

**PENGARUH MENONTON “TAYANGAN TETANGGA MASA GITU” NET
TV TERHADAP AKHLAK BERTETANGGA MAHASISWA FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

**Oleh:
Mazidatul Ma'rifah
NIM 13210002**

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

**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-723/Un.02/DD/PP.00.9/10/2017

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH MENONTON TAYANGAN "TETANGGA MASA GITU" NET TV
TERHADAP AKHLAK BERTETANGGA MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAZIDATUL MAKRIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 13210002
Telah diujikan pada : Senin, 18 September 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

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

Penguji I

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

Penguji II

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

Yogyakarta, 18 September 2017

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
DEKAN



Dr. Nuzulman, M.Si.
NIP. 19600510 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jln. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274)
552230 Yogyakarta 55221

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Mazidatul Makrifah

NIM : 13210002

Judul Skripsi : Pengaruh Menonton Tayangan "Tetangga Masa Gitu" NET TV Terhadap Akhlak Bertetangga Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

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 dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.



Ketua Jurusan

Drs. Abdul Rozak, M.Pd

NIP 19671006 199403 1 003

Yogyakarta, 7 Agustus 2017
Pembimbing

Drs. Abdul Rozak, M.Pd

NIP 19671006 199403 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mazidatul Makrifah

NIM : 13210002

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Menonton Tayangan Tetangga Masa Gita NET TV Terhadap Akhlak Bertetangga Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Yogyakarta, 3 Juli 2017



nyatakan

Mazidatul Makrifah

NIM: 13210002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Pertama, teruntuk Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa selalu memberikan motivasi, dukungan, cinta, kasih sayang, perhatian, serta doa yang tidak pernah putus untuk anaknya.

Kedua, untuk teman-teman angkatan 2013 jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketiga, Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak pelajaran dan kenangan untuk penulis.



MOTTO

Judge Me When You're Perfect

Just Because Something Doesn't Do What You Planned It To Do Doesn't

Mean It's Useless (Thomas Edison)



KATA PENGANTAR

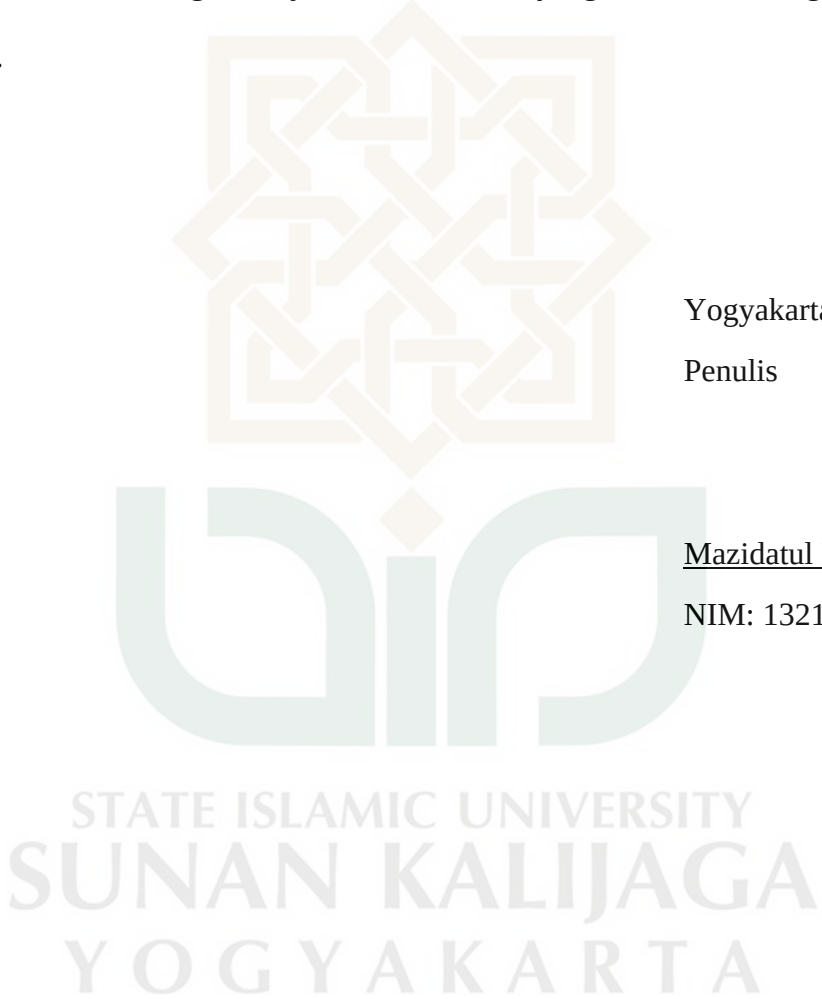
Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial, dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam senantiasa penulis curahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang ini, serta yang selalu kita nanti-nantikan syafaatnya dihari akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan kekurangan hanya milik kita, begitu pula dalam proses penyusunan skripsi ini. Bukan semata-mata hasil karya penulis sendiri, melainkan atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi M.A. Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Nurjannah M.Si. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Drs. Abdul Rozak M.Pd. Selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Ristiana Kadarsih Selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
5. Bapak Drs. Abdul Rozak M.Pd. Selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya, atas perhatian dan pelayanan yang telah diberikan.
7. Keluarga tercinta, Ibu Aslachah dan Bapak Ahmadi (Alm) yang selalu memberikan dukungan, perhatian, kasih sayang, serta doa-doa untuk penulis.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
9. Teman-teman KKN angkatan 89 Yeni, Muti, Ainun, Reni, Ilham, Riki, Irza yang membantu memberi masukan dan arahan serta dukungan untuk penulis.
10. Teman-teman dekat Mulia, Indy, Arin, Annisatun, Nisa, Reny, Novi Herwanto, Nurhayati, Amanah yang membantu selama masa perkuliahan dan berjuang bersama.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan segala kerendahan hati sebagai bahan evaluasi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan semoga menjadi amal ibadah yang bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.



Yogyakarta, 3 Juli 2017

Penulis

Mazidatul Makrifah

NIM: 13210002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

PENGARUH MENONTON TAYANGAN “TETANGGA MASA GITU” NET TV TERHADAP AKHLAK BERTETANGGA MAHASISWA FAKULTAS DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Kemajuan peradaban manusia telah menjadikan media massa sebagai kebutuhan. Media massa yang paling banyak digunakan dan memiliki pengaruh yang kuat bagi khalayak yaitu televisi, dimana media massa tersebut menyajikan program-program acara dengan berbagai macam tema dan *genre*. Salah satunya yaitu drama komedi. Drama komedi Tetangga Masa Gitu merupakan tayangan yang menceritakan mengenai kehidupan bertetangga dua pasang suami istri. Tayangan tersebut menampilkan perilaku-perilaku bertetangga sebagai cerminan kehidupan bertetangga yang ada dimasyarakat pada umumnya. Sehingga menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh menonton tayangan Tetangga Masa Gitu terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada 98 responden. Teori dalam penelitian ini menggunakan kultivasi dengan teknik analisis data menggunakan analisis *chi square* atau chi kuadrat. Adapun hasilnya terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat pada hasil nilai *chi square* atau chi kuadrat sebesar 5,43 dengan derajat kebebasan (dk) adalah 1 dan tingkat probabilitas 5%. Dengan demikian hasil nilai *chi square* atau chi kuadrat sebesar 5,43 lebih besar dari nilai *chi square* pada tabel distribusi *chi square* yaitu sebesar 3,841 sehingga terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kata Kunci: Media massa, Drama komedi, Akhlak Bertetangga

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	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Kerangka Teori	10
F. Hipotesis	26
G. Sistematika Pembahasan	26

BAB II: METODE PENELITIAN

A. Jenis Analisis Penelitian	28
B. Definisi Konseptual	28
C. Definisi Operasional	30
D. Populasi dan Sampel	32
E. Instrument Penelitian	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Validitas dan Reliabilitas	37
H. Analisis Data	40

BAB III: GAMBARAN UMUM

A. <i>Overview</i> NET TV	43
B. <i>Overview</i> Tayangan Tetangga Masa Gitu	44
1. <i>Overview</i> Program	44
2. Sinopsis Program	46
3. Karakteristik Pemain	47
4. <i>Credits</i>	48
C. <i>Overview</i> Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	49

**BAB IV: MENONTON TAYANGAN “TETANGGA MASA GITU” NET TV
TERHADAP AKHLAK BERTETANGGA MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN
KALIJAGA YOGYAKARTA**

A. Deskripsi Data Penelitian	54
B. Intensitas Menonton Tayangan “Tetangga Masa Gitu” NET TV	
1. Frekuensi Menonton	55
2. Motif Menonton	57
3. Tingkat Adopsi Pesan	57

4. Intensitas Menonton Tayangan Tetangga Masa Gitu	58
C. Akhlak Bertetangga Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	
1. Tidak Menyakiti Tetangga	60
2. Berbuat Baik pada Tetangga	61
3. Saling Memberi Sedekah atau Hadiah	61
4. Menghormati dan Memuliakan Tetangga	62
5. Akhlak Bertetangga Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	63
D. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV Terhadap Akhlak Bertetangga Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	64
 BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator Intenistas Menonton	31
Tabel 2. Indikator Perilaku Sosial	31
Tabel 3. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi	32
Tabel 4. Presentase Sampel Populasi	34
Tabel 5. Sampel Populasi	34
Tabel 6. Kisi-kisi Kuisisioner	35
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Intensitas Menonton	38
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Perilaku Sosial	39
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 10. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 11. Frekuensi Menonton	56
Tabel 12. Motif Menonton	57
Tabel 13. Tingkat Adopsi Pesan	58
Tabel 14. Intensitas Menonton	59
Tabel 15. Tidak Menyakiti Tetangga	60
Tabel 16. Berbuat Baik pada Tetangga	61
Tabel 17. Saling Memberi Sedekah atau Hadiah	62
Tabel 18. Menghormati dan Memuliakan Tetangga	63
Tabel 19. Perilaku Sosial	64
Tabel 20. Intensitas Menonton dan Perilaku Sosial	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi dan majunya peradaban manusia, menjadikan media massa sebagai kebutuhan. Salah satu media massa yang cukup besar pengaruhnya bagi manusia yaitu televisi. Di Indonesia, televisi merupakan media massa yang dominan dan telah memperoleh kepercayaan yang besar dari masyarakat yaitu sebesar 90% jika dibanding dengan media massa yang lainnya, seperti radio, surat kabar, dan majalah.¹ Televisi menjadi media yang paling banyak dikonsumsi penggunaannya dibanding media lainnya. Hal yang menunjukkan banyaknya pengguna televisi yaitu sesuai dengan survei yang dilakukan Kompas pada 2016 terhadap masyarakat perkotaan sebesar 71,7% lebih banyak menggunakan televisi untuk mencari informasi dibanding dengan media lainnya.²

Kebutuhan manusia yang beragam akan sangat mempengaruhi dalam penggunaan media massa, yang dalam hal ini yaitu televisi. Pada zaman yang serba digital seperti sekarang, televisi bukanlah barang mewah lagi. Dapat dikatakan setiap rumah penduduk sekarang terdapat sedikitnya satu televisi. Hal tersebut pula yang kemudian memunculkan

¹ Andi Alimudin, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik* (Jakarta: Prenada, 2015), hlm. 14.

² Nila Kirana, "Televisi Masih Jadi Primadona", <http://print.kompas.com/baca/2016/06/29/Televisi-Masih-Jadi-Primadona>, diakses tanggal 20 Juli 2017.

stasiun-stasiun televisi baru. Semakin banyaknya stasiun televisi juga menyebabkan pertelevisian Indonesia semakin kompetitif dalam menyajikan program-programnya. Terlihat ketika salah satu stasiun televisi memunculkan program baru dan menarik minat masyarakat maka akan diikti oleh stasiun tv yang lain untuk membuat program sejenis.

NET TV, stasiun televisi baru yang mulai berdiri sejak 18 Mei 2013. Hingga saat ini, penonton NET TV didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa. Program-program yang ada di NET TV juga cenderung mengarah pada anak muda. Mulai dari acara musik, talkshow, drama komedi, dan sebagainya. Kehadiran NET TV telah menarik perhatian dari kalangan mahasiswa, hal tersebut didukung dengan hasil survei AC Nielsen bahwa NET TV menduduki peringkat atas jumlah penonton direntang usia 18-35 tahun.³ Selain itu menurut Tribun News, hasil survei terhadap televisi yang paling disukai remaja menyatakan bahwa NET TV menduduki peringkat pertama dengan presentase sebesar 92%.⁴

Menurut hasil survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 1 tahun 2016 yang dilakukan oleh KPI Pusat bekerja sama dengan 12 Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi (ISKI) dan 12 Perguruan Tinggi di Indonesia, program acara NET TV Tetangga Masa Gitu dan Ok Jek masuk dalam tiga besar program sinetron dan komedi yang paling banyak ditonton

³ Pamela Sarnia, "NET TV Targetkan Masuk Bursa di 2018", <http://industri.kontan.co.id/news/net-tv-targetkan-masuk-bursa-di-2018>, diakses tanggal 15 Februari 2017.

⁴ "NET TV Disukai 92 Persen Remaja, Lainnya Cuma Dapat 1-2 Persen", <http://m.tribunnews.com/seleb/2015/04/08/nettv-disukai-92-persen-remaja-lainnya-cuma-dapat-1-2-persen>, diakses tanggal 5 Juli 2017.

masyarakat, yaitu masing-masing ditonton oleh 34,6% dari 1200 responden.⁵ Tetangga Masa Gitu merupakan acara yang mengusung tema mengenai kehidupan bertetangga. Seperti yang telah kita ketahui bersama bahwa Indonesia bukan hanya negara hukum, melainkan juga negara yang erat dengan adat istiadat dan norma kehidupan baik dalam kehidupan beragama maupun bermasyarakat.

Pada dasarnya manusia tidak dapat hidup sendiri, bahkan ketika sudah berumah tangga pun masih membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Manusia yang paling dekat dengan seseorang adalah tetangga.⁶ Tetanggalah yang paling mengetahui bagaimana kondisi seseorang setelah keluarga dan kerabatnya. Oleh sebab itu dianjurkan bagi setiap manusia untuk mengerti bagaimana bergaul yang baik dengan sesamanya (tetangga). Karena bagaimanapun juga ketika seseorang tertimpa musibah, tetanggalah yang akan segera membantu. Terlebih bagi mahasiswa yang tinggal jauh dari keluarga. Alangkah lebih baik jika memiliki hubungan yang baik antar tetangga kamar maupun tetangga kos.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Alasan peneliti mengambil sampel tersebut yaitu karena merupakan kalangan mahasiswa dengan rentang usia sesuai dengan hasil survei

⁵ SIP, "NET. Dan Rating Televisi", <https://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/33516-net-dan-rating-televisi>, diakses tanggal 1 Maret 2017.

⁶ Abdul Aziz al-Fauzan, *Fikih Sosial*, terj. Imam Firdaus dan Ahmad Solahudin (Jakarta: Qisthi Press, 2007), hlm. 300.

terhadap NET TV yang telah dijelaskan sebelumnya. Selain itu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta termasuk sering menonton program acara NET TV termasuk tayangan Tetangga Masa Gitu. Hal ini terbukti dengan survei yang telah peneliti lakukan sebelumnya mengenai intensitas menonton mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam menonton tayangan tersebut. Hasil dari survei yaitu sebesar 75% dari 20 responden yang dijadikan sampel uji coba merupakan penonton dengan kategori sering dalam menonton tayangan Tetangga Masa Gitu. Disamping itu juga terkait dengan kedekatan geografis sehingga mempermudah dalam melakukan penelitian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas menjadi dasar perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
2. Bagaimana akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- b. Untuk mengetahui akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- c. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

2. Manfaat

a. Akademik

Dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan penelitian serupa dan memberi referensi bagi peminat kajian ilmu komunikasi khususnya broadcasting melalui dunia pertelevisian.

b. Praktis

Meningkatkan pengetahuan bagi praktisi yang konsen pada bidang broadcasting khususnya dunia pertelevisian.

D. Tinjauan Pustaka

Pada penjelasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa televisi merupakan salah satu media massa yang paling dominan digunakan oleh manusia, begitu pula pada efek yang ditimbulkan. Penelitian mengenai hubungan maupun pengaruh menonton tayangan televisi terhadap perilaku khalayak telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Namun pada penelitian terdahulu lebih banyak membahas mengenai pengaruh maupun hubungan yang ditimbulkan dari tayangan film, sinetron, maupun talkshow. Dalam penelitian ini peneliti mencoba meneliti hubungan yang ditimbulkan dari sebuah acara drama komedi. Diantara penelitin yang pernah dilakukan yaitu:

Pertama, Hubungan Tayangan *ILook* Di NET TV Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda.⁷ Dalam jurnal penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori S-O-R dan teknik analisis data yang digunakan yaitu koefisien korelasi *rank spearman*. Hasil temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizka Tsana Dwie Saputri yaitu bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan *ILook* di NET TV dengan perilaku imitasi berbusana remaja di SMK Negeri 1 Samarinda. Media televisi memiliki kekuatan dalam mempengaruhi audien salah satunya melalui tayangan *soft news* seperti *ILook* yang memberikan pengaruh

⁷ Rizka Tsana Dwie Saputri, "Hubungan Tayangan *ILook* Di NET TV Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda", (Samarinda: tt).

positif bagi responden dalam menambah pengetahuan terkait dunia *fashion*. Sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori S-O-R dimana efek yang ditimbulkan merupakan reaksi khusus terhadap stimulus khusus. Artinya khalayak dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi yang ditimbulkan.

Persamaan penelitian yang dilakukan Rizka Tsana Dwie Saputri dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu jenis penelitiannya sama-sama penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan juga memiliki persamaan yaitu menggunakan kuisioner. Sedangkan perbedaannya selain pada subjek dan objek penelitian tentunya, pada penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan teori *uses and gratification* sedangkan pada penelitian tersebut menggunakan teori S-O-R. selain itu teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan *chi square* atau chi kuadrat sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Rizka Tsana Dwie Saputri tersebut menggunakan koefisien korelasi *rank spearman*.

Kedua, penelitian dari Awaliya Frisnawati yang berjudul Hubungan Antara Intensitas Menonton *Reality Show* Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial Pada Remaja.⁸ Permasalahan yang diambil peneliti yaitu bagaimana hubungan antara intensitas menonton *reality show* dengan kecenderungan perilaku prososial pada remaja.

⁸ Awaliya Frisnawati, "Hubungan Antara Intensitas Menonton *Reality Show* Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial Pada Remaja", (Yogyakarta: tt)

Penelitian tersebut menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis korelasi *pearson product moment*. Hasil temuan dari penelitian yang dilakukan Awaliya Frisnawati yaitu terdapat hubungan antara intensitas menonton *reality show* dengan perilaku prososial pada remaja. Media televisi dapat menjadi media pembelajaran bagi penontonnya. Melalui realitas kehidupan yang diangkat dalam *reality show* akan memberikan efek pembelajaran bagi audien.

Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada teknik analisis data, subjek dan objek penelitian. Pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan teknik analisis data *chi square* atau chi kuadrat dengan subjek penelitiannya tayangan drama komedi Tetangga Masa Gitu dan objek penelitian yaitu perilaku sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sedangkan persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif.

Ketiga, Pengaruh Tayangan Talkshow DR.OZ Indonesia Trans TV Terhadap Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Samarinda oleh Nurlita Putri Wulandari.⁹ Dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan metode survei eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif dan teori yang digunakan yaitu teori kultivasi. Alat ukur data yang digunakan adalah kuisioner

⁹ Nurlita Putri Wulandari, “ Pengaruh Tayangan Talkshow DR.OZ Indonesia Trans TV Terhadap Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Samarinda”, (Kalimantan: tt).

dengan skala likert sedangkan teknik analisisnya yaitu regresi linear sederhana dan korelasi *pearson product moment*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Nurlita Putri Wulandari yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara aktivitas menonton tayangan talkshow DR.OZ Indonesia Trans TV terhadap perilaku hidup sehat masyarakat Samarinda. Setelah peneliti melakukan penelitian tersebut diperoleh bahwa masyarakat mendapat efek kognitif yang kuat dari tayangan talkshow DR.OZ Indonesia. Selain itu tingginya tingkat masyarakat menonton tayangan DR.OZ Indonesia dipengaruhi oleh adanya suatu pemenuhan kebutuhan, yaitu ilmu kesehatan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan kuisioner dan observasi. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*.

Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Selain subjek dan objek penelitian yang berbeda tentunya, penggunaan teori dalam penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* dan konsep perilaku yang digunakan yaitu perilaku sosial, sedangkan pada penelitian tersebut yaitu perilaku hidup sehat. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian menggunakan *chi square* atau chi kuadrat sedangkan pada penelitian tersebut menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi *pearson product moment*. Selain perbedaan juga terdapat persamaan yaitu menggunakan metode penelitian survei eksplanatif dan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner.

E. Kerangka Teori

1. Perilaku Sosial

Menurut KBBI, perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.¹⁰ Sedangkan pengertian perilaku menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Skinner mendefinisikan perilaku sebagai suatu tanggapan yang ditampilkan seseorang terhadap rangsangan dari luar.¹¹
- b. Bimo Walgito mendefinisikan perilaku atau aktivitas sebagai perwujudan seseorang dari suatu kehidupan psikis.
- c. Woodworth dan Schlosberg seperti yang dikutip Bimo Walgito dalam Pengantar Psikologi Umum, perilaku merupakan jawaban atau respon seseorang terhadap stimulus yang diterimanya.¹²

Sementara itu, pengertian perilaku sosial adalah aktifitas fisik dan psikis seseorang terhadap orang lain atau sebaliknya dalam rangka memenuhi diri atau orang lain yang sesuai dengan tuntutan sosial.¹³

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹⁰ kbbi.web.id/perilaku, diakses pada 18 Februari 2017.

¹¹ Dede Rahmat Hidayat, *Psikologi Kepribadian Dalam Konseling* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 127.

¹² Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010), hlm. 11.

¹³ Hurlock B. Elizabeth, *Perkembangan Anak* (Jakarta: Erlangga, 1995), hlm. 262.

Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan perilaku sosial manusia:

- a. Faktor intern, merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia. Faktor ini berupa *selectivity* atau keadaan dimana seseorang dapat memilih pengaruh yang datang dari luar.
- b. Faktor ekstern, merupakan faktor yang berasal dari luar pribadi seseorang. Faktor tersebut berupa interaksi sosial yang dapat melibatkan media massa seperti televisi sebagai alat komunikasi penyampaian pesan.¹⁴

Menurut Edward G. Sampson seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi, perilaku sosial manusia dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

- a. Faktor personal, faktor personal ini merupakan faktor yang berasal dari diri manusia itu sendiri, meliputi:
 - 1) Faktor biologi yaitu adanya perilaku tertentu merupakan bawaan manusia dan bukan pengaruh lingkungan contohnya motif biologis atau kebutuhan mendasar seperti makan.
 - 2) Faktor sosiopsikologis hasil dari proses sosial sehingga memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya, seperti sikap, emosi, kebiasaan, dan kemauan.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 171.

b. Faktor situasional, faktor situasional ini merupakan faktor yang berasal dari luar diri seseorang. Faktor situasional yang pertama meliputi:

- 1) Faktor ekologi yang terbagi menjadi dua yaitu faktor geografis dan faktor iklim dan meteorologi
- 2) Faktor desain dan arsitektural
- 3) Faktor temporal
- 4) Analisis suasana perilaku
- 5) Faktor teknologi, dalam teknologi komunikasi seperti kelahiran media cetak dan media elektronik (televisi)
- 6) Faktor sosial
- 7) Lingkungan psikososial
- 8) Stimulus yang mendorong dan memperteguh perilaku¹⁵

Dari faktor-faktor diatas, dikatakan bahwa teknologi termasuk dalam salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku sosial manusia. Dalam ilmu komunikasi menunjukkan bahwa bentuk teknologi komunikasi lebih penting daripada isi media komunikasi.¹⁶ Media massa televisi misalnya, memiliki keunggulan dibanding dengan media cetak karena berupa *audio-visual* sehingga memudahkan masyarakat dalam memahami informasi yang disampaikan oleh media.

¹⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm.43.

¹⁶ Ibid., hlm. 45.

Menurut Abdul Rahman dalam Psikologi Sosial, perilaku sosial bukan hanya ekspresi dari perbedaan individual dalam hal kognisi, afeksi, motivasi, ataupun kepribadian, tapi juga merupakan hasil adaptasi terhadap konteks sosial, bahasa, dan stratifikasi sosialnya.¹⁷

Model perubahan perilaku sosial dari sudut komunikasi massa



Dari skema gambar diatas, dapat diketahui bahwa perubahan perilaku sosial seseorang berawal pada tahap perhatian, yaitu ketika seseorang mulai memperhatikan pesan. Setelah seseorang tersebut memperhatikan pesan, maka akan sampai pada tahap selanjutnya yaitu penerimaan pesan apabila pesan tersebut dirasa sesuai dengan dirinya dan dapat membantu seseorang tersebut dalam mempertahankan diri (*ego-defence*). Selanjutnya, penyimpangan (*retention*), pada tahap ini seseorang telah sampai pada perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan pesan yang diperolehnya.¹⁸

2. Akhlak Bertetangga

Akhlak secara etimologi memiliki arti budi pekerti, peringai, tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi, menurut beberapa ahli berikut pengertian akhlak:

¹⁷ Agus Abdul Rahman, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) ed 1 cet. 2, hlm. 182.

¹⁸ Yeni Widyastuti, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 69.

a. Imam Al Ghazali

“Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan.”

b. Ibrahim Anis

“Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengannya lahirilah macam-macam perbuatan, baik atau buruk, tanpa membutuhkan pemikiran dan pertimbangan.”

c. Abdul Karim Zaidan

“Akhlak adalah nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengan sorotan dan timbangannya seseorang dapat menilai perbuatannya baik atau buruk, untuk kemudian memilih melakukan atau meninggalkan.”¹⁹

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa akhlak merupakan tingkah laku yang dilakukan seseorang dalam kehidupan sehari-hari secara spontan. Artinya tidak membutuhkan waktu panjang untuk berpikir. Akhlak sendiri akan memiliki nilai dimana dalam masyarakat telah umum disebut dengan baik dan buruk. Memiliki akhlak yang baik tentu sangat diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat terlebih dengan tetangga.

Tetangga merupakan orang-orang yang tempat tinggalnya berada disetiap penjuru rumah kita sampai empat puluh rumah.²⁰ Kepada tetanggalah kita sering berinteraksi, maka dari itu kenyamanan dan ketentraman hidup bermasyarakat sangatlah penting.

¹⁹ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak* (Yogyakarta: LPPI, 2011), hlm. 1.

²⁰ M. Fatih Masrur dan Miftahul Asror, *Adab Silaturahmi* (Jakarta: CV Artha Rivera, 2007), hlm. 162.

Dalam Al Qur'an surat An Nisa' ayat 36, Allah berfirman yang artinya:

“Sembahlah Allah dan janganlah engkau menyekutukannya dengan sesuatu pun dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.”

Dalam firman Allah tersebut, memberikan pengertian pada kita bahwa Allah menggabungkan perintah beribadah kepada-Nya dan perintah berbuat baik pada makhluk-Nya. Menurut Al-Hafizh Ibn Hajar yang dikutip Abdul Aziz al Fauzan dalam Fikih Sosial mengungkap bahwa kata tetangga mencakup orang muslim dan kafir, orang taat beribadah dan orang fasik, teman dan musuh, orang asing dan pribumi, orang baik dan orang jahat, kerabat dan bukan kerabat, yang paling berdekatan rumahnya dan yang berjauhan. Tetangga juga memiliki banyak tingkatan yang sebagiannya lebih utama dari yang lainnya. Tetangga yang paling utama adalah orang yang memiliki semua sifat-sifat pertama dan seterusnya ke bawah.²¹

²¹ Abdul Aziz al-Fauzan, *Fikih Sosial*, terj. Imam Firdaus dan Ahmad Solahudin (Jakarta: Qisthi Press, 2007), hlm. 303

Berikut ini beberapa akhlak dalam hidup bertetangga berdasarkan hadis Nabi SAW.

- a. Tidak menyakiti tetangga, baik dengan perkataan maupun perbuatan

Karena kita hidup bermasyarakat akan lebih baik jika kita mampu menjaga hubungan baik antar sesama. Salah satu caranya yaitu dengan tidak menyakiti tetangga baik dengan perkataan maupun perbuatan. Terkadang perkataan seseorang secara tidak sadar menyinggung perasaan orang lain. Oleh karena itu berhati-hatilah dalam berbicara dan berbuat.

- b. Berbuat baik kepada tetangga

Menolongnya bila membutuhkan pertolongan, membantunya bila meminta bantuan, mengucapkan selamat bila mendapatkan kebahagiaan, menghiburnya bila tertimpa musibah, mendahuluinya dengan sapaan dan ucapan salam, berbicara lembut dan santun kepadanya dan kepada anaknya, mengarahkannya kepada hal-hal yang membawa kemaslahatan bagi urusan agama dan dunianya, menjaga perasaannya, memaafkan kesalahannya, tidak mencari-cari aibnya, tidak menyempitkannya dengan bangunan maupun jalan, dan tidak menyakitinya dengan menimpakan talang air kepadanya atau melemparkan kotoran dan sampah didepan rumahnya.

c. Saling memberi sedekah atau hadiah

Saling memberi sedekah maupun hadiah selain menjadi cara untuk menjaga hubungan baik dengan tetangga, juga dapat mengajarkan kita tentang berbagi. Dengan saling berbagi akan menumbuhkan rasa sayang terhadap sesama dan rasa ikhlas pada diri manusia.

d. Menghormati dan memuliakannya

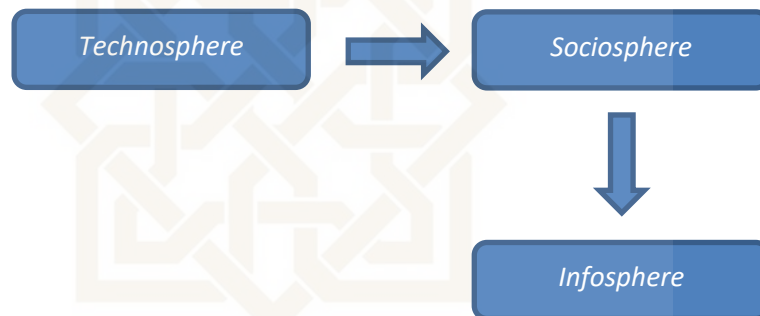
Sebagai manusia kita memiliki derajat yang sama dengan manusia lain dimata Allah SWT, yang membedakan hanyalah ketaqwaannya. Maka dari itu mengapa islam mengajarkan pada kita untuk tidak angkuh pada orang lain, justru sebagai sesama ciptaan-Nya kita harus saling menghormati dan memuliakan.²²

3. Terpaan Media dan Perilaku Sosial

Menurut penjelasan sebelumnya dalam faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku sosial seseorang, maka media massa termasuk salah satunya. Ketika seseorang tertarik terhadap suatu hal misalnya, maka akan menimbulkan sikap dan perilaku yang menunjukkan ketertarikan terhadap hal tersebut. Sama halnya ketika seseorang tertarik terhadap suatu tayangan tertentu maka akan menimbulkan sikap dan perilaku yang selaras dengan ketertarikannya pada tayangan tersebut.

²² M. Fatih Masrur dan Miftahul Asror, *Adab Silaturahmi*, hlm. 163.

Faktor situasional yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku sosial manusia dan teknologi termasuk didalamnya. Menurut Alvin Tofler seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat dalam Psikologi Komunikasi melukiskan tiga gelombang peradaban manusia yang terjadi sebagai akibat perubahan teknologi, yaitu:



Skema diatas menjelaskan bahwa lingkungan teknologis (*technosphere*) membentuk serangkaian perilaku sosial yang sesuai dengannya (*sociosphere*). Kemudian tumbuhlah pola-pola penyebaran informasi (*infosphere*) yang mempengaruhi suasana kejiwaan setiap anggota masyarakat.²³

4. Intensitas Menonton

Pengertian intensitas menurut kamus *psychology* merupakan kuatnya tingkah laku atau pengalaman, atau sikap yang dipertahankan.²⁴ Sedangkan menurut kamus besar ilmu pengetahuan, intensitas adalah jumlah energi fisik yang diperlukan untuk

²³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm.45.

²⁴ Ashari M. Hafi, *Kamus Psychology* (Surabaya: Usaha Nasional, 1996), hlm. 297.

merangsang salah satu indera.²⁵ Menurut Nurkholif Hazim seperti yang dikutip A. Haidir dalam skripsi yang berjudul Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Acara Memasak Di Televisi Terhadap Pengetahuan Bidang Boga Pada Siswa Kelas XII Jasa Boga SMK Negeri 6 Yogyakarta, menyebutkan bahwa intensitas merupakan keseluruhan tenaga yang dikeluarkan seseorang dalam melakukan suatu usaha.²⁶ Dengan demikian dapat diartikan bahwa intensitas adalah suatu cara yang dilakukan dengan kesungguhan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Menonton televisi menurut hasil penelitian Greenberg seperti yang dikutip Arini Hidayati dalam Televisi dan Perkembangan Sosial Anak bahwa seseorang mempunyai motivasi dalam menonton televisi. Motivasi dalam menonton televisi tersebut yang kemudian mengarahkan bagaimana seseorang menggunakan televisi. Bagaimana seseorang memilih suatu program acara dan sejauhmana seseorang itu dapat memahami acara tersebut.²⁷ Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu.²⁸ Menonton juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menggunakan mata untuk memandang atau memperhatikan.²⁹ Intensitas menonton seseorang terhadap suatu

²⁵ Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* (Yogyakarta: Kanisius, 1997), hlm. 401.

²⁶ A. Haidir, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Acara Memasak Di Televisi Terhadap Pengetahuan Bidang Boga Pada Siswa Kelas XII Jasa Boga SMK Negeri 6 Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012), hlm. 11.

²⁷ Arini Hidayati, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 82.

²⁸ Sudarwan Danim, *Ilmu-Ilmu Perilaku*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 35.

²⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1994.

tayangan adalah beda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Berikut adalah aspek intensitas menonton menurut Nuraini seperti yang dikutip Haidir Ahmad:

a. Motivasi

Motivasi merupakan suatu keadaan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi pada umumnya beriringan dengan harapan dimana ketika seseorang melakukan sesuatu hal tidak dapat terlepas dari motif tertentu untuk mencapai suatu tujuan atau harapan tertentu pula. Begitu pula dalam menonton suatu tayangan, seseorang memiliki motif tertentu seperti mencari informasi, mencari hiburan, atau hanya sekedar mengisi waktu luang.

b. Frekuensi

Sejauh mana seseorang menonton suatu acara televisi atau keseringan seseorang dalam melakukan kegiatan menonton. Dalam hal ini seperti seringnya seseorang menonton suatu acara dalam periode tertentu.

c. Arah sikap (Adopsi pesan)

Arah sikap disini berhubungan dengan tingkat adopsi pesan dimana ketika pesan yang diperoleh dari suatu acara televisi bersifat positif akan membawa kearah yang positif begitu pula

sebaliknya. Adopsi pesan sendiri memiliki beberapa tahap, yaitu pada tahap mengetahui (efek kognitif), memahami dan merasakan (efek afektif), mempraktikan atau meniru (efek konatif).³⁰

5. Efek Pesan Media Massa

Menjadi penting pula untuk diperhatikan bahwa media massa pada dasarnya memiliki efek bagi penggunanya. Efek atau pengaruh media televisi dapat diartikan sebagai perbedaan yang terjadi pada diri seseorang sebelum dan sesudah menerima terpaan pesan (informasi) dari media televisi, apakah itu terjadi pada pengetahuan, sikap baru, atau perilaku baru.³¹ Efek tersebut seringkali tidak disadari oleh mereka terlebih bagi kalangan menengah ke bawah. Sebagai contoh ibu-ibu rumah tangga yang gemar sekali menonton sinetron yang pada akhirnya menaruh perhatian pada sinetron tersebut. Aktivitas menonton sinetron tersebut secara tidak disadari telah mempengaruhi pola pikir yang pada akhirnya membangun kepercayaan pada tayangan tersebut dalam kehidupan nyata.

³⁰ A. Haidir, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Acara Memasak Di Televisi Terhadap Pengetahuan Bidang Boga Pada Siswa Kelas XII Jasa Boga SMK Negeri 6 Yogyakarta*, Skripsi, hlm. 11.

³¹ Andi Alimuddin, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, hlm. 82.

Adapun efek pesan media massa yaitu:

a. Efek Kognitif

Efek kognitif ini berhubungan dengan kesadaran dan pengetahuan seseorang mengenai segala informasi yang diperolehnya dari media massa. Pesan yang disampaikan media massa mampu dimengerti oleh audien.

b. Efek Afektif

Jika efek kognitif dari media massa mampu memberikan pengetahuan bagi audien sehingga mereka mengerti tentang informasi yang disampaikan media massa, maka efek afektif ini memiliki tingkatan yang lebih tinggi dari efek kognitif. Efek afektif ini berhubungan dengan sikap seseorang terhadap sesuatu yang diterimanya.

c. Efek Konatif

Perilaku yang timbul dari diri audien akibat terpengaruh oleh tayangan-tayangan media massa merupakan indikasi dari adanya efek konatif pada diri audien. Jadi efek konatif ini merupakan kelanjutan dari dua efek sebelumnya yang berupa tindakan dari adanya terpaan media.³²

³² Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2007), ed. kelima, hlm. 16.

6. Teori Kultivasi

Teori kultivasi merupakan teori yang dikembangkan oleh Gerbner. Teori ini menjelaskan mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari menonton televisi. Lebih dari itu, teori ini menjelaskan mengenai pembentukan persepsi, pengertian, dan kepercayaan terhadap dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka waktu yang panjang. Menurut Gerbner, media massa khususnya televisi menyebabkan timbulnya kepercayaan seseorang terhadap realita yang dibangun oleh massa tersebut. Disamping itu Gerbner juga menyatakan bahwa televisi dipandang sebagai kekuatan dominan dalam membentuk masyarakat modern.³³

Asumsi Dasar

Asumsi dasar teori kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner adalah sebagai berikut:

- a. TV adalah media yang sangat berbeda

Pada asumsi dasar yang pertama ini Gerbner menekankan pada kekuatan televisi dibanding dengan media lainnya. Televisi memiliki akses yang lebih luas untuk menjangkau masyarakat dari yang termuda sampai tertua, juga untuk masyarakat pedesaan dan perkotaan. Televisi merupakan media audio-visual yang tidak hanya suara atau gambar saja tetapi keduanya dimiliki televisi untuk dapat memudahkan seseorang menerima informasi.

³³ Morissan, M.A., *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 106.

b. TV membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi

Televisi dalam teori kultivasi ini menjadi media yang dapat mempengaruhi pemikiran seseorang. Realita yang ditampilkan dalam televisi akan mempengaruhi cara masyarakat berpikir bahwa apa yang ditampilkan merupakan sesuatu yang sesuai dengan kehidupan nyata. Dengan demikian televisi dapat menjadi tolok ukur masyarakat dalam berpikir dan bertindak.

c. Pengaruh TV bersifat terbatas

Gerbner menjelaskan bahwa pengaruh terbatas televisi seperti analogi zaman es (*ice age analogy*) dimana perubahan temperature rata-rata beberapa derajat celcius lebih rendah dapat membawa bumi kembali ke zaman es. Begitu pula pengaruh televisi yang walaupun kecil tetapi luas dan terus menerus mampu membuat perbedaan yang cukup signifikan pada masyarakat. Dalam hal ini efek yang diterima audien akan dipengaruhi oleh intensitas menontonnya.³⁴

Proses Kultivasi

Proses kultivasi terjadi melalui dua cara. Berikut penjelasan mengenai proses terjadinya kultivasi:



³⁴ *Ibid.*, hlm. 107.

Dari skema diatas diketahui bahwa mainstreaming menjadi proses awal terjadinya kultivasi. Mainstreaming sendiri merupakan proses mengikuti arus utama dimana audien cenderung untuk lebih menerima informasi yang ditayangkan televisi dibanding dengan informasi dari sumber lain. Dengan kata lain bahwa akibat dari menonton televisi dengan intensitas tinggi maka realita sosial yang dikonstruksikan masyarakat bergerak menuju ke arah arus utama. Ketika masyarakat telah cenderung untuk mengikuti arus utama tersebut atau dapat dikatakan memiliki kepercayaan yang cukup tinggi terhadap informasi yang ditayangkan melalui televisi seiring dengan intensitas menonton yang tinggi pula, maka apabila masyarakat menjumpai peristiwa yang sama dengan apa yang telah ditampilkan pada televisi akan semakin memperkuat efek yang diberikan televisi tersebut. Hal tersebut yang kemudian dinamakan resonansi pada proses kultivasi yang kedua. Menurut Gerbner situasi seperti ini memberikan dosis ganda (*double dose*) terhadap pesan yang akan memperkuat proses terjadinya kultivasi. Kesamaan yang ditampilkan televisi dengan kehidupan nyata akan menghasilkan gaung dan mengarah pada pola-pola kultivasi yang semakin diperkuat.³⁵

³⁵ *Ibid.*, hlm. 112.

F. Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengemukakan hipotesisnya sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi dalam beberapa bab dan sub bab, sistematika tersebut adalah:

Bab pertama, yang berisi pendahuluan yaitu memuat latar belakang mengapa peneliti mengangkat judul tersebut. Dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan tinjauan pustaka. Kemudian diteruskan kerangka teori yang akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan menganalisa hasil penelitian yang diperoleh. Selanjutnya hipotesis terkait penelitian yang akan dilakukan. Terakhir sistematika pembahasan penulisan proposal penelitian ini.

Bab kedua, akan membahas mengenai metodologi penelitian. Metodologi penelitian yang akan dijabarkan pada bab ini yaitu, jenis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan analisa data.

Bab ketiga, pada bab ini akan membahas terkait gambaran umum dari variabel yang diteliti, yaitu tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV dan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Bab keempat, yaitu analisis data mengenai pengaruh menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan keseluruhan pembahasan mengenai pengaruh menonton tayangan Tetangga Masa Gitu terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta saran yang relevan dengan tema penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penyajian data, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi tergolong tinggi yaitu sebesar 56,1% atau sebanyak 55 responden. Dengan demikian mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki ketertarikan dengan tayangan tersebut.
2. Akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam kehidupan bertetangga tergolong baik yaitu sebesar 55,1% atau sebanyak 54 responden. Dengan demikian mahasiswa memiliki akhlak bertetangga yang baik.
3. Terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yaitu dengan nilai *chi square* atau chi kuadrat sebesar 5,43. Karena $x^2_{hitung} > x^2_{tabel}$, $5,430 > 3,841$ sesuai nilai dk (derajat kebebasan) yaitu 1 dan tingkat probabilitas 5%, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan hubungan antar kedua variabel tergolong lemah dengan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,229.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pada NET TV sebagai stasiun televisi swasta yang menayangkan drama komedi “Tetangga Masa Gitu”, agar menyiarkan program tersebut dengan durasi yang lebih lama sehingga semakin banyak pesan yang sampai kepada audien.
2. Diharapkan kepada mahasiswa yang menonton tayangan “Tetangga Masa Gitu” agar menerapkan efek positif dari tayangan tersebut melalui adegan-adegan yang menceritakan akhlak bertetangga.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Al-Fauzan, Abdul Aziz, *Fikih Sosial*, terj. Imam Firdaus dan Ahmad Solahudin, Jakarta: Qisthi Press, 2007.
- Alimuddin, Andi, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, Jakarta: Prenada, 2015.
- Al Qur'an surat An Nisa ayat 36.
- Dagun, Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, Yogyakarta: Kanisius, 1997..
- “Definisi dan Pengertian Perilaku Menurut Para Ahli”, <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-perilaku-menurut-ahli.html?m=1>, diakses tanggal 18 Februari 2017.
- Effendi, Sofian, *Metodologi Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2014.
- Elizabeth, Hurlock B., *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga, 1995.
- Gunawan, Imam, *Penantar Statistik Inferensial*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Haidir, Ahmad, “Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Acara Memasak Di Televisi Terhadap Pengetahuan Bidang Boga Pada Siswa Kelas XII Jasa Boga SMK Negeri 6 Yogyakarta”, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012.
- Harahap, Bintang, Nur Alend, “Pengaruh Menonton Program Acara Sarah Sechan DI NET TV Terhadap Gaya Hidup”, Bandung: tt.
- Hartono, “Statistik Untuk Penelitian”, Yogyakarta: tt.
- <http://dakwahuinsuka.wordpress.com/prospektif-mahasiswa/kehidupan-mahasiswa/>, diakses tanggal 19 Juli 2017.
- http://uin-suka.ac.id/media/content_image/peta_uin2.png diakses pada 24 April 2017.
- <http://www.im-a-gin-e.com/about/story>, diakses pada 9 Maret 2017.

Ilyas, Yunahar, *Kuliah Akhlak*, Yogyakarta: LPPI, 2011.

Irawan, Prasetyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2009.

Irawan, Rahmat Edi, “Sisi Positif Dan Negatif Persaingan Antar Stasiun Televisi Di Indonesia Di Mata Penonton Televisi”, vol. 3:1, 2012.

Kirana, Nila “Televisi Masih Jadi Primadona”,
<http://print.kompas.com/baca/2016/06/29/Televisi-Masih-Jadi-Primadona>,
 diakses tanggal 20 Juli 2017.

Kristianingrum, Martya Dewanti, dan Yohanes Widodo, “Pengaruh Terpaaan Tayangan Program Acara Warna Trans7 Terhadap Sikap Penonton”, Kalimantan: tt.

kbbi.web.id/perilaku

kbbi.web.id/sikap

Masrur, M. Fatih dan Miftahul Asror, *Adab Silaturahmi*, Jakarta: CV Artha Rivera, 2007.

Morissan, M. A., *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.

Morissan, M. A., *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Pamela Sarnia, “NET TV Tergetkan Masuk Bursa di 2018”,
<http://industri.kontan.co.id/news/net-tv-targetkan-masuk-bursa-di-2018>,
 diakses tanggal 15 Februari 2017.

Rahman, Agus Abdul, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Rizki N. A, “Pengertian Adab dan Macam-Macamnya”, <http://islamic-true.blogspot.co.id/2015/12/pengertian-adab-dan-macam-macamnya.html?m=1>, diakses tanggal 18 Februari 2017.

Severin, Werner J. dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2007.

Singarimbun, Masri Effendy, *Metode Survei*, Jakarta: LP3ES, 2011.

SIP, “NET. Dan Rating Televisi”, <https://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/33516-net-dan-rating-televisi>, diakses tanggal 1 Maret 2017.

Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Siregar, Syofian, *Statistik Terapan Untuk Perguruan Tinggi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Syamsudin, Munawar, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Taniredja, Tukiran, dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Tea, Romel, “Survei Nielsen: Televisi Media Terpopuler Indonesia”, <http://www.romelteamedia.com/2014/08/survei-nielsen-televisi-media-terpopuler-indonesia.html>, diakses tanggal 15 Februari 2017.

Tim Penulis Fakultas Psikologi UI, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.

Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum* Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010.

Widyastuti, Yeni, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Wulandari, Nurlita, Putri, “ Pengaruh Tayangan Talkshow DR.OZ Indonesia Trans TV Terhadap Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Samarinda”, Kalimantan: tt.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penyajian data, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi tergolong tinggi yaitu sebesar 56,1% atau sebanyak 55 responden. Dengan demikian mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki ketertarikan dengan tayangan tersebut.
2. Akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam kehidupan bertetangga tergolong baik yaitu sebesar 55,1% atau sebanyak 54 responden. Dengan demikian mahasiswa memiliki akhlak bertetangga yang baik.
3. Terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan Tetangga Masa Gitu NET TV terhadap akhlak bertetangga mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yaitu dengan nilai *chi square* atau chi kuadrat sebesar 5,43. Karena $x^2_{hitung} > x^2_{tabel}$, $5,430 > 3,841$ sesuai nilai dk (derajat kebebasan) yaitu 1 dan tingkat probabilitas 5%, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan hubungan antar kedua variabel tergolong lemah dengan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,229.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pada NET TV sebagai stasiun televisi swasta yang menayangkan drama komedi “Tetangga Masa Gitu”, agar menyiarkan program tersebut dengan durasi yang lebih lama sehingga semakin banyak pesan yang sampai kepada audien.
2. Diharapkan kepada mahasiswa yang menonton tayangan “Tetangga Masa Gitu” agar menerapkan efek positif dari tayangan tersebut melalui adegan-adegan yang menceritakan akhlak bertetangga.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Al-Fauzan, Abdul Aziz, *Fikih Sosial*, terj. Imam Firdaus dan Ahmad Solahudin, Jakarta: Qisthi Press, 2007.
- Alimuddin, Andi, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, Jakarta: Prenada, 2015.
- Al Qur'an surat An Nisa ayat 36.
- Dagun, Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, Yogyakarta: Kanisius, 1997..
- “Definisi dan Pengertian Perilaku Menurut Para Ahli”, <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-perilaku-menurut-ahli.html?m=1>, diakses tanggal 18 Februari 2017.
- Effendi, Sofian, *Metodologi Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2014.
- Elizabeth, Hurlock B., *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga, 1995.
- Gunawan, Imam, *Penantar Statistik Inferensial*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Haidir, Ahmad, “Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Acara Memasak Di Televisi Terhadap Pengetahuan Bidang Boga Pada Siswa Kelas XII Jasa Boga SMK Negeri 6 Yogyakarta”, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012.
- Harahap, Bintang, Nur Alend, “Pengaruh Menonton Program Acara Sarah Sechan DI NET TV Terhadap Gaya Hidup”, Bandung: tt.
- Hartono, “Statistik Untuk Penelitian”, Yogyakarta: tt.
- <http://dakwahuinsuka.wordpress.com/prospektif-mahasiswa/kehidupan-mahasiswa/>, diakses tanggal 19 Juli 2017.
- http://uin-suka.ac.id/media/content_image/peta_uin2.png diakses pada 24 April 2017.
- <http://www.im-a-gin-e.com/about/story>, diakses pada 9 Maret 2017.

Ilyas, Yunahar, *Kuliah Akhlak*, Yogyakarta: LPPI, 2011.

Irawan, Prasetyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2009.

Irawan, Rahmat Edi, “Sisi Positif Dan Negatif Persaingan Antar Stasiun Televisi Di Indonesia Di Mata Penonton Televisi”, vol. 3:1, 2012.

Kirana, Nila “Televisi Masih Jadi Primadona”,
<http://print.kompas.com/baca/2016/06/29/Televisi-Masih-Jadi-Primadona>,
 diakses tanggal 20 Juli 2017.

Kristianingrum, Martya Dewanti, dan Yohanes Widodo, “Pengaruh Terpaaan Tayangan Program Acara Warna Trans7 Terhadap Sikap Penonton”, Kalimantan: tt.

kbbi.web.id/perilaku

kbbi.web.id/sikap

Masrur, M. Fatih dan Miftahul Asror, *Adab Silaturahmi*, Jakarta: CV Artha Rivera, 2007.

Morissan, M. A., *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.

Morissan, M. A., *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Pamela Sarnia, “NET TV Tergetkan Masuk Bursa di 2018”,
<http://industri.kontan.co.id/news/net-tv-targetkan-masuk-bursa-di-2018>,
 diakses tanggal 15 Februari 2017.

Rahman, Agus Abdul, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Rizki N. A, “Pengertian Adab dan Macam-Macamnya”, <http://islamic-true.blogspot.co.id/2015/12/pengertian-adab-dan-macam-macamnya.html?m=1>, diakses tanggal 18 Februari 2017.

Severin, Werner J. dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2007.

Singarimbun, Masri Effendy, *Metode Survei*, Jakarta: LP3ES, 2011.

SIP, “NET. Dan Rating Televisi”, <https://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/33516-net-dan-rating-televisi>, diakses tanggal 1 Maret 2017.

Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Siregar, Syofian, *Statistik Terapan Untuk Perguruan Tinggi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Syamsudin, Munawar, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Taniredja, Tukiran, dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Tea, Romel, “Survei Nielsen: Televisi Media Terpopuler Indonesia”, <http://www.romelteamedia.com/2014/08/survei-nielsen-televisi-media-terpopuler-indonesia.html>, diakses tanggal 15 Februari 2017.

Tim Penulis Fakultas Psikologi UI, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.

Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum* Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010.

Widyastuti, Yeni, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Wulandari, Nurlita, Putri, “ Pengaruh Tayangan Talkshow DR.OZ Indonesia Trans TV Terhadap Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Samarinda”, Kalimantan: tt.

Lampiran 1. Validitas Intensitas Menonton

Correlations

[illegible]

Q5	Pearson Correlation	.452*	.465*	.424	-.345	1	.000	.425	.234	.590**	.323	.466*	.196	-.271	.725**	.000	.619**
	Sig. (2-tailed)	.046	.039	.063	.136		1.000	.062	.321	.006	.165	.038	.406	.248	.000	1.000	.004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q6	Pearson Correlation	-.056	-.043	-.065	-.085	.000	1	-.087	-.043	-.036	.159	.230	-.024	-.467*	-.268	.000	.116
	Sig. (2-tailed)	.816	.857	.785	.722	1.000		.715	.857	.879	.503	.330	.919	.038	.253	1.000	.626
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q7	Pearson Correlation	.633**	.492*	.514*	-.322	.425	-.087	1	-.022	.480*	.402	.383	.086	.184	.503*	.000	.681**
	Sig. (2-tailed)	.003	.027	.020	.166	.062	.715		.928	.032	.079	.096	.718	.437	.024	1.000	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q8	Pearson Correlation	.248	.173	.519*	-.073	.234	-.043	-.022	1	.190	.242	-.142	-.223	-.051	.144	-.221	.414
	Sig. (2-tailed)	.291	.466	.019	.761	.321	.857	.928		.423	.305	.551	.345	.832	.544	.349	.069
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q9	Pearson Correlation	.599**	.394	.422	-.509*	.590**	-.036	.480*	.190	1	.761**	.550*	.203	.000	.535*	.446*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.005	.085	.064	.022	.006	.879	.032	.423		.000	.012	.391	1.000	.015	.049	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q10	Pearson Correlation	.700**	.481*	.465*	-.579**	.323	.159	.402	.242	.761**	1	.241	-.051	.140	.187	.244	.654**

[illegible]

Total	Pearson Correlation	.657**	.622**	.792**	-.260	.619**	.116	.681**	.414	.721**	.654**	.533*	.154	.102	.543*	.100	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.000	.268	.004	.626	.001	.069	.000	.002	.016	.517	.668	.013	.674	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 2. Validitas Perilaku Sosial

Correlations														
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.118	.574**	.313	.274	-.115	.404	.175	-.096	.306	.150	.208	.606**
	Sig. (2-tailed)		.621	.008	.180	.243	.630	.078	.460	.686	.190	.527	.380	.005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q2	Pearson Correlation	.118	1	.320	.572**	.502*	-.210	.096	.321	.216	.210	.275	.380	.583**
	Sig. (2-tailed)	.621		.169	.008	.024	.374	.686	.168	.361	.374	.241	.098	.007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q3	Pearson Correlation	.574**	.320	1	.376	.256	-.326	.524*	.194	-.046	.326	.071	.098	.623**
	Sig. (2-tailed)	.008	.169		.102	.275	.160	.018	.413	.848	.160	.766	.680	.003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q4	Pearson Correlation	.313	.572**	.376	1	.632**	-.367	.168	.382	-.015	.367	.480*	.242	.680**
	Sig. (2-tailed)	.180	.008	.102		.003	.112	.478	.096	.951	.112	.032	.303	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Q5	Pearson Correlation	.274	.502*	.256	.632**	1	-.131	.261	.719**	.257	.131	.744**	.149	.775**

[illegible]

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 3. Reliabilitas Intensitas Menonton

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	9

Lampiran 4. Reliabilitas Perilaku Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	9

Lampiran 5. Presentase Frekuensi Menonton

frekuensi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	67	68.4	68.4	68.4
rendah	31	31.6	31.6	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 6. Presentase Motif Menonton

motif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	57	58.2	58.2	58.2
rendah	41	41.8	41.8	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 7. Presentase Tingkat Adopsi Pesan

pesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	67	68.4	68.4	68.4
rendah	31	31.6	31.6	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 8. Presentase Intensitas Menonton

intensitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tinggi	55	56.1	56.1	56.1
	rendah	43	43.9	43.9	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 9. Presentase Tidak Menyakiti Tetangga dengan Perkataan maupun Perbuatan

tidakmenyakiti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	positif	58	59.2	59.2	59.2
	negatif	40	40.8	40.8	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 10. Presentase Berbuat Baik pada Tetangga

berbuatbaik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	positif	70	71.4	71.4	71.4
	negatif	28	28.6	28.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 11. Presentase Saling Memberi Sedekah atau Hadiah

sedekah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	positif	94	95.9	95.9	95.9
	negatif	4	4.1	4.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 12. Presentase Menghormati dan Memuliakan Tetangga

menghormati

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	positif	94	95.9	95.9	95.9
	negatif	4	4.1	4.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 13. Presentase Perilaku Sosial

		perilaku			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positif	54	55.1	55.1	55.1
	Negative	44	44.9	44.9	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 14. Tabel Silang Intensitas Menonton dan Perilaku Sosial

intensitas * perilaku Crosstabulation					
			perilaku		Total
			positif	negatif	
Intensitas	tinggi	Count	36	19	55
		% within intensitas	65.5%	34.5%	100.0%
		% within perilaku	66.7%	43.2%	56.1%
		% of Total	36.7%	19.4%	56.1%
	rendah	Count	18	25	43
		% within intensitas	41.9%	58.1%	100.0%
		% within perilaku	33.3%	56.8%	43.9%
		% of Total	18.4%	25.5%	43.9%
Total	Count		54	44	98
	% within intensitas		55.1%	44.9%	100.0%
	% within perilaku		100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total		55.1%	44.9%	100.0%

Lampiran 15. Tabel *Chi Square*

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5.430 ^a	1	.020	.025	.017
Continuity Correction ^b	4.518	1	.034		
Likelihood Ratio	5.464	1	.019		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5.375	1	.020		
N of Valid Cases ^b	98				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19.31.

b. Computed only for a 2x2 table

Lampiran 16. Tabel Koefisien Kontingensi

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.229	.020
N of Valid Cases		98	



VARIABEL BEBAS (Pengaruh Menonton Tayangan "Tetangga Masa Gitu" NET TV)

Frekuensi menonton

1. Apakah anda senang dengan tayangan drama komedi Tetangga Masa Gitu?
 - a. Sangat senang
 - b. Senang
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak senang
 - e. Sangat tidak senang
2. Berapa lama anda menonton tayangan Tetangga Masa Gitu pada setiap episodenya?
 - a. 30 menit
 - b. 25 menit
 - c. 20 menit
 - d. 15 menit
 - e. 10 menit
3. Berapa sering anda menonton tayangan tersebut?
 - a. Dua kali seminggu
 - b. Sekali seminggu
 - c. Dua minggu sekali
 - d. Tiga minggu sekali
 - e. Sebulan sekali
4. Apakah anda merasa kecewa ketika tidak menonton tayangan tersebut?
 - a. Sangat kecewa
 - b. Kecewa
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak kecewa
 - e. Sangat tidak kecewa

Motif menonton

5. Apakah alasan anda menonton tayangan Tetangga Masa Gitu?
 - a. Mencari informasi
 - b. Mencari hiburan
 - c. Terdapat aktor dan aktris yang disenangi
 - d. Rekomendasi teman
 - e. Iseng saja
6. Apakah anda merasa puas setelah menonton tayangan tersebut?
 - a. Sangat puas

- b. Puas
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak puas
 - e. Sangat tidak puas
7. Apa alasan anda memilih jawaban soal nomer 6?
- a. Karena memenuhi kebutuhan dan tujuan saya menonton tayangan tersebut
 - b. Kurang memenuhi kebutuhan dan tujuan saya menonton tayangan tersebut
 - c. Tidak memenuhi kebutuhan dan tujuan saya menonton tayangan tersebut

Indikator tingkat adopsi pesan

8. Apakah dalam tayangan tersebut ditampilkan karakteristik pemain yang berbeda untuk membedakan perilaku yang baik dan perilaku yang kurang baik?
- a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Jarang
 - e. Tidak pernah
9. Apakah anda mengerti dan memahami kehidupan bertetangga yang ditampilkan dalam tayangan Tetangga Masa Gitu?
- a. Sangat memahami
 - b. Memahami
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak memahami
 - e. Sangat tidak memahami

VARIABEL TERIKAT (Akhlak Bertetangga Mahasiswa)

Tidak menyakiti tetangga baik dengan perbuatan maupun perkataan

1. Seberapa seringkah anda tidak menyakiti tetangga dengan perbuatan maupun perkataan?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Jarang
 - e. Tidak pernah
2. Tidak menyakiti tetangga baik dengan perbuatan maupun perkataan seperti apa yang sering anda lakukan?
 - a. Berbicara sopan dengan tetangga
 - b. Memperlakukan tetangga dengan lemah lembut
3. Apakah tayangan Tetangga Masa Gitu membantu anda dalam menambah pengetahuan untuk berperilaku tidak menyakiti tetangga baik dengan perbuatan maupun perkataan?
 - a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak membantu
 - e. Sangat tidak membantu

Berbuat baik pada tetangga

4. Apakah anda terbiasa berbuat baik pada tetangga?
 - a. Sangat terbiasa
 - b. Terbiasa
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak terbiasa
 - e. Sangat tidak terbiasa
5. Apakah tayangan Tetangga Masa Gitu membantu anda dalam menambah pengetahuan untuk berperilaku berbuat baik pada tetangga?
 - a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak membantu
 - e. Sangat tidak membantu

Saling memberi sedekah atau hadiah

6. Apakah anda sering berbagi dengan tetangga anda?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Jarang
 - e. Tidak pernah
7. Apakah tayangan Tetangga Masa Gitu membantu anda dalam menambah pengetahuan untuk berperilaku saling memberi sedekah ataupun hadiah?
 - a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak membantu
 - e. Sangat tidak membantu

Menghormati dan memuliakannya

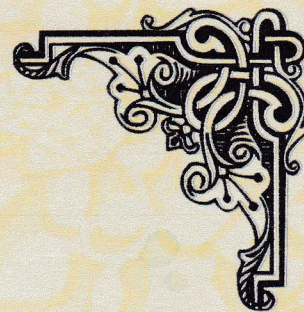
8. Seberapa seringkah anda menghormati dan memuliakan tetangga anda?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Jarang
 - e. Tidak pernah
9. Apakah tayangan Tetangga Masa Gitu membantu anda dalam menambah pengetahuan untuk berperilaku menghormati dan memuliakan tetangga?
 - a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Biasa saja
 - d. Tidak membantu
 - e. Sangat tidak membantu



Violet Eyes

art & conceptual photography

capture the essence of life



SERTIFIKAT

No: 121011301 /01/2016



Di Berikan Kepada :

Mazidatul Ma'rifah

Tempat & tgl lahir : Temanggung, 5 Juni 1995

Telah Menyelesaikan Magang Praktikum Media

• di Violet Eyes Photography

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Yogyakarta, 10 Oktober 2016

VIOLET EYES PHOTOGRAPHY
www.violeteyesphotos.com

Rio Pharaoh
Owner

Mazidatul Ma'rifah
Pemilik Sertifikat





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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

16

Nomor: UIN.02/L.3/PM.03.1/P3.454/2016

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

Nama : Mazidatul Makrifah
Tempat, dan Tanggal Lahir : Temanggung, 05 Juni 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 13210002
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2015/2016 (Angkatan ke-89), di :

Lokasi : Banjaroyo
Kecamatan : Kalibawang
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 20 Juni s.d. 31 Juli 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,13 (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, 15 September 2016

Ketua,

Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.

NIP. : 19720912 200112 1 002



LABORATORIUM AGAMA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

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

SERTIFIKAT

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

MAZIDATUL MAKRIFAH

13210002

LULUS

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

Yogyakarta, 31 Oktober 2014
Ketua



Dr. H. Waryono, M.Ag.

NIP. 19701010 199903 1 002

Dr. Sriharini, M.Si

NIP. 19710526 199703 2 001



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



Nomor: UIN.02/R.1/PP.00.9/2752.a/2013

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : MAZIDATUL MAKRIFAH
NIM : 13210002
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014

Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 2 September 2013

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.
NIP. 19591218 197803 2 001



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.14.4271/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Mazidatul Makrifah**
Date of Birth : **June 05, 1995**
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **February 26, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	46
Structure & Written Expression	42
Reading Comprehension	46
Total Score	447

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, February 26, 2016
Director,

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



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.21.3530/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Mazidatul Makrifah :

تاريخ الميلاد : ٥ يونيو ١٩٩٥

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٦ فبراير ٢٠١٦، وحصلت
على درجة :

٤٤	فهم المسموع
٣١	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٤٢	فهم المقروء
٣٩٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٦ فبراير ٢٠١٦
المدير



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

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Mazidatul Makrifah
NIM : 13210002
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	A
2.	Microsoft Excel	35	E
3.	Microsoft Power Point	85	B
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	77.5	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 24 Mei 2016

Kepala PTIPD



Agung Fatwanto, Ph.D

NIP. 19770103 200501 1 003

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



SERTIFIKAT

No : /PAN.OPAK-UIN-SUKA/VIII/13

diberikan kepada :

MALIDATUL MA'RIFAH

sebagai :

PESERTA

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

2013

dengan tema :

"Menciptakan Gerakan Mahasiswa yang Berasaskan Ahl As-Sunnah Wa Al-Jama'ah
Untuk Mengawal Ke-Indonesiaan"

Mengetahui,
Wakil Rektor I

Bid. Akademik dan Kemahasiswaan

Presiden DEAMA UIN Sunan Kalijaga

Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.

NIP. 19591218 198703 2 001

Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi

NIM. 09470163

Dawarnun Ni'am A

Ketua

Saifudin Anwar

Sekretaris

Kampus UIN Sunan Kalijaga

21-23 Agustus 2013

Panitia OPAK

UIN Sunan Kalijaga 2013





KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA

I J A Z A H
MADRASAH ALIYAH
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN ALAM
TAHUN PELAJARAN 2012/2013

Nomor : MA . 001 / 11 . 23 / PP . 01 . 1 / 0046 / 2013

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah *Negeri*
Parakan Temanggung menerangkan bahwa:

nama : *MAZIDATUL MAKRIFAH*
tempat dan tanggal lahir : *Temanggung 5 Juni 1995*
nama orang tua : *Ahmadi*
nomor induk / NISN : *10253 / 995273634*
nomor peserta : *3-13-03-14-500-047-2*

LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Madrasah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.



Temanggung 24 Mei 2013
Kepala Madrasah,



Drs. H. Anang Taufik Shufron, MA
NIP. *195603251982031002*

MA 110008318



DAFTAR NILAI UJIAN MADRASAH ALIYAH

Program : Ilmu Pengetahuan Alam
TAHUN PELAJARAN 2012/2013

Kurikulum : **Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)**
Nama : **MAZIDATUL MAKRIFAH**
Tempat dan Tanggal Lahir : **Temanggung 5 Juni 1995**
Nomor Induk /NISN : **10251 / 995273634**
Nomor Peserta : **3-13-03-14-500-047-2**

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-Rata Rapor	Nilai Ujian Madrasah	Nilai Madrasah*)
I	UJIAN MADRASAH			
1.	Pendidikan Agama Islam			
a.	Al-Qur'an-Hadis	8.27	9.14	8.79
b.	Akidah-Akhlak	8.53	8.88	8.74
c.	Fikih	8.75	8.51	8.60
d.	Sejarah Kebudayaan Islam	8.23	8.27	8.26
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	8.87	9.34	9.15
3.	Bahasa Indonesia	8.03	8.44	8.27
4.	Bahasa Arab	7.72	8.08	7.93
5.	Bahasa Inggris	8.08	8.79	8.50
6.	Matematika	8.77	8.76	8.76
7.	Fisika	7.92	8.54	8.29
8.	Kimia	7.93	8.62	8.34
9.	Biologi	8.10	8.87	8.56
10.	Sejarah	8.13	8.91	8.60
11.	Seni Budaya	7.25	8.16	7.76
12.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	7.98	8.40	8.23
13.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	8.18	8.94	8.67
14.	Keterampilan/Bahasa Asing <i>Bahasa Jepang</i>	7.78	7.98	7.90
Rata-Rata				8.44

*) Nilai Madrasah = 40% Nilai Rata-Rata Rapor + 60% Nilai Ujian Madrasah

No.	Mata Pelajaran	Nilai Madrasah	Nilai Ujian Nasional	Nilai Akhir *)
II	UJIAN NASIONAL			
1.	Bahasa Indonesia	8.27	8.80	8.6
2.	Bahasa Inggris	8.50	7.80	8.1
3.	Matematika	8.76	7.75	8.2
4.	Fisika	8.29	7.00	7.5
5.	Kimia	8.34	8.25	8.3
6.	Biologi	8.56	8.25	8.4
Rata-Rata				8.2

*) Nilai Akhir = 40% Nilai Madrasah + 60% Nilai Ujian Nasional

Temanggung 24 Mei 2013
Kepala Madrasah,



Drs. H. Anang Taufik Shufron MAg
NIP. 195603251982031002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Mazidatul Makrifah

Tempat/Tgl. Lahir : Temanggung, 5 Juni 1995

Alamat : Tembarak RT 02 RW 01 Tembarak, Temanggung, Jawa Tengah

Nama Ayah : Ahmadi (Alm)

Nama Ibu : Aslachah

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 1 Tembarak (2001-2007)
2. SMP Negeri 1 Temanggung (2007-2010)
3. MAN Parakan Temanggung (2010-2013)

C. Pengalaman Organisasi

1. Keluarga Pelajar Mahasiswa Temanggung
2. Komunitas NAMA
3. Paguyuban Pengajar Pinggir Sungai

D. Pengalaman Kerja

1. Tentor Matematika SMP
2. Tentor SD
3. Komdes PKBI Bantul
4. Freelance Fotografer
5. Tim Event Bahana Nasyid