

NAMIMAH (ADU DOMBA) DALAM PROGRAM TALKSHOW RUMPI NO
SECRET DI TRANS TV 8 DAN 9 MEI 2015
(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA)



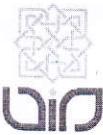
SKRIPSI
Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh :

Ayu Nur Afianti
NIM 12210023

Pembimbing :
Muhammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.
NIP 19780717 200901 1 012

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-33/Un.02/DD/PP.00.9/01/2017

Tugas Akhir dengan judul : NAMIMAH (ADU DOMBA) DALAM PROGRAM TALKSHOW RUMPI NO SECRET DI TRANS TV 8 DAN 9 MEI 2015 (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AYU NUR AFIAINTI
Nomor Induk Mahasiswa : 12210023
Telah diujikan pada : Jumat, 20 Januari 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
NIP. 19780717 200901 1 012

Pengaji I

Khadiq, S.Ag.,M.Hum
NIP. 19700125 199903 1 001

Pengaji II

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 20 Januari 2017

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
D E K A N

Dr. Nurjannah, M.Si.





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl.Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ayu Nur Afianti

Nim : 12210023

Judul Skripsi :Nanimah (Adu Domba) dalam Talkshow Rumpi No Secret (Studi Analisis Semiotika)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan, Atas perhatiannya kami ucapan Terima kasih.

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Ketua Program Studi

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP 19671006 199403 1 003

Pembimbing

Moh. Zamroni, S.Sos.I, M.Si.
NIP 19780717 200901 1 012

SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

>Nama : Ayu Nur Afianti
NIM : 12210023
Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :
**NAMIMAH (ADU DOMBA) DALAM PROGRAM ACARA TALKSHOW
RUMPI NO SECRET DI TRANS TV (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA)** adalah hasil karya saya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang di publikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang di benarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta , 22 November 2016



Yang menyatakan,
Ayu Nur Afianti

12210023

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah

Karya ini kupersembahkan spesial kepada :

Civitas Akademik khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan

Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



Motto

“The More I See The Less I Know”

.(Jhon Lennon, The Beatles).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah kemudahan dan kelancaran dalam proses penggerjaan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Skripsi berjudul “Representasi Naimah dalam Talkshow Rumpi No Secret di Trans TV (Studi Analisis Semiotika) ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I) di jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga karya ini menjadi salah satu bentuk pematangan mental dan intelektualitas penulis selama belajar di perkuliahan strata satu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyak pihak yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material. Terutama kepada Bapak Mohammad Zamroni, S.Sos.I, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi dan kepada Ibu Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M. Si., Ph.D. selaku dosen penasehat akademik. Terimakasih atas segala waktu, kesabaran dalam membimbing serta kritik dan saran yang membangun selama ini.

Selain itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setulusnya kepada :

1. Bersyukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak Prof.Dr.KH., Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D

3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ibu Dr. Nurjannah M,Si.
4. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak Drs .Abdul Rozak, M.Pd.
5. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Alimatul Qitbiyah, S.Ag., M.S.,Ph.D.
6. Dosen Pembimbing Tugas Akhir Bapak Muhammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.
Terimakasih kepada bapak yang telah meluangkan waktu dan tenaganya serta memberikan kritik saran dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Dosen Penguji I Bapak Khadiq, S.Ag.,M.Hum. yang telah memberikan arahan dan perbaikan untuk menyempurnakan skripsi ini.
8. Dosen Penguji II Ibu Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si. yang telah memberikan arahan untuk menyempurnakan skripsi ini.
9. Seluruh staf pengajar dan karyawan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga ilmu dan keikhlasan yang diberikan menjadi amal yang tidak putus pahalanya.
10. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Insinyur Eko Ratmoko dan Ibu Sri Merdasih Suryati yang tidak pernah putus mendoakan kesuksesan anak-anaknya dan memberikan kasih sayang yang luar biasa. Kepada adikku Arifianto Nur Hidayat yang selalu menemani.
11. Kepada Mas Muhammad Adi Winata yang tak henti-hentinya memberiku semangat dan motivasi dan menjadi penyemangatku untuk segera menyelesaikan tugas akhirku.

12. Kepada sahabat-sahabatku Irma, Sinta, Lutfi, Nova, dan Haning, Fauzani, Clara, Aryo yang selalu aku repotkan dalam penggerjaan skripsi ini dan juga menjadi hiburanku di saat lelah dalam mengerjakan skripsi.
13. Teman satu kelas KPI A angkatan 2012 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang selalu kompak.
14. Teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2012, sukses selalu untuk kita semua.
15. Serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bias peneliti sebutkan satu per satu.

Terakhir peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian, khususnya bagi peneliti sendiri. Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk melengkapi kekurangan skripsi ini.

Yogyakarta, 22 November 2016

Penulis,

Ayu Nur Afianti

NIM. 12210023

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat talkshow televisi sebagai bahan penelitian. Talkshow yang dianalisis adalah talkshow Rumpi No Secret. Penelitian ini menganalisis dua tayangan talkshow Rumpi No Secret 8 dan 9 Mei 2015. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena nanimah atau adu domba sebagai sebuah pesan yang direpresentasikan dalam program acara talkshow Rumpi No Secret melalui tindakan dan kata-kata yang direkam dalam bentuk audio visual dilakukan oleh host maupun narasumber. Representasi amimah sebagai sebuah pesan mampu mengubah pola pemikiran dan pola perilaku masyarakat secara langsung dan nanimah sebagai sebuah pesan yang direpresentasikan dapat mengngatkan masyarakat akan bahayanya karena dapat merusak dan memutus tali silaturahmi. Penelitian ini menggunakan studi analisis semiotika milik Charles Sanders Peirce.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian analisis kritis dengan pendekatan kualitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada empat orang informan yang merupakan penggemar setia program talkshow Rumpi No Secret. Hal ini dilakukan sebagai pembanding dari hasil yang peneliti temukan dengan persepsi dari masyarakat terhadap pesan perbuatan *nanimah*. Informan tersebut terdiri dari seorang mahasiswi, karyawan swasta, dan dua orang ibu rumah tangga.

Setelah dilakukan analisis, hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa sebuah pesan nanimah dipahami oleh masyarakat dengan persepsi yang berbeda yang menimbulkan efek terhadap perubahan pola pikir dan perilaku mereka terhadap sebuah pesan, dalam hal ini adalah nanimah yang direpresentasikan melalui tindakan dan kata-kata yang dilakukan baik itu oleh host maupun narasumber.

Kata Kunci: Representasi, Nanimah, Talkshow

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Pustaka	6
F. Kerangka Teori	8
1. Tinjauan Tentang Representasi	8
2. Tinjauan Tentang Naimah	9
3. Tinjauan Tentang Televisi sebagai Media Massa Satu Tahap	13
4. Tinjauan Tentang Talkshow.....	15
5. Tinjauan Tentang Semiotika Charles Sanders	22

G. Metode Penelitian	25
H. Sistematika Pembahasan	32
BAB II : GAMBARAN UMUM TALKSHOW	
RUMPI NO SECRET	33
A. Deksripsi Program Talkshow Rumpi No Secret	33
B. Profil Host Program Talkshow Rumpi No Secret	35
C. Teguran KPI Pusat terhadap Program Talkshow Rumpi No Secret	36
D. Kronologis Kejadian Nanimah Antara Emma dengan Eva	41
BAB III : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	
A. Sajian Data Temuan Peneliti.....	43
1. Data Rumpi No Secret 8 Mei 2015	43
a. Identifikasi dan Klasifikasi Tanda	43
b. Interpretasi Makna Berdasarkan Jenis Tanda Dalam Talkshow	46
1) Intepretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Ikon	46
2) Intepretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Indeks	49
3) Intepretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Simbol	51
2. Data Rumpi No Secret 9 Mei 2015	53
a. Identifikasi dan Klasifikasi Tanda	53
b. Intepretasi Makna Berdasarkan Jenis Tanda Dalam Talkshow	55
1) Intepretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Ikon	56
2) Intepretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Indeks	58

3) Intepretasi Makna Berdasarkan Identifikasi	
Jenis Tanda Simbol	60
B. Hasil Analisis Pembahasan Representasi Naimah Dalam Program	
Talkshow	61
BAB IV : PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
C. Penutup.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema Segitiga Makna Charles	23
Gambar 2 Cover Rumpi No Secret	33



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Identifikasi Tanda Pada Talkshow Rumpi No Secret 8 Mei 2015.....	43
Tabel 2 Interpretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Ikon.....	46
Tabel 3 Interpretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Indeks	49
Tabel 4 Interpretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Simbol.....	51
Tabel 5 Identifikasi Tanda Pada Talkshow Rumpi No Secret 9 Mei 2015.....	53
Tabel 6 Interpretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Ikon.....	55
Tabel 7 Interpretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Indeks	58
Tabel 8 Interpretasi Makna Berdasarkan Identifikasi Jenis Tanda Simbol.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Skripsi

Lampiran 2 Field Note

Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 5 Sertifikat KKN (Kuliah Kerja Nyata)

Lampiran 6 Sertifikat Praktikum Media

Lampiran 7 Sertifikat ICT (Information and Communication Technology)

Lampiran 8 Sertifikat TOEIC dan IKLA

Lampiran 9 Sertifikat BTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini televisi merupakan salah satu media yang dapat menyebarluaskan informasi dengan serentak dan cepat. Hadirnya televisi membuat sesuatu yang jauh menjadi dekat. Misalnya saja kita dapat secara langsung menyaksikan penggrebekan sekelompok buronan oleh kepolisian, beserta adegan baku tembak antara keduanya.

Kedekatan televisi dalam kehidupan masyarakat membuatnya menjadi favorit. Praktisi perfilman Indonesia Garin Nugroho berpendapat “Televisi bagaikan anak pertama dalam keluarga serba menjadi pusat perhatian.”¹ Dari pernyataan ini terlihat bahwa televisi menjadi media yang digemari dan menjadi idola di masyarakat Indonesia saat ini.

Adanya perhatian masyarakat terhadap televisi menimbulkan dampak yang nantinya akan berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat itu sendiri. Seperti yang diungkapkan Sunardian bahwa televisi mempunyai imbas yang besar dalam masyarakat.

“Sebagai primadona media, televisi memberikan imbas yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Bahkan kehadirannya yang masif, dengan bau kapitaliknya yang kenal langsung maupun tidak langsung berpengaruh kepada pola perilaku pola pikir masyarakat Indonesia. Apalagi dalam deretan media informasi lainnya”²

¹ Sunardian Wiradono, *Matikan TV-Mu*, (Yogyakarta: Resist Book, 2006), hlm. 35.

² *Ibid*, hlm. 51.

Lebih lanjut Sunardian menjelaskan bahwa penetrasi media televisi mencapai 90,7% jauh melebihi radio yang hanya mencapai angka 39%, surat kabar 29,8%, dan majalah 22,4%.³ Hal ini membuktikan bahwa televisi menjadi media yang populer dan berpengaruh dalam kehidupan masyarakat.

Wahyudi mengungkapkan bahwa siaran televisi memiliki daya penetrasi sangat kuat terhadap baik itu individu maupun kelompok, akibatnya siaran televisi menimbulkan dampak yang luas di masyarakat.⁴ Positif maupun negatif dampak tersebut, tentunya bergantung pada program acara yang disiarkan oleh stasiun televisi. Hal ini yang kemudian memunculkan tuntunan bagi media televisi untuk memproduksi acara-acara yang bermutu. Akan tetapi di samping itu banyak juga stasiun televisi yang memproduksi acara tidak bermutu hanya karena mengejar rating semata.

Salah satu acara yang saat ini mendapat perhatian penonton adalah Rumpi No Secret.⁵ Rumpi No Secret tayang setiap hari senin sampai jum'at pada pukul 16.00 sampai dengan 17.30 WIB di Trans TV. Program acara yang di bawakan oleh Feny Rose ini cukup populer di kalangan masyarakat. Program acara ini menampilkan kisah kehidupan selebritis yang dikemas secara santai melalui sebuah permainan menarik.

Pada tanggal 4 Agustus 2015 pada pukul 17.12 WIB, KPI Pusat menemukan pelanggaran berupa materi isi siaran yang tidak sepasarnya menjadi konsumsi publik. Program tersebut menayangkan wawancara antara

³ *Ibid.*, hlm. 53.

⁴ *Ibid.*, hlm. 56.

⁵ Septi Prameswari, *Rumpi No Secret, Program Baru Trans TV, Apa Pentingnya Buat Kita (Publik)?*, blogspot.co.id, <http://septifem.blogspot.co.id/2014/rumpi-no-secret-program-baru-trans-tv.html?m=7>, diakses pada tanggal 7 September 2016 pada pukul 00.24 WIB

Feny Rose dengan Riana Rara Kalsum mengenai perseteruan antara dirinya dengan Zulfikar, mulai dari pembicaraan mengenai tantangan untuk melakukan tes DNA sebagai bukti telah terjadi hubungan spesial antara keduanya, pendapat Riana tentang pernikahan Zulfikar, janji Zulfikar untuk menikahi Riana dan kasus penghinaan terhadap Riana. Alih-alih mendidik publik lewat siaran, Rumpi No Secret justru menampilkan privasi narasumber sebagai isi materinya. Hal ini jelas sangat bertentangan dengan pasal yang tercantum dalam pasal 13 dan pasal 14 SPS serta pasal 11, pasal 12, dan pasal 13 P3 yang menyatakan bahwa hak privasi wajib dilindungi dan tidak boleh menjadi isi materi dalam sebuah siaran kecuali yang berhubungan dengan publik.

Namun kenyataanya program talkshow ini justru mengulik hal pribadi dari narasumber yang tak semestinya menjadi konsumsi publik. Sebelum adanya kasus di atas Rumpi No Secret telah menayangkan kasus perseteruan antara Eva Sitompul dengan Emma Fauziah. Tepatnya pada tanggal 8 Mei 2015, program talkshow Rumpi No Secret mengundang Eva Sitompul dan Muara Karta, pengacara Eva sebagai bintang tamu atas kasus penipuan dan perbuatan tidak menyenangkan yang dilakukan Vicky Prasetyo. Terjadi keriuhan antara Eva dengan Emma pada saat Rumpi No Secret menghubungi Emma Fauziah via telepon. Pada segmen selanjutnya Rumpi No Secret turut mengundang Cyntiara Alona sebagai bintang tamu. Eva mengatakan bahwa Alona memohon-mohon kepada Vicky untuk dibuatkan lagu, pernyataan dari Eva ini membuat Alona geram dan akhirnya memaki-maki Vicky. Konflik memuncak saat Rumpi No Secret menyandingkan keduanya sebagai bintang

tamu, tepatnya pada tanggal 9 Mei 2015. Emma Fauziah dan Eva Sitompul saling beradu argumen dan saling serang statment yang membuat suasana di studio tegang. Dari uraian kejadian di atas penulis menduga bahwa program talkshow Rumpi No Secret edisi 8 Mei dan 9 Mei 2015 memuat pesan adu domba. Ditinjau dari sudut agama perilaku tersebut dikenal dengan nanimah. *Nanimah* adalah mengadukan perkataan seseorang kepada orang lain dengan tujuan merusak atau mengadu domba.⁶

Secara tegas, Al-Quran mengutuk perbuatan nanimah ini dan mengancam bagi siapa yang melakukannya. Allah telah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 104:

يَا يَاهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقُولُوا رُّعِنَا وَقُولُوا أَنْظَرْنَا وَأَسْمَعْنَا^{١٣}
وَلِلْكُفَّارِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ ٤٠

Artinya “Kecelakaanlah bagi setiap orang yang suka mengumpat lagi pencela”.

Dalam hadist riwayat Bukhari dan Muslim perilaku nanimah dikategorikan sebagai suatu perbuatan dosa besar dan ganjaran bagi pelakunya adalah tidak akan masuk surga.⁷ Sama halnya seperti *ghibah*, *nanimah* juga dikelompokkan ke dalam perbuatan fitnah. Perbuatan fitnah sendiri apabila dilakukan akan menimbulkan perpecahan atau konflik.⁸

⁶ Imam Ghazali, *Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya*, terj. A.Hufaf Ibriy (Surabaya: Tiga Dua, 1995), hlm.188.

⁷ Ibid, hlm. 189.

⁸ Muhammad bin Sulaiman Al-lith, *An-Nashihatul al-Mufidatu li Tahrimi al-Ghibati wa an-Namimiati*, terj. Al-Ustadz Fuad Qawwam, Lc. (Malang: Pustaka Qaba-il, 2007), hlm. 60-62.

Nanimah sebagai sebuah pesan dalam talkshow Rumpi No Secret ditampilkan dalam bentuk kata-kata dan ekspresi visual dan mampu menggerakkan emosi penonton. Talkshow Rumpi No Secret yang berisi pesan tentang nanimah ini selalu digemari oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan semakin *eksis* nya program acara ini. Oleh karena itu talkshow bisa menjadi media alternatif dalam menyampaikan pesan dan mengingatkan perbuatan yang dilarang dalam islam.

Perbuatan adu domba atau memecah belah sangat lekat dengan kehidupan masyarakat kita. Fenomena tersebut direpresentasikan kembali dalam program talkshow Rumpi No Secret 8 dan 9 Mei 2015 melalui kata-kata dan tindakan yang dilakukan oleh *host* dan bintang tamu. Maka daripada itu penelitian ini menjadi sangat urgen untuk diteliti dan dikaji.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana representasi *nanimah* dalam program acara talkshow Rumpi No Secret di Trans TV tayangan 8 dan 9 Mei 2015?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh penulis yaitu untuk mengetahui representasi nanimah dalam program acara talkshow Rumpi No Secret di Trans TV tayangan 8 dan 9 Mei 2015.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan kajian keilmuan pertelevisian yaitu tentang talkshow, teori televisi sebagai media satu tahap, dan semiotik dalam bidang kajian televisi serta keilmuanan keagamaan mengenai akhlak tercela naimah.

Secara praktis dapat dijadikan refrensi untuk meningkatkan kualitas program, khususnya bagi media televisi Trans TV, Selain itu penilitian ini diharapkan bisa menambah informasi serta mengingatkan tentang akhlak tercela, khususnya bagi para pemirsa.

E. Kajian Pustaka

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dila Erzakia, mahasiswa jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013), dengan judul skripsi Representasi Ghibah dalam sinetron Tukang Bubur Naik Haji.⁹ Penelitian tersebut meneliti bagaimana ghibah direpresentasikan melalui tokoh-tokoh dalam dialog dan gambar sinetron Tukang Bubur Naik Haji episode 1-2 dan 312-313. Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode analisis semiotik model Charles Sanders Pierce. Sedangkan perbedaanya terletak pada subyek dan obyek. Subyek pada penelitian Dila ini adalah sinetron Tukang Bubur Naik Haji episode 1-2 dan 312-313 dan subyek penelitian ini adalah talkshow Rumpi No Secret 8 dan 9 Mei 2015. Obyek penelitian Dila adalah representasi ghibah dalam sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan obyek pada penelitian ini adalah representasi naimah dalam talkshow Rumpi No Secret.

⁹ Dila Erzakia, *Representasi Ghibah dalam Sinetron Tukang Bubur Naik Haji*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nashihatun Toyibah, mahasiswa jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2015), dengan judul skripsi Tobat Tokoh Jefri dalam Film Hijrah Cinta.¹⁰ Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nasihatun dengan penulis terletak pada metode analisis. Adapun perbedaannya terletak pada subyek. Subyek dalam penelitian ini adalah tentang talkshow sedangkan pada penelitian Nashihatun adalah film.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nur Ajizah, mahasiswa jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga (2015), dengan judul Model Komunikasi Dakwah Peggy Melati Sukma dalam Program Talkshow ‘Hijab Stories’ di TV One.¹¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model komunikasi dakwa yang digunakan oleh Peggy Melati Sukma. Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang program acara talkshow.

Sejauh ini peneliti belum menemukan penelitian tentang namimah dalam kajian pertelevisian. Untuk itu penelitian mengenai tema ini masih sangat baru dan masih belum ada yang meneliti, sehingga perlu diteliti dan diteruskan dalam bentuk skripsi.

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Representasi

¹⁰ Nashihatun Toyibah, *Tobat tokoh Jefri dalam Film Hijrah Cinta*, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)

¹¹ Nur Ajizah, *Model Komunikasi Dakwah Peggy Melati Sukma dalam Program Talkshow ‘Hijab Stories di TV One*, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)

Representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, di indera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu.¹² Sedangkan menurut Alfathri Adlin, representasi pada dasarnya adalah sesuatu yang hadir namun menunjukkan bahwa sesuatu diluar dirinya adalah yang dia coba hadirkan. Representasi tidak menunjuk kepada dirinya sendiri, namun kepada yang lain. Karena sifat dasarnya itulah, maka representasi sering dipermasalahkan ihwal kemampuannya untuk bisa menghadirkan “sesuatu” di luar dirinya, karena sering kali representasi malah beralih menjadi “sesuatu” itu sendiri.¹³

Terdapat dua pengertian mengenai representasi menurut Tim O’Sullivan. Pertama, representasi sebagai produk dari proses sosial *representing*, dan yang kedua, representasi sebagai produk dari proses sosial *representing* yang mengacu pada sebuah makna. Dalam proses representasi, ada tiga elemen yang terlibat, yaitu:

- a) Sesuatu yang direpresentasikan yang disebut sebagai obyek
- b) Representasi itu sendiri yang disebut sebagai tanda
- c) Seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan atau disebut *coding*. *Coding* inilah yang

¹² Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 20.

¹³ Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 28.

membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda.

Sesuatu yang sangat esensial dari sebuah tanda adalah ia bisa menghubungkan obyek untuk diidentifikasi, sehingga biasanya satu tanda hanya akan mengacu pada sebuah kelompok obyek yang telah ditentukan secara jelas. Dengan demikian, didalam representasi ada sebuah kedalaman makna. Representasi mengacu pada sesuatu yang sifatnya orisinal.¹⁴

2. Tinjauan Tentang Nanimah

Menurut Imam Abu Zakaria Yahya bin Syarifin Nawawi definisi nanimah adalah merekayasa omongan, menghasut, memprovokasi untuk menghancurkan manusia.¹⁵ Al-Baghawi rahimahullah menngatakan bahwa nanimah adalah mengutip suatu perkataan dengan tujuan untuk mengadu domba antara seseorang dengan si pembicara.¹⁶

Adapun Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalaani rahimahullah menjelaskan bahwa nanimah adalah membeberkan sesuatu yang tidak suka untuk dibeberkan. Baik yang tidak suka adalah pihak yang dibicarakan atau pihak yang menerima berita, maupun pihak yang lainnya.

¹⁴ Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*, hlm. 61-62

¹⁵ Imam Ghazali, *Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya*, terj. A.Hufaf Ibriy (Surabaya: Tiga Dua, 1995), hlm. 188.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 189.

Baik yang disebarluaskan itu berupa lugas (perkataan) maupun perbuatan.

Baik berupa aib maupun bukan.¹⁷

a. Ciri-Ciri Nanimah

Menurut Imam Ghazali dalam bukunya yang berjudul *Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya*, menjabarkan bahwa yang termasuk ke dalam perbuatan nanimah adalah sebagai berikut:¹⁸

1. Mengadukan atau mengatakan suatu berita atau aib yang terjadi kepada seseorang kepada orang lain sehingga orang tersebut timbul syak prasangka atau bisa jadi menimbulkan kebencian terhadap orang yang dibicarakan.
2. Memprovokasi maupun menghasut pihak tertentu sehingga muncul konflik antara pihak yang dibicarakan dengan pihak yang diajak berbicara
3. Berita tersebut merupakan berita yang diada-adakan bisa juga benar terjadi akan tetapi dibumbui dengan kata-kata orang yang mengadukan.
4. Berita yang disebarluaskan atau diadukan tersebut dapat menimbulkan konflik antara orang satu dengan lainnya.

¹⁷ Muhammad bin Sulaiman Al-'lith, *An-Nashaihu al-Mufidatu li Tahrimi al-Ghibati wa an-Namimiati*, terj. Al-Ustadz Fuad Qawwam, Lc. (Malang: Pustaka Qaba-il, 2007), hlm. 60.

¹⁸ Imam Ghazali, *Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya*, terj. A.Hufaf Ibriy (Surabaya: Tiga Dua, 1995), hlm 200-201.

b. Bentuk-bentuk *Namimah*

Namimah atau mengadu domba berdasarkan cara melakukannya dapat diklasifikasikan dalam dua bentuk:

1. *Namimah* atau adu domba dengan lugas

Dalam bentuk ini, namimah dilakukan dengan mengadukan suatu berita atau aib yang terjadi pada seseorang kepada orang lain sehingga orang tersebut timbul syak prasangka terhadap orang yang dibicarakan atau bisa jadi menimbulkan kebencian terhadap orang yang dibicarakan. Hal ini seperti yang diriwayatkan oleh Ibnu Abid Dunya.

Abu Dzar berkata : “Rasulullah saw bersabda: ‘Barangsiapa menyebarkan orang muslim dengan suatu perkataan untuk memburukannya dengan tanpa hak, niscaya Allah pada hari kiyamat akan memburukannya dengan perkataan itu dalam neraka.’” (HR Ibnu Abid Dunya).¹⁹

Namimah dengan lugas juga diriwayatkan dalam kisah Sulaiman bin Abdul Malik.

Diriwayatkan bahwa Sulaiman bin Abdul Malik duduk-duduk bersama Az-Zuhri, tiba-tiba ada seorang laki-laki mendekatinya. Maka Sulaiman berkata: “Telah sampai kepadaku bahwa kamu telah mencaci diriku dan berkata demikian-demikian.” Laki-laki itu berkata: “Saya tidak berbuat dan tidak mengatakan.” Sulaiman berkata: “Sungguh orang yang menceritakan kepadaku adalah orang yang benar.” Maka az Zuhri berkata kepada Sulaiman: “Pengadu domba itu bukan orang benar.” Lalu

¹⁹ Imam Ghazali, Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya, terj. A.Hufaf Ibriy (Surabaya: Tiga Dua, 1995), hlm. 189.

Sulaiman berkata kepada laki-laki itu: “Pergilah dengan selamat.”²⁰

2. *Namimah* atau adu domba dengan isyarat

Namimah atau mengadu domba tidak hanya dilakukan dengan menggunakan bahasa tutur saja, namun juga dapat dilakukan dengan bahasa tubuh atau gerakan anggota badan (tangan, jari, bibir, mata, alis, dan lain sebagainya) tanpa menggunakan bahasa verbal dan mengisyaratkan sebuah pesan. Gerakan anggota tubuh mengisyaratkan sebuah pesan tentang seseorang yang mengacu pada sesuatu tanpa diketahui oleh seseorang tersebut. *Namimah* dengan isyarat dikisahkan oleh Abu Laits Assamarqandi.

Dari Abu Laits Assamarqandi sanadnya dari Abu Said Alkhudri bahwa Rasulullah SAW pada malam Isra’ ke langit, aku melalui suatu kaum yang dipotongkan daging pinggangnya, kemudian dimakankan kepadanya dengan kalimat makanlah apa yang dahulu kamu makan dari daging saudaramu, maka saya bertanya, “Yaa Jibril siapakah mereka itu?” jawabnya, “Mereka dari umatmu yang suka mengumpat Hammaz lammaz mengejek dengan isyarat atau lidah atau dengan tangan.”²¹

Kisah tersebut menceritakan tentang perjalanan Rasulullah SAW ke langit pada saat Isra. Terjadi percakapan antara Jibril dengan Rasulullah SAW, Jibril mengatakan kepada Rasul

²⁰ *Ibid*, hlm. 196

²¹ Imam Ghazali, *Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya*, terj. A.Hufaf Ibriy (Surabaya: Tiga Dua, 1995), hlm. 186.

bahwa ada dari umatnya yang mengumpat dengan isyarat atau lidah atau dengan tangan.

Seorang pengumpat juga telah disinggung dalam surat Al-Humazah ayat satu. Allah berfirman “Kecelakaanlah bagi pengumpat lagi pencela.”

Ada yang berpendapat bahwa pengumpat atau *hummazah* adalah pengadu domba karena dari pengumpatlah keburukan-keburukan disebar sehingga timbul perselisihan antara kedua belah pihak.²²

3. Tinjauan tentang Televisi Sebagai Media Satu Tahap

Televisi sebagai salah satu media massa berperan penting dalam mempengaruhi masyarakat, selain murah dan mudah dinikmati, televisi adalah sebuah sistem penceritaan yang tersentralisasi. Sistem ini merupakan bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Drama, iklan, berita, talkshow dan program lainnya menghadirkan sebuah dunia tentang gambaran dan pesan-pesan yang cukup berkaitan dalam setiap rumah. Televisi berkembang dari kecenderungan yang sangat kecil dan pilihan-pilihan yang bisa diperoleh dari sumber-sumber utama lainnya. Melebihi penghalang historis buku dan mobilitas, televisi telah menjadi sumber umum dari sosialisasi dan informasi sehari-hari, terutama dalam bentuk hiburan, dari polulasi informasi yang heterogen. Pola berulang dari

²² *Ibid*, hlm. 186.

pesan-pesan dan gambaran televisi yang diproduksi secara massal membentuk kecenderungan akan lingkungan simbolis yang umum.²³

Televisi adalah media massa yang menerapkan model komunikasi satu langkah yang menyatakan bahwa pengaruh media bersifat langsung dan segera. Pesan yang didapat penonton melalui indra akan mengubah pemikiran dan perilaku. Pesan masuk hanya dalam satu langkah, dari media ke pembaca. Variasi teori ini disebut teori jarum hipodermik atau teori tolak peluru. Teori ini dikembangkan oleh Wilbur Schramm.²⁴ Pernyataan tentang televisi dan model komunikasi satu langkah juga dinyatakan oleh Greenberg, bahwa model satu tahap adalah model yang tepat untuk menerangkan alir langsung media massa terhadap penonton dalam ketertarikan pesan adalah ekstrem tinggi atau ekstrem rendah.²⁵

Pernyataan lainnya tentang model komunikasi satu tahap dijelaskan oleh Verling C. Troldahl dikutip oleh Wiryanto dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi”. Trodahl menyebut komunikasi satu langkah dengan sebutan One Step Flow. Model ini menyatakan bahwa saluran-saluran media massa berkomunikasi secara langsung kepada mass audience. Artinya bahwa pesan-pesan media mengalir tanpa harus melalui opinion leader. Tetapi berbeda dengan dengan model Jarum Hipodermik, model satu tahap mengakui bahwa pesan-pesan komunikasi dan penerima

²³ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm. 424.

²⁴ Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antarmanusia*, terj. Agus Maulana (Jakarta: Professional Books, 1997), hlm. 522.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 86.

seluruhnya tidak sama. Efek yang ditimbulkan juga tidak selalu sama untuk masing-masing penerima.²⁶

4. Tinjauan Tentang Talkshow

Setiap stasiun televisi dituntut untuk memproduksi berbagai macam acara. Mulai dari program berita hingga hiburan disajikan untuk mengisi jam tayang selama 24 jam. Persaingan yang ketat antar stasiun televisi menuntut kreativitas para pekerja media untuk mengemas sajian agar menarik di mata penonton. Pada dasarnya semua hal bisa dijadikan sebuah ide untuk membuat sajian program asalkan disukai oleh penonton dan materi program tersebut tidak bertentangan dengan norma kesusilaan, hukum, dan peraturan yang berlaku.

Pengertian program acara televisi berasal dari kata dalam bahasa Inggris yaitu programme yang berarti acara atau rencana. Di Indonesia sendiri istilah program lebih dikenal dengan siaran yang didefinisikan sebagai pesan yang disajikan dalam beragam bentuk. Kata “program” lebih populer digunakan daripada kata siaran untuk mengacu pada sajian acara. Salah satu format yang digunakan televisi dalam menampilkan wacana serius adalah talkshow.

Talkshow merupakan wacana broadcast yang bisa dilihat sebagai produk media maupun sebagai sebuah proses dialog. Sebagai produk media, talkshow dapat menjadi teks budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya baik itu dalam produksi maupun dalam pertukuran makna.

²⁶ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 85.

Sedangkan talkshow sebagai talk oriented akan memperhatikan masalah efisiensi dan akurasi, pada aspek: kontrol, pembawa acara, kondisi partisipan, dan even evaluasi penonton.

Fred Wibowo dalam bukunya yang berjudul *Teknik Produksi Program Televisi* mengatakan bahwa program talkshow di televisi swasta menjadi program yang cukup sulit, karena tempat pembicaraan dan orang yang berbicara tidak berpindah-pindah selama beberapa waktu dan belum tentu wajah tokoh tersebut menarik, maka sangat mungkin penonton menjadi cepat bosan apabila pemilihan topik diskusi tidak menarik dan cara membawakan program juga tidak menarik.²⁷

a.Pengertian Talkshow

Dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Media penyiaran*, Morissan mendefinisikan talkshow sebagai program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas berbagai macam topik yang dipandu oleh seorang pembawa acara. Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa yang diperbincangkan atau mereka ahli dalam masalah yang tengah dibahas.²⁸

Pengertian lain tentang talkshow menurut Lusia dalam bukunya yang berjudul *Oprah Winfrey: Rahasia Sukses Menaklukan Panggung Talkshow* mengatakan bahwa talkshow adalah program yang

²⁷ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2009) hlm.81.

²⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola dan Televisi*, (Jakarta: Media Grafika 77, 2008), hlm.222.

mengkombinasikan talk dan show, serta materi acara berupa *structured conversation*, yaitu materi acara yang sudah didesain sedemikian rupa, tentang tema yang akan disampaikan, kapan, dan bagaimana menyampaiannya.²⁹

Dari beberapa pendapat di atas peneliti menyimpulkan bahwa talkshow merupakan acara televisi yang disiarkan secara langsung maupun tidak langsung yang bertujuan untuk mendiskusikan berbagai macam topik dengan suasana santai dan menghadirkan seorang atau beberapa narasumber yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*).

b.Kategori Program Talkshow

Talkshow mempunyai ciri, sebagai berikut:

- 1) Tema yang diangkat mestilah benar-benar penting (atau dianggap penting) untuk diketahui khalayak atau setidaknya menarik bagi penontonnya.
- 2) Menggunakan percakapan sederhana (*casual conversation*) dengan bahasa yang universal (untuk menghadapi heterogenitas khalayak).

Isu yang diketengahkan merupakan trend yang sedang berkembang dan hangat diperbincangkan oleh masyarakat. Berdasarkan Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran Indonesia Pasal 8 disebutkan bila program talkshow termasuk di dalam program faktual. Adapun

²⁹ Lusia, A, *Oprah Winfrey: Rahasia Sukses Menaklukan Panggung Talkshow*, (Jakarta: Gagasan Media, 2006), hlm. 83

pengertian program faktual merujuk pada program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi. Talkshow sendiri dikategorikan menjadi dua, yaitu:

- 1) Talkshow yang sifatnya ringan dan menghibur
- 2) Talkshow yang sifatnya formal dan serius

Pada umumnya talkshow yang bersifat formal masuk dalam kategori berita, sedangkan untuk talkshow yang bersifat ringan masuk dalam kategori informasi. Untuk katogeri yang bersifat informasi, talkshow biasanya disampaikan dalam suasana santai dan penuh keakraban dengan mengundang satu atau lebih narasumber untuk membahas topik yang sedang hangat. Topik-topik tersebut adalah topik yang ringan dan mudah dicerna oleh pemirsanya. Suasana yang santai dan ringan juga tercermin dari kepiawaian pemandu acara (host) dalam menghidupkan suasana dengan komentar-komentar atau ulah jail yang mengundang tawa.

Menurut Fred Wibowo talkshow terbagi menjadi empat jenis, di antaranya adalah sebagai berikut:³⁰

- 1) Program Uraian Pendek atau Pernyataan (The Talk program)

Program ini memunculkan seorang presenter di tengah suatu program feature, di antara sajian musik, dan di awal suatu acara sebagai pembukaan atau dalam suatu acara cerita yang disajikan secara khusus. Dalam tahap perencanaan yang harus diperhatikan

³⁰ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2009), hlm.67-84.

adalah permasalahan yang diuraikan sedang hangat menjadi bahan perbincangan, penting dan uraian tersebut juga harus bisa membuat gembira pemirsa. Pada saat proses produksi presenter harus memulai uraian dengan sesuatu yang dapat membangkitkan rasa ingin tahu pemirsa.

2) Program Vox-pop Masyarakat

Program ini mengetengahkan pendapat masyarakat tentang suatu masalah. Tahap perencanaan pembuatan program ini dimulai dari menetapkan tema, menetapkan pertanyaan seputar tema, memilih reporter, dan menetukan siapa saja yang akan diberi pertanyaan.

Dalam teknik pelaksanaan, reporter harus menunjukkan sikap ramah, sopan, dan simpatik, reporter harus memperkenalkan identitas dan keperluannya secara jelas. Apabila pribadi itu menyatakan kesediaannya, maka reporter dapat secara langsung mengajukan pertanyaan.

3) Program Wawancara

Hal pertama yang dilakukan oleh produser atau pewawancara dalam program ini adalah menentukan siapa yang akan menjadi bintang tamu. Bintang tamu dipilih dari seorang tokoh yang berkompeten dalam bidangnya, atau bisa jadi seorang tokoh kontroversi, di mana masyarakat ingin tahu pandangan tokoh tersebut mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi. Setelah itu,

baru kemudian membuat pertanyaan untuk narasumber. Pada tahap produksi biasanya penonton sudah hadir yang nantinya akan ikut terlibat dalam acara tersebut, atau bisa juga acara tersebut ditayangkan tanpa penonton di studio, akan tetapi interaksi dilakukan melalui sambungan telepon. Dalam program ini, pewawancara harus memberi kesempatan baik itu penonton yang hadir di studio, maupun penonton di rumah untuk mengajukan pertanyaan kepada narasumber.

4) Program Panel Diskusi

Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling mengemukakan pendapat. Di sini pemandu acara bertindak sebagai moderator yang terkadang juga melontarkan pendapat atau membagi jalannya pembicaraan. Program diskusi ini biasanya mengundang tiga orang atau lebih untuk membicarakan suatu masalah.

c. Daya Tarik Program Talkshow

Kunci utama dari kesuksesan sebuah program talkshow adalah kemampuan pemandu acara dalam mengendalikan dan menjaga pembicaraan agar tetap segar. Hal ini berkaitan pula dengan pemilihan tokoh yang saling berhadapan dalam topik tersebut. Oleh sebab itu perencanaan sangat penting untuk menciptakan sebuah acara talkshow yang menarik.

Daya tarik sebuah program talkshow terletak pada topik pembicaraan atau permasalahan yang sedang dibahas. Ada tiga

kategori untuk mengetahui sampai seberapa jauh permasalahan tersebut menarik untuk diulas, yaitu:

- 1) Masalah tersebut merupakan masalah yang sedang dipergunjingkan di masyarakat atau masalah tersebut sedang hangat diperbincangkan.
- 2) Masalah itu mengandung kontroversi dan konflik diantara masyarakat.
- 3) Masalah itu berkaitan erat dengan kepentingan masyarakat dan masyarakat membutuhkan informasi mengenai permasalahan tersebut.

Selain membahas permasalahan menarik, program talkshow juga harus menghadirkan tokoh yang *atraktif* pula.

Ada tiga kategori tokoh menarik, yaitu:

- 1) Dia adalah *public figure* tau idola masyarakat.
- 2) Dia merupakan tokoh yang paling ahli atau dianggap paling menguasai bidang atau permasalahan.
- 3) Dia adalah tokoh yang kontroversi, kritis dan vokal.

Pembicaraan akan menjadi menarik lewat tokoh-tokoh semacam itu. Menurut Fred Wibowo selain topik dan tokoh yang menarik, daya tarik program talkshow terletak pada pertanyaan-pertanyaan cerdas dan humor dari seorang presenter.

Program talkshow menjadi lebih menarik apabila presenter yang membawakan program tersebut mampu mengimbangi

pembicaraan para tokoh. Hal itu bisa saja terjadi jika presenter menguasai bidangnya serta dapat menyajikan permasalahan secara menarik.

Apabila presenter tidak menguasai permasalahan maka dapat dipastikan program acara tersebut tidak hidup dan membosankan. Tentu saja kemampuan ini bukan hanya bakat, melainkan juga latihan dan pengalaman sambil terus belajar memperbaiki kemampuan maupun kecerdasan.³¹

5. Tinjauan tentang Semiotika Charles Sanders Peirce

Secara etimologis, semiotik berasal dari bahasa Yunani, yakni *semion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Dalam keilmuan semiotika secara sistematis. Serta semiotik modern mempunyai dua tokoh: Charles Sanders (1834-1914) dan Ferdinand de Saussure (1857-1913).³²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sanders Peirce berasal dari Amerika, beliau merupakan seorang filsuf yang paling orisinal dan multidimensional.³³ Peirce adalah seorang ahli filsafat dan ahli logika yang terkenal karena

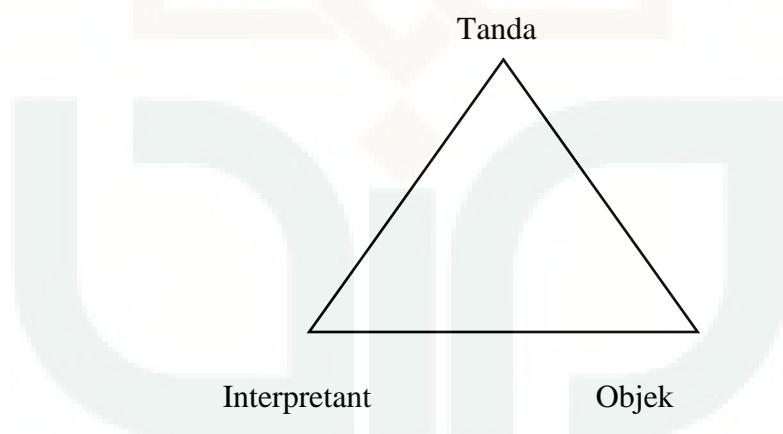
³¹ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2009), hlm.84.

³² Drs. Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 110.

³³ Drs. Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 39.

teori tandanya. Di dalam lingkup semiotika, sebagaimana dipaparkan oleh Lecthe dalam buku Alex Sobur, seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda adalah mewakili sesuatu bagi seseorang. Semiotik bagi Peirce adalah suatu tindakan (*action*), pengaruh (*influence*), atau kerjasama tiga subjek, yaitu tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*).

Menurut Peirce, seperti dikutip Eco, “*something which stand to somebody for something in some respect or capacity*” (tanda adalah segala sesuatu yang ada pada seseseorang untuk menyatakan sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object, interpretant*.



Gambar Skema 1: Segitiga Makna Peirce³⁴

Segitiga makna menjelaskan mengenai segitiga tanda yaitu tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk beberapa hal atau

³⁴ Indiawan Wahyu Wibowo, Semiotika Komunikasi, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 169.

kapasitas. Tanda yang diciptakan oleh Peirce dinamakan interpretan dari tanda yang pertama. Tanda itu menunjukkan sesuatu, yakni objeknya. Menurut Peirce, tanda dibentuk oleh hubungan segitiga yaitu representamen yang olehnya disebut juga tanda berhubungan objek yang dirujuknya. Hubungan tersebut membutuhkan interpretant. Tanda (*representamen*) adalah bagian tanda yang merujuk pada sesuatu menurut cara atau berdasarkan kapasitas tertentu.³⁵

Tanda akan mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh Peirce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui *interpretant*. Jadi *interpretant* adalah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya, tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground, yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Peirce membagi tanda berdasarkan objeknya:³⁶

- a) Ikon (*icon*). Ikon adalah tanda yang berhubungan petanda dengan penandanya bersifat bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dengan objek atau acuan bersifat mirip atau sama; misalnya potret dan peta.
- b) Indeks (*index*). Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan ilmiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal

³⁵ *Ibid.*, hlm. 169.

³⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 41-42.

atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contohnya ialah asap sebagai tanda adanya api.

- c) Simbol (*symbol*). Simbol adalah tanda yang menunjukkan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbiter atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Menurut Peirce, sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Pertama, dengan mengikuti sifat objeknya, ketika kita menyebut tanda sebuah ikon. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaanya berkaitan dengan objek individual, ketika kita menyebut tanda sebagai sebuah indeks, Ketiga, perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai objek *denotative* sebagai akibat dari suatu kebiasaan ketika menyebut tanda sebagai simbol. Pada dasarnya, sesuatu dikatakan sebagai tanda yang absah bilamana ia memiliki bentuk yang masuk akal (bisa diulang dan diramalkan) dan tersusun dengan cara yang bisa didefinisikan (terpola). Tiga jenis tanda yaitu ikon, indeks, dan simbol yang dikembangkan olehnya sangat berguna dalam telaah berbagai gejala budaya, seperti produk-produk media.³⁷

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian analisis isi kritis yang menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif adalah penelitian yang

³⁷ Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi.*(Terj.), (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 49.

tidak mengadakan perhitungan, maksudnya data yang dikumpulkan tidak berwujud angka tetapi kata-kata.³⁸

2. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah masalah apa yang hendak diteliti atau masalah penelitian yang disajikan oleh peneliti, pembatasan yang dipertegas dalam penelitian.³⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah representasi nanimah dalam talkshow Rumpi No Secret di Trans TV

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data dari penelitian dimana data itu diperoleh.⁴⁰ Subyek dalam penelitian ini adalah talkshow Rumpi No Secret tayangan 8 dan 9 Mei 2015 dengan pertimbangan bahwa tayangan 8 dan 9 Mei 2015 memunculkan tanda makna nanimah yang dilakukan oleh host dan narasumber pada setiap segmennya.

4. Sumber Data

Sumber data utama dari penelitian kualitatif berasal dari kata-kata dan tindakan dari individu-individu yang diamati. Sedangkan data tambahan lainnya berupa dokumen baik itu berupa data tertulis, foto, maupun data statistik. Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang

³⁸ Lexy J.Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 6.

³⁹ Arimin Tatang M, *Menyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: Raja Grafika Persada, 1995), hlm. 92-93.

⁴⁰ Arikunto Suharsimi, Prosedur Penelitian, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 102.

digunakan yakni data primer dan data sekunder.⁴¹ Sumber data ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian.

a) Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang secara khusus menjadi objek penelitian. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data yang diperoleh dengan menggunakan teknik dokumentasi.

Data ini diperoleh melalui situs youtube. Data tersebut adalah talkshow Rumpi No Secret tayangan 8 dan 9 Mei 2015. Data ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁴²

Tayangan yang dipilih adalah 8 dan 9 Mei 2015 dengan pertimbangan bahwa tayangan 8 dan 9 Mei 2015 memunculkan tanda makna naminah yang dilakukan oleh host dan narasumber pada setiap segmennya.

- 2) Data kedua, diperoleh dari teknik sampling yang menggunakan wawancara mendalam. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada empat informan yang merupakan penonton setia talkshow Rumpi No Secret. Hal ini dilakukan sebagai rujukan yang digunakan peneliti sebagai pembanding dari hasil temuan peneliti. Informan tersebut diantaranya adalah mahasiswi (Irma Utami),

⁴¹ Arikunto Suharsini, Manajemen Penelitian, (Jakarta: Rineka Cipta 2003, Cet Ke 6), hlm. 83.

⁴² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 218-219.

pegawai swasta (Afifah Nur Fatin), dan ibu rumah tangga (Dewi Guntari dan Puji Astuti).

b) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang menjadi pendukung data-data primer dalam melengkapi tema penelitian. Data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- 1) Data-data yang diperoleh dari media massa seperti televisi dan internet yang relevan dalam penelitian ini.
- 2) Buku-buku yang berkaitan dan mendukung pembahasan yang dikaji dalam penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode:

a) Dokumentasi

Teknik dokumentasi ini merupakan teknik pengumpulan data sekunder mengenai objek penelitian yang didapatkan dari sumber tertulis, seperti arsip, dokumen resmi, tulisan-tulisan yang ada pada situs internet yang dapat mendukung analisa penelitian tentang simbol-simbol dan pesan yang terdapat pada sebuah program acara talkshow.

b) *Indepth Interviewning* (Wawancara Mendalam)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan percakapan langsung antara peneliti dengan narasumber atau

informan.⁴³ Secara umum ada dua jenis wawancara yaitu terstruktur dan wawancara tidak struktur yang disebut wawancara mendalam (*In-depth Interviewning*).⁴⁴ Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam untuk menggali sumber data yang berupa manusia dalam posisi sebagai narasumber, maka teknik wawancara sangat diperlukan untuk mengumpulkan informasi. Tujuan utama melakukan wawancara adalah untuk menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai pribadi, peristiwa, aktivitas dan bentuk keterlibatan.⁴⁵

6. Analisis Data

Bogdan berpendapat bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan tangan dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami oleh orang lain.⁴⁶ Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, penafsiran, dan verifikasi data agar fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah, tidak ada teknik yang baku dalam melakukan ini, terutama penelitian kualitatif.⁴⁷ Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Semiotika memiliki potensi yang bagus dalam menganalisa dan

⁴³ Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 99.

⁴⁴ Sutopo, H.B, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: UNS Press, 2002), hlm. 59.

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 58.

⁴⁶ Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 88.

⁴⁷ Deddy Maulana, Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 180.

mengintepretasikan data yang berbentuk teks, musik, foto, video, dan lainnya.⁴⁸

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji talkshow Rumpi No Secret tayangan 8 dan 9 Mei 2015 menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan teori segita makna yang dicetuskannya. Peirce mengemukakan teori segita makna yang terdiri dari tiga elemen penting, yakni tanda (*sign*), objek (*object*), dan konsep yang terbentuk berdasarkan pengalaman terhadap objek (*interpretan*). Tanda adalah sesuatu sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda berdasarkan objeknya menurut Peirce terdiri dari ikon yaitu tanda yang muncul dari perwakilan fisik dari keseluruhan obyek yang mempunyai kemiripan, indeks yaitu tanda yang muncul dari hubungan sebab akibat, indikasi dari sesuatu dan simbol yaitu bentuk tanda yang muncul dari kesepakatan bersama.⁴⁹

Peirce melihat tanda (*representament*) sebagai bagian yang tidak terpisah dari objek refresensinya serta pemahaman subjek atas tanda (*interpretant*). Model triadik yang dikemukakan oleh Peirce (*representamen* + objek + *interpretan* = tanda) memperlihatkan pesan besar subjek dalam proses transformasi bahasa. Model triadik Pierce ini memperlihatkan tiga elemen penting pembentuk tanda, yaitu *representamen* (sesuatu yang merepresentasikan sesuatu yang lain), *object*

⁴⁸ Sarosa Samiaji, Penelitian Kualitatif; Dasar-Dasar, (Jakarta: Indeks, 2012), hlm. 83

⁴⁹ Drs. Alex Sobur, Analisis Teks Media, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009),hlm.

(sesuatu yang direpresentasikan), dan interpretant (interpretasi seseorang tentang tanda).⁵⁰

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Peirce, tanda-tanda dalam audio visual dapat digolongkan ke dalam ikon, indeks dan simbol. Dengan dasar segitiga makna yang dikembangkan oleh Peirce maka langkah-langkah analisis semiotika yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a) Mengidentifikasi dan mengklasifikasi tanda-tanda naminah yang terdapat dalam talkshow Rumpi No Secret di Trans TV tayangan 8 dan 9 Mei 2015 dengan mengadaptasi jenis-jenis tanda berdasarkan hubungan objek dengan tanda yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce yaitu ikon, indeks, simbol.
- b) Menginterpretasikan satu persatu jenis tanda yang telah diidentifikasi dalam talkshow Rumpi No Secret di Trans TV yang dilakukan dengan mengadaptasi jenis-jenis tanda yang dikemukakan oleh Peirce. Setelah proses tersebut, peneliti melakukan interpretasi terhadap makna yang terkandung dalam tanda-tanda tersebut melalui segitiga makna yakni tanda, objek dan interpretan.
- c) Memaknai secara keseluruhan mengenai naminah dalam talkshow Rumpi No Secret tayangan 8 dan 9 Mei 2015

⁵⁰Yasraf Amir Pialang, Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna, (yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 266-277.

berdasarkan hasil iminterpretasi terhadap tanda yang telah diidentifikasi sebelumnya sehingga dapat ditarik kesimpulan.

H. Sistematika Pembahasan

Pada bab pertama akan dibahas mengenai pendahuluan, yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab kedua akan dibahas mengenai gambaran umum program talkshow Rumpi No Secret, profil host Rumpi No Secret, teguran KPI terhadap program acara Rumpi No Secret, serta kronologis kejadian kasus *nanimah* antara Ibunda Vicky Prasetyo, Emma Fauziah dengan Eva Sitompul.

Pada bab ketiga merupakan analisis dan pembahasan yang berisi sajian data temuan peneliti terhadap tanda *nanimah* dan hasil analisis pembahasan representasi *nanimah* dalam talkshow Rumpi No Secret.

Pada bab keempat merupakan penutup, kesimpulan hasil penelitian dan saran peneliti.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis melalui analisis Charles Sanders Peirce terhadap program talkshow Rumpi No Secret tayangan 8 dan 9 Mei 2015 ditemukan tanda-tanda dan makna yang mengidentifikasi terjadinya perbuatan nanimah dalam talkshow tersebut. Beberapa temuan yang peneliti simpulkan diantara adalah sebagai berikut:

1. Nanimah adalah perbuatan menghasut, mengadu, memprovokasi dengan tujuan untuk memecah belah atau menimbulkan perselisihan dijadikan sebuah pesan dalam produk media yaitu talkshow yang bersifat langsung dan segera dapat mengubah pola pemikiran dan perilaku masyarakat dalam mempersepsikan sebuah pesan.
2. Dialog adalah sebuah percakapan yang melibatkan dua orang lebih. Nanimah muncul melalui percakapan sebagai sebuah pertanyaan maupun pernyataan provokatif yang dilakukan baik itu oleh host kepada narasumber maupun dari narasumber satu kepada narasumber lainnya.
3. Bahasa tubuh atau gestur. Tak hanya dalam bentuk perkataan saja akan tetapi nanimah juga muncul melalui bahasa tubuh seperti mengarahkan jari dan menudingkan jari yang dilakukan oleh narasumber.

B. Saran

Setelah melakukan analisis dan menemukan hasil penelitian mengenai representasi naminah dalam program acara talkshow Rumpi No Secret di Trans TV (Studi Analisis Semiotika), peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan mampu menjadi refrensi untuk penelitian berikutnya agar lebih baik lagi.
2. Kepada para alumni Komunikasi Penyiaran Islam yang menjadi pelaku media, semoga dapat membuat konten hiburan yang edukatif bukan hanya sekedar mengejar rating tanpa memedulikan isi siaran agar tercipta program siaran yang layak untuk ditonton semua kalangan.
3. Kepada para penonton untuk lebih cerdas dalam melihat tayangan yang ada, sehingga dapat memilih mana yang dapat diambil manfaatnya dan mana yang tidak bisa daimbil manfaatnya. Diharapkan penonton lebih kritis sehingga tidak serta merta menelan bulat-bulat apa yang disajikan oleh media tanpa ada filterisasi terlebih dahulu.

C. Pentup

Alhamdulillah atas berkat kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberi kesabaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul

NAMIMAH DALAM PROGRAM TALKSHOW RUMPI NO SECRET DI TRANS TV (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA) dengan baik. Peneliti juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini msih terdapat kekurangan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta 2003,

Cet Ke 6.

-----, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.

A., De Vito, Joseph, *Komunikasi Antarmanusia*, terj.Agus Maulana , Jakarta: Professional Books, 1997.

A., Lusia, Oprah Winfrey: *Rahasia Sukses Menaklukan Panggung Talkshow*, Jakarta: Gagasan Media, 2006.

Amir Pialang, Yasraf, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Bin Sulaiman Al-`lith, Muhammad, *An-Nashaihu al-Mufidatu li Tahrimi al Ghibati wa an-Namimati*, terj. Al-Ustadz Fuad Qawwam, Lc., Malang: Pustaka Qaba-il, 2007.

Danesi, Marcel, *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi.(Terj.)*, Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Ghazali, Imam, *Bahaya Lisan dan Cara Mengatasinya*, terj. A.Hufaf Ibriy Surabaya: Tiga Dua, 1995.

H.B, Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS Press, 2002.

J.Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002

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

Maulana, Deddy, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola dan Televisi*, Jakarta: Media Grafika 77, 2008.

Samiaji, Sarosa, *Penelitian Kualitatif; Dasar-Dasar*, Jakarta: Indeks, 2012.

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*, Bandung: Rosda Karya, 2001.

-----, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2009.

Tatang M, Arimin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafiqa Persada, 1995.

Wahyu Wibowo, Indiawan, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.

Wibowo, Fred, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2009.

Wirianto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo, 2004.

W. Littlejohn, Stephen dan A. Foss, Karen, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta: Salemba Humanika, 2009.

Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Quran, Jakarta: Departement Agama RI, 1971.

Rujukan dari skripsi:

Ajizah, Nur, *Model Komunikasi Dakwah Peggy Melati Sukma dalam Program Talkshow ‘Hijab Stories di TV One*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Erzakia, Dila, *Representasi Ghibah dalam Sinetron Tukang Bubur Naik Haji*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

Toyibah, Nashihatun, *Tobat tokoh Jefri dalam Film Hijrah Cinta*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Rujukan dari internet:

<http://septifem.blogspot.co.id/2014/11/rumpi-no-secret-program-baru-trans-tv.html?m=1> diakses tanggal 7 September 2015

http://www.kpi.go.id/index.php/lihat_sanksi/teguran_tertulis-pertama-program-siaran-rumpi-no-secret-trans-tv diakses tanggal 7 September 2016

https://id.m.wikipedia.org/wiki/bahasa_tubuh, diakses pada tanggal 6 Desember pukul 10.15 WIB

http://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2014/03/140307_bincang_najwa_shihab, diakses pada tanggal 6 Desember 2016 pukul 09.09 WIB

FIELDNOTE

Informan : Afifah Nur Fatin
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Waktu : Sabtu, 16 Januari 2016, pukul 20.00
Tempat : Danunegaran Mj III/1108 RT 063 RW 017

Namimah sendiri adalah perbuatan yang dilarang dalam islam. Namimah adalah mengadukan suatu perkataan orang lain, perkataan itu terkadang diruparupakan sehingga tidak sesuai dengan aslinya atau bisa juga mengadukan omongan satu kepada lainnya dengan tujuan ingin menciptakan konflik, namimah sendiri ada dua bentuknya yakni isyarat. Namimah dengan lugas dilakukan dengan perkataan dan namimah dengan isyarat dilakukan dengan menggunakan anggota tubuh. Dalam program acara ini cukup banyak omonangan host dan narasumber yang provokatif. Disini terdapat perbuatan namimah yang dilakukan baik itu oleh host maupun bintang tamu. Melihat hal tersebut saya sempat terpancing emosinya. Saya *geregetan* liatnya. Daripada saya terpancing emosinya reflek saya matikan televisi.

FIELDNOTE

Informan : Irma Utami Diah Jauhari
Pekerjaan : Mahasiswi
Waktu : Sabtu, 16 Januari 2016, pukul 14.45 WIB
Tempat :Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Yogyakarta, lantai 1

Namimah saya tidak pernah dengar kata-kata itu. Saya merasa kosa kata tersebut sangat asing bagi saya. Apa itu sebenarnya, saya tidak memahaminya. Maklum kan saya tidak pernah sekolah di yang berbasis agama gitu jadi kurang paham apa itu namimah. Oh jadi namimah itu adu domba dalam bahasa indonesia, saya tahu juga setelah kamu jelaskan tadi maksud dari namimah. Saya tidak menemukan perbuatan yang mengarah kepada adu domba. Menurut saya wajar-wajar saja Feny Rose menanyakan hal tersebut karena ia seorang host. Pendapat orang boleh beda kan? Saya sih melihatnya seperti itu, sama sekali tidak unsur adu domba di dalam program tersebut.

FIELDNOTE

Informan : Puji Astuti
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Waktu : Sabtu, 16 Januari 2016, pukul 16.00 WIB
Tempat : Danunegaran MJ III/1103 RT 063 RW 017

Mengenai makna atau artian nanimah saya tidak begitu tahu. Oo.. jadi seperti itu perbuatan nanimah, kalau dalam bahasa indonesia berarti artinya adu domba. Jadi itu adalah bahasa arabnya adu domba? Dalam Islam kan diajarkan untuk mempererat tali silahturahmi kan? bukan berseteru. Saya paham jika perbuatan tersebut tersebut dilarang mengingat dampaknya juga cukup besar karena bisa merenggangkan tali persaudaraan, pernah denger sih dari ceramah di televisi. Dalam program talkshow ini saya melihat adanya pebuatan nanimah yang berasal dari ucapan *host* Rumpi No Secret. Mulutnya Feny kan kalau berbicara semaunya sendiri, menurut saya sebagai seorang host ya dia harusnya bisa mendamaikan pihak yang berseteru bukan menambah perseteruan semakin runyam. Ketika saya melihat adegan ini emosi saya ikut terpancing juga.

FIELDNOTE

Informan : Dewi Guntari
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Waktu : Sabtu, 16 Januari 2016, pukul 17.10 WIB
Tempat : Danunegaran Mj III/1105 RT 063 RW 017

Mengenai nanimah saya kurang begitu paham artinya. Tapi setelah kamu menjelaskan oh jadi nanimah itu adalah adu domba dalam bahasa indonesia. Kurang lebih pasti artinya juga sama kan? Dalam program acara talkshow Rumpi No Secret ini yang saya lihat adalah gosip tapi setelah anda memberitahu saya, saya jadi berpikir ada benarnya juga kalau ada tindakan adu domba di dalamnya. Adu domba dalam acara ini terdapat dalam pernyataan-pernyataan dari Feny Rose yang merupakan host dari Rumpi No Secret. Melihat hal ini saya sebagai seorang penonton juga ikut terpancing emosinya. Sebel juga ya ada orang yang bicaranya tidak dijaga seperti itu.

BIODATA INFORMAN

Nama : Afifah Nur Fatin

Tempat Tanggal Lahir : Yogyakarta, 20 Agustus 1993

Hp : 08976545610

Email : afifah.fatin@rocketmail.com

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Alamat : Danunegaran Mj III/1108 RT 063 RW 017

Pendidikan : TK ABA Bustanul Aisyah Danunegaran
1999

SD Negeri Pujokusuman II Yogyakarta
2005

MTs Mualimat Yogyakarta 2008

MAN Mualimat Yogyakarta 2011

Ponpes Mualimat Yogyakarta 2011

BIODATA INFORMAN

Nama : Irma Utami Diah Jauhari

Tempat Tanggal Lahir : Yogyakarta, 14 April 1994

Hp : 0857350189776

Email : irmaudj.94@gmail.com

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Danunegaran Mj III/1104 RT 063 RW 017

Pendidikan : TK ABA Danunegaran 2000

SD Negeri Prawirotaman 2006

SMP Negeri 15 Yogyakarta 2009

SMA Negeri Banguntapan 2 Bantul 2012

BIODATA INFORMAN

Nama : Puji Astuti

Tempat Tanggal Lahir : Yogyakarta, 22 April 1980

Hp : 089830786546

Email : -

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Danunegaran Mj III/1103 RT 063 RW 017

Pendidikan : TK Pujokusuman Yogyakarta 1986

SD Negeri Prawirotaman Yogyakarta 1992

SMP Taman Dewasa Yogyakarta 1995

SMA Taman Dewasa Yogyakarta 1998

BIODATA INFORMAN

Nama : Dewi Guntari

Tempat Tanggal Lahir : Rembang, 19 September 1985

Hp : 08121876543

Email : d.guntari@gmail.com

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Danunegaran Mj III/1103 RT 063 RW 017

Pendidikan : TK ABA Gunem Rembang Jawa Tengah
1991

SD Negeri 2 Gunem Jawa Tengah 1993

SMP Muhammadiyah Gunem Jawa Tengah 1995

SMA Negeri 4 Gunem Jawa Tengah 1997



NAMA : AYU NUR AFIAINTI
NIM : 12210023
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Program Studi : KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam)
Pembimbing I : Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.
Pembimbing II : -
Judul : REPRESENTASI NAMIMMAH DALAM TALKSHOW (ANALISIS FRAMMING TERHADAP TALKSHOW RUMPI NO SECRET)

No.	Tanggal	Konsultasi Ke:	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
1	11 Juni 2016	1	Pengajuan Proposal	
2	16 Juni 2016	2	Revisi proposal, ganti analisis	
3	7 Juli 2016	3	Pengajuan Proposal	
4	28 Agustus 2016	4	Revisi	
5	1 September 2016	5	Pengajuan Proposal	
6	15 September 20 September	6 7	Revisi Acc Seminar	
7	7 Okt 2016	8	Seminar, Revisi	
8	14 Nov 2016	9	BAB I, II, III, IV	
9	23 Desember	10	Acc Munajosah	

Yogyakarta, 23-12-2016

Pembimbing,

Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ayu Nur Afianti
Tempat /Tgl.lahir : Yogyakarta, 31 Januari 1994
Alamat : Danunegaran Mj III/1105 RT 063 RW 017
Nama Ayah : Eko Ratmoko
Nama Ibu : Sri Merdasih Suryati
E-Mail : ayunurafianti@gmail.com
No Hp : 0895329371854

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

- a. TK ABA Danunegaran Yogyakarta
- b. SD Negeri Pujokusuman III Yogyakarta
- c. Mts Negeri II Yogyakarta
- d. MAN I Yogyakarta

C. Pengalaman Organisasi

1. Divisi Budaya dan Pengembangan Masyarakat Pemuda Pemudi Kampung Danunegaran
2. Pengajar PKBM Sejahtera 2015
3. Divisi Sosial Media Komunitas KetjilBergerak 2015
4. Sekretaris Ikatan Alumni SDN Pujokusuman III 2016

Yogyakarta, 22 November 2016

Ayu Nur Afianti



37

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.560/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama	:	Ayu Nur Afianti
Tempat, dan Tanggal Lahir	:	Yogyakarta, 31 Januari 1994
Nomor Induk Mahasiswa	:	12210023
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

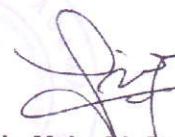
Lokasi	:	Sinduharjo
Kecamatan	:	Ngaglik
Kabupaten/Kota	:	Kab. Sleman
Propinsi	:	D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,38 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,



Fatimah, M.A., Ph.D.
NIP. : 19651114 199203 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. 552230 Yogyakarta 55281

SERTIFIKAT

Nomor :UIN.02/MP KPI/PP.00.9/ 1610/2015

Panitia pelaksana Magang Profesi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan ke-30 tahun akademik 2015/2016, Menyatakan :

Nama : Ayu Nur Afianti
NIM : 12210023
Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Telah melaksanakan Magang Profesi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam semester ganjil tahun akademik 2015/2016 di Humas & Protokoler Sekda DIY dengan nilai A-

Demikian sertifikat ini diberikan semoga dapat dimanfaatkan semestinya.

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI



Khoiro Ummatin, S.Ag, M.Si
NIP.197103281997032001

Yogyakarta, 30 Desember 2015

Ketua Panitia pelaksana

Nanang Mizwar Hasyim, M.Si.
NIP.198403072011011013



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

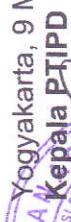
Nama : Ayu Nur Afianti
 NIM : 122110023
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	95	A
2.	Microsoft Excel	30	E
3.	Microsoft Power Point	85	B
4.	Internet	85	B
5.	Total Nilai	73.75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang

Yogyakarta, 9 Mei 2016

Kepala PTIPD




Agung Fatwanto, Ph.D.
 NIP. 19770103 200501 1 003

شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.4.238/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأنَّ

الاسم : Ayu Nur Afianti

تاريخ الميلاد : ٢١ يناير ١٩٩٤

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٩ يناير ٢٠١٦، وحصلت على درجة :

٤٧	فهم المسموع
٥٣	التركيب النحوية والتعبيرات الكتابية
٢٧	فهم المقرؤ
٤٢٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٩ يناير ٢٠١٦

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٥



Hasil Studi Kumulatif Mahasiswa

NIM : 12210023	Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Nama Mahasiswa : AYU NUR AFIAINTI	Tahun Akademik : 2016/2017
Nama DPA : Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.	Semester : SEMESTER GANJIL

No.	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	SMT	SKS	Nilai	Bobot	Harkat
1.	UIN-101-1-2	Akhlaq/Tasawuf	1	2	A	4,00	8,00
2.	UIN-201-1-2	Al-Hadis	1	2	A-	3,75	7,50
3.	UIN-202-1-2	Al-Qur'an	1	2	A-	3,75	7,50
4.	UIN-204-1-2	Bahasa Inggris	1	2	B+	3,25	6,50
5.	USK-214-1-2	Filsafat Ilmu	1	2	A	4,00	8,00
6.	KPI-104-1-2	Ilmu Dakwah	1	2	B+	3,25	6,50
7.	UIN-103-1-2	Pancasila dan Kewarganegaraan	1	2	A-	3,75	7,50
8.	KPI-208-1-3	Pengantar Ilmu Komunikasi	1	3	A/B	3,50	10,50
9.	USK-215-1-2	Pengantar Studi Islam	1	2	B-	2,75	5,50
10.	UIN-102-1-2	Tauhid	1	2	A-	3,75	7,50
11.	UIN-203-1-2	Bahasa Arab	2	2	C+	2,25	4,50
12.	UIN-205-1-2	Fikih/Ushul Fikih	2	2	A-	3,75	7,50
13.	KPI-107-1-2	Hadis Dakwah	2	2	A/B	3,50	7,00
14.	KPI-501-1-2	Islam dan Budaya Lokal	2	2	A-	3,75	7,50
15.	KPI-210-1-2	Komunikasi Massa	2	2	A/B	3,50	7,00
16.	KPI-211-1-2	Komunikasi Politik	2	2	A-	3,75	7,50
17.	UIN-206-1-2	Sejarah Kebudayaan Islam	2	2	A/B	3,50	7,00
18.	KPI-505-1-2	Studi Agama Kontemporer	2	2	A-	3,75	7,50
19.	KPI-106-1-2	Tafsir Ayat Dakwah	2	2	A/B	3,50	7,00
20.	KPI-209-1-3	Teori Komunikasi	2	3	B+	3,25	9,75
21.	KPI-303-1-3	Desain Komunikasi Visual	3	3	A/B	3,50	10,50
22.	KPI-506-1-2	Fikih Kontemporer	3	2	A-	3,75	7,50
23.	KPI-401-1-3	Filsafat-Etika Komunikasi	3	3	A/B	3,50	10,50
24.	KPI-108-1-3	Fiqh Dakwah	3	3	A/B	3,50	10,50
25.	KPI-212-1-2	Komunikasi Kelompok	3	2	B+	3,25	6,50
26.	KPI-213-1-2	Komunikasi Organisasi	3	2	A/B	3,50	7,00
27.	KPI-302-1-2	Pengantar Jurnalistik	3	2	A	4,00	8,00
28.	KPI-405-1-2	Retorika Dakwah	3	2	A	4,00	8,00
29.	KPI-105-1-2	Sejarah Dakwah	3	2	B+	3,25	6,50
30.	NAS00003	Bahasa Indonesia	4	2	A/B	3,50	7,00
31.	KPI02029	Hukum dan Etika Penyiaran	4	2	B+	3,25	6,50
32.	KPI02030	Jurnalistik Penyiaran	4	3	B+	3,25	9,75
33.	KPI04052	Kewirausahaan	4	3	B	3,00	9,00
34.	KPI02003	Komunikasi Antar Budaya	4	2	A/B	3,50	7,00
35.	KPI02010	Metodologi Penelitian Sosial	4	3	B+	3,25	9,75
36.	FDY03004	Psikologi Dakwah	4	2	A-	3,75	7,50
37.	KPI-402-1-3	Psikologi Komunikasi	4	3	A-	3,75	11,25
38.	KPI12042	Teknik Reportase TV	4	3	A-	3,75	11,25
39.	KPI03043	Manajemen Siaran	5	3	A	4,00	12,00
40.	KPI02012	Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif	5	3	A/B	3,50	10,50

No.	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	SMT	SKS	Nilai	Bobot	Harkat
41.	KPI02013	Newscasting/Announcing	5	3	A-	3,75	11,25
42.	KPI14053	Periklanan	5	2	A	4,00	8,00
43.	KPI03044	Sinematografi	5	3	A/B	3,50	10,50
44.	KPI02018	Sosiologi Komunikasi	5	2	B-	2,75	5,50
45.	KPI12038	Teknik Editing (TV)	5	3	A-	3,75	11,25
46.	KPI-363-1-3	Teknik Produksi Berita TV	5	3	A-	3,75	11,25
47.	KPI13047	Analisis Siaran TV	6	3	A/B	3,50	10,50
48.	KPI02009	Manajemen Media Massa	6	3	A	4,00	12,00
49.	KPI02011	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif	6	3	A-	3,75	11,25
50.	KPI12032	Penulisan Naskah Siaran TV	6	3	A-	3,75	11,25
51.	KPI12035	Produksi Acara TV I	6	3	A-	3,75	11,25
52.	KPI02017	Seminar Komunikasi	6	3	A-	3,75	11,25
53.	KPI05058	Statistik Sosial	6	3	A/B	3,50	10,50
54.	KPI02008	Magang Profesi	7	4	A-	3,75	15,00
55.	KPI12036	Produksi Acara TV II	7	3	B+	3,25	9,75
56.	USK01003	Kuliah Kerja Nyata	8	4	A	4,00	16,00
						140	500,25

Hasil Studi Sampai Semester Ini :

Jumlah SKS Kumulatif : 140
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,57

Yogyakarta, 12 September 2016

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. H M. Kholili, M.Si
NIP: 19590408 198503 1 005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI



Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281

Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id

NIM : 12210023
NAMA : AYU NUR AFIAINTI

TA : 2016/2017 PRODI : Komunikasi dan Penyiaran Islam
SMT : SEMESTER GANJIL NAMA DPA : Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si.,
Ph.D.

No.	Nama Mata Kuliah	SKS	Kls	Jadwal Kuliah	No. Ujian	Pengampu	Paraf UTS	Paraf UAS
1	Skripsi/Tugas Akhir	6	M	MIN 07:00-12:00 R: FD-114	0	MUH. ZAMRONI

Catatan Dosen Penasihat Akademik:

Sks Ambil : 6/16

Mahasiswa

AYU NUR AFIAINTI
NIM: 12210023

Yogyakarta, 19/08/2016
Dosen Penasihat Akademik

Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.
NIP: 19710919 199603 2 001



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.7.3161/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **AYU NUR AFIANTI**
Date of Birth : **January 31, 1994**
Sex : **Female**

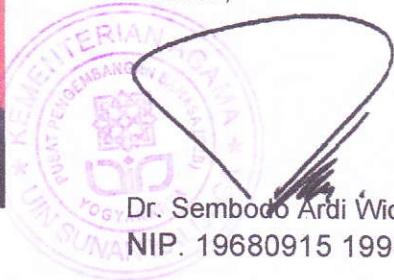
took TOEC (Test of English Competence) held on **February 17, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	39
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	39
Total Score	407

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, February 17, 2016
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

S E R T I F I K A T

NO : UIN.02/DD/PP.00.9/1829.a/2015

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

Ayu Nur Afianti

12210023

LULUS dengan Nilai 72,5 (B)

Ujian sertifikasi Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



Yogyakarta, 05 Oktober 2015
Ketua

Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., MA., Ph.D
NIP. 19710919 199603 2 001

INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF

INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
DI LUAR UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Nur Afianti
NIM : 12210023
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tanggal Lulus : 20 Januari 2017
Alamat : Danunegaran Mj III/1105 RT 063 RW 017
Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa saya tidak mempunyai pinjaman buku di perpustakaan UGM, UNY, BATAN YOGYAKARTA, Perpustakaan Daerah dan Perpustakaan lainnya.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, semoga dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 7 Februari 2017

Yang Menyatakan,



Ayu Nur Afianti

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Nur Afianti

NIM : 12210023

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi Hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak berwajib.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta , 22 November 2016

Yang menyatakan



Ayu Nur Afianti

NIM 12210023

TRANSKRIP NILAI SEMESTARA
PROGRAM SARJANA (S1)

Nama : AYU NUR AFANTI
Tempat, Tanggal Lahir : YOGYAKARTA, 31 JANUARI 1994
Nomor Induk Mahasiswa : 12210023

Jurusan/Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Tanggal Masuk : 1 SEPTEMBER 2012

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot
1	UIN-101-1-2	Akhlaq/Tasawuf	2	A	8,00	30	NAS00003	Bahasa Indonesia	2	A-	7,00
2	UIN-201-1-2	Al-Hadis	2	A-	7,50	31	KPI02029	Hukum dan Etika Penyiaran	2	B+	6,50
3	UIN-202-1-2	Al-Qur'an	2	A-	7,50	32	KPI02030	Jurnalistik Penyiaran	3	B+	9,75
4	UIN-204-1-2	Bahasa Inggris	2	B+	6,50	33	KPI04052	Kewirausahaan	3	B	9,00
5	USK-214-1-2	Filsafat Ilmu	2	A	8,00	34	KPI02003	Kommunikasi Antar Budaya	2	A-	7,00
6	KPI-104-1-2	Ilmu Dakwah	2	B+	6,50	35	KPI02010	Metodologi Penelitian Sosial	3	B+	9,75
7	UIN-103-1-2	Pancasila dan Kewarganegaraan	2	A-	7,50	36	FDY03004	Psikologi Dakwah	2	A-	7,50
8	KPI-208-1-3	Pengantar Ilmu Komunikasi	3	A-B	10,50	37	KPI-402-1-3	Psikologi Komunikasi	3	A-	11,25
9	USK-215-1-2	Pengantar Studi Islam	2	B-	5,50	38	KPI12042	Teknik Reportase TV	3	A-	11,25
10	UIN-102-1-2	Tauhid	2	A-	7,50	39	KPI03043	Manajemen Siaran	3	A	12,00
11	UIN-203-1-2	Bahasa Arab	2	C+	4,50	40	KPI02012	Metodologi Penelitian Komunikasi	3	A-B	10,50
12	UIN-205-1-2	Fikih/Ushul Fikih	2	A-	7,50			Kuantitatif			
13	KPI-107-1-2	Hadis Dakwah	2	A-B	7,00	41	KPI02013	Newscasting/Announcing	3	A-	11,25
14	KPI-501-1-2	Islam dan Budaya Lokal	2	A-	7,50	42	KPI14053	Periklanan	2	A	8,00
15	KPI-210-1-2	Kommunikasi Massa	2	A-B	7,00	43	KPI03044	Sinematografi	3	A-B	10,50
16	KPI-211-1-2	Kommunikasi Politik	2	A-	7,50	44	KPI02018	Sosiologi Komunikasi	2	B+	8,50
17	UIN-206-1-2	Sejarah Kebudayaan Islam	2	A/B	7,00	45	KPI12038	Teknik Editing (TV)	3	A-	11,25
18	KPI-505-1-2	Studi Agama Kontemporer	2	A-	7,50	46	KPI-363-1-3	Teknik Produksi Berita TV	3	A-	11,25
19	KPI-106-1-2	Tafsir Ayat Dakwah	2	A-B	7,00	47	KPI13047	Analisis Siaran TV	3	A-B	10,50
20	KPI-209-1-3	Teori Komunikasi	3	B+	9,75	48	KPI02009	Manajemen Media Massa	3	A	12,00
21	KPI-303-1-3	Desain Komunikasi Visual	3	A-B	10,50	49	KPI02011	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif	3	A-	11,25
22	KPI-506-1-2	Fikih Kontemporer	2	A-	7,50	50	KPI12032	Penulisan Naskah Siaran TV	3	A-	11,25
23	KPI-401-1-3	Filsafat-Etika Komunikasi	3	A-B	10,50	51	KPI12035	Produksi Acara TV I	3	A-	11,25
24	KPI-108-1-3	Fiqih Dakwah	3	A-B	10,50	52	KPI02017	Seminar Komunikasi	3	A-	11,25
25	KPI-212-1-2	Kommunikasi Kelompok	2	B-	6,50	53	KPI05058	Statistik Sosial	3	A-B	10,50
26	KPI-213-1-2	Kommunikasi Organisasi	2	A-B	7,00	54	KPI02008	Magang Profesi	4	A-	15,00
27	KPI-302-1-2	Pengantar Jurnalistik	2	A	8,00	55	KPI12036	Produksi Acara TV II	3	B+	9,75
28	KPI-405-1-2	Retorika Dakwah	2	A	8,00	56	USK01003	Kuliah Kerja Nyata	4	A	16,00
29	KPI-105-1-2	Sejarah Dakwah	2	B+	6,50	57	USK01004	Skripsi Tugas Akhir	6	A-	22,50

Indeks Prestasi Kumulatif:

IPK : (522,75 / 146) = 3,58 (Tiga Koma Lima Delapan)

Predikat Kelulusan:
PUJIAN

Indeks Prestasi Kumulatif
3,51 - 4,00
3,01 - 3,50
2,76 - 3,00
2,00 - 2,75

Predikat Kelulusan
PUJIAN
SANGAT MEMUASKAN
MEMUASKAN
CUKUP

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dr. Nurjannah, M.Si

NIP. 19600310 198703 2 001



Visi

Unggul dan terkemuka dalam pemanfaatan dan pengembangan studi keislaman dan keilmuan bagi peradaban.

1. Kartu harus dibawa pada saat ujian dan penggunaan fasilitas-fasilitas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Kartu hanya dapat digunakan selama pemegang kartu terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada semester berjalan.
3. Pengguna kartu ini harus mematuhi ketentuan dan persyaratan yang ditentukan oleh Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



Core Values Integratif-Interkoneksi • Dedikatif-Inovatif • Inklusif-Continuous Improvement