

**HUBUNGAN SINETRON “EMAK IJAH PENGEN KE MEKKAH”  
DENGAN MINAT WARGA PAPRINGAN UNTUK  
MELAKSANAKAN IBADAH HAJI**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**Eliyana Romantiastuti**

10210064

Pembimbing:

**Dr. Musthofa, S.Ag., M.si**

NIP 196801031995031001

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

**2014**



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

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1119 /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**HUBUNGAN SINETRON "EMAK IJAH PENGEN KE MEKKAH" DENGAN  
MINAT WARGA PAPERINGAN UNTUK MELAKSANAKAN IBADAH HAJI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ELIYANA ROMANTIASTUTI  
NIM/Jurusan : 10210064/KPI  
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 6 Juni 2014  
Nilai Munaqasyah : 82,5 (B+)

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

**TIM MUNAQASYAH**

Ketua Sidang/Penguji I,

**Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.**  
NIP 19680103 199503 1 001

Penguji II,

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

Penguji III,

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

Yogyakarta, 18 Juni 2014

Dekan,



**H. Waryono, M.Ag.**

NIP 19601001 199903 1 002



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

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

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

Nama : Eliyana Romantiastuti  
NIM : 10210064  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Hubungan Sinetron "Emak Ijah Pngen ke Mekkah" dengan  
Minat Warga Papringan Untuk Melaksanakan Ibadah Haji

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

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 05 Mei 2014

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

**Khoiro Ummatin, M.Si**  
NIP. 19710328 199703 2 001

Pembimbing,

**Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si**  
NIP. 19680103 199503 1 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eliyana Romantiastuti  
NIM : 10210064  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : **Hubungan Sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” Dengan Minat Warga Papringan untuk Melaksanakan Ibadah Haji** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 05 Mei 2014



Eliyana Romantiastuti

NIM. 10210064

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan dan kubingkiskan karya kecil ini untuk :*

*Allah SWT yang telah memberiku kehidupan hingga sampai detik ini*

*Bapak dan Ibu tercinta, terimakasih atas do'a, dukungan dan kasih sayang yang  
begitu besar buatku...*



## HALAMAN MOTTO

Barangsiapa hendak menunaikan haji, hendaklah dilakukannya dengan segera, karena mungkin diantara kamu ada yang sakit, hilang kendaraannya atau ada keperluan lainnya

(HR. Ahmad, Baihaqi, Thahawi dan Ibnu Majah).

Orang yang mengerjakan haji dan umrah merupakan duta-duta Allah. Maka jika mereka memohon kepada-Nya, pastilah dikabulkan-Nya dan jika mereka

meminta ampun, pastilah diampuni-Nya

(HR. Nasa'i dan Ibnu Majah).

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Sinetron Emak Ijah Pngen ke Mekkah Dengan Minat Warga Papringan Dalam Melaksanakan Ibadah Haji”. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan juga atas bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu baik moril maupun materiil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Musya Asy'arie selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. H. Waryono, M. Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga
3. Ibu Khoiro Ummatin, S. Ag., M.Si, selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
4. Bapak Dr. Musthofa, S. Ag., M. Si selaku Pembimbing Akademik dan pembimbing skripsi ini yang telah sabar dan memberikan bimbingan serta arahan pada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
5. Bapak-bapak dan Ibu Dosen yang sangat berjasa dalam memberikan bekal ilmu, wawasan, dan pengetahuan yang sangat luas selama ini.
6. Seluruh staff jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

7. Para informan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah bersedia meluangkan waktu, tempat dan membagi pengalaman yang sangat berharga serta memberikan informasi dalam rangka penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan Siti, Tata, Mia, Aulia, Mami Rika, Echa, Arni, Hakim, Ifal, Bayu terimakasih atas do'a dan dukungan kalian.
9. Teman-teman KPI 2010 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga kita tetap bisa menjaga tali silaturahmi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari dengan segala keterbatasan pengetahuan skripsi ini, tentunya masih banyak kesalahan dan kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Teriring do'a semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Yogyakarta, 05 Mei 2014

Penulis

Eliyana Romantiastuti

## ABSTRAK

Televisi adalah media massa yang menjadi salah satu sumber informasi bagi masyarakat. Televisi mampu menjadi sarana informasi positif namun juga dapat melenceng dari tujuan menjadi tempat menyampaikan hal-hal negatif. Hal itu dapat terjadi karena ada berbagai macam acara yang ditayangkan baik itu mengenai pendidikan, berita juga hiburan seperti sinetron. Sinetron-sinetron yang ditayangkan itu memiliki banyak jalan cerita sehingga mengandung pesan-pesan yang positif namun juga tidak sedikit mengandung pesan negatif. Sinetron yang bertemakan religius merupakan salah satu tayangan sinetron yang tengah marak saat ini. Sinetron bertemakan religius menyajikan kisah-kisah yang sarat atau berorientasi pada ajaran Islam. Dalam perspektif ide atau gagasan ceritanya, umat Islam dapat saja meyakini kebenarannya. Karena sejumlah sinetron religi yang ditayangkan dikonstruksi dari kisah nyata, contohnya saja sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”. Pesan yang terkandung dalam sinetron tersebut mampu mempengaruhi keinginan seseorang untuk melaksanakan ibadah haji.

Dalam penelitian ini pokok masalahnya adalah korelasi antara menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan memakai dua variable yaitu variabel X menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dan variabel Y minat melaksanakan ibadah haji. Teknik pengumpulan datanya menggunakan angket dan wawancara. Kemudian untuk uji coba peneliti menggunakan uji validitas dan reabilitas untuk menentukan instrumen yang akan

digunakan sudah reliabel. Adapun teknik analisis data menggunakan uji korelasi *Product Moment* dengan bantuan *software SPSS 16.00*.

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,234. Nilai korelasi r tabel diperoleh dari N=52 sebesar 0,2262. Oleh karena nilai koefisien korelasi lebih besar dari r tabel ( $0,234 > 0,2262$ ) maka dikatakan signifikan. Artinya bahwa tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” berhubungan dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji. Besarnya hubungan antara tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga papringan untuk melaksanakan ibadah haji berkategori hubungan rendah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang .....	3
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Kajian Pustaka .....	9
G. Landasan Teori.....	10
1. Teori Jarum Hipodermik ( <i>Hypodermic Needle Theory</i> )....	10
2. Tinjauan Umum Tentang Televisi dan Sinetron .....	12
3. Minat Ibadah Haji .....	21
4. Hubungan Menonton TV Dengan Minat Melaksanakan Ibadah Haji .....	27
H. Hipotesis.....	31
I. Metode Penelitian .....	32
1. Lokasi Penelitian.....	32

2. Pendekatan Penelitian .....	32
3. Variabel Penelitian .....	32
4. Definisi Operasional.....	33
5. Data Penelitian .....	35
6. Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
7. Metode Pengumpulan Data .....	36
8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	40
9. Uji Asumsi Dasar .....	46
10. Analisis Data .....	47
<b>BAB II. GAMBARAN UMUM KONDISI WARGA PAPRINGAN DAN TINJAUAN UMUM TENTANG SINETRON “EMAK IJAH PENGEN KE MEKAH” .....</b>	<b>51</b>
A. Profil Dusun Papringan Desa Caturtunggal .....	51
1. Kondisi Geografis .....	51
2. Kependudukan .....	52
3. Mata Pencaharian .....	53
4. Pemerintahan (Administratif) .....	54
5. Kondisi Keagamaan .....	55
B. Tinjauan Umum Tentang Sinetron “Emak Ijah Pengan ke Mekkah” .....	56
<b>BAB III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Data Responden .....	59
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
C. Pembahasan.....	82
<b>BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
C. Penutup .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kisi-kisi kuesioner variabel menonton sinetron “Emak Ijah Pengek ke Mekkah” .....	38
Tabel 2	Kisi-kisi kuesioner variabel minat melaksanakan ibadah haji .....	39
Tabel 3	Uji Validitas Variabel Menonton .....	42
Tabel 4	Uji Validitas Variabel Minat Melaksanakan Ibadah Haji .....	43
Tabel 5	Uji Reliabilitas Variabel Menonton.....	45
Tabel 6	Uji Reliabilitas Variabel Minat Melaksanakan Ibadah Haji.....	45
Tabel 7	Uji Normalitas .....	46
Tabel 8	Uji Linearitas .....	47
Tabel 9	Pernyataan Positif ( <i>Favourable</i> ).....	49
Tabel 10	Pernyataan Negatif ( <i>Unfavourable</i> ) .....	49
Tabel 11	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	50
Tabel 12	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin .....	52
Tabel 13	Matapencaharian Penduduk Padukuhan Papringan Caturtunggal Tahun 2011 .....	53
Tabel 14	Pemeran-pemeran Sinetron “Emak Ijah Pengek ke Mekkah” .....	57
Tabel 15	Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 16	Usia Responden .....	61
Tabel 17	Pekerjaan Responden.....	62
Tabel 18	Persentase Menonton “Emak Ijah Pengek ke Mekkah” .....	64
Tabel 19	Persentase Dimensi Intensitas Menonton .....	66
Tabel 20	Persentase Dimensi Ketertarikan Menonton .....	67
Tabel 21	Persentase Dimensi Adopsi Pesan.....	69
Tabel 22	Persentase Minat Melaksanakan Ibadah Haji.....	71
Tabel 23	Persentase Dimensi Perasaan Senang.....	72
Tabel 24	Persentase Dimensi Perasaan Tertarik.....	74
Tabel 25	Persentase Dimensi Tingkat Perhatian.....	76
Tabel 26	Hasil Uji Korelasi Menonton Sinetron dengan Minat Ibadah Haji .	78

Tabel 27 Hasil Uji Korelasi Hasil Uji Korelasi Intensitas Menonton dengan Minat Ibadah Haji.....	79
Tabel 28 Hasil Uji Korelasi Ketertarikan Menonton dengan Minat Ibadah Haji .....	80
Tabel 29 Hasil Uji Korelasi Adopsi Pesan dengan Minat Ibadah Haji .....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hubungan antara menonton sinetron religi dengan minat ibadah haji.....	30
---	----



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Judul skripsi ini adalah **“Hubungan Sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji”**. Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman terhadap istilah dalam skripsi ini, maka perlu penulis tegaskan sebagai berikut :

#### **1. Hubungan**

Hubungan dalam buku metode penelitian komunikasi diartikan sebagai korelasi. Metode korelasi bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi faktor lain.<sup>1</sup> Dengan demikian dalam konteks pengertian tersebut penelitian ini bermaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

#### **2. Sinetron “Emak Ijah Pngen Ke Mekkah”**

Sinetron Emak Ijah Pngen ke Mekkah adalah sinetron religi yang ditayangkan di SCTV (Surya Citra Televisi) setiap hari pada pukul 21.00. Pemain dari sinetron ini yaitu Aty Cancer, Irwansyah, Asha Shara, Aldi Taher, Sinta Mu'in, Rina Diana, H. Jojon, Luck Hakim, Medina, Nanda Gita. Sinetron ini mengisahkan tentang seorang ibu bernama Mak Ijah yang diperankan oleh Aty Cancer. Mak Ijah adalah sosok ibu yang sangat

---

<sup>1</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: CV. Remadja Karya, 1984), hlm 37

sabar, taat dalam beribadah, santun dan jujur. Semenjak ditinggal sang suami, Mak Ijah menghidupi anak-anaknya dengan berjualan gado-gado. Seperti umat Muslim pada umumnya, Emak Ijah pun memiliki cita-cita ke Mekkah untuk menunaikan ibadah haji. Sayangnya, kondisi keuangan Mak Ijah jauh dari cukup. Dalam cerita di sinetron ini menegaskan bahwa melaksanakan ibadah haji itu hukumnya wajib, namun juga harus memenuhi beberapa syarat, termasuk kemampuan dalam hal keuangannya.

### **3. Minat Melaksanakan Ibadah Haji**

Minat melaksanakan ibadah haji adalah dorongan seseorang untuk mengunjungi ka'bah Allah dengan sengaja dan tempat-tempat lainnya untuk melaksanakan tawaf, sa'i, wukuf, dan semua perbuatan yang ada hubungannya dengan pelaksanaan manasik, karena memenuhi panggilan Allah dan mencari Ridha-Nya pada waktu tertentu dan niat tertentu dalam rangka ibadah haji. Ibadah haji adalah rukun Islam yang kelima. Adapun syarat-syarat untuk menunaikan ibadah haji yaitu Islam, baligh, berakal, merdeka, dan mampu.

### **4. Warga Papringan**

Warga Papringan adalah orang-orang yang bertempat tinggal di Dusun Papringan, yang beragama Islam serta sering menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah.

Dengan penegasan istilah-istilah diatas, maka yang dimaksud dengan judul “Hubungan sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” Dengan Minat Warga Papringan Untuk Melaksanakan Ibadah Haji” adalah untuk meneliti

ada tidaknya hubungan antara tingkat menonton sinetron tersebut dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan media massa telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan pengaruhnya yang sangat besar, media massa telah menjadi pengarah hidup manusia. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Kemajuan media massa yang mulai bermunculan semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh beragam informasi, hiburan, serta pendidikan.

Dalam hal ini, penulis menitik beratkan pada media televisi yang dalam penyampaian pesannya disertai dengan gambar dan suara yang dapat mengungkapkan dan memperjelas maksud dari apa yang sedang disiarkan sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh pemirsa. Televisi termasuk ke dalam komunikasi massa dan merupakan salah satu bentuk media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Penggunaan media audio visual seperti media televisi dirasakan lebih tepat karena media tersebut telah teruji dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata tanpa membedakan status sosial, umur dan gender dengan murah serta kemudahan yang dimiliki.

Di masa teknologi yang sudah maju, kini stasiun televisi tidak hanya TVRI saja melainkan sudah banyak stasiun televisi swasta seperti RCTI, SCTV, INDOSIAR, ANTV, TRANS TV, MNC TV, METRO TV, dll. Media

televisi memiliki beragam acara mulai dari berita, sinetron, musik, film sampai infotainment. Televisi sebagaimana media massa yang berperan sebagai alat informasi, hiburan dan pendidikan. Beragam acara yang ditampilkan tersebut memiliki pengaruh yang besar bagi pemirsa yang menontonnya. Pengaruh tersebut dapat berupa pengaruh positif dan dapat pula berupa pengaruh negatif. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa. Serta dampak yang ditimbulkan juga beraneka macam. Dengan demikian apa yang diasumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk disajikan bagi pemirsa, belum tentu penting bagi khalayak. Jadi efektif tidaknya isi pesan itu tergantung dari situasi dan kondisi pemirsa dan lingkungan sosialnya.

Salah satu acara televisi yang mampu mempengaruhi pemirsa yang menontonnya adalah sinetron. Sinetron merupakan bagian acara yang ditayangkan di televisi swasta selain sebagai hiburan juga dapat memberikan informasi serta pendidikan secara utuh. Kehadiran sinetron merupakan satu bentuk aktualitas komunikasi dan interaksi manusia yang diolah berdasarkan alur cerita, untuk mengangkat permasalahan hidup manusia sehari-hari.<sup>2</sup> Banyaknya sinetron yang menggambarkan sisi-sisi sosial dan moral dalam kehidupan masyarakat, tentu bermanfaat bagi pemirsa dalam menentukan sikap. Pesan-pesan sinetron terkadang terungkap secara simbolis dalam alur ceritanya. Acara sinetron yang menampilkan drama kehidupan sehari-hari

---

<sup>2</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Media Televisi)*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996), hlm. 131

yang ditayangkan oleh stasiun televisi juga beragam mulai dari sinetron anak-anak, sinetron drama, sinetron laga, sinetron remaja sampai sinetron yang bertemakan religius. Sinetron yang banyak ditayangkan pada saat ini atau sedang menjadi tren di hampir semua stasiun televisi yaitu sinetron yang bertemakan religius seperti Emak Ijah Pengen Ke Mekkah, Tukang Bubur Naik Haji, Anak-anak Manusia, dll. Tayangan sinetron ini merupakan tayangan sinetron yang berisi pengetahuan agama Islam.

Warga Papringan dikenal sebagai masyarakat yang kuat dan teguh dalam memegang identitas mereka sebagai pemeluk-pemeluk agama Islam. Ibadah haji sebagai salah satu rukun Islam yang kelima merupakan ibadah yang memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat warga Papringan. Hal ini terbukti dengan besarnya minat warga Papringan yang mengantri untuk melaksanakan ibadah haji.

Sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah diproduksi oleh AS (Amanah Surga) Production yang tayang setiap hari di SCTV pada pukul 21.00 WIB. Cerita dari sinetron ini bercerita tentang seorang ibu yang sabar, taat beribadah, santun dan jujur yang memiliki cita-cita ke Mekkah untuk menunaikan ibadah haji, namun sayang kondisi keuangannya jauh dari cukup. Lebih dari itu, cerita dari sinetron ini menonjolkan sisi ajaran Islam yang dikemas kreatif sehingga terkesan menghibur.

Dalam cerita sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” terselip beberapa pesan moral sehingga sinetron ini disambut positif oleh masyarakat. Sinetron ‘Emak Ijah Pengen Ke Mekkah’ merupakan salah satu sinetron religi

yang sangat mendidik.<sup>3</sup> Dalam sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” cerita berkembang dan mengalir dari kehidupan sehari-hari. Selain itu, sinetron ini diselingi dengan canda tawa yang diperankan oleh Bang Koret dan Bang Ocit, sehingga penonton tidak jenuh dengan alur ceritanya. Hal ini yang menjadikan sebagian besar warga Papringan tertarik untuk menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”. Alur cerita yang menceritakan tentang keindahan untuk menunaikan ibadah haji memiliki ketertarikan sendiri pada masyarakat warga Papringan. Sehingga setiap episode sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” selalu dinanti-nanti oleh warga Papringan untuk mengetahui alur cerita selanjutnya.

Keinginan masyarakat warga Papringan semakin tinggi untuk mengantri melaksanakan ibadah haji dikarenakan adanya tayangan sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” yang menceritakan tentang keindahan melaksanakan ibadah haji. Ada beberapa warga yang mengaku terinspirasi ingin melaksanakan ibadah haji karena menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” yang disiarkan oleh SCTV setiap malam pada pukul 21.00 WIB. Namun hanya saja ada beberapa warga yang mampu membayar biaya ibadah haji secara langsung ada pula warga yang secara ekonomi tidak mampu untuk membiayai ibadah haji secara langsung.

Pada kenyataan besarnya minat ibadah haji tidak dapat dipungkiri merupakan suatu hal yang menarik perhatian, mengingat di satu pihak ibadah haji sangat bergantung pada kemampuan finansial seorang muslim di

---

<sup>3</sup> <http://www.saraung.com/2013/07/pemain-sinetron-emak-ijah-pengen-ke.html>, diakses 03 Desember 2013

Indonesia yang dikenal dengan istilah ONH (Ongkos Naik Haji) yang relatif mahal. Sedang di lain pihak taraf kehidupan ekonomi sebagian masyarakat warga Papringan dikatakan sedang. Dengan kata lain bahwa sebagian besar warga Papringan yang melaksanakan ibadah haji menuntut pengorbanan yang tidak kecil. Akan tetapi tidak mengurangi niat untuk bisa melaksanakan ibadah haji meskipun harus menunggu lama agar bisa melaksanakan ibadah haji.

Pada dasarnya, inti dalam cerita sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” yang dialami atau dirasakan Emak Ijah pasti dirasakan juga oleh sebagian masyarakat luas. Emak Ijah memiliki keinginan atau cita-cita ke Mekkah untuk menunaikan ibadah haji. Namun diceritakan, kondisi keuangan Emak Ijah tidak mencukupi. Keinginan Emak Ijah membuat sang anak Abas yang berprofesi sebagai supir bajaj terharu dan berjuang untuk memenuhi keinginan orangtuanya. Begitu juga halnya dengan masyarakat warga Papringan yang berkeinginan untuk melaksanakan ibadah haji. Hal itu dilihat dari antusias warga Papringan yang mengantri untuk melaksanakan ibadah haji. Meskipun ongkos yang dikeluarkan relatif sangat tinggi bagi warga dusun Papringan. Namun hal itu tidak menghalangi minat dan antusias warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang menyangkut dengan tingkat menonton sinetron bertemakan religi dengan minat untuk melaksanakan ibadah haji warga masyarakat, sehingga penelitian ini berjudul **“Hubungan Sinetron “Emak**

## **Ijah Pngen ke Mekkah” dengan Minat Warga Papringan Untuk Melaksanakan Ibadah Haji”.**

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diajukan suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” pada warga Papringan ?
2. Bagaimana minat warga Papringan dalam melaksanakan ibadah haji ?
3. Adakah hubungan antara menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” terhadap minat warga Papringan dalam melaksanakan ibadah haji?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui bagaimana intensitas, ketertarikan dan tingkat adopsi pesan masyarakat warga Papringan dalam menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah”.
2. Untuk mengetahui minat warga Papringan dalam melaksanakan ibadah haji.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberi tambahan pengetahuan kepada masyarakat melaksanakan ibadah haji itu harus mempunyai kemampuan, yang dimaksud kemampuan disini adalah kemampuan dalam hal keuangan.
2. Diharapkan dapat dimanfaatkan oleh warga Dusun Papringan, Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta dalam menentukan dan memilih program acara yang baik dan bermanfaat serta dapat menambah wawasan.

### **F. Kajian Pustaka**

Diantara penelitian serupa yang pernah diteliti ialah karya Didik Haryadi Santoso dengan judul “Hubungan tayangan serial kartun Upin & Ipin terhadap tingkat religiusitas anak-anak TPA Di Dusun Papringan Desa Caturtunggal Kecamatan Depok” Fokus pertanyaannya adalah apakah ada hubungan antara menonton tayangan serial kartun Upin & Ipin dengan tingkat religiusitas anak-anak TPA di dusun Papringan desa Caturtunggal kecamatan Depok kabupaten Sleman Yogyakarta. Penelitian ini mencari hubungan tayangan serial kartun Upin&Ipin yang menonjolkan sisi ajaran Islam dan cocok untuk dinikmati oleh anak-anak TPA di Dusun Papringan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa tidak terdapat hubungan antara menonton film kartun Upin & Ipin terhadap tingkat religiusitas anak-anak TPA di dusun Papringan. Artinya bahwa, menonton film kartun Upin & Ipin

tidak berpengaruh pada tingkat keagamaan anak-anak. Tidak adanya hubungan antara menonton film kartun Upin & Ipin dengan tingkat religiusitas anak tidak berarti film tersebut murni tidak ada pengaruhnya. Dari tiga faktor religiusitas anak, film kartun Upin & Ipin hanya berpengaruh pada dimensi pengalaman.

Penelitian serupa lainnya yaitu karya saudari Agustin Wulandari yang berjudul hubungan menonton pemilihan da'i cilik dengan minat menjadi da'i pada sisiwi kelas VI SD Muhammadiyah Sape. Secara singkat hasil penelitian saudari Agustin Wulandari menyimpulkan bahwa intensitas menonton Pildacil mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan minat menjadi da'i. Semakin tinggi intensitas menonton Pildacil maka semakin tinggi pula minat untuk menjadi da'i.

## **G. Landasan Teori**

Penelitian ini berkaitan dengan tayangan televisi dan pola terpaan media kepada komunikan. Lebih dalam, penelitian ini mengkaji tentang apakah terdapat hubungan antara tayangan sinetron di media massa dengan perilaku khalayak. Berangkat dari hal tersebut, terdapat teori, konsep dan beberapa pengertian yang akan digunakan sebagai landasan teori yaitu :

### **1. Teori Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*)**

Kata hipodermik berasal dari kata "*hypodermic*" yang berarti di bawah kulit. Teori jarum hipodermik (*Hypodermic needle theory*) dikemukakan oleh David K. Berlo, yang menyatakan bahwa media massa

dalam hal ini merupakan gambaran dari jarum yang menyuntik massa yang pasif. Disebut model jarum hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi “disuntikkan” langsung ke dalam jiwa komunikan. Sebagaimana obat disimpan dan disebarikan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis.

Teori ini pada hakekatnya adalah model komunikasi searah, beranggapan bahwa media massa mempunyai pengaruh langsung, segera, dan sangat menentukan massa komunikan.<sup>4</sup> Jarum hipodermik mempunyai pengaruh yang kuat dan juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang lebih pintar dari *audience*. Akibatnya audiens bias dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya, bahwa media mempunyai dugaan, audiens bias ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bias dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997) bahwa media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan” ke dalam ketidaksadaran audiens.<sup>5</sup>

Pada umumnya khalayak dianggap hanya sekumpulan orang yang homogen dan mudah dipengaruhi. Sehingga pesan-pesan yang disampaikan pada mereka akan selalu diterima. Media massa memiliki kemampuan penuh dalam mempengaruhi seseorang. Media massa sangat

---

<sup>4</sup> Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: CV.Amanah,2009), hlm. 42

<sup>5</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi, Perspektif, Ragam, & Aplikasi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hlm. 187

perkasa dengan efek yang langsung pada masyarakat. Khalayak dianggap pasif terhadap pesan media yang disampaikan.

Dikenal juga dengan teori peluru, bila komunikator dalam hal ini media massa menembakan peluru yakni pesan kepada khalayak, dengan mudah khalayak menerima pesan yang disampaikan media. Teori jarum hipodermik berkembang di sekitar tahun 1930 hingga 1940-an yang mengasumsikan bahwa komunikator yakni media massa digambarkan lebih pintar dan juga lebih segalanya dari audiens. Teori jarum hipodermik juga beranggapan bahwa komponen komunikasi menimbulkan efek pada diri komunikan.

## **2. Tinjauan Umum Tentang Televisi dan Sinetron**

### **a. Pengertian Televisi**

Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Sifat politisnya sangat besar karena bisa menampilkan informasi, hiburan dan pendidikan, atau gabungan dari ketiga unsur tersebut secara kasat mata.<sup>6</sup>

Media televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat *audio visual* (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa

---

<sup>6</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 6

yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.<sup>7</sup> Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk.

Adapun karakteristik televisi adalah sebagai berikut<sup>8</sup> :

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Karena sifat audiovisual ini, selain kata-kata televisi juga menampilkan informasi-informasi yang disertai gambar.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses ini. Pertama, adalah visualisasi (*visualization*), yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, adalah penggambaran (*picturization*), yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan media radio, pengoperasian atau cara yang kompleks karena lebih banyak melibatkan orang.

---

<sup>7</sup> Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simboisa Rekatama Media, 2004), hlm. 40

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 128

## b. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa dengan menggunakan alat-alat komunikasi massa yaitu pers, radio, film atau televisi.<sup>9</sup>

Televisi merupakan bagian dari media massa karena dalam penyampaian pesannya televisi menggunakan saluran media elektronik melalui gelombang frekwensi radio dan penerimaannya pada pesawat penerima yang muncul pada sebidang layar.<sup>10</sup>

Televisi sebagai media massa dirasakan sangat besar manfaatnya, dimana suatu peristiwa dibelahan bumi berbeda, dalam waktu yang bersamaan dapat diikuti khalayak di belahan bumi yang lain. Televisi sebagai media massa dengan kelebihan yang dimiliki, tidak lalu menjadi saingan dari media massa yang lainnya, bahkan bersama media cetak dan radio merupakan tritunggal media massa, yang mempunyai pengaruh dan dengan sendirinya akan membentuk kekuatan yang besar.<sup>11</sup>

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghasilkan suatu peradapan, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Televisi yang bersifat informatif, hiburan maupun pendidikan menjadi fenomena yang besar dan mempunyai peranan yang sangat besar bagi semua khalayak.

---

<sup>9</sup> Kholili, *op.cit.*, hlm. 35

<sup>10</sup> Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1995), hlm 1028

<sup>11</sup> Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1996), hlm. 14

Pada hakekatnya media televisi lahir karena perkembangan teknologi. Akibat dari perkembangannya, teknologi komunikasi televisi akan memberikan pengaruh-pengaruh dalam kehidupan manusia. Pengaruh tersebut bisa di bidang sosial, agama, dan budaya.

Menurut Onong Uchjana Effendi, fungsi media massa ada empat, yakni :

- a. Sebagai media berita informasi (*to inform*)
- b. Sebagai media pendidikan (*to educate*)
- c. Sebagai media hiburan (*to entertain*)
- d. Sebagai media promosi atau mempengaruhi (*to influence*)<sup>12</sup>

Demikian pula dengan televisi, televisi memberikan informasi juga menyajikan hiburan. Sebagai media hiburan televisi senantiasa berlomba untuk menarik perhatian pemirsanya lewat tayangan-tayangan unggulannya yang bersifat menghibur. Dalam hal ini yang patut kita cermati berkaitan dengan fungsi televisi sebagai media hiburan telah menjadikan pemirsa penonton televisi sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan karena televisi merupakan tontonan yang enak dinikmati, gratis, dan efektif.

Hadirnya media massa televisi di tengah masyarakat, tentunya tidak lepas dari tujuan penyampaian pesan yang dibawanya kepada khalayak. Dari pesan-pesan tersebut, media ini mampu menimbulkan

---

<sup>12</sup> Onong Uchjana, Ilmu *Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 11

pengaruh-pengaruh terhadap perilaku para pemirsanya dalam berbagai hal.

### c. Televisi Sebagai Media Dakwah

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat.<sup>13</sup>

Dakwah adalah komunikasi yang didasari oleh keyakinan (*belief*) dan tujuan untuk mengajak manusia menjalankan ketentuan-ketentuan Allah dan memperoleh ridho-Nya. Bagi seorang muslim, sebaik-baik aktivitas komunikasi adalah dakwah, yakni aktivitas yang sungguh-sungguh dalam bentuk mengajak manusia mendekat kepada Allah, dengan memberi dan menjadi teladan kebaikan sebagai suatu kewajiban. Proses untuk mengajak seseorang untuk menuju arahan perilaku yang lebih baik harus melalui proses yang terencana dan terkonsep dengan baik. Disamping itu dibutuhkan pula media-media

---

<sup>13</sup>Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), hlm. 11.

yang dapat membuat kegiatan dakwah menjadi lebih efektif dan efisien.

Kemudian Syukir membagi media dakwah dalam beberapa kategori sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Lembaga-lembaga pendidikan formal. Yang dimaksud adalah lembaga pendidikan yang memiliki sistem kurikulum. Siswa seajar kemampuannya, pertemuan rutin, dan sebagainya. Sehingga yang termasuk di dalamnya adalah sekolah dan lembaga dibawah lingkungan agama, seperti pondok pesantren.
- 2) Lingkungan keluarga. Di mana keluarga merupakan kesatuan sosial yang terdiri ayah, ibu dan anak, atau kesatuan sosial yang terdiri dari beberapa keluarga yang masih ada hubungan darah. Keluarga memiliki kepala keluarga yang berkuasa atas segalanya di dalam keluarga.
- 3) Organisasi-organisasi Islam. Organisasi Islam sudah tentu segala gerak organisasinya berazaskan Islam. Apalagi tujuan organisasinya sedikit banyak menyinggung ukhuwah Islamiyah.
- 4) Hari-hari Besar Islam.
- 5) Media massa, termasuk radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya.
- 6) Seni Budaya.

---

<sup>14</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), hlm. 168.

Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indera-indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Dalam kegiatan dakwah televisi mempunyai peranan penting dalam penyampaian materi dakwah yang berbentuk ajakan secara langsung melalui program acara yang ditayangkan. Di samping itu, televisi merupakan media yang dapat mempengaruhi tindakan audiens atau pemirsa karena pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi menggunakan bahasa lisan dan bahasa gambar, yang bersifat fleksibel sehingga enak dan mudah dipandang oleh komunikator atau pemirsa. Tidak mengherankan lagi bila televisi menjadi sarana penyampaian informasi yang paling banyak digunakan tidak terkecuali sebagai media dakwah.

Dengan pemanfaatan media televisi sebagai media dakwah diharapkan seluruh pesan-pesan dakwah dapat mencapai sasaran secara lebih optimal. Dakwah melalui televisi ini mempunyai kelebihan dan kelemahan. Kelebihan tersebut dapat dilihat dari jangkauan media televisi yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang sulit dijangkau. Selain itu, media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif. Adapun kelemahan yang terjadi apabila dakwah melalui media televisi adalah

pada umumnya masyarakat dalam menonton televisi hanya sebagai melepas lelah atau sebagai hiburan.

Hal ini sesuai dengan teori jarum hipodermik, yang pada hakekatnya merupakan teori komunikasi dengan model searah, selain itu media massa televisi mempunyai pengaruh langsung kepada audiensnya. Yang dimaksud pengaruh langsung disini ialah media televisi mampu mengajak audiens melakukan hal yang lebih baik melalui pesan-pesan dakwah melalui program acara yang ditayangkan di televisi.

#### **d. Sinetron**

Sinetron merupakan kepanjangan dari sinema elektronik yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, yang merupakan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video, melalui proses elektronik lalu ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi. Sebagai media komunikasi massa, sinetron memiliki ciri-ciri diantaranya bersifat satu arah serta terbuka untuk publik secara luas dan tidak terbatas.<sup>15</sup>

Kehadiran sinetron merupakan satu bentuk aktualisasi komunikasi dan interaksi manusia yang diolah berdasarkan alur cerita, untuk mengangkat permasalahan hidup manusia sehari-hari. Banyak sinetron yang menggambarkan sisi-sisi sosial dan moral dalam kehidupan masyarakat, tentu sangat bermanfaat bagi pemirsa dalam

---

<sup>15</sup> Asep Muhyidin.Dkk, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), hlm. 204.

memnentukan sikap. Pesan-pesan dari sinetron kadang terungkap secara simbolis dalam alur ceritanya.

Salah satu sinetron yang paling digemari adalah sinetron yang bertemakan religi. Dimana dalam sinetron tersebut menggambarkan suatu tindakan atau perbuatan baik buruk seseorang dilihat dari segi agama. Sehingga seseorang atau kelompok masyarakat merasa bahwa sinetron merupakan bagian dari kehidupan mereka sehari-hari. Kadang mereka sampai melupakan waktu karena takut ketinggalan alur cerita sinetron tersebut.

Beberapa faktor yang membuat sinetron disukai yaitu:

1. Isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa.
2. Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya masyarakat (pemirsa)
3. Isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Karena ketiga faktor diatas itulah maka acara sinetron selalu mendapat sambutan hangat dari pemirsa. Dalam membuat paket sinetron, kru televisi (sutradara, pengarah acara, dan produser) harus memasukkan isi pesan yang positif bagi pemirsa. Dengan kata lain, pesan sinetron dapat mewakili aktualitas kehidupan masyarakat dalam realitas sosialnya. Banyaknya sinetron yang menggambarkan sisi-sisi sosial dan moral dalam kehidupan masyarakat, tentu sangat bermanfaat

bagi pemirsa dalam menentukan sikap. Pesan-pesan sinetron terkadang terungkap secara simbolis dalam alur ceritanya.

### **3. Minat Ibadah Haji**

#### **a. Pengertian Minat**

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu perasaan campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.<sup>16</sup>

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.<sup>17</sup>

Minat muncul dari masing-masing individu ketika dihadapkan pada beberapa pilihan akan benda, aktifitas, atau hal tertentu untuk kemudian menentukan satu sebagai pilihannya. Demikian juga minat dapat menimbulkan sikap yang merupakan suatu kesiapan berbuat bila ada stimulus sesuai dengan keadaan tersebut.

---

<sup>16</sup> Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hlm. 62.

<sup>17</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 166.

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

Slameto mendefinisikan, minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>18</sup>

Ahmad D. Marimbah menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan jiwa terhadap sesuatu karena kita merasa ada kepentingan dengan sesuatu itu yang disertai dengan perasaan senang akan sesuatu.<sup>19</sup>

Dengan melihat beberapa definisi pengertian minat yang diungkapkan oleh beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa minat adalah rasa suka dan perhatian seseorang terhadap sesuatu baik manusia, benda, ataupun kegiatan yang membuat orang tersebut merasa terikat dan memberikan perhatian penuh terhadap suatu objek yang disukainya tanpa adanya perintah atau paksaan dari luar.

---

<sup>18</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 182.

<sup>19</sup> Ahmad D. Marimbah, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*, (Bandung: PT. Almaarif, 1986), hlm. 79.

## **b. Unsur-Unsur Minat**

Menurut Bigot cs minat mengandung 3 unsur yaitu: kognisi (mengenal), emosi (perasaan) dan konasi (kehendak). Kognisi dalam arti minat itu didahului untuk pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Sedangkan emosi, karena dalam partisipasi itu disertai dengan perasaan tertentu. Dan konasi merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.<sup>20</sup>

Ketiga unsur tersebut dibagi menjadi beberapa bagian diantaranya adalah :

### **a. Perasaan senang**

Orang yang berminat terhadap sesuatu dirinya akan merasa kesenangan, kenikmatan, dan tidak bosan untuk melakukannya. Ini sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Suryabrata dimana minat merupakan kecenderungan yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa objek kegiatan. Objek yang diminati seseorang diperhatikan terus menerus disertai perasaan senang.

### **b. Perasaan tertarik**

Menurut Crow dan Crow minat bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik

---

<sup>20</sup> Abdul Rahman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1983), hlm. 112 .

pada orang, benda atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

c. Perhatian

Orang yang berminat sesuatu terhadap dirinya akan terdapat kecenderungan yang kuat untuk selalu memberikan perhatian yang besar terhadap objek yang diminatinya.

**c. Faktor-faktor yang menimbulkan minat**

Minat adalah keinginan jiwa terhadap sesuatu objek dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang dicita-citakan. Minat dapat timbul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut ini :

1) Faktor internal

Faktor dari dalam atau faktor internal adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat yang datangnya dari dalam diri. Faktor internal tersebut adalah pemusatan, perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal sesuatu yang membuat seseorang mempunyai niat yang datangnya dari luar. Misalnya : dorongan dari orang tua, dorongan dari rekan, tersedianya sarana dan prasarana atau fasilitas dan keadaan lingkungan

Sujanto mengatakan bahwa minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Pengetahuan, yaitu untuk mengetahui pada diri seseorang maka sangat diperlukan adanya pengetahuan atau informasi tentang kegiatan atau objek yang diminatinya.
2. Pengamatan, adalah proses mengenal dunia luar dengan menggunakan indera.
3. Tanggapan, yaitu gambaran pengamatan yang ditinggal dikesadaran sesudah mengamati.
4. Persepsi, yaitu menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia.
5. Sikap, adalah kesadaran diri manusia yang menggerakkan untuk bertindak menyertai manusia dalam menanggapi objek.

#### **d. Ibadah Haji**

Arti kata haji berasal dari bahasa Arab : *hajja-yahujju-hajjan*, yang berarti *qoshada*, yakni bermaksud atau berkunjung. Dalam istilah agama, haji adalah sengaja berkunjung ke Baitullah Al-Haram (Ka'bah) di Makkah untuk melakukan rangkaian amalan yang telah diatur dan ditetapkan oleh Allah Ta'ala sebagai ibadah dan persembahan ari hamba kepada Allah, yang berupa wukuf, thawaf, sa'i, dan amalan

lainnya pada masa tertentu dan tempat tertentu, demi memenuhi panggilan Allah Ta'ala dengan mengharap ridho-Nya.<sup>21</sup>

Semua ulama sepakat bahwa hukum haji wajib bagi setiap umat Islam baik laki-laki maupun perempuan, hanya sekali seumur hidup bagi orang-orang yang mampu (*istitho'ah*).<sup>22</sup> Dasar ibadah haji diwajibkan kepada umat Islam sebagaimana dalam Al-Quran Surat Ali Imran ayat 97 yang artinya :

*Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, maqam Ibrahim: barangsiapa memasukinya menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari, maka sesungguhnya Allah Maha Karya dari semesta alam.*

Haji sebagai salah satu rukun Islam yang kelima dan wajib dilaksanakan setiap muslim yang mampu satu kali seumur hidupnya sesuai ayat diatas. Kewajiban haji bagi setiap muslim yang memiliki kemampuan biaya waktu, tenaga, dan aman dalam perjalanan.

Menunaikan ibadah haji berarti menunaikan rukun Islam yang kelima, untuk melakukan ziarah ke Baitullah dengan melaksanakan rukun dan kewajiban yang telah ditentukan, antara lain : Ihram, wukuf,

---

<sup>21</sup> Djamaluddin Dimjati, *Panduan Ibadah Haji dan Umroh Lengkap Disertai Rahasia dan Hikmahnya*, (Solo: Era Intermedia, 2006), hlm. 3.

<sup>22</sup> Ahmad Kartono dan Sarmidi Husna, *Ibadah Haji Perempuan Menurut Para Ulama Fikih*, (Jakarta: Siraja Prenada Media Group, 2013), hlm. 14.

melontar jumroh, tawaf dan sa'i pada waktu tertentu guna memenuhi panggilan Allah dan mengharap ridho-Nya.

Setiap ibadah, termasuk juga ibadah haji memiliki tujuan (*maqashid*) dan hikmah besar. Yang dimaksud tujuan ibadah haji (*maqashid al-hajj*) adalah maksud yang ingin diraih atau dituju dari pelaksanaan ibadah haji.<sup>23</sup> Diantara tujuan dari ibadah haji adalah :

1. Menaati perintah Allah SWT dengan segala perintah-Nya sebagai ekspresi ketakwaan.
2. Menunjukkan Kebesaran Allah SWT
3. Memperbanyak dzikir kepada Allah SWT
4. Memperoleh haji mabrur dan pahala surga

#### **4. Hubungan Menonton TV Dengan Minat Melaksanakan Ibadah Haji**

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa dengan menggunakan alat-alat komunikasi massa yaitu pers, radio, film atau televisi. Televisi merupakan bagian dari media komunikasi massa karena dalam penyampaian pesannya televisi menggunakan saluran media elektronik melalui gelombang frekwensi radio dan penerimaannya pada pesawat penerima yang muncul pada sebidang layar.

Komunikasi menggunakan media apapun pada prinsipnya sama, sama halnya dengan dakwah. Dakwah melalui televisi pada dasarnya sama dengan dakwah menggunakan media lain berdasarkan prinsip-prinsip yang diajarkan teori komunikasi. Hakekat dakwah itu sendiri adalah

---

<sup>23</sup>*Ibid*, hlm. 17.

mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti ideologi pengajaknya.<sup>24</sup>

Proses dakwah agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien, maka da'i harus mengorganisir unsur-unsur dakwah secara baik dan tepat, salah satunya yaitu media dakwah yang dipakai. Dakwah media massa merupakan suatu proses penyampaian pesan melalui media seperti televisi, yang berupa ajakan seruan dengan tujuan agar orang lain mengikuti ajakan tersebut, atau minimal mengingatkan orang kepada jalan Allah SWT. Televisi sebagai media dakwah merupakan suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal.

Kehadiran media massa khususnya televisi memberikan manfaat positif sebagai media komunikasi, informasi, media hiburan, dan pendidikan. Berbicara tentang efek media massa, ada satu saat ketika media massa dipandang sangat berpengaruh, tetapi ada saat lain ketika media massa dianggap sedikit, bahkan hampir tidak ada pengaruhnya.<sup>25</sup> Perbedaan pandangan ini tidak saja disebabkan karena perbedaan latar belakang teoritis, tetapi juga karena perbedaan mengartikan kata "efek".

Donald K. Roberto, berpendapat bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya

---

<sup>24</sup> Asmuni Syukir, *op.cit.*, hlm. 165

<sup>25</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 215

pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa.<sup>26</sup>

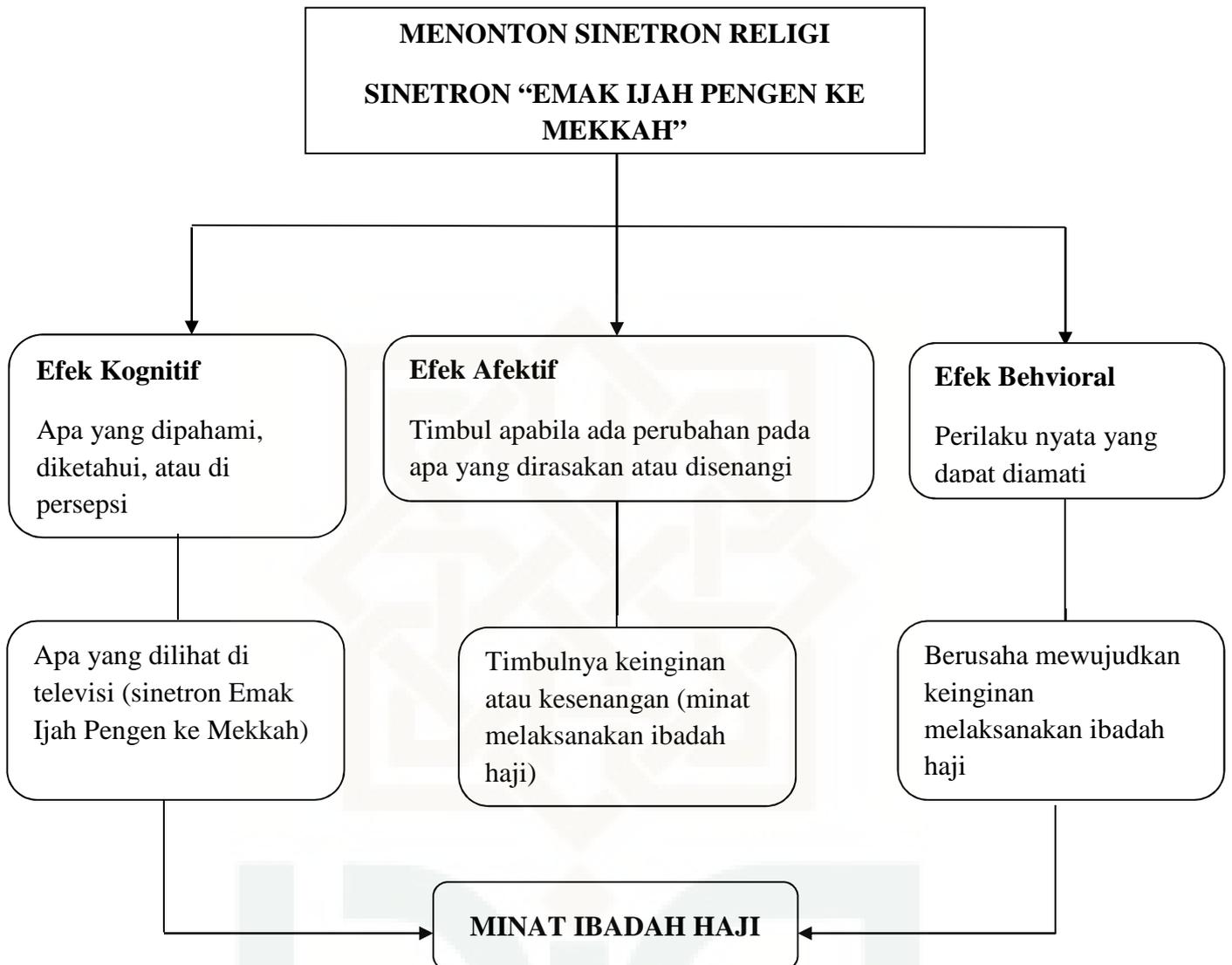
Seperti dalam kajian ini mengenai sinetron yang menyiarkan agama Islam khususnya tentang ibadah haji, maka efek yang terjadi tentang keberagaman ajaran Islamlah yang muncul. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian, minat terhadap sesuatu dipelajari dan dan mempengaruhi belajar kemudian mempengaruhi penerimaan-penerimaan minat baru.<sup>27</sup> Dalam skripsi ini minat yang dimaksudkan adalah minat melaksanakan ibadah haji warga Papringan.

Hal ini sesuai dengan teori jarum hipodermik yang merupakan teori efek komunikasi massa. Efek komunikasi massa meliputi tiga aspek, yaitu kognitif, afektif dan behavioral. Adapun fokus penelitian ini adalah mengenai hubungan menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji yang berhubungan dengan efek, yaitu efek kognitif, afektif, dan behaviorial. Untuk mempermudah dalam memahami hubungan antara menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” dengan minat ibadah haji pada penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

---

<sup>26</sup>*Ibid.*, hlm. 216.

<sup>27</sup>Sadirman A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Yogyakarta:Rake Press, 1980), hlm. 6.



Gambar1. Hubungan antara menonton sinetron religi dengan minat ibadah haji

Minat melaksanakan ibadah haji pada penelitian ini termasuk minat sebagai keadaan psikologis yakni minat yang timbul apabila seseorang memiliki penilaian yang tinggi terhadap suatu kegiatan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana warga Papringan merespon setelah menonton tayangan sinetron “Emak Ijah Pengan ke Mekkah”. Efek yang timbul setelah menonton sinetron “Emak Ijah Pengan ke Mekkah” adalah :

a. Efek Kognitif

Efek ini terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi, pengetahuan, kepercayaan, atau informasi.

b. Efek Afektif

Efek ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai.

c. Efek Behavioral

Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

## H. Hipotesis

### 1. Hipotesis Kerja

Ada hubungan antara menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

### 2. Hipotesis Nol

Tidak ada hubungan antara menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

## **I. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Dusun Papringan, Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.<sup>28</sup> Penelitian survey menitik beratkan pada penelitian relasional, yakni mempelajari hubungan variable-variabel sehingga secara langsung atau tidak langsung hipotesa penelitian senantiasa dipertanyakan.<sup>29</sup>

Penelitian ini merupakan penelitian survey karena penelitian ini ingin mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel yaitu menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

### **3. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 6.

<sup>29</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LPES, 1989), hlm. 3

tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>30</sup> Variabel dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Sementara itu, variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian.<sup>31</sup>

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

- 1) Variabel bebas (X): Menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah”
- 2) Variabel terikat (Y) : Minat melaksanakan ibadah haji

#### **4. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.<sup>32</sup> Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” didefinisi operasionalkan sebagai seberapa jauh responden dalam menonton

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 38.

<sup>31</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 67.

<sup>32</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *op.cit.*, hlm. 46.

tayangan sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah” di SCTV (Surya Citra Televisi) dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- a) Intensitas warga Papringan dalam menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah”.
  - b) Ketertarikan warga Papringan dalam menonton sinetron “Emak Ijah Pngen ke Mekkah”.
  - c) Tingkat adopsi pesan atau tingkat pemahaman pesan.
- 2) Minat melaksanakan ibadah haji didefinisi operasionalkan sebagai dorongan warga Papringan untuk mengunjungi ka’bah Allah dengan sengaja dan tempat-tempat lainnya untuk melaksanakan tawaf, sa’i, wukuf, dan semua perbuatan yang ada hubungannya dengan pelaksanaan manasik, karena memenuhi panggilan Allah dan mencari Ridha-Nya pada waktu tertentu dan niat tertentu dalam rangka ibadah haji yang didasari oleh perasaan senang serta kesadaran yang tinggi akan manfaat dari ibadah haji tersebut. Adapun indikator-indikatornya antara lain :
- a) Perasaan senang
 

Perasasaan senang warga Papringan ketika akan mengunjungi ka’bah Allah dan mengetahui manfaat dari melaksanakan ibadah haji.

b) Perasaan tertarik

Ketertarikan warga Papringan ketika akan melaksanakan ibadah haji dan mempersiapkan segala kebutuhan sebelum pelaksanaan ibadah haji.

c) Perhatian

Perhatian dari warga Papringan ketika akan melaksanakan ibadah haji dan melaksanakan rukun haji, wajib haji, serta syarat-syarat haji.

## 5. Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).<sup>33</sup> Data primer penelitian ini diperoleh dari responden melalui hasil pengisian kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang diambil dari responden melalui wawancara langsung. Dimana responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah warga Dusun Papringan yang beragama Islam usia antara 20-60 tahun serta sering menonton sinetron yang berjumlah 52 orang.

## 6. Populasi dan Sampel Penelitian

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

---

<sup>33</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2010), hlm.171.

kesimpulannya.<sup>34</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah warga Dusun Papringan yang beragama Islam usia antara 20-60 tahun serta sering menonton sinetron yang berjumlah 512 jiwa.

#### **b. Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>35</sup>

Responden yang akan diambil datanya dalam riset ini yaitu warga Dusun Papringan usia 20-60 tahun, yang beragama Islam dan berdomisili tetap di dusun Papringan. Menurut Suharsimi Arikunto, apabila jumlah subyek penelitian lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10-15% atau 25% atau lebih.<sup>36</sup> Dalam penelitian ini unit sampel yang diambil adalah sebesar 10% dari ukuran populasi. Sehingga jumlah sampelnya adalah  $10/100 \times 512 = 51,2$  dibulatkan menjadi 52.

### **7. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Burhan Bungin, pengumpulan data setidaknya meliputi dua hal yaitu pembuatan kuesioner dan teknik wawancara.<sup>37</sup> Tujuannya

---

<sup>34</sup>Sugiyono, *op.cit.*, hlm. 80.

<sup>35</sup>*Ibid.*, hlm. 82.

<sup>36</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 120.

<sup>37</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2001), hlm. 44.

untuk mengumpulkan informasi dan data sebanyak-banyaknya mengenai permasalahan yang akan diteliti yang mungkin tidak bisa didapat dari teknik pengumpulan data yang lain. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

### 1) **Kuesioner (Angket)**

Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mencari informasi suatu masalah dari responden.<sup>38</sup> Kuesioner digunakan sebagai alat untuk memperoleh data dari variabel penelitian yaitu untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara tingkat menonton sinetron Emak Ijah Pngen ke Mekkah dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji. Jenis kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu jawaban telah disediakan oleh peneliti dan responden tinggal memilih salah satu jawabannya.

Pertanyaan angket disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Dari indikator-indikator tersebut penulis menjabarkannya dalam item-item pertanyaan (angket). Sebelum membuat angket untuk diajukan kepada responden, peneliti terlebih dahulu membuat instrumen-instrumen atau kisi-kisi dari pertanyaan tersebut, ini diperlukan guna melihat dan memperjelas permasalahan yang dituangkan dalam angket.

Data yang ingin diperoleh dari kuesioner yaitu mengenai identitas, usia, jenis kelamin, pekerjaan, intensitas dan ketertarikan

---

<sup>38</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 95.

menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah, tingkat adopsi pesan serta minat ibadah haji warga Dusun Papringan, Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

**Tabel 1. Kisi-kisi kuesioner variabel menonton sinetron**

**“Emak Ijah Pengen ke Mekkah”**

No	Inikator	Deskriptor	No. Soal
1	Intensitas Menonton	Seberapa sering menonton atau mengikuti sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”	1,2,3 (favourable)
			10, 11 (unfavourable)
2	Ketertarikan menonton	Seberapa besar keinginan dan ketertarikan pemirsa untuk mengikuti sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”	4,5,6 (favourable)
			12, 13,14 (unfavourable)
3	Tingkat adopsi pesan	Seberapa jauh pemahaman pesan, pelajaran atau hikmah yang bisa didapat dari sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”	7,8,9 (favourable)
			15 (unfavourable)

Skor angket menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” pada setiap item pertanyaan adalah :

Sangat Setuju/ sangat sesuai (SS)	4
Setuju/ sesuai (S)	3
Tidak Setuju/ Tidak sesuai (TS)	2
Sangat Tidak Setuju/ sangat tidak seseuai (STS)	1

**Tabel 2. Kisi-kisi kuesioner variabel minat melaksanakan Ibadah haji**

No	Indikator	Deskriptor	No. Soal
1	Perasaan Senang	Senang karena akan mengunjungi ka'bah Allah dan tau akan manfaat dari melaksanakan ibadah haji	1,2,3,4,5 (Favourable)  6 (Unfavourable)
2	Perasaan Tertarik	Ketertarikan seseorang dalam upaya mempersiapkan pelaksanaan ibadah haji	7,8,9,10,11 (Favourable)  12,13,14,15 (Unfavourable)
3	Perhatian	Perhatian seseorang ketika akan melaksanakan rukun haji, wajib haji dan syarat-syarat haji	16,17,18,19,20,21,22 (Favourable)  23,24,25 (Unfavourable)

Skor untuk setiap item pertanyaan dalam angket minat melaksanakan

ibadah haji yaitu :

Sangat Setuju/ sangat sesuai (SS)	4
Setuju/ sesuai (S)	3
Tidak Setuju/ Tidak sesuai (TS)	2
Sangat Tidak Setuju/ sangat tidak sesuai (STS)	1

## 2) Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data ialah dengan jalan wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan jalan bertanya langsung kepada responden.<sup>39</sup> Oleh karena itu dalam melakukan

<sup>39</sup> Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *op.cit.*, hlm. 192.

wawancara pengumpulan data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

Jenis wawancara yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah interview bebas terpimpin yaitu dengan menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis besar tentang hal-hal yang akan digunakan.<sup>40</sup> Sedangkan pedoman wawancara yang akan penulis gunakan adalah bentuk semistruktur (*Semistructured Interview*) artinya wawancara dilakukan bebas namun terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah dipersiapkan terlebih dahulu.

Dalam wawancara ini peneliti melakukan wawancara dengan Warga Papringan. Wawancara dilakukan dengan menyiapkan segala pertanyaan yang tidak termasuk dalam angket. Struktur pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya tidak bersifat *absolute*, tetapi pertanyaan sebelumnya hanya sebagai panduan saja, untuk selanjutnya pertanyaan dikembangkan sesuai dengan kondisi sehingga mendapatkan data yang lengkap.

## **8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika

---

<sup>40</sup> Kuncaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 129

perrtanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>41</sup>

Uji validitas pada penelitian ini adalah validitas konstruk, dimana validitas konstruk menunjuk pada sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur pengertian-pengertian yang terkandung dalam materi yang akan diukur.<sup>42</sup>

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.<sup>43</sup> Untuk memperoleh data primer yang representative, maka kuesioner yang telah dibuat perlu diuji cobakan.

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan formula *product moment* dari *Pearson* dengan bantuan komputer program SPSS 16. Rumus uji validitas sebagai berikut:

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

r = Koefisien korelasi pearson's product moment

N = Jumlah individu dalam sampel

X = Angka mentah untuk variabel X

Y = Angka mentah untuk variabel Y

$\sum X$  = Jumlah skor total (x)

<sup>41</sup> Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus*, (Yogyakarta: Amara Books, 2007), hlm. 79.

<sup>42</sup> Hamzah B Uno, Herminanto Sofyan, dan I Made Candiasa, *Pengembangan Instrumen Untuk Penelitian*, (Jakarta: DelimaPress, 2001), hlm. 140.

<sup>43</sup> Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *op.cit*, hlm. 122

$\Sigma Y$  = Jumlah skor total (y)

Kriteria validitas adalah  $r(\text{hitung}) \geq r(\text{tabel})$  korelasi *product moment* pada taraf signifikansi 5%. Jika  $r(\text{hitung})$  lebih besar daripada  $r(\text{tabel})$  maka butir pertanyaan dikatakan valid. Sebaliknya bila  $r(\text{hitung})$  lebih kecil dari  $r(\text{tabel})$  maka pertanyaan dikatakan tidak valid.

Setelah diujikan kepada 30 responden, kemudian dilakukan pengolahan data dengan bantuan program komputer SPSS 16. Berikut hasil dari uji validitas kedua variabel:

**Tabel 3**

**Uji Validitas Variabel Menonton**

<b>No. Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0.774	0.361	Valid
2	0.775	0.361	Valid
3	0.802	0.361	Valid
4	0.819	0.361	Valid
5	0.460	0.361	Valid
6	0.800	0.361	Valid
7	0.886	0.361	Valid
8	0.828	0.361	Valid
9	0.838	0.361	Valid
10	0.645	0.361	Valid
11	0.806	0.361	Valid
12	0.782	0.361	Valid
13	0.816	0.361	Valid
14	0.824	0.361	Valid
15	0.721	0.361	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil uji diatas diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel, dimana nilai r tabel untuk

30 responden sebesar 0,361. Artinya, yang memiliki nilai lebih besar dari nilai korelasi 0,361 dikatakan valid. Jadi untuk semua butir soal pada variabel menonton program acara valid.

**Tabel 4**

**Uji Validitas Minat Melaksanakan Ibadah Haji**

No. Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.684	0.361	Valid
2	0.561	0.361	Valid
3	0.830	0.361	Valid
4	0.778	0.361	Valid
5	0.830	0.361	Valid
6	0.799	0.361	Valid
7	0.708	0.361	Valid
8	0.756	0.361	Valid
9	0.872	0.361	Valid
10	0.884	0.361	Valid
11	0.661	0.361	Valid
12	0.334	0.361	Tidak Valid
13	0.407	0.361	Valid
14	0.837	0.361	Valid
15	0.755	0.361	Valid
16	0.475	0.361	Valid
17	0.917	0.361	Valid
18	0.901	0.361	Valid
19	0.859	0.361	Valid
20	0.573	0.361	Valid
21	0.893	0.361	Valid
22	0.755	0.361	Valid
23	0.644	0.361	Valid
24	0.721	0.361	Valid
25	0.582	0.361	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil uji diatas diketahui bahwa terdapat 1 butir pertanyaan yang nilai r hitung lebih kecil dibandingkan dengan r tabel, dimana nilai r tabel untuk 30 responden sebesar 0,361. Hal ini mengindikasikan bahwa 1 butir pertanyaan tersebut

tidak valid. Sementara butir pertanyaan lainnya diketahui bahwa nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel. Jadi untuk soal minat melaksanakan ibadah haji pada penelitian ini terdapat 24 butir soal yang valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama.<sup>44</sup>

Uji realibilitas pada penelitian ini menggunakan uji reliabilitas konsistensi internal. Pendekatan konsistensi internal dimaksudkan untuk menghindari masalah-masalah yang biasanya ditimbulkan oleh pendekatan tes-ulang dan oleh pendekatan bentuk paralel. Prosedurnya hanya memerlukan satu kali pengenaan sebuah tes kepada sekelompok individu sebagai subjek (*single trial administration*).<sup>45</sup> Metode yang digunakan adalah teknik *CronbachAlpha*.

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari  $r$  kritis *product moment*. Atau kita bisa menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas

---

<sup>44</sup> Morissan, dkk., *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 103.

<sup>45</sup> Saifuddin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1992), hlm. 63.

kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.<sup>46</sup>

Setelah melakukan uji validitas pada variabel X dan Y kemudian dilakukan uji reliabilitasnya. Berikut hasil dari uji reliabilitas kedua variabel:

**Tabel 5**

**Uji Reliabilitas Variabel Menonton**

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	15

**Tabel 6**

**Uji Reliabilitas Variabel Minat Melaksanakan Ibadah Haji**

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	25

Sumber: Data Primer, diolah 2014

Untuk variabel menonton sinetron “Emak Ijah Pengek ke Mekkah” menggunakan metode *CronbachAlpha* menunjukkan koefisien *alpha* sebesar 0,933. Jika nilai reliabilitas > 0,60 dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan sudah reliabel. Sedangkan untuk variabel minat melaksanakan ibadah haji hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 yaitu 0,946. Sehingga dapat dikatakan instrumen yang digunakan sudah reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel menonton sinetron “Emak

<sup>46</sup> (<http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-reliabilitas-kuisisioner.html>) diakses tgl 2 Januari 2014

lajah Pengen ke Mekkah” dan variabel minat melaksanakan ibadah haji tersebut reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

## 9. Uji Asumsi Dasar

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal (data parametris). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 7**

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Menonton Sinetron	Minat Ibadah Haji
Kolmogorov-Smirnov Z	0,779	0,759
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,579	0,613

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2014

Pada tabel 7 diatas diperoleh hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal karena nilai Sig. (2-tailed) > 0,05. Terlihat dari output diatas bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari probabilitas data menonton sinetron dan minat ibadah haji yang kesemuanya lebih besar dari 0,05 sehingga kedua data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan linier atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut, kedua variabel harus diuji dengan menggunakan Uji F pada taraf signifikansi 0,05, jika tingkat signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 data berhubungan linier. Adapun hasil uji linieritas sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Uji Linieritas**

Hubungan	F	Sig.
Minat Ibadah Haji * Menonton Sinetron	15,179	0,001

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2014

Pada tabel 8 diatas diperoleh hasil analisis uji linieritas hubungan antara variabel menonton sinetron dan minat ibadah haji menunjukkan taraf signifikansi  $< 0,05$ . Artinya bahwa hubungan antara variabel menonton sinetron dengan minat ibadah haji mempunyai persamaan garis linier alias garis lurus.

## 10. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.<sup>47</sup> Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data tiap variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk

<sup>47</sup> Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *op.cit.*, hlm. 263

menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>48</sup>

#### **a. Deskripsi Data**

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.<sup>49</sup> Untuk mengolah data tersebut peneliti memilih skala pengukuran dengan memakai skala likert. Skala likert ini merupakan dari tipe skala sikap, yang mengukur nilai perilaku susila dan kepribadian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.<sup>50</sup>

Untuk memperoleh data primer yang representative, maka kuesioner yang telah dibuat perlu diuji cobakan. Setelah data terkumpul, data diklasifikasikan dan ditabulasi kemudian diolah dengan rumus statistik dengan bantuan komputer program SPSS. Dengan menggunakan skala Likert ini, maka peneliti akan memperoleh variabel yang akan diukur menjadi dimensi, dan dijabarkan lagi menjadi sub variabel kemudian dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur.

Melalui cara tersebut peneliti bisa mendapat indikator-indikator yang terukur yang bisa untuk membuat item instrumen yang berupa

---

<sup>48</sup>Sugiyono, *op.cit.*, hlm. 147

<sup>49</sup>Riduwan, *Pengantar Statistik Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 20.

<sup>50</sup>*Ibid.*, hlm.26.

pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Kemudian penilaian dalam angket bisa diungkapkan sebagai berikut:

**Tabel 9**

**Pernyataan Positif (*Favourable*)**

Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Tabel 10**

**Pernyataan Negatif (*Unfavourable*)**

Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Tidak Setuju (TS)	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	4

**b. Uji Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi. Analisis korelasi yaitu suatu analisis statistik yang mengukur tingkat asosiasi atau hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) disimbolkan dengan “X” dengan variabel terikat (*dependent variable*) disimbolkan dengan “Y”, dimana hubungan antara dua variabel (X dan Y) disebut korelasi bivariat.<sup>51</sup> Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi dengan alat uji korelasi *Product Moment*. Korelasi *Product Moment* dipergunakan untuk

<sup>51</sup> Danang Sunyoto, *op.cit.*, hlm. 31.

mengetahui tingkat hubungan dan menguji hipotesis hubungan antara dua variabel, bila data berbentuk rasio atau interval.<sup>52</sup>

Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu melihat pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi pada tabel 11.

**Tabel 11**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

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

Sumber: Suharsimi Arikunto<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Sugiyanto, *Analisis Statistika Sosial*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), hlm. 177

<sup>53</sup> Riduwan, *op.cit.*, hlm. 218.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis tentang tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dan minat ibadah haji pada bab sebelumnya, diketahui bahwa menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” berhubungan dengan minat untuk melaksanakan ibadah haji warga Papringan.

Kemudian dari hasil penelitian ini juga dapat disimpulkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dalam kategori sedang, artinya bahwa tingkat intensitas, ketertarikan dan adopsi pesan menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” warga Papringan adalah cukup.
2. Mengenai minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji tergolong dalam kategori sedang, artinya bahwa minat warga Papringan dalam melaksanakan ibadah haji tidak sepenuhnya diinginkan melainkan hanya minat impian saja.
3. Terdapat hubungan antara menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji. Akan tetapi tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” bukan merupakan faktor utama yang memberikan pengaruh. Melainkan

pada dasarnya sebagai faktor pendukung positif untuk lebih meningkatkan minat warga untuk melaksanakan ibadah haji. Hasil ini sesuai dengan teori jarum hipodermik yang dikemukakan oleh David K. Berlo bahwa teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung yang seakan-akan “disuntikkan” ke dalam ketidaksadaran audiens. Hal ini merupakan efek atau akibat-akibat lain dari penggunaan media seperti halnya pembentukan atau perubahan sikap, perubahan perasaan, perubahan pandangan, perubahan pengetahuan yang sering kali bukan merupakan tujuan utama seseorang dalam mengonsumsi media. Kaitanya dalam penelitian ini secara langsung adanya adopsi tingkat menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” memberikan dampak pada minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji.

## **B. Saran**

Beberapa saran yang dapat disampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah:

1. Untuk masyarakat Dusun Papringan, Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dalam beragama khususnya ibadah haji.
2. Untuk sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” tetap mempertahankan sisi Islamiah dalam isi sinetron sehingga setiap warga yang menonton dapat dijadikan patokan positif dalam penyempurna Agama Islam dalam diri.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa hendaknya menambahkan variabel-variabel lain dan yang diperkirakan

mempunyai kaitanya dengan minat untuk melaksanakan ibadah haji seperti dari faktor sosial dan perekonomian. Selain itu perlu adanya perluasan subyek lain dalam penelitian seperti tayangan ibadah haji di TV, ceramah haji di radio dan TV, dan lain-lain.

### **C. Penutup**

*Alhamdulillah* *rabbil'alam*, segala puji bagi Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada semua makhluknya tanpa terkecuali kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” dengan minat warga Papringan untuk melaksanakan ibadah haji”. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Tidak lupa penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi isi maupun pembahasannya. Oleh karena itu penulis mengaharap kritik dan saran yang membangun demi hasil terbaik untuk penelitian ini.

Harapan dari penulis meskipun skripsi ini sangatlah sederhana, semoga bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis untuk bisa lebih banyak menambah karya tulisnya. Hanya dengan bantuan Allah SWT skripsi ini bisa selesai. Akhir kata hanya terucap dari penulis terimakasih dan mohon maaf sebesar-besarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Abror, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1983.
- Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Ahmad D. Marimbah, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*, Bandung: PT. Almaarif, 1986.
- Ahmad Kartono dan Sarmidi Husna, *Ibadah Haji Perempuan Menurut Para Ulama Fikih*, Jakarta: Siraja Prenada Media Group, 2013.
- Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- Arini Hidayati, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998.
- Asep Muhyidin.Dkk, *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002.
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2001.
- Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus*, Yogyakarta: Amara Books, 2007.
- Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1996.
- Djamaluddin Dimjati, *Panduan Ibadah Haji dan Umroh Lengkap Disertai Rahasia dan Hikmahnya*, Solo: Era Intermedia, 2006.
- Elvinaro Ardianto dan Lukiat Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simboisa Rekatama Media, 2004.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2010.
- Hamzah B Uno, Herminanto Sofyan, dan I Made Candiasa, *Pengembangan Instrumen Untuk Penelitian*, Jakarta: DelimaPress, 2001.

- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: CV. Remadja Karya, 1984.
- Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Kholili, *Komunikasi untuk Dakwah Suatu Pengantar*, Jakarta: CV. Amanah, 2009.
- Kuncaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989.
- Morissan, dkk., *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Nurudin M.Si, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Riduwan, *Pengantar Statistik Sosial*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sadirman A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, Yogyakarta:Rake Press, 1980.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Saifuddin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1992.
- Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Sugiyanto, *Analisis Statistika Sosial*, Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi, Perspektif, Ragam, & Aplikasi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009

Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Media Televisi)*, Jakarta : PT Rineka Cipta, 1996.

Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1995.

<http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-reliabilitas-kuisisioner.html>, diakses tgl 2 Januari 2014

[http://id.wikipedia.org/wiki/Emak\\_Ijah\\_Pengen\\_Ke\\_Mekah#Pemain](http://id.wikipedia.org/wiki/Emak_Ijah_Pengen_Ke_Mekah#Pemain), diakses pada: 1Februari 2014

<http://www.saraung.com/2013/07/pemain-sinetron-emak-ijah-pengen-ke.html>, diakses 03 Desember 2013

# LAMPIRAN

## **ANGKET**

Sehubungan dengan diperlukannya sejumlah data dalam rangka penelitian untuk menyusun skripsi sebagai persyaratan kelulusan pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka kami mohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dengan mengisi angket berikut ini.

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerelaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi angket ini saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Desember 2013

Hormat Saya,

**Eliyana Romantiastuti**

## ANGKET PENELITIAN

Dalam angket ini tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban yang Anda pilih adalah benar, asalkan Anda menjawabnya dengan jujur. Kerahasiaan identitas dan jawaban Anda dijamin oleh peneliti. Oleh karena itu, usahakan agar jangan sampai ada nomor yang terlewat dan saya mengucapkan terimakasih atas kerjasama, bantuan serta kesediaan Anda untuk mengisi angket ini.

### a. Identitas Responden

Nama :  
Umur :  
Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan  
Pekerjaan :

### b. Petunjuk pengisian

1. Bacalah dengan teliti dan cermat setiap item-item pertanyaan
2. Jawablah pertanyaan tersebut sesuai dengan kondisi saudara dengan sejujurnya.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang saudara anggap tepat atau paling sesuai menurut pendapat saudara dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu huruf SS, S, TS, STS, dengan kriteria :  
SS : bila pertanyaan tersebut sangat sesuai dengan diri anda  
S : bila pertanyaan tersebut sesuai dengan diri anda  
TS : bila pertanyaan tersebut tidak sesuai dengan diri anda  
STS : bila pertanyaan tersebut sangat tidak sesuai dengan diri anda
4. Demi kelancara dalam penyusunan skripsi, kami mohon saudara mengembalikan angket ini tepat pada waktunya (maksimal satu minggu setelah saudara memperoleh angket)

**TERIMAKASIH DAN SELAMAT MENGISI**

### Kuesioner Untuk Menonton Sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah setiap episodenya				
2	Dalam sekali tayangan sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah, saya selalu mengikuti ceritanya dari awal sampai akhir				
3	Saya selalu ingin mengikuti sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah				
4	Saya merasa kesal ketika sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah tidak bisa ditayangkan karena ada siaran langsung, misalnya bola, live musik				
5	Saya tahu jam tayang sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah				
6	Saya terganggu jika ada suara lain (gaduh, orang lain mengajak bicara) ketika saya menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah				
7	Sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah memberikan hal-hal positif tentang pengetahuan beragama saya				
8	Saya sering menceritakan pengetahuan saya dari menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah kepada saudara dan teman-teman saya				
9	Sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah membuat saya lebih yakin terhadap agama Islam, khususnya dalam hal ibadah haji				
10	Saya sibuk jadi sulit menyempatkan waktu untuk menonton atau mengikuti sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah				

11	Saya jarang menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah karena penayangannya bersamaan dengan acara favorit saya di stasiun TV lain				
12	Saya merasa menonton sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah merupakan hal yang membosankan				
13	Sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah tidak begitu menarik karena kadang hanya menonjolkan kisah percintaan				
14	Sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah tidak begitu menarik karena ceritanya hampir mirip dengan film Emak Pengen Naik Haji				
15	Saya merasa sinetron Emak Ijah Pengen ke Mekkah tidak memberikan banyak dampak positif				

## Kuesioner Untuk Minat Ibadah Haji

### a. Perasaan Senang

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa senang jika dapat pergi haji dengan hasil kerja keras saya sendiri				
2	Saya senang jika bisa menjalankan rukun Islam yang kelima				
3	Saya akan merasa senang jika dapat memanjatkan do'a di Baitullah				
4	Ibadah haji dapat mempengaruhi ketaqwaan seseorang				
5	Ibadah haji dapat meningkatkan kualitas iman seseorang				
6	Saya keberatan jika menunaikan ibadah haji, karena meninggalkan keluarga dirumah				

### b. Ketertarikan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
7	Bila saya mampu saya akan menunaikan ibadah haji				
8	Menurut saya ibadah haji merupakan ibadah yang istimewa				
9	Jika saya bisa pergi haji saya akan membeli buku-buku penunjang untuk belajar tentang ibadah haji				
10	Saya akan mencari informasi tentang layanan pemberangkatan haji				
11	Saya akan berusaha untuk mensucikan hati dari segala kesalahan baik kepada Allah SWT maupun sesame sebelum melaksanakan ibadah haji				

12	Saya tidak berminat pergi haji karena prosedurnya susah				
13	Saya fikir pergi haji itu bagi orang kaya saja				
14	Saya tidak ingin pergi haji karena disana ribet				
15	Ibadah haji hanya menghabiskan uang saja				

**c. Perhatian**

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
16	Saya merasa bangga jika saudara saya pergi haji				
17	Saya akan melempar jumroh yang di ibaratkan melempar syaitan				
18	Saya akan mencium hajar aswat				
19	Saya akan berdoa dan menangis dosa-dosa saya saat wukuf di padang arafah				
20	Saya akan belajar Berbahasa Arab sebelum menunaikan ibadah haji				
21	Saya akan memegang dan mencium ka'bah				
22	Saya berharap mampu melaksanakan semua kewajiban dalam ibadah haji				
23	Sa'i itu hanya membuat kaki capek karena harus mengitari ka'bah sebanyak 7 kali				
24	Saya akan berfoto ria di dekat ka'bah				
25	Sambil haji saya juga akan berlibur disana				

## **PANDUAN WAWANCARA**

1. Apakah bapak/ibu/saudara/saudari sering menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”?
2. Dalam mendengarkan acara ini bapak/ibu/saudara/saudari mendengarkan sendirian atau bersama yang lain?
3. Setelah menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah” ini apakah mempengaruhi minat bapak/ibu/saudara/saudari untuk melaksanakan ibadah haji?
4. Adakah alasan tertentu mengapa bapak/ibu/saudara/saudari menonton sinetron “Emak Ijah Pengen ke Mekkah”?

## UJI VALIDITAS MENONTON SINETRON

### a. Intensitas Menonton

#### Correlations

		X1	i1	i2	i3	i10	i11
X1	Pearson Correlation	1	.774**	.775**	.802**	.645**	.806**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
i1	Pearson Correlation	.774**	1	.698**	.483**	.288	.495**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.123	.005
	N	30	30	30	30	30	30
i2	Pearson Correlation	.775**	.698**	1	.510**	.248	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.186	.008
	N	30	30	30	30	30	30
i3	Pearson Correlation	.802**	.483**	.510**	1	.439*	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.004		.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30
i10	Pearson Correlation	.645**	.288	.248	.439*	1	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000	.123	.186	.015		.006
	N	30	30	30	30	30	30
i11	Pearson Correlation	.806**	.495**	.473**	.605**	.490**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.008	.000	.006	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

**b. Ketertarikan Menonton**

**Correlations**

		X2	i4	i5	i6	i12	i13	i14
X2	Pearson Correlation	1	.819**	.460*	.800**	.782**	.816**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
i4	Pearson Correlation	.819**	1	.348	.759**	.625**	.514**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000		.059	.000	.000	.004	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
i5	Pearson Correlation	.460*	.348	1	.443*	.244	.097	.148
	Sig. (2-tailed)	.011	.059		.014	.193	.609	.435
	N	30	30	30	30	30	30	30
i6	Pearson Correlation	.800**	.759**	.443*	1	.532**	.481**	.440*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014		.002	.007	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30
i12	Pearson Correlation	.782**	.625**	.244	.532**	1	.545**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.193	.002		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
i13	Pearson Correlation	.816**	.514**	.097	.481**	.545**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.609	.007	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
i14	Pearson Correlation	.824**	.489**	.148	.440*	.628**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.435	.015	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**c. Adopsi Pesan**

**Correlations**

		X3	i7	i8	i9	i15
X3	Pearson Correlation	1	.886**	.828**	.838**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
i7	Pearson Correlation	.886**	1	.614**	.771**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003
	N	30	30	30	30	30
i8	Pearson Correlation	.828**	.614**	1	.608**	.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.007
	N	30	30	30	30	30
i9	Pearson Correlation	.838**	.771**	.608**	1	.356
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.053
	N	30	30	30	30	30
i15	Pearson Correlation	.721**	.519**	.485**	.356	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.007	.053	
	N	30	30	30	30	30

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

## UJI VALIDITAS MINAT IBADAH HAJI

### a. Perasaan Senang

#### Correlations

		Y1	i16	i17	i18	i19	i20	i21
Y1	Pearson Correlation	1	.684**	.561**	.830**	.778**	.830**	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
i16	Pearson Correlation	.684**	1	.704**	.261	.439*	.261	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.164	.015	.164	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
i17	Pearson Correlation	.561**	.704**	1	.127	.369*	.127	.355
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.504	.045	.504	.054
	N	30	30	30	30	30	30	30
i18	Pearson Correlation	.830**	.261	.127	1	.619**	1.000*	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.164	.504		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
i19	Pearson Correlation	.778**	.439*	.369*	.619**	1	.619**	.477**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.045	.000		.000	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
i20	Pearson Correlation	.830**	.261	.127	1.000*	.619**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.164	.504	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
i21	Pearson Correlation	.799**	.507**	.355	.601**	.477**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.054	.000	.008	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**b. Perasaan Tertarik**

**Correlations**

	Y2	i22	i23	i24	i25	i26	i27	i28	i29	i30
Y2 Pearson Correlation	1	.708*	.756*	.872*	.884*	.661*	.334	.407*	.837*	.755*
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.071	.025	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i22 Pearson Correlation	.708*	1	.546*	.535*	.557*	.425*	.229	.237	.479*	.392*
Sig. (2-tailed)	.000		.002	.002	.001	.019	.224	.207	.007	.032
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i23 Pearson Correlation	.756*	.546*	1	.700*	.545*	.428*	.301	.147	.492*	.540*
Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.002	.018	.106	.437	.006	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i24 Pearson Correlation	.872*	.535*	.700*	1	.883*	.724*	.045	.215	.667*	.606*
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000	.812	.253	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i25 Pearson Correlation	.884*	.557*	.545*	.883*	1	.675*	.178	.204	.767*	.651*
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.000		.000	.347	.279	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i26 Pearson Correlation	.661*	.425*	.428*	.724*	.675*	1	-.103	.029	.472*	.365*
Sig. (2-tailed)	.000	.019	.018	.000	.000		.590	.878	.009	.047
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i27 Pearson Correlation	.334	.229	.301	.045	.178	-.103	1	.376*	.188	.037



i33	Pearson Correlation	.901 **	.368 *	.960 **	1	.888 **	.525 **	.849 **	.691 **	.425 *	.470 **	.361 *
	Sig. (2-tailed)	.000	.046	.000		.000	.003	.000	.000	.019	.009	.050
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i34	Pearson Correlation	.859 **	.433 *	.870 **	.888 **	1	.507 **	.800 **	.627 **	.418 *	.466 **	.213
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.000	.000		.004	.000	.000	.021	.009	.258
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i35	Pearson Correlation	.573 **	.194	.491 **	.525 **	.507 **	1	.561 **	.249	.394 *	.228	.221
	Sig. (2-tailed)	.001	.305	.006	.003	.004		.001	.185	.031	.225	.240
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i36	Pearson Correlation	.893 **	.282	.850 **	.849 **	.800 **	.561 **	1	.669 **	.534 **	.484 **	.499 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.131	.000	.000	.000	.001		.000	.002	.007	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i37	Pearson Correlation	.755 **	.397 *	.707 **	.691 **	.627 **	.249	.669 **	1	.299	.510 **	.373 *
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.000	.000	.000	.185	.000		.108	.004	.042
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i38	Pearson Correlation	.644 **	.087	.430 *	.425 *	.418 *	.394 *	.534 **	.299	1	.694 **	.530 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.648	.018	.019	.021	.031	.002	.108		.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i39	Pearson Correlation	.721 **	.216	.512 **	.470 **	.466 **	.228	.484 **	.510 **	.694 **	1	.760 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.251	.004	.009	.009	.225	.007	.004	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
i40	Pearson Correlation	.582 **	-.031	.412 *	.361 *	.213	.221	.499 **	.373 *	.530 **	.760 **	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.869	.024	.050	.258	.240	.005	.042	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## UJI RELIABILITAS

### Uji Reliabilitas Variabel Menonton

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	15

### Uji Reliabilitas Variabel Minat Melaksanakan Ibadah Haji

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	25

### DATA RESPONDEN WARGA DUSUN PAPRINGAN

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>
1	Riyanto	Laki-laki
2	Jumali	Laki-laki
3	Ponimin	Laki-laki
4	Suratmi	Perempuan
5	Tutik Ariyanti	Perempuan
6	Iskandariyah	Perempuan
7	Subariyah	Perempuan
8	Dyah Hartuti	Perempuan
9	Agus Hartanto	Laki-laki
10	Yuli Sri Utami	Perempuan
11	Waginah	Perempuan
12	Ny. Kasmi Winarsih	Perempuan
13	Sri Rejeki Wulansari	Perempuan
14	Supanto	Laki-laki
15	Budi Santoso	Laki-laki
16	Tri Haryanti	Perempuan
17	Premastuti	Perempuan
18	Aniek Indarwati	Perempuan
19	Dewi Septyawati	Perempuan
20	Nasir	Perempuan
21	Saminah	Perempuan
22	Kustiyah Ali Waris	Perempuan
23	Suprihadi	Laki-laki
24	Deki Wijaya Putra	Laki-laki
25	Karel	Laki-laki
26	Sigit Purwanto	Laki-laki
27	Slamet Widodo	Laki-laki
28	Suparti	Perempuan
29	Veni Wahyuni	Perempuan
30	Rr. Retno Ambarukminingsih	Perempuan
31	Marni	Perempuan
32	Hadi Suhardjo	Laki-laki
33	Painem	Perempuan
34	Juminem	Perempuan
35	Kunta Wardhana	Laki-laki
36	Nugroho	Laki-laki

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>
37	Rural Luferi	Perempuan
38	Ucik Wijayanti	Perempuan
39	Ngatiyem	Perempuan
40	Atiek	Perempuan
41	Dalayah	Perempuan
42	Heni Rusyanti	Perempuan
43	Indri	Perempuan
44	Jeri Seviroyen	Laki-laki
45	Arifianto	Laki-laki
46	Tumirah	Perempuan
47	Rahmat	Laki-laki
48	Suwartini	Perempuan
49	Sarinah	Perempuan
50	Hasiyah	Perempuan
51	Rasyid	Perempuan
52	Rohman	Laki-laki

**DATA MENONTON SINETRON EMAK IJAH PENGEN KE MEKKAH**

NO	SUBYEK	NOMOR PERTANYAAN															JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Riyanto	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	57
2	Jumali	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	30
3	Ponimin	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	38
4	Suratmi	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	37
5	Tutik Ariyanti	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	51
6	Iskandariyah	2	2	2	2	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	34
7	Subariyah	2	4	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	40
8	Dyah Hartuti	3	3	4	3	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3	49
9	Agus Hartanto	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	19
10	Yuli Sri Utami	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21
11	Waginah	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	48
12	Ny.Kasmi	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	3	4	3	3	4	42
13	Sri Rejeki	2	1	2	3	4	2	2	3	1	3	1	3	3	2	3	35
14	Supanto	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	47
15	Budi Santoso	2	2	2	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	3	4	40
16	Tri Haryanti	2	1	3	2	4	2	2	3	1	4	4	3	3	3	4	41
17	Premastuti	2	3	3	3	3	2	3	3	1	4	2	4	2	3	3	41
18	Aniek Indarwati	2	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	21
19	Dewi Septyawati	1	1	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	44
20	Nasir	2	2	4	3	4	3	2	4	2	2	2	4	1	1	3	39
21	Saminah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
22	Kustiyah Ali	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	43
23	Suprihadi	2	1	2	2	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	1	22
24	Deki Wijaya	2	2	2	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	35
25	Karel	1	1	3	3	4	2	2	3	2	1	2	3	1	1	2	31
26	Sigit Purwanto	3	2	2	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	37
27	Slamet Widodo	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	44
28	Suparti	1	1	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	1	1	33
29	Veni Wahyuni	2	2	4	3	4	3	1	1	1	4	3	4	4	4	4	44
30	Rr. Retno	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	37
31	Marni	2	2	1	2	1	2	3	2	3	1	1	2	2	1	4	29
32	Hadi Suhardjo	4	2	3	1	4	2	3	1	4	2	2	2	1	1	2	34
33	Painem	4	2	1	1	2	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	36
34	Juminem	3	4	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	36
35	Kunta Wardhana	3	2	3	1	1	3	1	2	2	2	3	1	3	2	3	32
36	Nugroho	1	2	1	3	1	4	4	3	1	2	1	4	3	4	2	36

NO	SUBYEK	NOMOR PERTANYAAN															JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
37	Rural Luferi	4	2	2	4	4	3	3	2	2	2	3	2	3	4	2	42
38	Ucik Wijayanti	4	1	3	2	2	3	4	2	4	2	1	2	2	3	3	38
39	Ngatiyem	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	2	2	1	40
40	Atiek	3	3	1	2	3	4	3	3	1	1	4	3	1	3	4	39
41	Daliyah	3	3	2	1	4	2	3	1	1	2	3	2	2	2	2	33
42	Heni Rusyanti	4	4	3	3	3	4	1	3	3	3	4	2	4	4	4	49
43	Indri	3	3	2	3	4	2	1	1	1	3	4	2	4	3	2	38
44	Jeri Seviroyen	4	3	3	3	2	4	2	1	1	3	1	3	4	2	4	40
45	Arifianto	2	3	4	2	4	2	2	2	4	4	1	2	1	3	4	40
46	Tumirah	2	1	2	3	2	4	3	2	3	1	2	4	3	3	3	38
47	Rahmat	1	4	2	3	4	3	3	1	4	3	2	1	2	4	3	40
48	Suwartini	2	2	1	2	4	3	3	2	2	1	1	3	3	3	2	34
49	Sarinah	3	2	3	3	4	2	4	4	4	1	1	1	1	1	1	35
50	Hasiyah	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	3	2	4	39
51	Rasyid	4	1	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	3	1	3	31
52	Rohman	2	1	1	3	2	3	2	2	2	1	1	4	2	3	2	31

**DATA MINAT IBADAH HAJI**

No	Subyek	NOMOR PERTANYAAN																							JUMLAH	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		25
1	Riyanto	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	3	3	2	2	4	4	4	3	4	74
2	Jumali	3	3	1	1	1	2	1	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	47
3	Ponimin	3	4	1	2	1	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	4	3	4	3	4	70
4	Suratmi	4	4	2	2	2	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	58
5	Tutik Ariyanti	3	4	1	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	52
6	Iskandariyah	4	4	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	3	4	1	3	3	57
7	Subariyah	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	2	2	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	79
8	Dyah Hartuti	3	3	1	1	1	1	3	4	3	3	4	4	2	2	2	4	3	4	2	4	3	3	3	3	66
9	Agus Hartanto	4	4	1	1	1	1	3	3	3	3	4	4	2	1	3	2	2	2	1	2	3	2	1	1	54
10	Yuli Sri Utami	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	2	84
11	Waginah	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	4	4	3	3	3	80
12	Ny. Kasmi Winarsih	1	1	3	1	3	2	3	3	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	2	2	40
13	Sri Rejeki Wulansari	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	2	4	4	2	2	2	74
14	Supanto	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	76
15	Budi Santoso	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	1	87
16	Tri Haryanti	2	4	3	1	3	3	1	3	2	2	3	3	2	2	4	3	2	2	1	2	4	2	3	3	60
17	Premastuti	3	4	3	3	3	1	3	4	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	1	1	59
18	Aniek Indarwati	3	3	1	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	41
19	Dewi Septyawati	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	65
20	Nasir	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	2	2	1	65
21	Saminah	2	2	3	3	3	1	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	52
22	Kustiyah Ali Waris	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	2	2	2	79
23	Suprihadi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
24	Deki Wijaya Putra	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	35
25	Karel	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	1	3	4	2	3	3	79
26	Sigit Purwanto	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74
27	Slamet Widodo	3	4	3	2	3	2	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	81
28	Suparti	3	4	2	3	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	2	4	3	3	2	69
29	Veni Wahyuni	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	91
30	Rr. Retno	2	4	1	2	1	2	4	4	2	2	2	2	1	1	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	65
31	Marni	2	1	2	4	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	3	2	3	2	2	4	66
32	Hadi Suhardjo	1	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	1	3	2	2	2	2	1	1	2	3	3	1	54
33	Painem	2	4	4	2	2	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	81
34	Juminem	4	3	3	3	3	4	2	1	2	2	2	1	2	4	2	3	3	2	3	2	2	2	3	4	62
35	Kunta Wardhana	4	3	3	2	3	1	1	3	2	1	2	1	4	3	4	3	3	4	4	1	2	3	1	3	61
36	Nugroho	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	4	3	1	2	1	1	2	2	3	2	3	2	53

No	Subyek	NOMOR PERTANYAAN																							JUMLAH	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		25
37	Rural Luferi	2	3	1	3	4	2	3	2	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	68
38	Ucik Wijayanti	4	4	2	4	3	2	3	2	2	3	4	4	1	2	3	1	1	3	2	3	3	2	3	4	65
39	Ngatiyem	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3	4	1	1	1	3	3	2	3	2	2	1	64
40	Atiek	3	1	2	3	1	4	3	2	3	4	3	3	3	2	4	2	2	3	4	4	1	3	3	3	66
41	Dalayah	3	3	3	1	4	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	1	2	4	2	61
42	Heni Rusyanti	3	3	1	3	3	2	4	3	4	4	3	4	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	1	64
43	Indri	3	4	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	2	61
44	Jeri Seviroyen	1	3	2	1	2	1	3	3	3	2	1	2	3	4	3	1	1	1	1	3	1	3	2	1	48
45	Arifianto	3	4	3	2	4	2	1	2	2	1	2	1	3	1	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	64
46	Tumirah	4	4	3	3	3	3	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	67
47	Rahmat	3	1	1	2	3	1	4	2	3	3	4	3	2	4	2	1	2	3	1	1	3	3	2	2	56
48	Suwartini	3	4	2	3	4	2	4	4	4	1	2	1	4	4	1	4	2	3	3	4	3	3	4	3	72
49	Sarinah	3	2	2	2	4	2	1	3	1	2	1	2	1	4	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	56
50	Hasiyah	3	4	2	1	4	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	66
51	Rasyid	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	1	3	3	4	2	2	3	4	3	2	2	2	2	1	65
52	Rohman	4	4	3	2	4	3	4	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	4	73

## DESKRIPTIF RESPONDEN

### Intensitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	13	25.0	25.0	25.0
	Sedang	32	61.5	61.5	86.5
	Tinggi	7	13.5	13.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

### Ketertarikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	7	13.5	13.5	13.5
	Sedang	33	63.5	63.5	76.9
	Tinggi	12	23.1	23.1	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

### Adopsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	8	15.4	15.4	15.4
	Sedang	37	71.2	71.2	86.5
	Tinggi	7	13.5	13.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

### Senang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	8	15.4	15.4	15.4
	Sedang	27	51.9	51.9	67.3
	Tinggi	17	32.7	32.7	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

### Tertarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	5	9.6	9.6	9.6
	Sedang	22	42.3	42.3	51.9
	Tinggi	25	48.1	48.1	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

### Perhatian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	10	19.2	19.2	19.2
	Sedang	26	50.0	50.0	69.2
	Tinggi	16	30.8	30.8	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

**ANALISIS KORELASI BIVARIATHUBUNGANANTARA MENONTON  
SINETRON DENGAN MINAT IBADAH HAJI**

**Correlations**

		MINAT	MENONTON
Pearson Correlation	MINAT	1.000	.234
	MENONTON	.234	1.000
Sig. (1-tailed)	MINAT	.	.047
	MENONTON	.047	.
N	MINAT	52	52
	MENONTON	52	52

## ANALISIS KORELASI DIMENSI

### Correlations

		intensitas	ketertarikan	Adopsi	minat
Pearson Correlation	intensitas	1.000	.613	.503	.140
	ketertarikan	.613	1.000	.476	.262
	adopsi	.503	.476	1.000	.177
	minat	.140	.262	.177	1.000
Sig. (1-tailed)	intensitas	.	.000	.000	.161
	ketertarikan	.000	.	.000	.031
	adopsi	.000	.000	.	.105
	minat	.161	.031	.105	.
N	intensitas	52	52	52	52
	ketertarikan	52	52	52	52
	adopsi	52	52	52	52
	minat	52	52	52	52

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Eliyana Romantiastuti  
Tempat/Tgl.Lahir : Sleman, 23 Juni 1991  
Alamat : Papringan, Jl Petung 32C RT.10 RW.04  
Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281  
Nama Ayah : Bp. Suwarjo  
Nama Ibu : Ibu Ariyanti

### B. Riwayat Pendidikan

#### 1. Pendidikan Formal

- a. SD N Caturtunggal VII, Lulus Tahun 2003
- b. SMP N 1 Depok, Lulus Tahun 2006
- c. SMA N 1 Ngaglik, Lulus Tahun 2009

#### 2. Pendidikan Non-Formal

- a. Yayasan Cipto Bhakti Husodo Tahun 2009

### C. Prestasi Penghargaan

1. Juara I Hafalan Surat Pendek Antar TPA se-Ambarrukmo
2. Fashion Show Busana Muslimah LKP Azzahra
3. Pemilihan Model Muslimah Farahdi Center 2013

### D. Pengalaman Organisasi

1. Jamaah Cinema Mahasiswa (JCM)