAN KARYA ILMIAH -  
BERUPA SERIPI.
- SUDAH MELAKUKAN PENELITIAN DI KOMPLEK TAMAN BERINGIN  
PATRA PADA 20 NOV 2023 S/D 22 DES 2023

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat di gunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Sungai Pinang  
Pada Tanggal : 18-1-2022-2024.  
KETUA RUKUN TETANGGA 9



IMAN SOBRI

## Lampiran 6 : Dokumentasi Penyebaran Angket Kepada Responden





## RIWAYAT HIDUP



Nama : Anggi Rahmatunisa  
Nim : 2020503034  
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 25 Desember 2002  
Email : anggirnna@gmail.com  
Nomor Telpon : 083178795111  
Jurusan : Jurnalistik B 2020  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Infotainment Insert Transtv Pada  
Penyebaran Berita Ghibah di Komplek Taman  
Beringin Patra  
Alumni : SD Negeri 87 Palembang  
: SMP Negeri 15 Palembang  
: SMA Negeri 8 Palembang