

**PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN PROGRAM *TALK SHOW*
'RUMAH UYA' DI TRANS 7 (Studi Pada Masyarakat Desa Penyandingan
Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Sosial (S.Sos)
Jurusan Jurnalistik

Oleh:
AYU ELVIRA AGUSTINA
NIM: 13530012

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
2017 M/1439 H**

NOTA PEMBIMBING

Hal: Pengajuan Ujian Munaqosyah

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa saudari Ayu Elvira Agustina, 13530012 yang berjudul "**Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Program *Talk Show* 'Rumah Uya' Di Trans 7 (Studi Pada Masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)**" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian prihal ini kami sampaikan dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

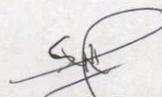
Palembang, Agustus 2017

Pembimbing I



Dra. Hj. Choiriyah, M. Hum
NIP. 196202131991032001

Pembimbing II



Sumaina Duku, M.Si
NIP. 198201162009122002

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Ayu Elvira Agustina
NIM : 13530012
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Jurnalistik
Judul Skripsi : **Persepsi penonton terhadap tayangan Program Talk Show 'Rumah Uya' di Trans 7 (Studi Pada Masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)**

Telah dimunaqsyakan dalam Sidang Terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 28 November 2017
Tempat : Ruang Sidang Munaqsyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

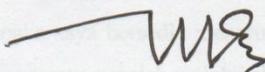
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Sarjana I (S1) pada Jurusan Jurnalistik

Palembang, Januari 2018


Dr. Kusadi, M.A.
NIP.197108192000031002

TIM PENGUJI

Ketua



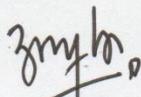
Dr. H. M. Masrin M. Hum
NIP.195312961985031001

Sekretaris



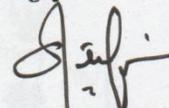
Mustainir. M.Kom.I
NIDN.1605051591

Penguji I



Dra. Eni Murdiati, M. Hum
NIP.196802261994032006

Penguji II



Suryati, M. Pd
NIP.197209212006042002

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Elvira Agustina

NIM : 13530012

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : **Persepsi Penonton terhadap Tayangan Program *Talk Show* 'Rumah Uya' di Trans 7 (Studi Pada Masyarakat Desa Peyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran peneliti dengan pengarahannya pembimbing yang ditetapkan. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan sebelumnya.

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

Palembang, November 2017

Yang Membuat Pernyataan



Ayu Elvira Agustina

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Jika kamu menginginkan sesuatu, kamu harus mencoba, mencoba dan terus mencoba. (Ayu Elvira A)

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- 1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Ramlan dan Ibu Ernati.*
- 2. Saudara-saudaraku*
- 3. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi*
- 4. Teman-teman seperjuangan, Jurnalistik 2013*
- 5. Almamaterku, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Persepsi Penonton terhadap Tayangan Program Talk Show 'Rumah Uya' di Trans 7 (Studi Kasus Persepsi Masyarakat Desa Peyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)*.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi besar kita nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Yang telah membawa umat manusia ke jalan kebenaran yang di ridhai oleh Allah SWT.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada orang tuaku Bapak Ramlan dan Ibu Ernati yang selalu mendoa'akanku, menjadi motivatorku, dan selalu setia mendampingi dalam menyelesaikan skripsi ini. Juga kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Sirozi, M.A Ph.D selaku rector UIN Raden Fatah beserta staf rektorat yang telah memberikan ranah untuk menempuh kegiatan-kegiatan yang menopang selama perkuliahan baik itu dibidang akademik maupun non akademik.

2. Bapak. Kusnadi, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
3. Ibu Dra. Hj. Choiriyah, M. Hum selaku pembimbing I dan Ibu Sumaina Duku S, Ip, M. Si, selaku ketua jurusan Jurnalistik sekaligus pembimbing II yang telah membantu dan membimbing selama proses penulisan skripsi ini
4. Bpk. Yenrizal S, Sos, M. Si, selaku dosen pembimbing akademik
5. Segenap bapak/ibu dosen yang telah berbagi ilmu selama saya menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
6. Seluruh staf administrasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
7. Ibu dan Bapakku terimakasih telah membesarkan serta mendidiku sehingga sampai ketahap ini. Terutama teruntuk ibuku yang luar biasa sabar dan bekerja keras untuk membahagiakan kami
8. Saudara-saudaraku Donni Damara dan Muhamad Fajar terimakasih selalu mendukung, mendo'akan, menjaga, dan menemaniku menyelesaikan studiku
9. Teman-teman seperjuanganku seluruh mahasiswa jurnalistik angkatan 2013, khususnya jurnalistik A yang telah mengukir kenangan indah selama ini.

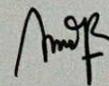
10. Sahabat-sahabat karibku yang tergabung dalam CCM (Ciwi-ciwi Muslimah) yang sudah kuanggap sebagai saudara Dwi, Lisa, Dr, Manda, Cek Ama, dan Faiza, terimakasih atas pertemanan yang kita jalin selama ini yang sungguh sangat berkesan.

11. Almamaterku

Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan didalamnya sehingga skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti mengharapkan masukan (kritik dan saran) yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti maupun pihak lain yang sebagai bahan pembelajaran dibidang ilmu kejournalistikan dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, November 2017



Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	11
G. Hipotesis Penelitian.....	18
H. Metodologi Penelitian	19
I. Teknik Analisis Data.....	23
J. Sistematika Penulisan	24

BAB II LANDASAN TEORI	27
A. Persepsi	27
B. Teori <i>Uses and Gratification</i>	38
C. Dakwah	42
D. Televisi dan Program <i>Talk Show</i>	45
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	53
A. Gambaran Umum Desa Penyandingan.....	53
B. Gambaran Umum Trans 7	61
C. Gambaran Umum Rumah Uya	68
BAB IV ANALISIS DATA.....	76
A. Uji Instrumen Data	76
B. Analisis Hasil Penelitian.....	79
C. Uji Normalitas Data.....	111
D. Uji Hipotesisi Statistik.....	112
E. Pembahasan	116
BAB V PENUTUP	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan <i>Teori Uses and Gratification</i>	41
Gambar 2 Struktur Pemerintahan Desa Penyandingan	55
Gambar 3 Logo Trans 7	66
Gambar 4 Logo 'Rumah Uya' Trans 7	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Variabel	17
Tabel 2 Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Penyandingan	60
Tabel 3 Jenis Mata Pencaharian Penduduk Desa Penyandingan	60
Tabel 4 Uji Validitas Variabel X	76
Tabel 5 Uji Validitas Variabel	77
Tabel 6 Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Variabel Y	78
Tabel 7 Pernyataan 1	80
Tabel 8 Pernyataan 2.....	81
Tabel 9 Pernyataan 3.....	82
Tabel 10 Pernyataan 4.....	83
Tabel 11 Pernyataan 5.....	84
Tabel 12 Pernyataan 6.....	85
Tabel 13 Pernyataan 7.....	86
Tabel 14 Pernyataan 8.....	87
Tabel 15 Pernyataan 9.....	88
Tabel 16 Pernyataan 10.....	89
Tabel 17 Pernyataan 11.....	90
Tabel 18 Pernyataan 12.....	91
Tabel 19 Pernyataan 13.....	92
Tabel 20 Pernyataan 14.....	93
Tabel 21 Pernyataan 15.....	94
Tabel 22 Pernyataan 16.....	95
Tabel 23 Analisis Variabel X.....	96
Tabel 24 Pernyataan 17.....	97
Tabel 25 Pernyataan 18.....	98
Tabel 26 Pernyataan 19.....	99

Tabel 27 Pernyataan 20.....	100
Tabel 28 Pernyataan 21.....	101
Tabel 29 Pernyataan 22.....	102
Tabel 30 Pernyataan 23.....	103
Tabel 31 Pernyataan 24.....	104
Tabel 32 Pernyataan 25.....	105
Tabel 33 Pernyataan 26.....	106
Tabel 34 Pernyataan 27.....	107
Tabel 35 Pernyataan 28.....	108
Tabel 36 Pernyataan 29.....	109
Tabel 37 Pernyataan 30.....	110
Tabel 38 Analisis Variabel Y.....	111
Tabel 39 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	112
Tabel 40 Coefficients	114
Tabel 41 Model Summary.....	115
Tabel 42 Coefficients	116
Tabel 43 Interpretasi Koefisien Korelasi	119

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang persepsi masyarakat terhadap tayangan ‘Rumah Uya’ di Trans 7. Tujuan penelitian ini untuk mengungkap mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara Persepsi Masyarakat Terhadap Tayangan Program *Talk Show* “Rumah Uya” Di Trans 7 Pada Masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 493 orang, sementara sampelnya berjumlah 83 orang diperoleh dari teknik *Proportionate Stratified Random Sampling (sampel acak berstrata proporsional)* menggunakan rumus Slovin. Statistik pengujian terhadap hipotesis menggunakan Regresi Linear Sederhana dengan program statistik SPSS 22. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Variabel Tayangan “Rumah Uya” di Trans 7 sebagai variabel bebas (X) dan Persepsi masyarakat sebagai variabel terikat (Y). Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 didapat hasil Regresi Linear Sederhana antara tayangan program *talk show* Rumah Uya di Trans 7 (X) terhadap Persepsi Penonton Pada Masyarakat Desa Penyandingan (Y), diperoleh nilai $t = 2,197$, nilai signifikasinya sebesar 0,031 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y. Selanjutnya hasil besarnya hubungan antara dua variabel diperoleh nilai *R square* 0,607 (60%) artinya dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara persepsi masyarakat desa Penyandingan terhadap tayangan program *talk show* Rumah Uya di Trans 7.

Keywords : Persepsi, Televisi, dan Talk show

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media massa yang masih terus digemari semua orang mulai dari anak kecil sampai yang telah lanjut usia. Hal ini dikarenakan televisi ialah jenis media massa yang bersifat audio visual. Perkembangan dunia televisi juga telah mencapai angka yang cukup signifikan sehingga tidak salah jika televisi masih terus populer hingga saat ini. Melalui televisi pemirsa bisa menikmati kombinasi antara gambar hidup (bergerak) dan suara seperti berhadapan langsung dengan objek yang ditayangkan.¹ Dalam komunikasi massa televisi dianggap telah berhasil menjalankan fungsinya untuk memberikan tayangan yang informatif, mendidik, serta menghibur masyarakat luas.

Perkembangan televisi di Indonesia ditandai dengan munculnya televisi milik pemerintah yakni TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang mulai mengudara pada 23 Agustus 1962, tepat pada saat Asian Games IV diselenggarakan.² Pada masa itu pemerintah belum mengizinkan adanya televisi swasta ataupun produk siaran dari luar negeri sehingga TVRI harus memproduksi dan menayangkan acaranya sendiri. Baru pada tahun 1990 setelah Menteri Penerangan memberikan izin pada pihak swasta untuk melaksanakan siaran televisi sehingga lahirlah stasiun-stasiun televisi baru. Stasiun televisi tersebut diantaranya RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia),

¹ Ilham Zoebazary, *Kamus Istilah Televisi & Film* (Jakarta: PT Garemmedia, 2010), hlm. 255.

² *Ibid*

TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang sekarang menjadi MNCTV (Media Nusantara Citra Televisi), Global TV, SCTV (Surya Citra Televisi), Indosiar, ANTV (Andalas Televisi), TVOne, Metro TV, Trans TV, dan Trans 7.³

Seiring dengan berkembangnya tayangan televisi di Indonesia, banyak program televisi yang dijadikan andalan bagi televisi swasta untuk menarik minat penonton agar rating tayangan mereka bagus dan disukai masyarakat, salah satunya program acara *talk show*. *Talk show* merupakan program televisi atau radio yang menampilkan seseorang atau sekelompok orang berkumpul untuk mendiskusikan topik-topik tertentu. Topik yang dipilih biasanya ditentukan oleh penanggung jawab redaksi atau pihak penyelenggara. Dalam acara *talk show* wawancara biasa dilakukan di tengah atau di sela-sela pertunjukkan, baik itu musik, lawak, peragaan busana, dan sebagainya yang sifatnya santai.⁴ Dalam sebuah tayangan *talk show* seorang pembawa acara dituntut untuk berperan ganda yaitu selain sebagai pembawa acara, ia juga harus dituntut menjadi pewawancara.

Program acara *talk show* pertama kali tayang pada 27 September 1954 oleh jaringan televisi NBC (Aylesworth, 1987), dengan judul mata acara *Tonight Show*.⁵ Pada acara *talk show* pembicaraan yang disampaikan sangatlah santai dan diselingi dengan canda kocak sehingga membuat program acara tersebut banyak digemari oleh penonton. Di Indonesia, program acara *talk show* mulai ada sekitar tahun 1990-an

³ Andi Alimuddin Unde, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2014), hlm. 30.

⁴ J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio Dan Televisi* (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1996), hlm. 90.

⁵ *Ibid*

dengan nama acara “Perspektif” yang tayang di SCTV. Sejak saat itulah tayangan *talk show* mulai bermunculan dan saling bersaing untuk memberikan tayangan yang bervariasi agar tidak terkesan membosankan. *Talk show* dapat dibuat dalam konsep komedi dengan menghadirkan presenter komedi yang cerdas.⁶

Salah satu acara *talk show* yang saat ini sedang di puncak popularitas ialah acara ‘Rumah Uya’ di Trans 7 yang mulai tayang sejak 7 September 2015 lalu. Program acara ‘Rumah Uya’ merupakan ajang klarifikasi dan tabayun yang tayangannya membahas tentang permasalahan pribadi seseorang yang dikupas secara ringan oleh pembawa acara dan narasumber. Dalam kurun waktu 1 tahun acara yang dipandu oleh Uya Kuya dan *Co Host* Natasha Ryder ini berhasil meraih penghargaan *Panasonic Gobel Award* tahun 2016 dengan predikat program acara *talk show* terfavorit yang di selenggarakan oleh RCTI mengalahkan Mata Najwa dan Hitam Putih. Penghargaan tersebut merupakan penghargaan tertinggi bagi insan pertelevisian Indonesia.

Tidak hanya menampilkan pihak-pihak yang ingin menyelesaikan permasalahan pribadinya, tayangan ‘Rumah Uya’ juga menghadirkan Ustadzah Umi Qurrita A’yuni sebagai narasumber untuk memberi saran dan solusi atas problem yang dialami klien di ‘Rumah Uya’. Ketatnya persaingan di dunia pertelevisian Indonesia terutama di program *talk show*, membuat stasiun televisi saling bersaing untuk menyuguhkan tayangan yang bervariasi agar dapat menarik simpati penonton.

⁶ Rusman Latief & Yustiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama (Kreatif, Produksi, Public Relation, dan Iklan)*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), hlm. 25.

Semua makhluk hidup pada dasarnya berkomunikasi, apapun yang ingin dilakukan seseorang terhadap orang lain pasti melalui komunikasi. Sebab komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum.⁷ Televisi sebagai salah satu alat komunikasi dari media massa elektronik tentu harus menjalankan fungsinya dengan baik. Sebab komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan yang banyak, tersebar dalam area geografis yang luas namun punya perhatian dan minat terhadap isu yang sama.⁸

Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim membuat semua tayangan harus lulus sensor oleh Komisi Penyiaran Indonesia. Tentu hal ini dilakukan agar apa yang ditayangkan layak dan sesuai dengan fungsi dari media massa itu sendiri. Hadirnya program 'Rumah Uya' di Trans 7 membuat warna baru dalam acara *talk show* di stasiun televisi Indonesia. Adanya pesan dakwah yang disampaikan saat acara berlangsung oleh Umi Qurrota A'yuni menjadi ciri khas dari program yang tayang setiap Senin sampai Jum'at jam 17.00 – 18.00 WIB. Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.⁹ Dengan kata lain setiap muslim secara otomatis sebagai pengembang misi dakwah sebagaimana sabda Rasulullah :

⁷ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Premada Group, 2012) hlm. 54.

⁸ Candra Darmawan, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Palembang : Grafika Telindo Press, 2015) hlm. 125.

⁹ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000), hlm. 6.

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : *Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat* (HR. Bukhari)

Perintah Allah untuk menyeru kepada sekalian manusia merupakan perintah untuk berinteraksi melalui informasi komunikasi. Sebab Al-Qur'an adalah sumber informasi mengenai keagamaan (Islam) dari Tuhan kepada umat manusia sebagai pemeluk Islam. Demikian pula sabda Rasulullah yang memerintahkan untuk menyampaikan sesuatu yang berasal dari Rasul, walaupun hanya satu ayat kepada orang lain. Apalagi dunia saat ini telah memasuki abad informasi yang membuat masyarakat manusia kini sedang dalam proses menjadi masyarakat informasi. Semua bidang kehidupan akan semakin tergantung pada informasi terutama melalui teknologi komunikasi yang semakin canggih salah satunya televisi.

Sejak keberhasilannya membawa piala *Panasonic Gobel Award* 2016, acara 'Rumah Uya' seringkali tayang secara *live* sehingga membuat program tersebut lebih *fresh*. Banyaknya program acara yang tayang ditelvisi membuat khalayak menjadi aktif dan selektif dalam menilai sebuah tayangan. Setiap orang pasti memiliki persepsi yang berbeda-beda. Sebab persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi.¹⁰ Jika komunikasi tidak akurat maka tidak ada komunikasi yang efektif karena persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya.

¹⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013) hlm. 180.

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹¹ Jika dikaitkan dengan program ‘Rumah Uya’ tentu setiap orang memiliki persepsi yang beragam, apalagi acara ini tidak hanya membahas tentang permasalahan pribadi seseorang tetapi juga terdapat pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustdzah dengan ciri khasnya yakni sambil bernyanyi lagu dangdut tentu membuat suasana acara tersebut semakin menarik.

Salah satu di antara banyaknya penonton yang sering menonton tayangan ini ialah di Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir. Persepsi masyarakat Desa Penyandingan terhadap tayangan ‘Rumah Uya’ menarik untuk diteliti mengingat tayangan ini adalah tayangan yang tidak mengenal batasan umur untuk ditonton. Persepsi yang diharapkan dilihat berdasarkan latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, dan nilai yang dianut, sehingga akan menentukan persepsi masyarakat Desa Penyandingan baik positif maupun negatif.

Dari penjelasan latar belakang inilah, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian : **PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN PROGRAM TALK SHOW ‘RUMAH UYA’ DI TRANS 7 (STUDI PADA MASYARAKAT DESA PENYANDINGAN KECAMATAN TELUK GELAM KAB OKI).**

¹¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013) hlm. 50.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah Persepsi Masyarakat terhadap Tayangan “Rumah Uya” di Trans 7 ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah dengan jelas maka penulis membatasi masalah hanya pada persepsi penonton terhadap tayangan Rumah Uya Trans 7 pada episode Bulan Januari - Juli 2017. Adapun fokus penelitian di Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI).

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dapat menjawab sesuai dengan rumusan masalah yaitu untuk mengetahui persepsi penonton terhadap tayangan ‘Rumah Uya’.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan teoritis : menambah kajian ilmu komunikasi terutama penelitian yang berkaitan dengan persepsi dan media massa, sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi landasan pemikiran untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan praktis : penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca mengenai program *talk show* ‘Rumah Uya’ sehingga digunakan untuk mengembangkan program acara tersebut sesuai dengan keinginan penonton. Selain itu penulis juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pustaka bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

E. Tinjauan Pustaka

Kegiatan penelitian ini mencakup kegiatan mengkaji karya-karya ilmiah yang memiliki relevansi dengan pokok permasalahan yang ada. Berdasarkan beberapa hasil penelitian dan karya tulis ilmiah sebelumnya yang pernah dilakukan dan dengan penelitian yang sedang direncanakan menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan belum pernah dibahas atau diteliti.

Berikut ini beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap tayangan diantaranya :

1. Saiful Arif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015, dalam skripsinya yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan *Reality Show* Mistik (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan “Dua Dunia” di Trans 7 pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga). Dalam penelitian ini Saiful Arif membahas persepsi mahasiswa ilmu komunikasi pada terhadap tayangan “Dua

Dunia” dengan menggunakan metode kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data deskriptif yang berupa kata-kata lisan ataupun tertulis dari orang-orang dan pelaku yang diamati yang tujuannya untuk menjelaskan fenomena dengan sejas-jelasnya melalui pengumpuln data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian Saiful Arif dapat diketahui bahwa tayangan Dua Dunia di Tran 7 cukup positif karena isi tayangan tersebut dapat mempertebal rasa keimanan terhadap Allah SWT serta terhindar dari kemusrikan.

2. Skripsi Sapriansyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul skripsi Persepsi Masyarakat Terhadap Tayangan UFC (Ultimate Fighting Championship) Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Tanjung Pinang. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memaparkan tentang persepsi masyarakat terhadap tayangan UFC melalui tahapan kognitif, tahapan afektif, dan konatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan membagikan angket kepada masyarakat dengan memilih jawaban ya atau tidak, setuju atau tidak setuju, dan ragu-ragu. Selain angket juga melalui observasi, pengamatan terhadap perilaku objek sasaran, wawancara, dan dokumentasi. Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian ini bahwa menurut persepsi masyarakat Desa Tanjung Pinang tayangan UFC adalah tayangan yang tidak baik, karena memperlihatkan olahraga kekerasan.

Tayangan ini tentu sangat berbahaya karena dapat berpengaruh pada kejiwaan atau mental dan perilaku khalayak yang menonton.

Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu penulis sama-sama mencari persepsi masyarakat terhadap sebuah tayangan. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sekarang sebab objek yang diambil berbeda yaitu persepsi masyarakat terhadap tayangan sport (UFC), sedangkan untuk penelitian sekarang penulis memakai objek tayangan *talk show* (Rumah Uya).

3. Skripsi Asih Alilia Bahtahan jurusan Hukum dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang 2011 dengan judul skripsi Persepsi Pemirsa Televisi (TV) Indosiar Mengenai Tampilan Tindak Kekerasan Dalam Tayangan Berita Kriminal “Patroli” Di Dukuh Sidan Desa Sokowaten Kecamatan Banyuurip Kabupaten Purworejo. Model penelitian yang digunakan oleh Asih ialah metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang perilaku yang diamati. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah dilakukan penelitian akhirnya Asih menyimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini banyak masyarakat yang tertarik menonton tayangan tersebut karena beritanya bagus dan banyak memberikan informasi. Akan tetapi masyarakat juga khawatir terutama ibu rumah tangga, terhadap dampak yang ditimbulkan jika tayangan tindak kekerasan terus-menerus ditampilkan dengan jelas salah dan terang-terangan. Salah satunya pada psikologis anak. Anak

akan mudah meniru bahkan mencotok apa yang ditontonnya tanpa ada bimbingan orang tua.

Penelitian ini tentu berbeda dengan penelitian sekarang yang membahas tentang persepsi masyarakat tentang program *talk show* 'Rumah Uya'. Selain itu metode penelitian yang dilakukan juga berbeda yakni menggunakan metode kuantitatif. Hanya saja persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama membahas tentang persepsi seseorang terhadap sebuah tayangan.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan satu atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti. Kerangka teori suatu penelitian dimulai dengan mengidentifikasikan dan mengkaji beberapa teori yang relevan dan diakhiri dengan pengajuan hipotesis.¹² Teori adalah serangkaian konsep yang saling terkait, yang merupakan struktur pandangan sistematis untuk tujuan menjelaskan atau memprediksi sebuah fenomena. Teori dalam penelitian kuantitatif menjadi faktor yang sangat penting dalam proses penelitian.¹³

¹² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), hlm.93.

¹³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Group 2011), hlm.25.

Untuk menjelaskan judul penelitian ini, penulis membuat bahasan yang spesifik untuk mempermudah dalam menangani penelitian yaitu merujuk pada:

1. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*). Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan makna apa yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. Dalam pandangan Islam persepsi terjadi karena sensasi menerima stimuli melalui pancaindra, pancaindra bersama, dan persepsi memaknai stimuli dengan bantuan kalbu. Input sensorik yang diterima oleh manusia bagaikan data awal yang kemudian diproses dan diolah untuk selanjutnya diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi. Begitupun dengan sebuah tayangan televisi yang mengandung stimulus yang berbeda-beda sehingga menimbulkan persepsi yang beragam pula. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

a. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangsangan stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah.¹⁴ Perhatian terjadi bila kita mengonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengenyampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain. Perhatian terjadi karena pertama, faktor eksternal penarik perhatian

¹⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Op.cit*, hlm. 51.

yang terjadi akibat memiliki sifat-sifat yang menonjol yaitu gerakan, intensitas stimulus, kebaruan, serta perulangan dan yang kedua, faktor internal penaruh perhatian terjadi karena faktor-faktor biologis (kebutuhan dasar manusia) dan faktor sosiopsikologis (sikap, kebiasaan, dan kemauan).

b. Faktor-Faktor Fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu.

c. Faktor-Faktor Struktural

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.

2. Teori *Uses and Gratification*

Dalam teori ini dijelaskan bahwa asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Sejatinya kebutuhan manusia memiliki motif yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang akhirnya berpengaruh pada pilihan konsumsi seseorang terhadap sebuah media. Dalam sebuah tayangan, bagus tidaknya suatu program tergantung pada banyaknya penonton yang

menyaksikan tayangan tersebut. Respon positif dan negatif yang timbul muncul dari masyarakat sebagai penonton tergantung pada tayangan yang disuguhkan.

Katz, Blumler, dan Gurevitch merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori *uses and gratification* yaitu khalayak dianggap aktif, dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya, banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, dan penilaian tentang arti kultural media massa mengenai keperluan khalayak.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *teori uses and gratification* memandang individu sebagai makhluk suprasional dan sangat selektif. Dalam teori ini perhatian bergeser dari proses pengiriman pesan ke proses penerimaan pesan. Begitupun juga kaitannya masyarakat yang menonton sebuah tayangan tergantung dengan kebutuhannya. Berikut beberapa motif yang mendorong orang menggunakan media dalam hubungannya dengan pemuasan kebutuhan (*need gratification*). Pertama, motif kognitif (berhubungan dengan pengetahuan) menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Yang kedua, motif afektif (berkaitan dengan perasaan) menekankan pada aspek perasaan dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu.

3. Dakwah

Perintah Allah untuk menyeru kepada sekalian manusia merupakan perintah untuk berinteraksi melalui informasi dan komunikasi. Al-Qur'an adalah sumber informasi mengenai keagamaan dari Tuhan kepada umat manusia sebagai pemeluk Islam. Begitu pula dengan sabda Rasulullah yang memerintahkan untuk menyampaikan sesuatu yang berasal dari Rasul, walaupun hanya satu ayat kepada orang lain yakni dakwah.

Dakwah merupakan aktivitas untuk mengajak manusia agar berbuat kebaikan, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar kelak mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁵ Dakwah juga merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang mulai, dimana statusnya berada pada ajakan dorongan, rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama Islam dengan kesadaran demi keuntungannya sendiri.

4. Televisi dan Program *Talk Show*

Setiap hari kita tidak dapat terhindarkan dari siaran program di televisi, karena sesungguhnya televisi merupakan salah satu media massa yang masih terus digemari semua orang mulai dari anak kecil sampai yang telah lanjut usia. Banyak hal yang bisa kita dapatkan melalui televisi, salah satunya informasi. Dari televisi kita mendapatkan banyak informasi yang tidak bisa kita jangkau secara langsung

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Amzah, 2013), hlm. 6.

sehingga adanya program televisi memudahkan kita mengakses informasi. Selain itu melalui televisi juga kita dapat menghibur diri kita yang sedang stress ataupun merilekskan diri dari kegiatan yang padat, sehingga kita dapat melupakan hal itu sejenak. Banyak program televisi yang ditawarkan mulai dari tayangan yang sifatnya menghibur, memberikan informasi, bahkan mendidik, semuanya ada. Tinggal bagaimana kita memilih tayangan mana yang kita sukai sesuai dengan keinginan kita.

Televisi yang berbentuk audio visual atau suara bergambar membuat keberadaannya terus ada dihati pemirsa setianya.¹⁶ Berbagai program televisi juga ditawarkan salah satunya tayangan program *talk show*. *Talk show* merupakan program televisi atau radio yang menampilkan seseorang atau sekelompok orang berkumpul untuk mendiskusikan topik-topik tertentu, baik itu berisi informasi maupun yang sifatnya menghibur. Sebagian besar kesuksesan program *talk show* tergantung pada *personality* pembawa acara yang membawa program tersebut dan penyajian program yang disuguhkan kepada pemirsa. Mulai dari kemasan acara, durasi penayangan, tema, konflik, dan pemecahan masalahnya.

Berdasarkan penjelasan mengenai kerangka teori diatas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang menonton sebuah tayangan tergantung kebutuhannya. Beberapa motif kebutuhan yang menyebabkan khalayak menggunakan media menurut McQuail yaitu informasi, identitas personal, integritas dan interaksi sosial, dan hiburan. Maka dari itu penulis membuat indikator variabel dari

¹⁶ Ilham Zoebazary, *Op.cit.*

penelitian yang tujuannya agar penelitian ini sesuai dengan kerangka teori yang dibahas. Berikut tabel variabel penelitiannya :

Variabel	Dimensi	Indikator
Variabel Bebas (X) Tayangan “Rumah Uya” di Trans 7	a. Penyajian program ‘Rumah Uya’	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan Acara 2. Durasi Tayangan Program 3. Tema 4. Konflik 5. Pemecahan Masalah 6. Pembawa Acara 7. Narasumber
	b. Fungsi media massa televisi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi / penyampaian pesan 2. Pendidikan 3. Hiburan
	c. Dakwah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Dakwah 2. Penerapan dakwah ramzi
Variabel Terikat (Y) Persepsi masyarakat	a. Kebutuhan Khalayak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi 2. Pengetahuan 3. Pengalaman tentang objek 4. Menghibur diri 5. Peneguhan kepercayaan/keyakinan 6. Peneguhan kontak dengan keluarga
	b. Penggunaan dan Kepuasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Audien aktif 2. Inisiatif 3. Media selalu bersaing 4. Ada ketertarikan/ motif (senang/tidak senang) 5. Penilaian isi media / tindakan

Tabel 1 Variabel

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁷ Terdapat dua hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu hipotesis kerja dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negatif berikut penjelasannya :

1. Hipotesis kerja (alternative) yang disusun berdasarkan atas teori yang dipandang handal (H_a). Hipotesis ini menyatakan ada hubungan atau pengaruh Variabel X dan Y.
2. Hipotesis nol (nihil) dirumuskan karena teori yang digunakan masih diragukan kehandalannya (H_0). Hipotesis ini menyatakan tidak ada hubungan atau pengaruh antara Variabel X dan Y.¹⁸

Untuk hipotesa nihil diberi symbol H_0 , sedangkan untuk hipotesa alternative diberi symbol H_1 , H_2 , H_a . Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan hipotesis yang tujuannya untuk mencari tau bagaimana persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan ‘Rumah Uya’ di Trans 7. Berikut hipotesis yang dibuat penulis dalam penelitian ini :

H_a : Ada pengaruh antara Persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’.

¹⁷ Suryani dan Hendryadi, *Op.cit*, hlm. 105.

¹⁸ Wardi Bachtiar. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), hlm.14.

Ho : Tidak ada pengaruh antara Persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’.

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Penelitian kuantitatif didasarkan pada pendekatan dasar bahwa pengetahuan tentang realitas dapat diperoleh melalui mata peneliti.¹⁹ Dalam penelitian ini penulis mencari hasil data dari angket yang disebar dan mengamati berbagai persepsi dari masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan ‘Rumah Uya’.

2. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang kaitannya dengan persepsi masyarakat terhadap tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7.

b. Sumber Data

¹⁹ Jan Jonker, Bartjan J.W. Pennink, & Sari Wahyuni, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Selemba Empat, 2011), hlm. 64.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil angket pada masyarakat Desa Penyandingan. Sedangkan data sekunder bersumber dari literatur-literatur yang mendukung data primer seperti buku-buku, kamus, jurnal, skripsi dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian penulis.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan :

a. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Dalam metode ini penulis langsung meninjau ke masyarakat Desa Peyandingan, Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI.

b. Angket (Kuesioner)

Angket/Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah metode yang digunakan sebagai data pendukung data primer yang di dapat dari sumber data. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan.²⁰

4. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.²¹ Penelitian ini akan dipusatkan pada masyarakat Desa Penyandingan yang memenuhi kriteria sesuai dengan yang peneliti harapkan yaitu :

1. Usia remaja sampai dewasa dengan kategori usia 15-30 tahun
2. Dapat menjawab kuesioner yang peneliti berikan
3. Sering menyaksikan acara Rumah Uya di Trans 7

Adapun usia yang peneliti pilih dalam penelitian ini mulai dari usia 15-30 tahun yang berjumlah 493 orang dengan jumlah Laki-laki 255 orang dan perempuan 238 orang.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Renka Cipta, 2006), hlm. 234.

²¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sukender*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 76.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Sampel yang digunakan yaitu teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* atau sampel acak berstrata proporsional dimana sampel di ambil dan digunakan pada populasi yang anggota/unsur tidak homogen dan mempunyai susunan bertingkat atau berstarata.

Untuk menentukan sampel penelitian, maka digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%, yaitu

$$n = \frac{N}{1 + N(\alpha)^2} = \frac{493}{1 + 493(0,10)^2} = 83,13$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

α = Eror level (tingkat kesalahan)

Berdasarkan rumus di atas mendapat hasil 83,13 yang dibulatkan menjadi 83.

Sehingga jumlah sampel yang akan diteliti adalah 83 jiwa dengan jumlah laki-laki 32 orang dan perempuan 51 orang.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu rangkaian dalam kegiatan penelitian. Setelah semua data terkumpul dari seluruh responden maka selanjutnya penulis akan menggunakan teknik analisis data penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis berpedoman pada skala yang umum digunakan yaitu Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²² Skala *likert* berisi tentang pertanyaan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pertanyaan itu.

Untuk menganalisis data antar variabel penulis menggunakan analisis korelasi menggunakan SPSS. Adapun langkah-langkah pengolahan data yang dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Instrumen data

Untuk menguji instrument data yang telah dikumpulkan penulis akan menganalisa dengan menggunakan perhitungan SPSS 22 (Statistical Product and Service Solution).

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS untuk mengukur valid atau tidaknya butir kuesioner. Kuesioner penelitian dikatakan valid apabila butir pertanyaan mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 1999), hlm.86.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan realibel apabila jawaban koresponden terhadap pertanyaan adalah konsisten.

- b. Analisis indikator
- c. Analisis variabel
- d. Uji hipotesis

Untuk menguji hipotesis ada tidaknya hubungan persepsi penonton terhadap tayangan 'Rumah Uya' di Trans 7 maka digunakan rumus Regresi Linear Sederhana yang dihitung menggunakan SPSS 22.

J. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, maka pembahasan dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bagian dengan perincian sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan teknik analisis data.

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menguraikan lebih detail tentang persepsi, program *talk show*, tayangan ‘Rumah Uya’, dakwah, dan juga membahas lebih mendalam mengenai teori *uses and gratification*.

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini akan diuraikan tentang deskripsi subjek penelitian yang berisi gambaran umum responden, objek penelitian yang berisi tentang kajian ilmu yang akan dibahas, lokasi menggambarkan tempat penelitian yang akan dilakukan dan data penelitian berisi tentang data yang diperoleh dari angket dengan format yang disesuaikan dengan rumus statistik.

BAB IV

ANALISIS DATA

Pada bab ini akan membahas tentang pengujian hipotesa dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

Pada bab terakhir yaitu penutup berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan melalui analisis secara seksama dan saran yang diajukan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah proses memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*). Dalam menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. Sensasi memiliki hubungan yang sangat jelas dengan persepsi, karena sensasi adalah bagian dari persepsi.

Persepsi, seperti juga sensasi, ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) yang terjadi melalui alat-alat indra manusia, atensi, dan interpretasi. Persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada kita melalui lima indra kita.²³ Persepsi di sini diartikan bahwa sensasi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui indra penglihatan, indra pendengaran, indra sentuhan, indra penciuman, dan indra pengecap. Artinya persepsi terjadi karena sebuah tanggapan yang berasal dari diri kita sendiri mengenai suatu objek atau peristiwa yang ditangkap oleh alat indra.

²³ Werner J Severin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 83.

Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi.²⁴ Seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi yang diartikan seperti meletakkan suatu rangsangan dengan yang lainnya sehingga menjadi satu kesatuan yang bermakna. Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita dapat melalui indra kita, meskipun tidak semua informasi dapat diinterpretasikan secara langsung. Adanya latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda pasti akan membuat persepsi yang berbeda pula pada suatu objek.

Dalam Islam persepsi terjadi karena sensasi menerima stimuli melalui panca indra, panca indra bersama, dan persepsi memaknai stimuli dengan bantuan kalbu.²⁵ Input sensorik yang diterima oleh manusia bagaikan data awal yang kemudian diproses diolah untuk selanjutnya diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi. Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yaitu: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia atau yang sering juga disebut persepsi sosial dapat dikatakan lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Berikut perbedaan antara persepsi terhadap lingkungan fisik (objek) dan persepsi terhadap lingkungan sosial :

²⁴ Deddy Mulyana, *Op.cit*, hlm.181.

²⁵ Armawati, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, (Jakarta : Amzah, 2012), hlm. 99.

1. Persepsi terhadap objek biasanya melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal.
2. Persepsi terhadap objek biasanya menanggapi sifat-sifat luar saja, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat luar dan dalam juga.
3. Objek biasanya tidak bereaksi, sedangkan manusia memiliki reaksi yang dapat berubah sewaktu-waktu bahkan lebih cepat dari persepsi terhadap objek.

2. Jenis-Jenis Persepsi

Berikut ini beberapa jenis persepsi berdasarkan proses pemahaman terhadap rangsangan atau stimulus yang diperoleh dari indra menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut :

a. Persepsi visual

Persepsi visual yakni melalui penglihatan kita. Penglihatan adalah kemampuan untuk mengenali cahaya dan menafsirkannya, salah satu dari alat indra. Alat tubuh yang digunakan untuk melihat adalah mata. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.

b. Persepsi auditori

Persepsi auditori yakni berasal dari indra pendengaran yaitu telinga. Pendengaran merupakan kemampuan untuk mengenali suara. Manusia dapat mendengar dari 20 Hz sampai 20.000 Hz. Bila dipaksa mendengar frekuensi yang terlalu tinggi terus menerus, sistem pendengaran dapat menjadi rusak.

c. Persepsi perabaan

Persepsi perabaan yakni berasal dari kulit. Kulit dibagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian epidermis, dermis, dan subkutis. Kulit berfungsi sebagai alat pelindung bagian dalam, misalnya otot dan tulang; sebagai alat peraba dengan dilengkapi bermacam reseptor yang peka terhadap rangsangan; sebagai alat ekskresi; serta pengatur suhu tubuh. Sehubungan dengan fungsinya sebagai alat peraba, kulit dilengkapi dengan reseptor khusus.

d. Persepsi penciuman

Persepsi penciuman berasal dari indra penciuman yaitu hidung. Penciuman adalah penangkapan atau perasaan bau. Perasaan ini dimediasi oleh sel sensor terspesialisasi pada rongga hidung vertebrata, dan dengan analogi, sel sensor pada antena invertebrata. Penciuman, seperti halnya pengecap, adalah suatu bentuk kemosensor. Zat kimia yang mengaktifkan sistem olfaktori, biasanya dalam konsentrasi yang sangat kecil, disebut dengan bau.

e. Persepsi pengecapan

Persepsi pengecapan berasal dari lidah. Pengecapan ialah suatu bentuk kemoreseptor langsung dan merupakan satu dari lima indra tradisional. Indra ini merujuk pada kemampuan mendeteksi rasa suatu zat seperti makanan atau racun. Sensasi pengecapan klasik mencakup rasa manis, asin, asam, dan pahit. Pengecapan adalah fungsi sensoris sistem saraf pusat. Sel reseptor pengecapan pada manusia ditemukan pada permukaan lidah, langit-langit lunak, serta epitelium faring dan epiglottis.

Dari jenis-jenis persepsi diatas peneliti akan menggunakan jenis persepsi visual dengan menggunakan penglihatan dan persepsi auditori dengan indra pendengaran untuk nantinya membentuk sebuah persepsi yang mereka lihat dan mereka dengar. Selain itu juga penelitian ini berada di media massa elektronik (televisi) yang setiap hari pasti digunakan oleh masyarakat untuk mengetahui informasi dengan cara dilihat dan didengar.

3. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi terjadi karena objek sasaran menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indra atau reseptor. Jika dikaitkan dalam sebuah tayangan televisi pasti mengandung stimulus yang berbeda-beda setiap programnya sehingga menimbulkan persepsi yang beragam pula bagi khalayak. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang atau khalayak yaitu :

a. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangsangan menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah.²⁶ Perhatian terjadi bila kita mengonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengenyampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain. Umumnya, kita hanya bisa memperhatikan satu rangsangan (stimulus) saja secara utuh. Sebab jika kita memperhatikan dua atau lebih stimulus pada saat yang sama, maka kualitas perhatian akan berkurang terhadap rangsangan-rangsangan yang lain.

Perhatian merupakan langkah pertama sebagai bagian persiapan awal dalam mengadakan persepsi. Perhatian dalam sebuah persepsi terjadi karena beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

1. Faktor pribadi mempengaruhi perhatian seseorang atau faktor eksternal penarik perhatian, terjadi akibat memiliki sifat-sifat yang menonjol yaitu pertama, gerakan; manusia secara visual pasti tertarik pada objek-objek yang bergerak disekitarnya. Sebagai contoh pada tempat yang dipenuhi benda-benda mati, kita akan tertarik hanya kepada tikus kecil yang bergerak, bukan pada benda mati. Kedua intensitas stimulus; artinya kita akan memerhatikan stimulus yang lebih menonjol dari stimulus yang lain. Ketiga, kebaruan; sesuatu hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, pasti akan menarik perhatian

²⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Op.cit*, hlm. 51.

kita. Keempat, perulangan; artinya hal-hal yang disajikan berulang kali, disajikan dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian.

2. Faktor internal penaruh perhatian terjadi karena, pertama, faktor-faktor biologis seperti kebutuhan dasar manusia. Misalnya dalam keadaan lapar, seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Oleh karena itu, bagi orang lapar, yang paling menarik perhatiannya adalah makanan. Yang kenyang akan menaruh perhatian pada hal-hal yang lain. Kedua, faktor sosiopsikologis terjadi karena motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan yang akan mempengaruhi setiap apa yang kita perhatikan. Sebagai contoh ada gambar kerumunan orang di jalan sempit, tentu orang akan memberikan tanggapan yang berbeda-beda setelah melihat foto tersebut.

b. Faktor-Faktor Fungsional

Faktor fungsional merupakan salah satu faktor yang menentukan persepsi. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu. Pengaruh kebudayaan terhadap persepsi sudah merupakan disiplin tersendiri dalam

psikologi antarbudaya dan komunikasi antarbudaya. Faktor-faktor fungsional yang memengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan.²⁷

Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Jika dikaitkan dengan persepsi sosial mengenai kredibilitas seorang pendakwah, tentu berbeda-beda di setiap tempatnya. Hal ini dikarenakan kredibilitas seorang pendakwah ditentukan oleh mitra dakwah. Menurut Mc. David dan Harari, para psikolog menganggap konsep kerangka rujukan sangat berguna untuk menganalisis interpretasi perseptual dari peristiwa yang dialami.²⁸

Dalam faktor fungsional faktor-faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi termasuk asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman masa lalu, harapan-harapan budaya, motivasi, susasana hati, serta sikap. Berikut ini penjelasan mengenai pengaruh pada persepsi dalam faktor-faktor fungsional :

1. Asumsi

Hampir semua penelitian menunjukkan persepsi itu dipengaruhi oleh asumsi-asumsi yang dikemukakan oleh sekelompok peneliti yang bekerja pada saat bersamaan. Para peneliti tersebut mengemukakan apa itu pandangan transaksional atas persepsi.

Konsep ini abstrak dan sedikit filosofis, tetapi pada dasarnya

²⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Ibid*, hlm. 56.

²⁸ Armawati, *Op.cit*, hlm. 103.

pengamat dan dunia sekitar merupakan partisipan aktif dalam tindakan persepsi.

2. Harapan-Harapan Budaya

Salah satu bukti pengaruh harapan budaya dalam persepsi berasal dari penelitian pada persaingan *binocular*. Dari hasil penelitian tersebut mengindikasikan kecenderungan yang kuat pada subjek penelitian untuk melihat gambar-gambar berlatar budayanya sendiri dari pada yang asing bagi mereka.

3. Motivasi

Motivasi juga merupakan salah satu pengaruh persepsi. Bukti percobaan yang menunjukkan pengaruh tersebut telah dilakukan oleh McClelland dan Atkinson (1948). Jenis motivasi yang diteliti adalah rasa lapar dengan subjek penelitian anggota angkatan laut. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa frekuensi respons yang berhubungan dengan makanan meningkat sebanding dengan meningkatnya jam-jam tanpa makanan.

4. Suasana Hati

Hipnotis menjadi percobaan yang dilakukan oleh Leuba dan Lucas (1945) untuk menunjukkan bahwa suasana hati memiliki pengaruh dalam persepsi. Dari hipnotis tersebut subjek penelitian akan diminta agar mereka mengalami suasana hati tertentu dan

menceritakan apa yang mereka lihat dalam sebuah gambar dengan suasana hati yang bahagia.

5. Sikap

Sikap atau perilaku juga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi persepsi seseorang. Hal ini ditunjukkan melalui sebuah studi tentang persepsi permainan sepak bola Amerika oleh Hastorf dan Cantril (1954). Pada saat itu keduanya memanfaatkan situasi ini untuk melakukan sebuah kajian mengenai persepsi, dengan menunjukkan rekaman permainan itu kepada dua kelompok mahasiswa untuk memberikan tanggapan atau persepinya.

c. Faktor-Faktor Struktural

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Pengaruh struktural pada persepsi berasal dari aspek-aspek fisik rangsangan yang terpapar pada kita, misalnya titik-titik yang disusun berdekatan secara berjajar akan terlihat seperti sebetuk garis.²⁹ Para psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer (1959), dan Koffka, merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat struktural. Prinsip-prinsip ini kemudian terkenal dengan teori Gestalt. Menurut teori Gestalt, bila kita memersepsi sesuatu, kita memersepsinya

²⁹ Werner J Severin dan James W. Tankard, Jr, *Op.cit.*

sebagai suatu keseluruhan.³⁰ Begitu pula untuk memahami seseorang, kita harus melihat konteksnya, lingkungan, dan masalah yang dihadapinya.

3. Proses Persepsi

Tahap awal dari proses persepsi ini adalah sensasi. Sensasi adalah kesadaran akan adanya suatu rangsangan. Sensasi sama dengan penginderaan. Semua rangsangan masuk dalam diri seseorang melalui panca indra, yang kemudian diteruskan ke otak sehingga seseorang sadar akan adanya rangsangan tersebut. Setelah sensasi ada atensi, sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian, kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Selanjutnya tahap terpenting dalam persepsi yakni interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita, meskipun kita tidak dapat menginterpretasikan setiap objek secara langsung melainkan mewakili salah satu objek yang kita percayai. Berikut ini beberapa dasar tahapan proses persepsi yaitu sebagai berikut :³¹

- a. Stimulus atau rangsangan, persepsi terjadi berawal ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dilingkungannya.
- b. Registrasi, dalam proses ini, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa pengindraan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indra yang dimilikinya.

³⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Op.cit*, hlm. 57.

³¹ Alex Sobur, *Psikologi Umum Dalam Lintas Sejarah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 449.

- c. Interpretasi, merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses ini bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Dari proses persepsi yang telah diuraikan diatas peneliti menggunakan proses persepsi stimulus atau rangsangan yang terjadi saat seseorang telah melihat dan menyaksikan tayangan yang ada sesuai dengan apa yang kami teliti sehingga membuat seseorang akan memiliki persepsinya sendiri.

B. Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* (penggunaan dan kepuasan) dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch yang meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial.³² Dalam teori ini dijelaskan bahwa asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Sejatinya kebutuhan manusia memiliki motif yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang akhirnya berpengaruh pada pilihan konsumsi seseorang terhadap sebuah media. Dalam sebuah tayangan, bagus tidaknya suatu program tergantung pada banyaknya penonton yang menyaksikan tayangan tersebut. Respon positif dan negatif yang timbul muncul dari masyarakat sebagai penonton tergantung pada tayangan

³² Jalaludin Rakhmat, *Op.cit*, hlm. 203.

yang disuguhkan. Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audien sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu.³³

Teori *uses and gratification* ini bertujuan untuk menjawab atau menjelaskan bagaimana pertemuan antara kebutuhan seseorang dengan media, atau lebih khusus lagi informasi yang terdapat dalam media, terutama media massa.³⁴ Katz Blumler, dan Gurevitch merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori *uses and gratification* yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan. Mereka menyatakan lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan, yaitu sebagai berikut.³⁵

1. Audien aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media artinya audien dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, tingkat keaktifan audien mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta motivasinya.
2. Inisiatif untuk mendapatkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media ditentukan audien. Karena sifatnya yang aktif, maka audien mengambil inisiatif. Audien memiliki kewenangan penuh dalam proses komunikasi massa.

³³ Morissan, M.A, *Psikologi Komunikasi*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 264.

³⁴ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), hlm. 208.

³⁵ *Ibid*, hlm. 264.

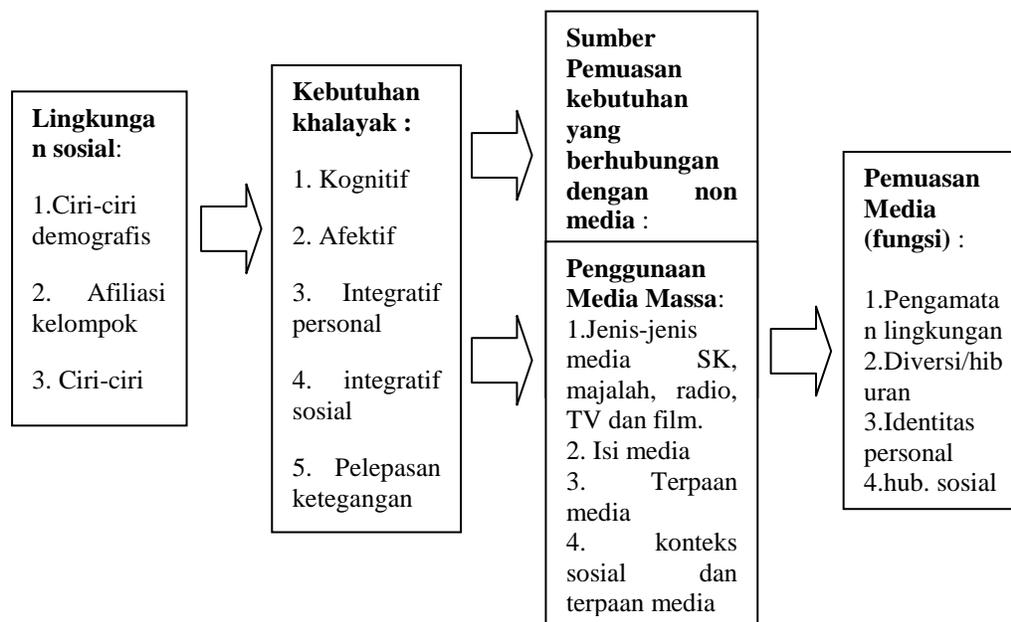
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian, dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.
4. Audien sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media. Audien melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh audien. Dalam teori ini, isi media hanya dapat dinilai oleh audien sendiri.

Teori *uses and gratification* atau teori penggunaan dan kepuasan memokuskan perhatian pada audien sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa dalam menggunakan media, audien beorientasi pada tujuan, bersifat aktif, sekaligus diskriminatif. Karena hanya audien yang mengetahui kebutuhan mereka dan bertanggung jawab terhadap media yang mereka pilih. Audien juga memiliki kebebasan dalam memilih media yang dapat memberikan mereka kepuasan.

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa.³⁶ Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan. Penggunaan teori ini bisa dilihat dalam kasus selektivitas musik personal. Kita menyeleksi musik tidak hanya karena cocok dengan lagunya, tetapi juga untuk motif-motif yang lain, misalnya untuk gengsi diri, kepuasan, batin, atau sekadar hiburan.

³⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 192.

Dalam teori ini kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial. Teori *uses and gratification* beroperasi dalam beberapa cara yang bisa dilihat dalam bagan di bawah ini :



Gambar 1 Bagan Teori Uses and Gratification

Kebutuhan khalayak di atas menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan sebuah media. Kebutuhan kognitif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Sedangkan kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang kaitannya dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Selain itu juga

ada kebutuhan pribadi secara integratif ialah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kreadibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Berbeda dengan kebutuhan pribadi, kebutuhan sosial secara integratif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Sementara kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang kaitannya dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

C. Dakwah

Dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang didalamnya memuat ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Dakwah juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, dan *way of life* manusia sebagai sasaran dakwah ke arah kualitas kehidupan yang lebih baik.³⁷

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang tidak mungkin dihindarkan dari kehidupan seorang muslim. Dakwah merupakan aktivitas untuk mengajak manusia agar berbuat kebaikan, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar kelak mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.³⁸ Dakwah

³⁷ Samsul Munir Amin, *Op.cit*, hlm. 5-6.

³⁸ *Ibid*, hlm. 6.

termasuk bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang muslim, di mana statusnya berada pada ajakan dorongan, rangsangan, serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama Islam dengan kesadaran demi keuntungannya sendiri.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud ialah memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Apalagi ditinjau dari segi pendekatan sistem (sistem approach), tujuan dakwah merupakan salah satu unsur dakwah. Di mana antara unsur dakwah yang satu dengan yang lain saling membantu, saling mempengaruhi, dan saling berhubungan. Secara umum tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah.³⁹

Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini kemajuan IPTEK memberi pengaruh yang signifikan terhadap perubahan cara berpikir, sikap maupun tingkah laku manusia. Kemajuan IPTEK memang telah membuat manusia lebih sempurna dalam menguasai, mengolah, dan mengelola alam untuk kepentingan dan kesejahteraan hidup mereka. Perubahan zaman ini tentu tidak luput dari kemajuan teknologi yang membawa pengaruh positif dan negatif bagi masyarakat banyak, terutama dalam bidang dakwah Islam. Dakwah Islam merupakan setiap upaya positif baik berupa aktivitas lisan, tulisan, perbuatan maupun ketetapan guna meningkatkan taraf hidup

³⁹ *Ibid*, hlm. 59.

manusia dan nilainya, sesuai dengan tuntutan hidup yang mengacu pada konsep kehidupan yang ditentukan Tuhan.⁴⁰

Media elektronik sebagai salah satu contoh kemajuan IPTEK merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan, dalam hal ini pesan keagamaan, kepada khalayak penerima dakwah. Dakwah pun bisa disampaikan melalui media manapun termasuk media elektronik seperti televisi, hal ini dikarenakan agar pesan-pesan dakwah bisa diterima secara efektif di masyarakat.

Dalam dakwah Islam ada dakwah yang disebut dakwah *ramzi*. Dakwah *ramzi* adalah pendakwah dan mitra dakwah yang mampu memanfaatkan komunikasi massa secara optimal untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok, komunitas, dan masyarakatnya.⁴¹ Pendakwah dan mitra dakwah bersahabat dengan media massa dalam meningkatkan berbagai potensi positif. Media massa adalah tempat seseorang untuk mengembangkan diri dan mengaktualisasikan dirinya. Sedangkan mitra dakwah mampu memilih dan mengakses komunikasi massa dalam memenuhi informasi tentang berbagai individu, kelompok, dan lembaga yang berprestasi.

⁴⁰ Siti Muriah, *Op.cit*, hlm. 10.

⁴¹ Armawati, *Op.cit*, hlm. 220.

D. Televisi dan Program *Talk Show*

1. Televisi

a. Pengertian Televisi

Televisi merupakan salah satu media massa yang mempunyai pengaruh cukup efektif sebagai penyebar pesan-pesan kepada khalayak ramai.⁴² Kehadiran televisi sebagai media komunikasi bisa membawa dampak positif maupun dampak negatif, tergantung bagaimana memanfaatkan media tersebut. Media televisi adalah media audio visual yang disebut juga media dengar pandang atau sambil didengar langsung dapat dilihat. Menurut Effendy televisi merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikasinya bersifat heterogen.

Televisi merupakan media yang memiliki akses paling besar untuk menjangkau masyarakat, mulai dari yang termuda hingga tertua. TV mampu menarik perhatian kelompok-kelompok masyarakat yang berbeda, namun sekaligus mampu menunjukkan kesamaannya. TV juga mampu mempersatukan perbedaan antar kelompok. Karena akses dan ketersediaannya

⁴² Siti Muriah, *Op.cit*, hlm. 272.

kepada semua orang, TV disebut sebagai senjata budaya yang penting (*central cultural arm*).⁴³

Televisi yang berbentuk audio visual atau suara bergambar membuat keberadaannya terus ada dihati pemirsa setianya.⁴⁴ Sedangkan siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara.

b. Perkembangan Televisi di Indonesia

Sejak pemerintah membuka Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada tanggal 24 Agustus 1962, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi.⁴⁵ Pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia. Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah.

Seiring dengan kebebasan informasi, industri pertelevisian di Indonesia telah berkembang pesat. Bermula dari hanya satu stasiun televisi milik pemerintah kini telah berkembang menjadi banyak televisi swasta yang berada di Jakarta dan juga sejumlah stasiun lokal di berbagai daerah di

⁴³ Morissan, *Op.cit*, 254.

⁴⁴ Ilham Zoebazary, *Op.cit*.

⁴⁵ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 3.

Indonesia. Pada tanggal 1 Agustus 1990, lahir SCTV (Surya Citra Teevisi) di Surabaya. Perkembangan selanjutnya, penerima tayangan TV swasta tidak lagi membutuhkan decoder. Lalu sejak tanggal 30 Januari 1993, SCTV diperbolehkan siaran secara nasional, namun harus berkedudukan di Ibu Kota/Jakarta. Kemudian barulah muncul TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang sekarang menjadi MNCTV (Media Nusantara Citra Televisi), Global TV, SCTV (Surya Citra Televisi), Indosiar, ANTV (Andalas Televisi), TVOne, Metro TV, Trans TV, dan TV7 sekarang menjadi Trans 7.

c. Sifat Media Televisi

Meski keberadaan televisi sama dengan radio dan film sebagai bagian media massa elektronik, televisi, radio, dan film memiliki ciri dan sifat yang berbeda. Dibandingkan dengan yang lain televisi merupakan jenis media yang audiovisual yang sifatnya dapat didengar dan dilihat bila ada siaran, daya rangsang sangat tinggi, biaya mahal, dan daya jangkau yang luas. Media televisi yang menyiarkan suara dan juga gambar bertumpu pada teknologi modern sehingga tak salah jika media televisi menjadi media dengan proses produksi yang mahal. Media televisi yang merupakan media massa periodik dan sama dengan radio serta film termasuk media massa elektronika. Media elektronika ialah media yang dalam menyajikan pesan-pesannya sangat tergantung kepada energi listrik, artinya tanpa listrik tidak akan dapat menyampaikan pesan.

d. Karakteristik Televisi

Saat ini televisi telah mampu menghipnotis khalayak pemirsa dengan kekuatan bahasa yang dimilikinya. Seperti ditegaskan McLuhan, televisi telah memengaruhi sikap dan perilaku kita. Sebagai bagian dari media komunikasi massa, televisi memiliki empat ciri pokok yaitu : (1) bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis, karena televisi sangat bergantung pada kekuatan peralatan elektronik, (2) bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi, pemirsa hanya bisa menerima berbagai program acara yang ada, (3) bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim (khalayak tidak saling mengenal satu sama lain), (4) publik tersebar, artinya mempunyai publik yang secara geografis tersebar di berbagai wilayah, (5) bersifat selintas, artinya pesan-pesan televisi hanya dapat dilihat dan didengar secara sepintas.

Bahasa pesan televisi bersifat audiovisual, didengar dan sekaligus dilihat. Kita bahkan bisa mengatakan, televisi adalah suara yang bergambar atau gambar yang bersuara. Bahasa jenis inilah, yang menimbulkan dampak luar biasa kepada khalayak pemirsa meskipun disampaikan secara selintas.

e. Fungsi Televisi sebagai Media Massa

Komunikasi massa dengan media televisi merupakan proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Kelebihan media televisi terletak pada kekuatannya

dalam menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa yang cukup besar. Pada hakikatnya media televisi sebagai media komunikasi pandang dan dengar mempunyai fungsi yaitu :

1. Fungsi Informasi

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi, televisi dianggap sebagai media massa yang mampu memuaskan pemirsa jika dibandingkan dengan media lainnya. Tidak hanya dalam bentuk siaran yang dipandang mata, atau berita yang dibacakan penyiar, dilengkapi gambar-gambar yang faktual, tetapi juga menyiarkan bentuk lain seperti ceramah, diskusi dan komentar. Hal ini dikarenakan media televisi yang bersifat audiovisual.

2. Fungsi Pendidikan

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak dan disampaikan secara simultan. Seperti halnya pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat, televisi menyiarkan acara secara teratur dan terjadwal seperti pelajaran Matematika, Bahasa Indonesia, dan sebagainya. Tidak hanya itu, televisi juga menyajikan acara pendidikan yang bersifat informal seperti sandiwara, legenda, dan lainnya.

3. Fungsi Hiburan

Sebagian besar dari alokasi waktu siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dikarenakan layar televisi dapat menampilkan gambar hidup beserta suaranya seakan-akan seperti nyata, sehingga dapat dinikmati dan dimengerti oleh khalayak ramai.

f. Program Acara Televisi

Acara televisi atau program televisi merupakan acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Secara garis besarnya, program televisi dibagi menjadi dua yaitu program berita dan non-berita. Pada program televisi berbentuk berita secara garis besar dikategorikan dalam dua bagian, pertama berita *hard news* yaitu berita mengenai peristiwa penting yang baru saja terjadi, yang kedua yakni berita *soft news* yang berisi mengenai berita ringan.

Untuk membedakan jenis sebuah program televisi dapat dilihat dari format teknis atau berdasarkan isi dari program tersebut. Dalam format teknis biasanya terdapat format-format umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televisi seperti *talk show*, dokumenter, film, musik, kuis, dan lainnya. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk berita atau informasi seperti program hiburan, drama, olahraga, dan agama. Dalam penelitian nanti, program televisi yang akan dibahas yaitu mengenai program *talk show* yang membahas tentang acara ‘Rumh Uya’ di Trans 7.

2. Program *Talk Show*

Talk show merupakan salah satu bagian dari program hiburan. Dalam program hiburan *talk show* masuk dalam kategori program nondrama. Program nondrama adalah format program yang sangat fleksibel, karena terdiri dari unsur drama dan jurnalistik yang dikombinasikan menjadi satu program. *Talk show* adalah program diskusi atau panel diskusi yang diikuti oleh lebih dari satu pembicaraan atau narasumber untuk membicarakan suatu topik.⁴⁶

Berbagai program televisi juga ditawarkan salah satunya tayangan program *talk show*. *Talk show* merupakan program televisi atau radio yang menampilkan seseorang atau sekelompok orang berkumpul untuk mendiskusikan topik-topik tertentu, baik itu berisi informasi maupun yang sifatnya menghibur. Sebagian besar kesuksesan program *talk show* tergantung pada *personality* pembawa acara yang membawa program tersebut dan penyajian program yang disuguhkan kepada pemirsa. Mulai dari kemasan acara, durasi penayangan, tema, konflik, dan pemecahan masalahnya. Hal ini karena program *talk show* atau perbincangan merupakan program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (host) yang handal.

Untuk membuat agar *talk show* rileks dan menghibur, biasanya program *talk show* diiringi musik dengan seseorang atau beberapa penyanyi

⁴⁶ Rusman Latief & Yustiatie Utud, *Op.cit*, hlm. 24

yang bernyanyi secara *live* untuk dijadikan selingan materi diskusi. *Talk show* dapat dibuat dalam konsep komedi dengan menghadirkan presenter komedi yang cerdas. Mantan redaktur pelaksana majalah Femina dan Gatra, Amelia Lusia mengatakan, jika dilihat dari gayanya *talk show* dapat dibedakan menjadi dua tipe utama yaitu *light entertainment* dan *serious discussion*.

1. *Light entertainment* adalah jenis *talk show* yang di mulai dengan acara mewawancarai selebritas, seperti bintang film atau politisi. Pemandu acara duduk di belakang sebuah meja dan mewawancarai tamu acara tersebut. Acara ini selalu memiliki atmosfer positif, nyaman, ceria, dan disiarkan pada malam hari. *Light entertainment* juga pada pertunjukkan yang menitikberatkan pada unsur sensasi dan drama menampilkan orang-orang tidak terkenal sebagai tamu dengan permasalahan yang sering kontroversial.
2. *Serious discussion* adalah *talk show* jenis spesifik di tinjau dari materinya. Isinya berkonsentrasi pada topik khusus di bidang politik atau sosial, atau pada seseorang yang sedang menjadi incaran berita pada waktu itu.⁴⁷

⁴⁷*Ibid.*, hlm.26.

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Penyandingan

1. Sejarah Desa Penyandingan

Desa Penyandingan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI). Awal mula kemunculan desa ini, bukanlah sebuah desa melainkan daerah talang atau lahan kosong yang belum ada penghuninya sama sekali.

Pada zaman dahulu sebelum menjadi desa Penyandingan awal mula desa ini berasal dari Dusun Talang, yang ada disebelah Desa Penyandingan yang dulunya disebut dengan nama Ulak Bungor. Bungor merupakan sebuah pohon kayu besar yang berada di tengah sungai. Sungai tersebut dulunya selalu dikelilingi oleh pusaran air yang biasa disebut dengan ulak.⁴⁸ Oleh sebab itulah mengapa dulu desa tersebut dikatakan Ulak Bungor.

Pada saat itu penghuni atau masyarakat di Dusun Talang masih sedikit. Kala itu mereka membuat rumah dengan ukuran yang besar dan tingginya hampir sama antara rumah yang satu dengan yang lainnya. Sehingga ketika membuka jendela kita dapat melihat dusun seberang yang sekarang disebut dengan desa Penyandingan. Beberapa tahun kemudian rumah-rumah warga

⁴⁸ Umari, Pemangku Adat Desa Penyandingan Kec. Teluk Gelam Kab. OKI, *Wawancara Pribadi*, Penyandingan, 18 Juni 2017.

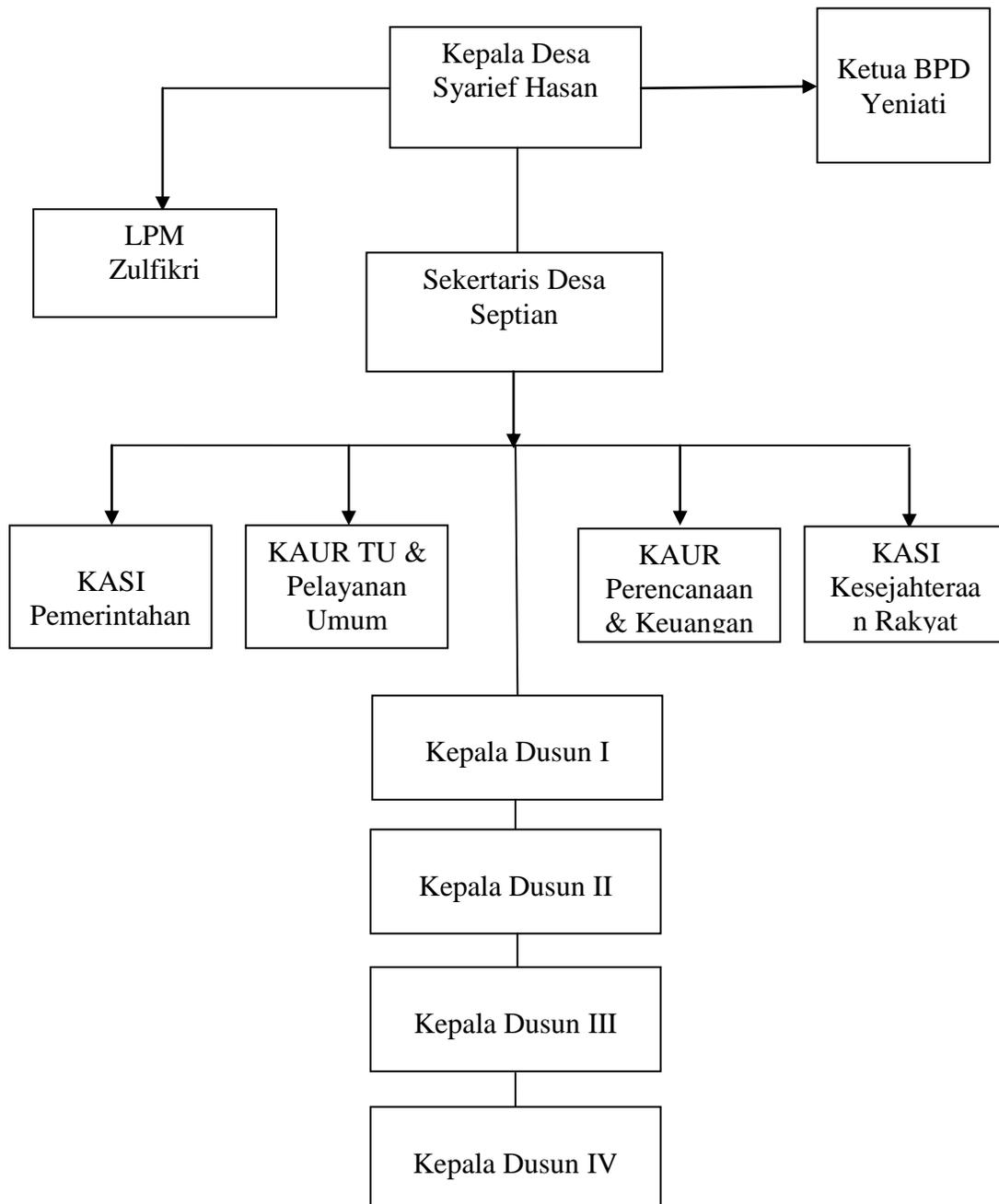
tersebut banyak yang roboh akibat ditiup angin dan membuat penghuni atau masyarakatnya berpencar-pencar sehingga habislah rumah yang disebut dengan Dusun Talang.

Akibat banyaknya rumah yang roboh sampai kedusun seberang membuat warga pindah keseberang yang dulunya disebut dengan Dusun Sandengan dari Dusun Talang.⁴⁹ Meski sebagian warga telah berpindah keseberang akan tetapi dimasa itu kepala desanya masih menyatu dengan dusun Talang.

Setelah warga desa yang bersanding dengan dusun Talang telah banyak barulah desa ini berubah nama menjadi Desa Penyandingan dan mulai membentuk aparatur desa dengan memiliki kepala desa sendiri. Itulah sebabnya mengapa dikatakan sebagai Desa Penyandingan.

⁴⁹ *Ibid.*

Bagan Struktur Pemerintahan Desa Penyandingan Kec. Teluk Gelam Kab. OKI
Sumsel⁵⁰



Gambar 2 Struktur Pemerintahan Desa Penyandingan

⁵⁰ Dokumentasi Kepala Desa Penyandingan, pada 12 Juni 2017.

Keterangan :

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. Kepala Desa | : Syarief Hasan |
| 2. Ketua BPD | : Yeniati |
| 3. Ketua LPM | : Zulfikri |
| 4. Ketua Adat | : Aswan Sanitra |
| 5. Koordinator LINMAS | : Nanang Zulfian |
| 6. Ketua TP PKK | : Erma |
| 7. Bendahara Desa | : Zulkifli |

Perangkat Desa:

- | | |
|---------------------------------|----------------|
| 1. Sekertaris Desa | : Septian |
| 2. KASI Pemerintahan | : Zahrudin |
| 3. KASI KESRA | : M.Tegu Karya |
| 4. KAUR Pelayanan Umum | : A. Rifa'i |
| 5. KAUR Perencanaan & Keuangan: | Peri |
| 6. Kepala Dusun I | : Asri |
| 7. Kepala Dusun II | : Saipul |
| 8. Kepala Dusun III | : Yanto |
| 9. Kepala Dusun IV | : Murod |

2. Kondisi Geografis

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam berlimpah ruah mulai dari sabang sampai merauke. Ditambah lagi dengan iklim tropis yang dimiliki Indonesia membuat semua sumber daya alamnya tumbuh dengan subur sehingga tak salah jika negara dengan predikat penduduk terbanyak kedua didunia ini menjadi salah satu negara penghasil bumi terbanyak di dunia. Sesuai dengan

kondisi Indonesia yang bersifat agraris membuat sebagian dari penduduk Indonesia berada di wilayah pedesaan. Beda dengan kehidupan kota yang selalu ramai, didesa justru sangat sepi dan jauh dari hingar bingar keramaian. Salah satunya Desa Penyandingan yang ada di Kecamatan Teluk Gelam arah Jalan Raya Lintas Komerling Kabupaten Ogan Komerling Ilir. Desa Penyandingan terdiri dari 4 Dusun atau kampung.

Adapun batas - batas Desa Penyandingan yaitu :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Talang Pangeran Kecamatan Teluk Gelam
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Muara Telang Kecamatan Teluk Gelam
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Seriguna Kecamatan Teluk Gelam
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Kuripan Kecamatan Teluk Gelam

Luas wilayah Desa Penyandingan adalah 1715 Ha dimana 85% berupa daratan yang bertopografi tinggi, dan 65 % daratan dimanfaatkan sebagai lahan perkebunan yang dimanfaatkan untuk lahan pertanian.

- a. Luas Desa : 1715 Ha
- b. Tanah Sawah : 350 Ha
- c. Tanah Fasilitas Umum : 3,7 Ha
- d. Jarak ke Ibu Kota Kecamatan : 3 Km
- e. Jarak ke Ibu Kota Kabupaten : 20 Km

f. Jarak ke Ibu Kota Propinsi : 80 Km⁵¹

Berikut sarana dan prasarana yang tersedia di Desa Penyandingan :

1. Sarana / Prasarana UMUM

- Balai Desa : 1
- Kantor Desa :-
- Tempat Pemakaman Umum : -
- Pasar Tradisional : 1 Lokasi
- MCK : 2 unit
- Sumur Bor :

2. Sarana / Prasarana KESEHATAN

- Puskesmas : 1 Unit
- Gedung Posyandu : 2 Unit
- Jumlah Dokter : -Orang
- Bidan : 13
- Apotek : -

3. Sarana / Prasarana IBADAH

- Masjid : 1 Unit
- Mushola : 1 Unit

4. Sarana / Prasarana KEAMANAN

- Pos Kamling : 8 Unit

⁵¹ *Ibid.*

5. Sarana / Prasarana PENDIDIKAN

- Taman Kanak-kanak : 1 Unit
- SD Negeri : 1 Unit
- Gedung Paud : 1 unit
- Gedung TPA : 1 unit

6. Sarana / Prasarana OLAHRAGA

- Lapangan volly : 1 lokasi
- Lapangan Sepak Bola : 1 Lokasi
- Meja Pimpong : 1 Unit
- Lapangan Bulu Tangkis : 1 Lokasi
- Bilyar : 3 lokasi

3. Kondisi Penduduk

Desa Penyandingan memiliki jumlah kepala keluarga (KK) sebanyak 363 dengan jumlah penduduk sebanyak 1846 jiwa yang terdiri atas 931 laki-laki dan 915 perempuan.⁵² Berikut adalah tabel data kependudukan desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI :

⁵² *Ibid*

a. Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Penyandingan

No.	Tingkat Pendidikan	Orang	%
1.	Tamat SD	125	29%
2.	Tamat SLTP	144	33%
3.	Tamat SLTA	118	28%
4.	Tamat Akademi (D1-D3)	24	5%
5.	Sarjana (S1)	25	5%
Jumlah		436	100%

Tabel 2

b. Jenis Mata Pencarian Penduduk Desa Penyandingan

No.	Pekerjaan	Orang	%
1.	Petani	849	46 %
2.	Buruh tani	50	2 %
3.	Buruh Migran	10	1%
4.	ABRI/POLRI	87	3%
5.	PNS	20	1%
6.	Pedagang keliling	4	1%
7.	Pengrajin industri RT	2	1%
8.	Lain-lain	824	45%
Jumlah		1846	100%

Tabel 3**4. Potensi Desa**

Potensi umum yang dimiliki Desa Penyandingan diantaranya bidang sektor pertanian dan perkebunan yaitu banyaknya lahan pertanian sawah dan berbagai perkebunan seperti duku dan durian. Bidang budidaya terdapat potensi

ternak unggas (ayam, bebek, dan itik), kambing, angsa, dan sapi. Bidang pendidikan di desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam didukung dengan adanya fasilitas seperti sekolah dasar (SD), taman kanak-kanak, TPA, majelis taklim, dan paud. Bidang kesehatan yaitu terdapat posyandu balita dan Puskesmas.

B. Gambaran Umum Trans 7

1. Profil Perusahaan dan Sejarah Trans 7

Sejak awal kemunculannya, TRANS 7 semula bernama TV7 (di bawah naungan Kelompok Kompas Gramedia KKG). Pada tanggal 22 Maret 2000, keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh dan berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000.⁵³ Sejalan dengan perkembangan di dunia pertelevisian di Indonesia dan semakin ketatnya persaingan di bidang tersebut, maka pada tanggal 4 Agustus 2006, KKG menjalin hubungan kerjasama (*strategic partnership*) dengan CT Corp. Pada proses selanjutnya, untuk lebih mendekatkan diri dengan pemirsa, maka pada tanggal 15 Desember 2006 TV7 melakukan *relaunch* dengan berganti logo dan nama menjadi TRANS7.

Bersama dengan TRANS TV, Detikcom, TransVision dan CNN Indonesia, TRANS 7 berada dalam group media TRANSMEDIA dan diharapkan

⁵³ <http://www.trans7.co.id/>, di akses pada 12 Juni 2017.

dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. Sejak perubahannya, Trans 7 memiliki ciri khas berbeda dengan televisi lainnya karena menyajikan acara berbentuk *in-house productions* atau produksi original dari para *crew* Trans 7 sendiri yang memproduksinya, tanpa melibatkan *Production House* yang biasa terlibat pada stasiun televisi di Indonesia pada umumnya dalam mengemas suatu program acara. Dengan Visi dan Misi sebagai berikut :

VISI

Dalam jangka panjang, Trans 7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN.

MISI

Trans 7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Trans 7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral, yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja. Trans 7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi *stakeholders* dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima *stakeholders*.⁵⁴

2. Program-Program Trans 7

Setiap stasiun televisi pasti memiliki komitmen untuk menyajikan serta memberikan tayangan terbaik untuk pemirsa setianya, tak terkecuali bagi Trans 7.

⁵⁴ *Ibid.*

Banyak program acara yang disajikan diantaranya program informasi seperti Redaksi yang hadir setiap hari dari pagi, siang, sore, dan malam yang dikemas secara apik dan dinamis, *update* dan informatif. Tidak hanya itu, Trans 7 juga menghadirkan program berita dan dokumenter lainnya seperti Ragam Indonesia, Jejak Petualang, Tau Gak Sih, Indonesiaku, Selamat Pagi, Mancing Mania, Jejak Si Gundul, Orang pinggiran, dan tayangan yang memberi wawasan unik dan berbeda lainnya.

Selain itu juga ada program *variety show* seperti *On The Spot*, *Spotlite*, CCTV, Redaksiana, dan Opera Van Java yang selalu dinantikan pemirsa dirumah. Trans 7 juga hadir dengan berbagai acara *talk show* seperti Bukan Empat Mata, Hitam Putih, dan 'Rumah Uya' yang pernah meraih *Panasonic Gobel Award* ditahun pertama penayangannya. Berbagai programa lainnya yang selalu dinantikan para pecinta olahraga ialah program *sport* Trans 7, para pecinta otomotif, dan MotoGP yang selalu memacu adrenalin di lintasan balap kelas dunia. Program Cara tersebut diantaranya *Sport7*, *One Stop Football*, Galeri Sepak bola Indonesia, *Highlights* Otomotif, *Highlights* MotoGP, dan sebagainya.

Trans 7 yang memiliki khasnya tersendiri juga tidak pernah melupakan pemirsa cilik dengan memberikan pengetahuan dan hiburan bagi mereka. Seperti halnya tayangan Bocah Petualang, dan Si Bolang yang selalu hadir dengan keunikan kehidupan anak-anak diseluruh penjuru Indonesia. Sementara itu dari bidang pengetahuan acara Laptop Si Unyil dan Buku Harian Si Unyil menyuguhkan ilmu pengetahuan yang mendasar bagi pemirsa cilik. Tidak

ketinggalan juga program edukasi yang sarat informasi, Dunia Binatang, yang mengandalkan animasi Dolphino dan Otan sebagai mascot program tersebut.

3. Struktur Organisasi

a. Dewan Komisaris

Komisaris Utama

Chairul Tanjung

b. Komisaris

1. Ishadi SK
2. Asih Winanti

c. Dewan Direktur

Direktur Utama :

Atiek Nur Wahyuni

Direktur Keuangan dan Sumber Daya Manusia :

Ch. Suswati Handayani

Direktur Produksi

Andi Chairil

d. Kepala Divisi**Kepala Divisi Sales :**

Agustina Sembiring

Filis Dilen P

Kepala Divisi Promotion :

Tedja Andarwan

Kepala Divisi News :

Titin Rosmasari

Kepala Divisi HR &GS :

Latief Harnoko

Kepala Divisi Programming :

Leona Anggraeni

Kepala Divisi Marketing Services :

M. Ichsan

Kepala Divisi Marketing Public Relations

Anita Wulandari⁵⁵

⁵⁵ *Ibid.*

4. Logo TRANS 7



Gambar 3 Logo Trans 7⁵⁶

TRANSMEDIA, sebagai media terdepan di Indonesia selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi *trendsetter* untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru bagi insan pertelevisian Indonesia. Tepat pada tanggal 15 Desember 2013 TRANSMEDIA me-*launching* logo baru bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12 tahun.

Logo dengan simbol ‘**Diamond A**’ ditengah kata Trans TV dan Trans 7 mengartikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang terbaik dan gemilang, serta memiliki keunikan tersendiri serta menunjukkan kepemimpinan yang kuat.

Setiap warna dalam logo tersebut memiliki makna dan filosofi tersendiri. Warna kuning diartikan sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Sedangkan warna hijau dalam logo tersebut menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau nan subur. Warna biru

⁵⁶ <http://logos.wikia.com/wiki/Trans7>, di akses pada 15 Juni 2017, pukul 07.18.

melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang kuat dan memiliki harapan yang tinggi. Selanjutnya satu lagi warna ungu, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Seluruh rangkaian warna dalam logo tersebut tentu memiliki makna dan cerita sendiri didalamnya, menyatu dengan serasi sehingga membentuk simbol yang kuat, utuh dan bercahaya dalam *diamond* berbentuk “A” artinya dapat dipahami bahwa makna dari logo TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuratkan sebuah semangat perjuangan dalam mencapai keberhasilan yang tiada tara mulai dari sekarang hingga waktu yang akan datang.

C. Gambaran Umum ‘Rumah Uya’



Gambar 4 Logo ‘Rumah Uya’ TRANS 7⁵⁷

‘Rumah Uya’ merupakan salah satu program acara di Trans 7 yang menayangkan tentang permasalahan seseorang dan ingin diberikan solusi serta bisa diselesaikan melalui acara ini. Acara yang dipandu oleh presenter kondang Uya Kuya ini berhasil menarik minat masyarakat luas. Tak jarang acara ini membuat penonton antusias untuk menantikan tentang apa saja yang dihadirkan di acara ‘Rumah Uya’.

Dalam memandu acara tersebut Uya Kuya selalu didampingi oleh Co-Host yang berbeda-beda. Pada awal penyangannya Uya Kuya ditemai oleh Syahnaz atau yang akrab disapa Nanas, yang merupakan adik kandung dari artis cantik Kimberly Ryder. Kemudian Uya yang biasa disapa juga pernah didampingi

⁵⁷ https://trans7.com/rumahuya_trans7?lang=en, di akses pada 15 Juni 2017 pukul 07.26.

oleh Prilly Latuconsina dan sekarang Co-Host 'Rumah Uya' ditemani oleh personil JKT 48 yaitu Haruka.

'Rumah Uya' resmi tayang di Trans 7 pada 7 September 2015 dengan *genre* remaja 13+, dan tayang setiap hari Senin sampai Jum'at dengan penayangan durasi satu jam pukul 17.00-18.00 WIB. Format acara ini termasuk *Reality Show*, tetapi karena berada didalam ruangan maka acara ini masuk kategori program acara *Talk show*.

Dalam satu tahun penayangannya, acara ini telah berhasil meraih penghargaan bergengsi Indonesia yaitu *Panasonic Gobel Awards 2016* yang tayang di RCTI. Pada acara tersebut 'Rumah Uya' berhasil meraih penghargaan dalam kategori program *talk show* terfavorit mengalahkan Hitam Putih dan *Ini Talk Show* di Net.Tv. Sejak berhasil membawa piala tersebut, acara ini mulai tayang secara *live* di Trans 7.

Hadirnya program 'Rumah Uya' di Trans 7 membuat warna baru dalam acara *talk show* di stasiun televisi Indonesia. Adanya pesan dakwah yang disampaikan saat acara berlangsung oleh Umi Qurrota A'yuni menjadi ciri khas dari program yang tayang setiap Senin sampai Jum'at jam 17.00 – 18.00 WIB ini. Umi Qurrotta yang biasa disapa seolah menjadi penasihat dalam setiap permasalahan yang hadir di acara 'Rumah Uya'. Selain itu ia juga seringkali mengaitkan masalah yang sedang dibahas dengan ajaran agama Islam, sehingga menemukan solusi untuk permasalahan yang ada. Dari beberapa episode yang tayang di Rumah Uya Trans 7, penulis akhirnya mengambil sebagian contoh

kasus yang merupakan sinopsis cerita dari masalah yang tayang di Rumah Uya diantaranya sebagai berikut:

Januari 2017, bermula saat Uya Kuya memperkenalkan kliennya bernama Putri. Dalam episode ini Putri melaporkan pacarnya yang bernama Diles yang tiba-tiba sikapnya berubah. Saat itu Putri pun langsung menanyakan dompet pacarnya, karena Putri yakin ada bukti didompetnya. Saat dibuka ternyata ada foto wanita lain yang diduga selingkuhan pacarnya. Diles mengaku bahwa itu Cindi yang merupakan sepupunya. Uya pun langsung memanggil Cindi yang ternyata bernama Siska merupakan tunangan Diles yang dijodohkan orang tuanya. Mereka pun berdebat panjang ternyata Diles mencintai Putri dan juga Siska tunangannya.

Lalu umi Qurrota bereaksi, ia mengatakan bahwa memilih dan mencari pasangan sebeum kejenjang berikutnya memang bagus, akan tetapi harus dengan cara yang baik bukan malah memberikan harapan kepada keduanya. Diles mengatakan bahwa Putri juga memiliki lelaki lain. Dan ternyata benar Putri dekat dengan lelaki lain yang sudah punya pacar, tetapi ia mengaku hanya dekat dengan lelaki tersebut dan tidak memiliki hubungan apa-apa. Laki-laki itupun dihadirkan dan timbulah perdebatan yang panjang sehingga menyulut emosi Diles sebagai kekasih Putri. Uya Kuya berusaha untuk menenangkan keduanya sehingga didaptalah keputusan bahwa Diles memilih tunangan yang dijodohkan orang tuanya dari pada Putri.

Februari 2017, ada seorang klien bernama Fifi datang ke Rumah Uya untuk memberikan *surprise* kepada kekasihnya untuk merayakan satu bulan hubungan mereka. Ternyata pada hari bersamaan ada klien satu lagi yang bernama Viranda yang ingin menyelesaikan kasus masalah dengan pacarnya yang bernama Mike. Dan ternyata pacar Fifi dan Viranda adalah orang yang sama. Akhirnya Mike yang dilaporkanpun datang ke studio dan dipertemukan kepada kedua pacarnya. Umi Qurrota langsung menanyakan kenapa Mike berlaku demikian dan segera memutuskan untuk memilih yang salah satu diantara mereka, meskipun memang tidak ada salahnya jika Mike mencari pasangan yang terbaik. Mike pun menjelaskan bahwa ia dengan Viranda telah *break* selama 40 hari yang selama waktu *break* ia menembak Fifi. Mike pun minta maaf kepada Fifi bahwa sebenarnya ia belum terlalu sayang kepada Fifi. Akhirnya Mike memutuskan untuk memilih Viranda.

Maret 2017, ada seorang klien berasal dari Medan bernama Deedre yang ingin menyatakan perasaannya kepada seseorang dan ia juga telah membawa sebuah kado untuk lelaki tersebut yang bernama Ryan. Ryan pun datang ke studio dan Deedre pun malu ketika Ryan datang. Dee pun langsung memberikn kadonya dan diterima oleh Ryan. Ryan pun tidak menyangkan kalau Dee bisa melakukan hal ini, dia berterimakasih karena selama ini Dee telah membantunya dan ia mengungkapkan kalau ia sudah punya pacar. Dee seakan tak percaya karena selama yang ia tau Ryan belum punya pacar. Pacarnya pun diundang masuk tetapi ia tak enak hati karena harus bertemu Dee. Ternyata pacar Ryan adalah sahabat

Dee sendiri. selama ini Dee selalu memberikan barang kepada Ryan melalui sahabatnya. Tetapi ia malah tidak mengatakan kalau barang tersebut dari Dee. Dee kecewa begitupun Ryan. Tak lama kemudian datang seorang Ibu yang ada hubungan dengan Ryan. Ternyata ibu tersebut merupakan tante dari mantan kekasihnya bernama Ayu. Ibu tersebut marah karena ponakannya tidak mau mandi karena ingin balikan dengan Ryan. Tetapi Ryan tidak mau balikan lagi sama Ayu. Ryan pun akhirnya memutuskan kekasihnya dan pergi begitu saja.

April 2017, ada seorang wanita bernama Tata yang mengatakan kepada Uya Kuya bahwa kekasih Cisa bernama Rey telah berselingkuh dengan teman mereka sendiri. Tata memberikan bukti sebuah kemeja yang ada dimobil Aci. Cisa tidak percaya pacarnya selingkuh dengan Aci. Cisa menuduh Tata yang telah mendekati Rey ia pun menunjukkn buktinya. Tata mengelak dan ia mengaku tidak pernah mendekati Rey. Akhirnya Aci diundang ke studio bersama seorang laki-laki bernama Risky yang merupakan kekasih Tata. Tata pun kaget ternyata kekasihnya lah yang memiliki hubungan dengan Aci. Rey pun diundang dan Uya Kuya langsung menanyakan kalau apa hubungan Aci sama Rey. Aci pun mengaku kalau Rey adalah pacarnya. Cisa pun marah kepada Rey tetapi tiba-tiba Rey mengaku bahwa Aci Cuma temannya. Aci mengatakan kalau Rey sudah berjanji bahwa akan memutuskan Cisa. Rey ternyata sudah sering mengantar Aci pulang. Rey terus mengelak bahwa ia tidak ada hubungan dengan Aci. Uya mengatakan pada Umi bahwa Rey masih tidak mau mengaku. Uya pun

menunjukkan bukti video bahwa Rey telah berjanji akan memutuskan Cisa. Cisa pun langsung memutuskan Rey dan pergi begitu saja.

Mei 2017, pada salah satu contoh episode ini ada seorang laki-laki bernama Candra yang ingin mengungkapkan persaannya kepada seorang wanita yang ia sayang selama setahun ini bernama Cila. Cila merupakan sahabat dari Echa yang merupakan mantan kekasih dari Candra. Echa pernah menitipkan Candra kepada Cila selama Echa pergi ke Sidney selama satu tahun dan ia mengizinkan Cila untuk mendekati Candra selama Echa pergi. Kemudian Echa kembali ke Indonesia dan menyatakan bahwa ia ingin balikan dengan Candra. Ternyata Candra sudah tidak ada perasaan lagi dengan Echa dan memilih Cila. Candra membuktikan perkataannya dengan melamar Cila secara langsung. Echa pun pingsan karena Candra berpaling pada sahabatnya sendiri. Cila pun menerima lamaran dari Candra. Akan tetapi ternyata Candra terpaksa berbohong melamar Cila dengan alasan ingin melamar wanita lain yang merupakan kekasihnya bernama Venti. Umi pun marah karena ia telah berbohong dan memberikan janji palsu. Tetapi Venti tidak mau menikah dengan Candra. Candra curiga Venti memiliki laki-laki lain bernama Reza. Venti merupakan seorang janda beranak tiga. Reza dan Candra pun bersaing melamar Venti tetapi Venti tidak memilih siapapun karena ia masih ingin fokus membesarkan ketiga anaknya.

Juni 2017, ada seorang pelapor bernama Paula yang ingin melaporkan pacarnya yang telah ia jalani selama 6 bulan. Paula pernah mengenalkan kedua sahabatnya kepada kekasihnya 2 bulan lalu. Setelah perkenalan itu ternyata

sahabtnya seringa chatting dengan kekasihnya. Ia mendapatkn bukti sebuah lipstick di baju kekasihnya dan yang diduga merupakan lipstick yang biasa dipakai sahabtnya dan sebuah tisu bertuliskan nama akun media sosial sahabtnya. Tim Rumah Uya ternyata sudah mengundang kedua sahabat Paula bernama Rahma dan Angel yang dicurigai dekat dengan pacar Paula. Saat di tanya Uya Kuya Rahma mengaku kalau ia sedang dekat dengan pacar seseorang ia tidak tau siapa yang mengundangnya ke Rumah Uya. Ditempat yang berbeda Uya Kuya juga menemui Angel yang menduga bahwa yang mengundangnya keacara tersebut ialah seseorang yang dekat dengannya dan ingin menyatakan perasaannya. Uya pun langsung mengundang terlapor bernama Nando. Saat ditanya Nando mengaku bahwa ia punya wanita yang dekat dengannya karena mereka ialah seorang klien. Paula pun langsung mempertemukan Nando dengan Rahma. Tetapi Nando masih mengelak bahwa ia tidak punya hubungan dengan orang lain. Tim Rumah Uya telah memiliki bukti video Nando bersama seorang wanita. Nando pun meminta maaf kepada Paula bahwa ia pernah dekat dengan Rahma. Nando juga langsung memutuskan Paula. Dan ingin balikan sama Rahma. Tetapi Rahma tidak mau balikan dengan Nando karena ia telah dekat dengan seorang laki-laki bernama Ical.

Juli 2017, ada seorang laki-laki yang ingin memberikan pengakuan kepada kekasihnya bernama Siska dengan syarat kekasihnya dulu yang diundang. Uya pun langsung mengundang Siska. Ternyata Siska tiba-tiba ditelfon seseorang. Siska terlihat bingung dan cemas setelah mendapat telefon. Ia mengaku bahwa

ditelfon seorang ibu-ibu bahwa ia harus putus dengan Bram karena Bram harus tanggung jawab. dari pengakuan sahabatnya bernama Nindya, bahwa Siska sudah sering diteror oleh orang yang tidak dikenal dari seseorang bernama Nadika berupa barang-barang aneh dengan alasan harus putus dari pacarnya sendiri. Bram pun diundang dan langsung duduk disamping Siska. Ia langsung menjelaskan kenapa ia mengikuti acara ini,. Ia mengatakan bahwa ia ingin putus dengan Siska bukan karena Nadika. Hal itu dikarenakan Siska terlalu posesif. Nadika pun datang. Bram mengaku bahwa ia tidak punya hubungan apa-apa dengan Nadika dia tidak pernah pacaran dengan Nadika. Alasan Bram ingin putus dengan Nadika karena ia telah nyaman dengan Nindya yang merupakan sahabat Siska sendiri. Nindya mengaku bahwa dia tidak punya hubungan apa-apa. Ternyata Nindya sudah sering alan dengan Bram. Bram pun meminta kejelasan dengan Nindya tetapi Nindya lebih memilih sahabatnya Siska dari pada Bram dan hanya ia anggap sebagai temannya sendiri.

BAB IV ANALISIS DATA

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini penulis memiliki 30 item pertanyaan, dimana 16 item untuk variabel tayangan Rumah Uya di Trans 7 (X) dan 14 item untuk variabel persepsi masyarakat di Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam OKI (Y). Untuk mengetahui valid atau tidaknya item pertanyaan tersebut bisa dilihat pada *corrected item total correlation* yang ketentuannya jika item $< r$ tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan jika item $> r$ tabel maka dinyatakan valid. Uji validitas ini menggunakan *r* tabel *product moment* dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan rumus *degree of freedom* yaitu $df = n$ (jumlah sampel) $- 2$, maka $df = 83-2 = 81$ sehingga *r* tabelnya 0,216. Berikut ini hasil uji validitasnya :

Tabel. 4 Uji Validitas Variabel X

Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r Tabel	Keterangan
Item 1	.278	0,216	Valid
Item 2	.321	0,216	Valid
Item 3	.332	0,216	Valid
Item 4	.366	0,216	Valid
Item 5	.299	0,216	Valid
Item 6	.338	0,216	Valid
Item 7	.368	0,216	Valid
Item 8	.404	0,216	Valid

Item 9	.368	0,216	Valid
Item 10	.250	0,216	Valid
Item 11	.384	0,216	Valid
Item 12	.457	0,216	Valid
Item 13	.352	0,216	Valid
Item 14	.373	0,216	Valid
Item 15	.375	0,216	Valid
Item 16	.320	0,216	Valid

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Tabel. 5 Uji Validitas Variabel Y

Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r Tabel	Keterangan
Item 1	.394	0,216	Valid
Item 2	.321	0,216	Valid
Item 3	.259	0,216	Valid
Item 4	.419	0,216	Valid
Item 5	.329	0,216	Valid
Item 6	.256	0,216	Valid
Item 7	.310	0,216	Valid
Item 8	.412	0,216	Valid
Item 9	.466	0,216	Valid
Item 10	.473	0,216	Valid
Item 11	.453	0,216	Valid
Item 12	.296	0,216	Valid
Item 13	.377	0,216	Valid
Item 14	.364	0,216	Valid

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4 dan 5 tersebut dapat dilihat bahwa setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS 22 maka diperoleh nilai pada *corrected item total correlation* untuk variabel X dan variabel Y lebih besar dari nilai r tabel, sehingga berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan

bahwa masing-masing instrument variabel X dan variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner.

2. Uji Reabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya yaitu menguji reabilitas variabel program *talk show* 'Rumah Uya' di Trans 7 (X) dan variabel persepsi penonton (Y) dengan menggunakan *SPSS 22* dan rumus *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat sebagai alat ukur pengambilan dan penelitian data, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka variabel tersebut tidak dapat digunakan. Berikut hasil uji realibilitas :

Tabel. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Program <i>Talk Show</i> Rumah Uya di Trans 7 (X)	16 pernyataan	.756	Valid
Persepsi Penonton (Y)	14 pernyataan	.754	Valid

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan data hasil uji realibilitas pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X dan variabel Y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian ini karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Tayangan Program *Talk Show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 (Variabel X)

a. Analisis Indikator

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya penulis akan melakukan analisis setiap variabelnya. Variabel X (Tayangan Program *Talk Show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7) terdapat 3 dimensi. Diantaranya dimensi penyajian program *talk show* ‘Rumah Uya’ terdapat 7 indikator, dimensi fungsi media massa televisi terdapat 3 indikator, dimensi dakwah terdapat 2 indikator. Sedangkan variabel Y memiliki 2 dimensi, pertama dimensi kebutuhan khalayak terdapat 6 indikator, dan yang kedua dimensi penggunaan dan kepuasan terdapat 5 indikator.

Seluruh masing-masing dimensi memiliki perbedaan pada setiap indikator pernyataannya sehingga pernyataan dari semua indikator berjumlah 30 pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Berikut ini analisis dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden yaitu sebagai berikut :

1) Dimensi Penyajian Program *talk show* ‘Rumah Uya’

Dimensi ini memiliki 7 butir indikator dengan 9 pernyataan yaitu :

1. Trans 7 selalu menyajikan tayangan yang di kemas secara menarik seperti ‘Rumah Uya’

Tabel. 7
PERNYATAAN1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.2	1.2	1.2
TIDAK SETUJU	6	7.2	7.2	8.4
RAGU-RAGU	13	15.7	15.7	24.1
SETUJU	32	38.6	38.6	62.7
SANGAT SETUJU	31	37.3	37.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.1 tersebut menunjukkan 1 responden (1,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,2%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan ragu-ragu, 32 responden (38,6%) menyatakan setuju, dan 31 responden (37,3%) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 75,9%.

2. Durasi tayangan acara 'Rumah Uya' sangat pas dan tidak membosankan

Tabel. 8
PERNYATAAN2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	8	9.6	9.6	9.6
TIDAK SETUJU	11	13.3	13.3	22.9
RAGU-RAGU	13	15.7	15.7	38.6
SETUJU	37	44.6	44.6	83.1
SANGAT SETUJU	14	16.9	16.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.2 menunjukkan 8 responden (9.6%) menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden (13,3%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan ragu-ragu, 37 responden (44,6%) menyatakan setuju, dan 14 responden (16,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 61.5%.

3. Tema yang di angkat di acara ‘Rumah Uya’ selalu berbeda

Tabel. 9
PERNYATAAN3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	5	6.0	6.0	6.0
RAGU-RAGU	6	7.2	7.2	13.3
SETUJU	47	56.6	56.6	69.9
SANGAT SETUJU	25	30.1	30.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.3 tersebut menunjukkan 5 responden (6%) menyatakan tidak setuju, 6 responden (7,2%) menyatakan ragu-ragu, 47 responden (56,6%) menyatakan setuju, dan 25 responden (30,1%) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 86,7%.

4. Konflik yang ada di 'Rumah Uya' hanya rekayasa

Tabel. 10**PERNYATAAN4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.8	4.8	4.8
TIDAK SETUJU	13	15.7	15.7	20.5
RAGU-RAGU	15	18.1	18.1	38.6
SETUJU	31	37.3	37.3	75.9
SANGAT SETUJU	20	24.1	24.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.4 tersebut menunjukkan 4 responden (4,8%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan tidak setuju, 15 responden (18,1%) menyatakan ragu-ragu, 31 responden (37,3) menyatakan setuju dan 20 responden (24,1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 61,4%.

5. Setiap permasalahan yang ada di 'Rumah Uya' selalu menguras emosi

Tabel. 11
PERNYATAAN5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.2	1.2	1.2
TIDAK SETUJU	6	7.2	7.2	8.4
RAGU-RAGU	18	21.7	21.7	30.1
SETUJU	44	53.0	53.0	83.1
SANGAT SETUJU	14	16.9	16.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.5 tersebut menunjukkan 1 responden (1,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,2%) menyatakan tidak setuju, 18 responden (21,7%) menyatakan ragu-ragu, 44 responden (53%) menyatakan setuju dan 14 responden (16,9) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 69,9%.

6. Selalu ada pemecahan masalah setiap persoalan yang terjadi di acara 'Rumah Uya'

Tabel. 12
PERNYATAAN6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.2	1.2	1.2
TIDAK SETUJU	5	6.0	6.0	7.2
RAGU-RAGU	25	30.1	30.1	37.3
SETUJU	42	50.6	50.6	88.0
SANGAT SETUJU	10	12.0	12.0	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.6 tersebut menunjukkan 1 responden (1,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden (6%) menyatakan tidak setuju, 25 responden (30,1%) menyatakan ragu-ragu, 42 responden (50,6%) menyatakan setuju dan 10 responden (12%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,6%.

7. Setiap acara yang dipandu oleh Uya Kuya selalu menimbulkan pro dan kontra

Tabel. 13

PERNYATAAN7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.4	2.4	2.4
TIDAK SETUJU	7	8.4	8.4	10.8
RAGU-RAGU	21	25.3	25.3	36.1
SETUJU	39	47.0	47.0	83.1
SANGAT SETUJU	14	16.9	16.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.7 tersebut menunjukkan 2 responden (2,4%) menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden (8,4%) menyatakan tidak setuju, 21 responden (25,3%) menyatakan ragu-ragu, 39 responden (47%) menyatakan setuju dan 14 responden (16,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 63,9%.

8. Klien / tamu yang dihadirkan di 'Rumah Uya' kurang menarik

Tabel. 14
PERNYATAAN8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.8	4.8	4.8
TIDAK SETUJU	13	15.7	15.7	20.5
RAGU-RAGU	14	16.9	16.9	37.3
SETUJU	41	49.4	49.4	86.7
SANGAT SETUJU	11	13.3	13.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.8 tersebut menunjukkan 4 responden (4,8%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan tidak setuju, 14 responden (16,9%) menyatakan ragu-ragu, 41 responden (49,4%) menyatakan setuju dan 11 responden (13,3%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,7%.

9. Setiap perilaku klien/tamu di 'Rumah Uya' akan mempengaruhi sikap penonton

Tabel. 15
PERNYATAAN9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.4	2.4	2.4
TIDAK SETUJU	6	7.2	7.2	9.6
RAGU-RAGU	26	31.3	31.3	41.0
SETUJU	34	41.0	41.0	81.9
SANGAT SETUJU	15	18.1	18.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.9 tersebut menunjukkan 2 responden (2,4%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,2%) menyatakan tidak setuju, 26 responden (31,3%) menyatakan ragu-ragu, 34 responden (41%) menyatakan setuju dan 15 responden (18,1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 59,1%.

2) Dimensi Fungsi Media Massa Televisi

Dimensi ini memiliki 3 indikator dengan 3 pernyataan

10. Acara 'Rumah Uya' memberikan informasi berupa pesan moral kepada khalayak

Tabel. 16
PERNYATAAN10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.2	1.2	1.2
TIDAK SETUJU	8	9.6	9.6	10.8
RAGU-RAGU	18	21.7	21.7	32.5
SETUJU	37	44.6	44.6	77.1
SANGAT SETUJU	19	22.9	22.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.10 tersebut menunjukkan 1 responden (1,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 8 responden (9,6%) menyatakan tidak setuju, 18 responden (21,7%) menyatakan ragu-ragu, 37 responden (44,6%) menyatakan setuju dan 19 responden (22,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 67,5%.

11. Secara keseluruhan acara ‘Rumah Uya’bukan merupakan tayangan yang sifatnya mendidik

Tabel. 17
PERNYATAAN11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.4	2.4	2.4
TIDAK SETUJU	11	13.3	13.3	15.7
RAGU-RAGU	14	16.9	16.9	32.5
SETUJU	34	41.0	41.0	73.5
SANGAT SETUJU	22	26.5	26.5	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.11 tersebut menunjukkan 2 responden (2,4%) menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden (13,3%) menyatakan tidak setuju, 14 responden (16,9%) menyatakan ragu-ragu, 34 responden (41%) menyatakan setuju dan 22 responden (26,5%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 67,5%.

12. Secara keseluruhan acara *talk show* 'Rumah Uya' menghibur

Tabel. 18

PERNYATAAN12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	10	12.0	12.0	12.0
RAGU-RAGU	23	27.7	27.7	39.8
SETUJU	34	41.0	41.0	80.7
SANGAT SETUJU	16	19.3	19.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.12 tersebut menunjukkan 10 responden (12%) menyatakan tidak setuju, 23 responden (27,7%) menyatakan ragu-ragu, 34 responden (41%) menyatakan setuju, dan 16 responden (19,3) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 60,4%.

3) Dimensi Dakwah

Dimensi ini memiliki 2 indikator dengan 4 pernyataan yaitu:

13. Acara 'Rumah Uya' menghadirkan penceramah untuk memberikan solusi atas permasalahan yang ada

Tabel. 19
PERNYATAAN13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.6	3.6	3.6
TIDAK SETUJU	9	10.8	10.8	14.5
RAGU-RAGU	15	18.1	18.1	32.5
SETUJU	41	49.4	49.4	81.9
SANGAT SETUJU	15	18.1	18.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.13 tersebut menunjukkan 3 responden (3,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 9 responden (10,8%) menyatakan tidak setuju, 15 responden (18,1%) menyatakan ragu-ragu, 41 responden (49,4%) menyatakan setuju dan 15 responden (18,1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 67,5%.

14. Pesan dakwah yang disampaikan penceramah cukup sampai kepada masyarakat

Tabel. 20
PERNYATAAN14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.4	2.4	2.4
TIDAK SETUJU	12	14.5	14.5	16.9
RAGU-RAGU	17	20.5	20.5	37.3
SETUJU	35	42.2	42.2	79.5
SANGAT SETUJU	17	20.5	20.5	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.14 tersebut menunjukkan 2 responden (2,4%) menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden (14,5%) menyatakan tidak setuju, 17 responden (20,5%) menyatakan ragu-ragu, 35 responden (42,2%) menyatakan setuju dan 17 responden (20,5%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,7%.

15. Trans 7 memanfaatkan acara 'Rumah Uya' sebagai alat untuk menyebarkan nilai-nilai agama

Tabel. 21
PERNYATAAN15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	6	7.2	7.2	7.2
TIDAK SETUJU	5	6.0	6.0	13.3
RAGU-RAGU	13	15.7	15.7	28.9
SETUJU	40	48.2	48.2	77.1
SANGAT SETUJU	19	22.9	22.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.15 tersebut menunjukkan 6 responden (7,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden (6%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan ragu-ragu, 40 responden (48,2%) menyatakan setuju dan 19 responden (22,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 71,1%.

16. Secara keseluruhan isi tayangan ‘Rumah Uya’ tidak memuat ajaran agama Islam

Tabel. 22
PERNYATAAN16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.8	4.8	4.8
TIDAK SETUJU	15	18.1	18.1	22.9
RAGU-RAGU	15	18.1	18.1	41.0
SETUJU	43	51.8	51.8	92.8
SANGAT SETUJU	6	7.2	7.2	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 16 tersebut menunjukkan 4 responden (4,8%) menyatakan sangat tidak setuju, 15 responden (18,1%) menyatakan tidak setuju, 15 responden (18,1%) menyatakan ragu-ragu, 43 responden (51,8%) menyatakan setuju dan 6 responden (7,2%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 59%.

b. Analisis Variabel

Untuk mengetahui bagaimana jumlah keseluruhan jawaban kuesioner dari Tayangan Program *Talk Show* 'Rumah Uya' di Trans 7 (Variabel X) maka dilakukan analisis skor menggunakan SPSS 21 yaitu sebagai berikut:

Tabel. 23
Analisis Variabel X

		Frequency	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	41	3%
	Tidak Setuju	142	11%
	Ragu-ragu	266	20%
	Setuju	611	46%
	Sangat Setuju	268	20%

Sumber : Data Primer diolah Agustus 2017.

Dari data pada hasil tabel 23 di atas dapat dilihat bahwa dari 83 responden yang menjawab Variabel X menunjukkan 41 (3%) responden menyatakan sangat tidak setuju (1), 142 (11%) responden menyatakan tidak setuju (2), 266 (20%) responden menjawab ragu-ragu (3), 611 (46%), responden menjawab setuju (4) dan, 268 (20%) responden yang menyatakan sangat setuju (5). Ini artinya, jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 66%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden memberikan jawaban yang menyatakan bahwa tayangan 'Rumah Uya' di Trans 7 memberikan pengaruh terhadap persepsi masyarakat Desa Penyandingan.

2. Persepsi penonton /masyarakat (Variabel Y)

a) Analisis Indikator

1) Dimensi Kebutuhan Khalayak

Dimensi terdapat 6 indikator dengan 8 butir pernyataan

1. Saya lebih suka menonton tayangan yang banyak memberikan informasi dari pada acara 'Rumah Uya'

Tabel. 24
PERNYATAAN17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.4	2.4	2.4
TIDAK SETUJU	5	6.0	6.0	8.4
RAGU-RAGU	24	28.9	28.9	37.3
SETUJU	37	44.6	44.6	81.9
SANGAT SETUJU	15	18.1	18.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.17 tersebut menunjukkan 2 responden (2,4%) menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden (6%) menyatakan tidak setuju, 24 responden (28,9%) menyatakan ragu-ragu, 37 responden (44,6%) menyatakan setuju dan 15 responden (18,1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap

pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,7%.

2. Saya lebih suka tayangan yang banyak memberikan edukasi/ pengetahuan bukan seperti acara ‘Rumah Uya’

Tabel. 25
PERNYATAAN18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	8	9.6	9.6	9.6
TIDAK SETUJU	10	12.0	12.0	21.7
RAGU-RAGU	14	16.9	16.9	38.6
SETUJU	37	44.6	44.6	83.1
SANGAT SETUJU	14	16.9	16.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.18 tersebut menunjukkan 8 responden (9,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 10 responden (12%) menyatakan tidak setuju, 14 responden (16,9%) menyatakan ragu-ragu, 37 responden (44,6%) menyatakan setuju dan 14 responden (16,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 61,5%.

3. Saya tidak pernah mengalami setiap kejadian yang ada di acara 'Rumah Uya'

Tabel. 26
PERNYATAAN19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	5	6.0	6.0	6.0
RAGU-RAGU	5	6.0	6.0	12.0
SETUJU	46	55.4	55.4	67.5
SANGAT SETUJU	27	32.5	32.5	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.19 tersebut menunjukkan 5 responden (6%) menyatakan tidak setuju, 5 responden (6%) menyatakan ragu-ragu, 46 responden (55,4%) menyatakan setuju, dan 27 responden (32,5%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan sangat positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 87,9% dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

4. Saya menonton acara 'Rumah Uya' untuk menghibur diri saya

Tabel. 27**PERNYATAAN20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.8	4.8	4.8
	TIDAK SETUJU	13	15.7	15.7	20.5
	RAGU-RAGU	14	16.9	16.9	37.3
	SETUJU	31	37.3	37.3	74.7
	SANGAT SETUJU	21	25.3	25.3	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.20 tersebut menunjukkan 4 responden (4,8%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan tidak setuju, 14 responden (16,9%) menyatakan ragu-ragu, 31 responden (37,3%) menyatakan setuju dan 21 responden (25,3%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,6%.

5. Saya menonton acara 'Rumah Uya' ketika saya jenuh

Tabel. 28**PERNYATAAN21**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	7	8.4	8.4	8.4
	RAGU-RAGU	19	22.9	22.9	31.3
	SETUJU	45	54.2	54.2	85.5
	SANGAT SETUJU	12	14.5	14.5	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.21 tersebut 7 responden (8,4%) menyatakan tidak setuju, 19 responden (22,9%) menyatakan ragu-ragu, 45 responden (54,2%) menyatakan setuju dan 12 responden (14,5%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 68,7%.

6. Secara keseluruhan saya suka menonton acara ‘Rumah Uya’
karena ada penerceramahannya

Tabel. 29
PERNYATAAN22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.4	2.4	2.4
TIDAK SETUJU	6	7.2	7.2	9.6
RAGU-RAGU	18	21.7	21.7	31.3
SETUJU	39	47.0	47.0	78.3
SANGAT SETUJU	18	21.7	21.7	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.22 tersebut menunjukkan 2 responden (2,4%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,2%) menyatakan tidak setuju, 18 responden (21,7%) menyatakan ragu-ragu, 39 responden (47%) menyatakan setuju dan 18 responden (21,7%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 68,7%.

7. Saya biasa menonton tayangan ‘Rumah Uya’ bersama keluarga saya

Tabel. 30
PERNYATAAN23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.8	4.8	4.8
TIDAK SETUJU	12	14.5	14.5	19.3
RAGU-RAGU	8	9.6	9.6	28.9
SETUJU	45	54.2	54.2	83.1
SANGAT SETUJU	14	16.9	16.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.23 tersebut menunjukkan 4 responden (4,8%) menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden (14,5%) menyatakan tidak setuju, 8 responden (9,6%) menyatakan ragu-ragu, 45 responden (54,2%) menyatakan setuju dan 14 responden (16,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 71,1%.

2) Dimensi Penggunaan dan Kepuasan

Dimensi terdapat 6 indikator dengan 7 butir pernyataan :

8. Saya lebih suka menonton tayangan ‘Rumah Uya’ yang disiarkan secara *live*

Tabel. 31
PERNYATAAN24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.6	3.6	3.6
TIDAK SETUJU	5	6.0	6.0	9.6
RAGU-RAGU	23	27.7	27.7	37.3
SETUJU	37	44.6	44.6	81.9
SANGAT SETUJU	15	18.1	18.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.24 tersebut menunjukkan 3 responden (3,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden (6%) menyatakan tidak setuju, 23 responden (27,7%) menyatakan ragu-ragu, 37 responden (44,6%) menyatakan setuju dan 15 responden (18,1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,7%.

9. Secara keseluruhan saya cukup puas dengan tayangan ‘Rumah Uya’ di Trans 7

Tabel. 32
PERNYATAAN25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.2	1.2	1.2
TIDAK SETUJU	12	14.5	14.5	15.7
RAGU-RAGU	10	12.0	12.0	27.7
SETUJU	36	43.4	43.4	71.1
SANGAT SETUJU	24	28.9	28.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.25 tersebut menunjukkan 1 responden (1,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden (14,5%) menyatakan tidak setuju, 10 responden (12%) menyatakan ragu-ragu, 36 responden (43,4%) menyatakan setuju dan 24 responden (28,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 72,3%.

10. Menurut saya banyak media yang ingin menyaingi kesuksesan acara ‘Rumah Uya’

Tabel. 33
PERNYATAAN26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.2	1.2	1.2
TIDAK SETUJU	12	14.5	14.5	15.7
RAGU-RAGU	11	13.3	13.3	28.9
SETUJU	35	42.2	42.2	71.1
SANGAT SETUJU	24	28.9	28.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.26 tersebut menunjukkan 1 responden (1,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden (14,5%) menyatakan tidak setuju, 11 responden (13,3%) menyatakan ragu-ragu, 35 responden (42,2%) menyatakan setuju dan 24 responden (28,9%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 62,7%.

11. Saya tidak terlalu suka menonton tayangan 'Rumah Uya'

Tabel. 34**PERNYATAAN27**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	12	14.5	14.5	14.5
	RAGU-RAGU	22	26.5	26.5	41.0
	SETUJU	33	39.8	39.8	80.7
	SANGAT SETUJU	16	19.3	19.3	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.27 tersebut menunjukkan 12 responden (14,5%) menyatakan tidak setuju, 22 responden (26,5%) menyatakan tidak ragu-ragu, 33 responden (39,8%) menyatakan setuju, dan 16 responden (19,3%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 59,1%.

12. Secara keseluruhan acara ‘Rumah Uya’ menarik dan berbeda dari acara lain

Tabel. 35
PERNYATAAN28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.6	3.6	3.6
TIDAK SETUJU	9	10.8	10.8	14.5
RAGU-RAGU	15	18.1	18.1	32.5
SETUJU	41	49.4	49.4	81.9
SANGAT SETUJU	15	18.1	18.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.28 tersebut menunjukkan 3 responden (3,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 9 responden (10,8%) menyatakan tidak setuju, 15 responden (18,1%) menyatakan ragu-ragu, 41 responden (49,4%) menyatakan setuju dan 15 responden (18,1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 67,5%.

13. Menurut saya acara 'Rumah Uya' layak untuk ditonton

Tabel. 36**PERNYATAAN29**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.8	4.8	4.8
TIDAK SETUJU	13	15.7	15.7	20.5
RAGU-RAGU	13	15.7	15.7	36.1
SETUJU	35	42.2	42.2	78.3
SANGAT SETUJU	18	21.7	21.7	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan *SPSS 22* (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.29 tersebut menunjukkan 4 responden (4,8%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (15,7%) menyatakan ragu-ragu, 35 responden (42,2%) menyatakan setuju dan 18 responden (21,7%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 63,9%.

14. Saya setuju jika acara ‘Rumah Uya’ kembali mendapatkan penghargaan Program *Talk Show* terfavorit lagi tahun ini

Tabel. 37
PERNYATAAN30

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	6	7.2	7.2	7.2
TIDAK SETUJU	7	8.4	8.4	15.7
RAGU-RAGU	12	14.5	14.5	30.1
SETUJU	40	48.2	48.2	78.3
SANGAT SETUJU	18	21.7	21.7	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 83 responden yang menjawab indikator pernyataan no.31 tersebut menunjukkan 6 responden (7,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden (8,4%) menyatakan tidak setuju, 12 responden (14,5%) menyatakan ragu-ragu, 40 responden (48,2%) menyatakan setuju dan 18 responden (21,7%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 69,9%.

b) Analisis Variabel

Untuk mengetahui bagaimana jumlah keseluruhan jawaban kuesioner dari Persepsi penonton /masyarakat (variabel Y) maka dilakukan analisis skor menggunakan SPSS 22 yaitu sebagai berikut:

Tabel. 38
Analisis Variabel Y

		Frequency	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	38	3%
	Tidak Setuju	128	11%
	Ragu-ragu	208	18%
	Setuju	537	46%
	Sangat Setuju	251	22%

Sumber: Data Primer diolah Agustus 2017.

Dapat diketahui hasil pada tabel 38 di atas, dapat dilihat bahwa dari 83 responden yang menjawab Variabel Y menunjukkan 38 (3%) responden menyatakan sangat tidak setuju (1), 128 (11%) responden menyatakan tidak setuju (2), 208 (18%) responden menjawab ragu-ragu (3), 537 (46%) responden menjawab setuju (4) dan 251 (22%) responden yang menyatakan sangat setuju. Ini artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban setuju dan sangat setuju mencapai 68%. Dari jawaban responden inilah, dapat diketahui indikasi pernyataan menunjukkan responden setelah menonton tayangan 'Rumah Uya' di Trans 7 menjadi terpengaruhi sehingga menunjukkan persepsi yang berbeda dan terjawab secara nyata dalam kuesioner ini.

C. Uji Normalitas Data

Setelah melakukan analisis uji validitas dan uji reabilitas perindikator dan variabel maka tahap selanjutnya dilakukan uji normalitas data yang digunakan untuk melihat apakah data dari penelitian berdistribusi normal akan memiliki pola distribusi normal ataupun sebaliknya. Untuk menafsirkan normalitas data maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Data berdistribusi normal

H_1 = Data berdistribusi tidak normal

Ketentuan : Jika Sig < 0,05 H_0 ditolak

Jika Sig > 0,05 H_0 diterima

Tabel. 39

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TAYANGANRU MAHUYATRAN S7	PERSEPSIMAS YARAKAT
N		83	83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	59.12	52.06
	Std. Deviation	7.389	6.973
Most Extreme Differences	Absolute	.075	.079
	Positive	.054	.040
	Negative	-.075	-.079
Test Statistic		.075	.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Dari hasil uji normalitas data yang didapat melalui perhitungan *SPSS 22* bahwa nilai *Asymp.Sig* sebesar $0,200 > 0,05$ artinya H_0 diterima sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka kesimpulannya data berdistribusi normal.

D. Uji Hipotesis Statistik

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi biasanya selalu dihubungkan korelasi / hubungan, karena setiap kita menghitung regresi pasti terdapat korelasi didalamnya. Menurut Mustikoweni dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* oleh Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa, regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.⁵⁸

Dari penjelasan tersebut, maka kita akan mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel X dan Y dalam bentuk persamaan, sehingga digunakanlah rumus statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan *SPSS versi 22*, yaitu sebagai berikut :

⁵⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, (Jakarta: Prenada media Group, 2006), Cet Ke-2, h. 179.

Tabel. 40
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.607	3.918		2.197	.031
	TAYANGANRUMAHU	.735	.066	.779	11.176	.000
	YATRANS7					

a. Dependent Variable: PERSEPSIMASYARAKAT

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Dari analisis data yang telah dilakukan melalui tabel tersebut dapat diketahui besarnya nilai $t = 2.197$ sedangkan nilai signifikan sebesar $= 0,031$ lebih kecil dari signifikan $0,05$ artinya nilai tersebut signifikan karena kurang dari $0,05$. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel program *talk show* 'Rumah Uya' di Trans 7 terhadap persepsi penonton / masyarakat. Dari tabel diatas terdapat kolom B (constan) yang nilainya sebesar $8,607$ sedangkan untuk nilai tanyangan 'Rumah Uya' di Trans 7 sebesar $0,735$ sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana (Program *talk show* 'Rumah Uya' di Trans 7 terhadap persepsi penonton / masyarakat).

$$Y = a + bX \implies \text{Jadi, } Y = 8,607 + 0,735 X$$

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y seperti di bahwa pada tabel berikut:

Tabel. 41
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.779 ^a	.607	.602	4.400	.607	124.907	1	81	.000

a. Predictors: (Constant), TAYANGANRUMAHUYATRANS7

b. Dependent Variable: PERSEPSIMASYARAKAT

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Dari hasil tabel 41 diatas dapat diketahui bahwa pada kolom *R Square* diperoleh nilai 0,607 (60%) hal ini menunjukkan program *talk show* ‘Rumah Uya’ memiliki pengaruh sebesar 60% terhadap persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI. Sedangkan sisanya 40% dipengaruhi faktor lain diluar dari penelitian ini seperti tayangan *talk show* terkait dengan versi yang berbeda-beda.

2. Uji Hipotesis (Uji t)

Setelah koefisien regresi diperoleh, maka tahapan selanjutnya ialah melakukan uji hipotesis yaitu uji t untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval/rasio dan untuk mengetahui secara signifikan atau tidak pengaruh antara kedua variabel.

Tabel. 42**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.607	3.918		2.197	.031
	TAYANGANRUMAHU	.735	.066	.779	11.176	.000
	YATRANS7					

a. Dependent Variable: PERSEPSIMASYARAKAT

Sumber : Diolah dengan menggunakan SPSS 22 (Agustus 2017)

Dari hasil tabel 42 diatas, dapat dilihat pada kolom *Standardized Coefficients* (Beta) dengan nilai 0,779 menunjukkan tingkat korelasi antara kedua variabel. Selain itu juga terdapat nilai t sebesar 11,176 yang digunakan untuk pengujian hipotesis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 terhadap persepsi masyarakat Desa Penyandingan ataupun sebaliknya. Maka untuk melakukan pengujian nilai t dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_0 (Hipotesis Nihil) : Tidak ada pengaruh antara Persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’.

H_1 (Hipotesis Alternatif) : Ada pengaruh antara Persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam

Kabupaten OKI terhadap tayangan program *talk show* 'Rumah Uya'.

Kriteria pengujian (berdasarkan nilai t)

1. Jika nilai t hitung $<$ t tabel 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jika nilai t hitung $>$ t tabel 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Untuk menghitung nilai t tabel dengan uji dua pihak dengan signifikansi = $0,05/2$ (uji dua pihak) = 0,025 dengan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 83-2 = 81$. Maka t tabel adalah 1,989 (lihat tabel t). Jadi dari hasil analisis regresi liner sederhana dengan menggunakan program SPSS 22 diperoleh nilai t hitung sebesar $t = 11,176 > 1,989$ dengan signifikansi 0,000 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan program *talk show* 'Rumah Uya'.

E. Pembahasan

Dalam penelitian yang penulis lakukan, terdapat 83 orang responden yang merupakan masyarakat desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) yang menjawab kuesioner pernyataan yang penulis buat. Kuesioner tersebut terdiri dari 30 pernyataan, yaitu 16 pernyataan untuk tayangan program *talk show* 'Rumah Uya' di Trans 7 (X) dan 14 pernyataan untuk persepsi penonton/masyarakat (Y). Untuk mengetahui pengaruh dari penelitian yang penulis

lakukan mengenai persepsi masyarakat terhadap tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 maka dilakukan perhitungan dengan bantuan *SPSS versi 22* dan uji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana.

Dari penjelasan analisis pada tabel 7-38 dapat dilihat bahwa jawaban responden seluruhnya diatas 55%, hal ini menyatakan bahwa setiap indikator, dimensi dan variabel bernilai positif. Artinya memiliki pengaruh yang kuat pada masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI. Selanjutnya dari hasil analisis pada tabel 40 dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana antara Tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 (X) terhadap Persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI (Y), sehingga didapat hasil $Y = a + bX$, jadi $Y = 8,607 + 0,735 X$.

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara kedua variabel yang dapat dilihat dari tabel 41 pada kolom *R square* diperoleh nilai 0,607 hal ini menunjukkan tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 memiliki pengaruh sebesar 60% terhadap persepsi masyarakat desa Penyandingan, sedangkan 40% sisanya merupakan faktor lain dari luar penelitian ini sehingga besar korelasi yang terjadi antar variabel X dan Y berpengaruh positif. Sehingga dengan demikian dapat diartikan bahwa antara kedua variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang signifikan. Selanjutnya, dari hasil analisis nilai t hitung dapat dilihat pada tabel 42 yaitu $t = 11,176 > 1,989$ dengan signifikansi 0,000, sehingga dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan

Kemudian dari analisis ini jugapenulis menguji seberapa kuat hubungan atau pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakanlah nilai koefisien korelasi pada tabel berikut yaitu tabel interval korelasi bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menentukan arah hubungan kedua variabel seperti yang ada pada tabel berikut ini:

Tabel. 43
Interpretasi Koefisien Korelasi⁵⁹

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

Dari nilai tabel 43 koefisien korelasi diatas, maka hasil uji korelasi antara persepsi penonton terhadap tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 sebesar 0,607. Maka dari hasil kekuatan hubungan antara kedua variabel inilah membuat penelitian masuk dalam kategori kuat. Artinya kedua variabel tersebut memiliki korelasi tetapi termasuk dalam kategori korelasi yang kuat.

Berdasarkan hasil penelitian yang di atas bahwa dapat diketahui ada pengaruh antara tayangan program *talk show* ‘Rumah Uya’ di Trans 7 terhadap persepsi masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI. Setelah melakukan beberapa uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang kuat

⁵⁹ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), hlm. 65

terhadap persepsi masyarakat terhadap tayangan *talk show* 'Rumah Uya' di Trans 7 diantaranya mereka lebih selektif dalam memilih sebuah tayangan yang layak ditonton dan mana yang tidak layak untuk ditonton. Meski banyak yang setuju bahkan tidak setuju terhadap tayangan ini, tidak menjadi sebuah permasalahan yang serius bagi mereka. Sebab masyarakat memilih untuk menonton sebuah tayangan semata-mata menghibur diri dari berbagai persoalan yang dihadapinya. Meski tidak semua tayangan hiburan berguna bagi penonton sehingga masyarakat perlu kritis dan sadar dalam bermedia. Dari tayangan ini juga sedikit banyak mereka dapat mengambil sisi positif dan negatif dari tayangan tersebut, dengan mengamalkan hal baik dan meninggalkan yang hal yang buruk / sisi negatif dari tayangan yang mereka tonton.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan Bab IV dapat disimpulkan bahwa Tayangan program *talk show* 'Rumah Uya' di Trans 7 termasuk dalam kategori positif karena jawaban pernyataan setuju dan sangat setuju mencapai 68% atau sekitar 55 responden. Sedangkan untuk Persepsi penonton pada masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI termasuk dalam kategori cukup positif karena jawaban pernyataan setuju dan sangat setuju mencapai 66% atau sekitar 55 responden yang menjawab pernyataan tersebut. Hasil perhitungan regresi linear sederhana menggunakan SPSS 22 antara tayangan program *talk show* Rumah Uya di Trans 7 (X) terhadap persepsi penonton pada masyarakat Desa Penyandingan (Y), diperoleh nilai $t = 2,197$, nilai signifikasinya sebesar 0,031 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y. Selanjutnya hasil besarnya hubungan antara dua variabel diperoleh nilai *R square* 0,607 (60%) artinya dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Kemudian jika dilihat dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar $t = 11,176 > 1,989$ dengan signifikansi 0,000 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Persepsi masyarakat Desa Penyandingan

Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI terhadap tayangan program *talk show* “Rumah Uya” di Trans 7.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor-faktor lainnya dengan variabel yang berbeda, jumlah sampel yang lebih banyak, serta dimensi, dan indikator - indikator yang lebih baik lagi.
2. Bagi pembaca, diharapkan agar dapat mengambil sisi positif dari hasil penelitian ini dan tidak mengambil sisi negatifnya. Selain itu juga penulis berharap agar pembaca dapat menerima kekurangan dari penelitian ini dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Amzah.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Renka Cipta.
- Armawati.2012. *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*.Jakarta : Amzah.
- Bachtiar. Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos, 1997.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Darmawan, Candra. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Palembang : Grafika Telindo Press.
- Jonker, Jan, Bartjan J.W. Pennink, & Sari Wahyuni. 2011. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Selemba Empat.
- Latief, Rusman dan Yustiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama (Kreatif, Produksi, Public Relation, dan Iklan*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sukender*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Morissan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta : Kencana.
- Morissan, M.A. 2016. *Psikologi Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Mufid, Muhamad. 2012. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta : Kencana Premada Group.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000.
- M. Yusup, Pawit. 2014. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Priyanto, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana.
- Sobur, Alex. 2013. *Psikologi Umum Dalam Lintas Sejarah*,. Bandung: Pustaka Setia. 2013.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryani dan Hendryadi.2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Unde, Andi Alimuddin. 2014. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, Jakarta : Prenadamedia Group.
- Wahyudi, J.B. 1996. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio Dan Televisi*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi & Film*. Jakarta: PT Garemedia.

Sumber Internet :

<http://www.trans7.co.id/>, di akses pada 12 Juni 2017.

https://trans7.com/rumahuya_trans7?lang=en, di akses pada 15 Juni 2017

LAMPIRAN

Dokumentasi



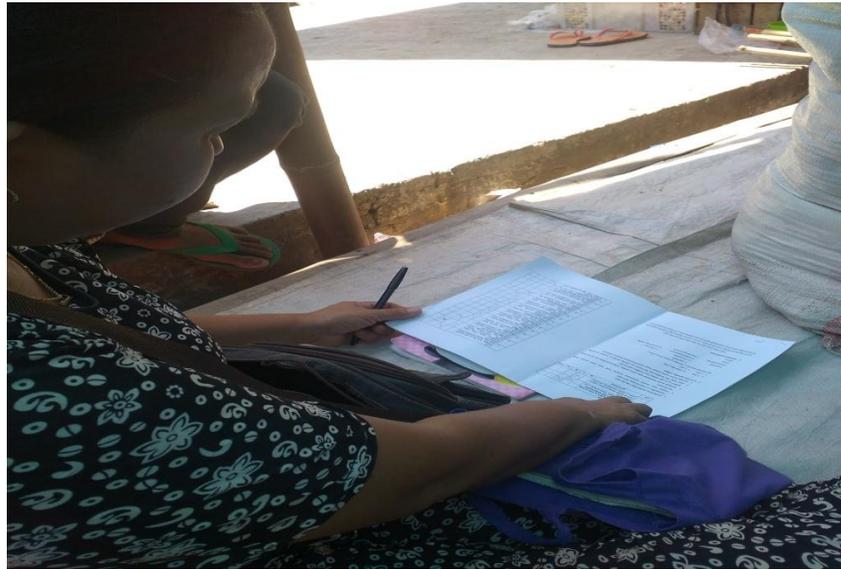
Tayangan 'Rumah Uya'



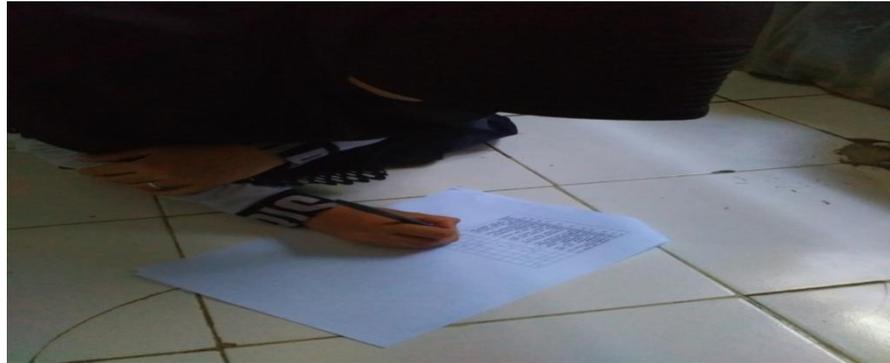
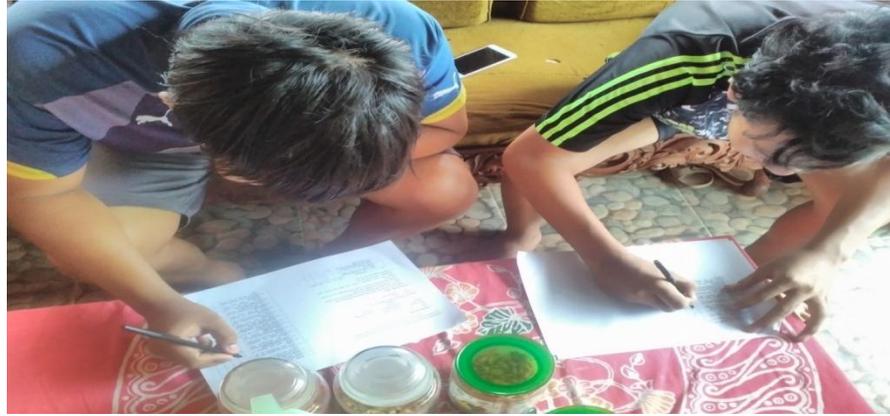
Tayangan 'Rumah Uya'



Tayangan 'Rumah Uya'



Masyarakat Desa Penyandingan



Masyarakat Desa Penyandingan

Data Penduduk

1.5. POTENSI SUMBER DAYA MANUSIA

1.5.1 JUMLAH

a. Jumlah laki-laki	931	orang
b. Jumlah perempuan	915	orang
c. Jumlah total (a+b)	1.846	orang
d. Jumlah kepala keluarga	363	KK
e. Kepadatan Penduduk (c / Luas Desa)		per km

1.5.2. USIA

Usia	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)	Usia	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
0-12 bulan	36	31	39 tahun	12	15
1 tahun	26	24	40	14	12
2	20	20	41	12	12
3	16	20	42	17	17
4	21	20	43	12	14
5	18	20	44	12	18
6	18	20	45	14	15
7	20	20	46	14	15
8	20	20	47	9	15
9	14	20	48	11	11
10	14	15	49	13	8
11	10	10	50	7	8
12	12	15	51	8	12
13	13	15	52	13	10
14	17	15	53	10	13
15	16	20	54	10	14
16	21	20	55	14	15
17	23	15	56	16	22
18	10	14	57	20	10
19	15	15	58	13	7
20	18	12	59	10	3
21	15	15	60	2	2
22	15	15	61	3	2
23	10	10	62	1	1
24	13	10	63	2	-
25	15	13	64	1	2
26	16	18	65	-	-
27	13	15	66	1	2
28	14	19	67	2	4
29	15	14	68	-	3
30	20	18	69	-	-
31	20	20	70	1	-
32	15	15	71	1	1
33	15	15	72	-	2
34	16	20	73	-	1
35	21	12	74	1	-
36	15	13	75	-	1
37	15	12	Diatas 75	-	2
38	10	11	Total	931	915

Daftar Isian Potensi Desa dan Kelurahan BPMPD OKI Tahun 2016

1.5.3. PENDIDIKAN

Tingkatan Pendidikan	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1. Usia 3 - 6 tahun yang belum masuk TK	10	17
2. Usia 3 - 6 tahun yang sedang TK/play group	37	20
3. Usia 7 - 18 tahun yang tidak pernah sekolah	-	-
4. Usia 7 - 18 tahun yang sedang sekolah	109	137
5. Usia 18 - 56 tahun tidak pernah sekolah	-	-
6. Usia 18 - 56 tahun tidak tamat SD	57	77
7. Usia 18 - 56 tahun tidak tamat SLTP	60	65
8. Usia 18 - 56 tahun tidak tamat SLTA	41	51
9. Tamat SD/ sederajat	60	65
10. Tamat SMP/ sederajat	124	120
11. Tamat SMA/ sederajat	106	112
12. Tamat D-1/ sederajat	8	7
13. Tamat D-2/ sederajat	2	3
14. Tamat D-3/ sederajat	122	127
15. Tamat S-1/ sederajat	12	13
16. Tamat S-2/ sederajat	-	-
17. Tamat S-3/ sederajat	-	-
18. Tamat SLB A	-	-
19. Tamat SLB B	-	-
20. Tamat SLB C	-	-
Jumlah	628	688
Jumlah Total	1316	

1.5.4. MATA PENCAHARIAN POKOK

Jenis Pekerjaan	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1. Petani	400	449
2. Buruh tani	21	29
3. Buruh migran perempuan	4	6
4. Buruh migran laki-laki	4	-
5. Pegawai Negeri Sipil	7	13
6. Pengrajin industri rumah tangga	-	2
7. Pedagang keliling	3	1
8. Peternak	-	-
9. Dokter swasta	-	-
10. Bidan swasta	-	-
11. Pensiunan TNI/POLRI	-	-
12.		
13.		
Jumlah	436	500
Jumlah Total Penduduk	936	

1.5.5. AGAMA/ALIRAN KEPERCAYAAN

Agama	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1. Islam	931	915
2. Kristen	-	-

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DA KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : **554** TAHUN 2017

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

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;
 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. Dra. Hj. Choiriyah, M. Hum | NIP | : 19620213 199103 2 001 |
| 2. Sumaina Duku, M. Si | NIP | : 19820116 200912 2 002 |

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

Nama : **AYU ELVIRA AGUSTINA**
NIM/Jurusan : 13530012 / Jurnalistik
Semester/Tahun : GENAP / 2016 – 2017
Judul Skripsi : Persepsi Penonton terhadap tayangan Program Talk Show Rumah Uya di Trans 7 (Studi Kasus Persepsi Masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKD).

- Kedua** : Berdasarkan masa studi tanggal 02 bulan Mei Tahun 2018.
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 02 – 05 – 2017
AN. REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



MUSNADI

TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI/BPI / Jurnalistik Fakultas Dakwah UIN - RF Palembang ;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR
KECAMATAN TELUK GELAM
DESA PENYANDINGAN

Alamat : Jln. Lintas Komering Dusun III Desa Penyandingan Kec Teluk Gelam Kab OKI Sum-Sel Post : 30671

SURAT KETERANGAN MEMBERIKAN IZIN

NO : 028 /373 / KDPN /7/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir , Menerangkan Bahwa :

Nama : **Ayu Elvira Agustina**
Tempat / Tgl. Lahir : Tangerang, 28 Agustus 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Memang benar yang namanya tersebut diatas menghadap saya untuk keperluan meminta Izin Penelitian.

Hari / Tanggal : 17 Juli 2017 sd/ 31 juli 2017
Alamat : Desa Penyandingan Kec. Teluk Gelam

Judul penelitian : Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Program Talk Show Rumah Uya di Trans 7 (Studi kasus Persepsi Masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)

Demikianlah Surat Izin penelitian ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya .

Dikeluarkan di : Penyandingan

Pada Tanggal : 12 juli 2017

Kepala Desa Penyandingan





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

Prof. K.H Zainal Abidin Fikri Kode Pos 30126 Kotak Pos Telp. (0711)
35668

LEMBAR KONSULTASI

NIM : 13530012
Nama : Ayu Elvira Agustina
Jurusan : Jurnalistik
Semester / Tahun : Genap / 2017
Judul : Persepsi penonton terhadap tayangan Program *Talk Show*
Rumah Uya di Trans 7 (Studi Kasus Persepsi masyarakat Desa
Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)

Dosen Pembimbing I : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

No	Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Saran	Paraf Pembimbing
1)	5-6-2017	Bab I, II	Bab I. ACC Bab II. Tambah penjelasan th. Persepsi	
2)	15-6-2017	Bab. II	ACC	
3)	20-6-2017	Bab. III	Tambah data	
4)	21-6-2017	Bab. III	ACC.	
5)	21-6-2017	Myket	ACC.	
6)	9-8-2017	Bab IV	ACC.	
7)	21-8-2017	Bab V	ACC. Bisa untuk daftar ufan.	

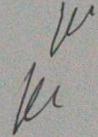


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri Kode Pos 30126 Kotak Pos Telp. (0711)
35668

LEMBAR KONSULTASI

NIM : 13530012
 Nama : Ayu Elvira Agustina
 Jurusan : Jurnalistik
 Semester / Tahun : Genap / 2017
 Judul : Persepsi penonton terhadap tayangan Program *Talk Show*
 Rumah Uya di Trans 7 (Studi Kasus Persepsi masyarakat Desa
 Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)
 Dosen Pembimbing I : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

No	Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Saran	Paraf Pembimbing
1)	23-8-2017	ABSTRAK	ACC. ACC. Keseluruhan Bab	

RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Ayu Elvira Agustina	
Tempat, Tanggal Lahir	: Tangerang, 28 Agustus 1995	
Nama Ayah	: Ramlan	
Nama Ibu	: Ernati MW	
Umur	: 22 Tahun	
Jenis Kelamin	: Wanita	
Agama	: Islam	
Motto	: Jika kamu menginginkan sesuatu, kamu harus mencoba, mencoba dan terus mencoba	
Alamat	: Jl. Raya Lintas Komerling Desa Penyandingan Dusun II No. 805 Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI	
Telepon	: 085609841600	
Email	: erviraagustinaayu@gmail.com	

Pendidikan Formal

2001 – 2006	: SD Negeri 1 Penyandingan
2006 – 2009	: SMP Negeri 1 Teluk Gelam
2009 – 2012	: SMA Negeri 2 Kayuagung
2013 – sekarang	: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Pendidikan Non Formal :

1. Kursus Speak English Like & Native Speakers (Pare Kediri, 2014)

2. Jurnlistik Corner (Palembang, 2015)

Pengalaman :

1. Pernah magang di RRI Palembang (2016)
2. Pernah mengikuti Seminar SCTV Road To Campus (2015)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Trans 7 selalu menyajikan tayangan yang di kemas secara menarik seperti Rumah Uya					
2.	Durasi tayangan acara Rumah Uya sangat pas dan tidak membosankan					
3.	Tema yang di angkat di acara Rumah Uya selalu berbeda					
4.	Konflik yang ada di Rumah Uya hanya rekayasa					
5.	Setiap permasalahan yang ada di Rumah Uya selalu mengurus emosi					
6.	Selalu ada pemecahan masalah setiap persoalan yang terjadi di acara Rumah Uya					
7.	Setiap acara yang dipandu oleh Uya Kuya selalu menimbulkan pro dan kontra					
8.	Klien / tamu yang dihadirkan di Rumah Uya kurang menarik					
9.	Setiap perilaku klien/tamu di Rumah Uya akan mempengaruhi sikap penonton					
10.	Acara Rumah Uya memberikan informasi berupa pesan moral kepada khalayak					
11.	Secara keseluruhan acara Rumah Uya bukan merupakan tayangan yang sifatnya mendidik					
12.	Secara keseluruhan Acara <i>talk show</i> Rumah Uya menghibur					
13.	Acara Rumah Uya menghadirkan penceramah untuk memberikan solusi atas permasalahan yang ada					
14.	Pesan dakwah yang disampaikan penceramah cukup sampai kepada					

	masyarakat					
15.	Trans 7 tidak memanfaatkan acara Rumah Uya untuk menyebarkan nilai-nilai agama					
16.	Secara keseluruhan isi tayangan Rumah Uya tidak memuat ajaran agama Islam					
17.	Saya lebih suka menonton tayangan yang banyak memberikan informasi dari pada acara Rumah Uya					
18.	Saya lebih suka tayangan yang banyak memberikan edukasi/ pengetahuan bukan seperti acara Rumah Uya					
19.	Saya tidak pernah mengalami setiap kejadian yang ada di acara Rumah Uya					
20.	Saya menonton acara Rumah Uya untuk menghibur diri saya					
21.	Saya menonton acara Rumah Uya ketika saya jenuh					
22.	Secara keseluruhan saya suka menonton tayangan Rumah Uya karena ada penceramahnya					
23.	Saya biasa menonton tayangan Rumah Uya bersama keluarga saya					
24.	Saya lebih suka menonton tayangan Rumah Uya yang disiarkan secara live					
25.	Secara keseluruhan saya cukup puas dengan tayangan Rumah Uya di Trans 7					
26.	Menurut saya banyak media yang ingin menyaingi kesuksesan acara Rumah Uya					
27.	Saya tidak terlalu suka menonton tayangan Rumah Uya					

28.	Secara keseluruhan acara Rumah Uya menarik dan berbeda dari acara lain					
29.	Menurut saya acara Rumah Uya layak untuk ditonton					
30.	Saya setuju jika acara Rumah Uya kembali mendapatkan penghargaan Program <i>Talk Show</i> terfavorit lagi tahun ini					

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ayu Elvira Agustina

NIM : 13530012

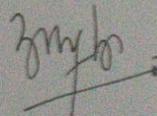
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Judul Skripsi : Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Program *Talk Show* 'Rumah Uya' di Trans 7 (Studi Pada Masyarakat Desa Penandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)

Penguji I : Dra. Eni Murdiati, M. Hum

NO	DAFTAR PERBAIKAN
1	Perubahan judul dari kata 'Kasus Persepsi' menjadi 'Pada'
2	Memperjelas batasan masalah mengenai waktu penelitian
3	Penjelasan kategori pemilihan responden usia 15-30
4	Rincian jumlah laki-laki dan perempuan yang menjadi sampel penelitian
5	Penambahan contoh kasus dari tayangan Rumah Uya
6	Perbaikan daftar pustaka
7	Perbaikan data responden

Penguji I,



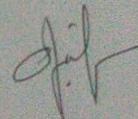
Dra. Eni Murdiati, M. Hum
NIP. 196802261994032006

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ayu Elvira Agustina
NIM : 13530012
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Program *Talk Show*
'Rumah Uya' di Trans 7 (Studi Kasus Persepsi Masyarakat
Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)
Penguji II : Suryati, M.Pd

NO	DAFTAR PERBAIKAN
1	Latar belakang dibuat secara umum mengenai persepsi
2	Konsistensi penulisan pada Bab IV
3	Data masyarakat yang bekerja
4	Angket
5	Penulisan sumber pada Bab III dan sumber motto

Penguji II,



Suryati, M.Pd
NIP. 197209212006042002

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI**Hal: Permohonan Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : Ayu Elvira Agustina

Nim : 13530012

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Jurnalistik

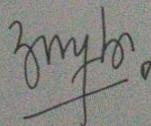
Judul Skripsi : *Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Program Talk Show 'Rumah Uya' Di Trans 7 (Studi Pada Masyarakat Desa Penyandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)*

Sudah disetujui untuk dijilid. Demikianlah perihal ini dibuat dengan sebenarnya. Atas perhatian dan kerjasamanya saya sampaikan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

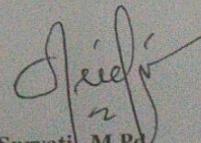
Palembang, 09 Januari 2018

Penguji I



Dra. Eni Murdiati, M.Hum
NIP. 196802261994032006

Penguji II



Suryati, M.Pd
NIP. 197209212006042002