

**HUBUNGAN MENONTON PROGRAM ACARA DUA HIJAB DI TRANS 7
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN HIJAB MAHASISWI FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA (PERIODE 2014-2016)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat

Memperoleh Gelar sarjana Strata 1

Disusun Oleh:

Reni Puput Sundari

NIM 13210047

Dosen Pembimbing

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.

19680103 199503 1 001

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

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-02/Un.02/DD/PP.00.9/01/2018

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN MENONTON PROGRAM ACARA DUA HIJAB DI TRANS 7
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN HIJAB MAHASISWI FAKULAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA (PERIODE 2014 - 2016)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RENI PUPUT SUNDARI
Nomor Induk Mahasiswa : 13210047
Telah diujikan pada : Kamis, 21 Desember 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

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

Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1 006

Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
NIP. 19840307 201401 1 013

Yogyakarta, 21 Desember 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
DEKAN



Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



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

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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr.wb

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

Nama : Reni Puput Sundari
NiM : 13210047
Judul Skripsi : HUBUNGAN MENONTON PROGRAM ACARA DUA HIJAB
DI TRANS7 TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN HIJAB MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA (PERIODE
2014-2016)

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

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

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 11 November 2017



Ketua Jurusan KPI

Abdul Rozak, M. Pd
NIP 19671006 199403 1 003

Pembimbing

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reni Puput Sundari
NIM : 13210047
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : Hubungan Menonton Program Acara Dua Hijab di Trans7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Yogyakarta, 17 November 2017

Yang menyatakan,



Reni Puput Sundari
13210047

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Assalamu'alikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reni Puput Sundari

NIM : 13210047

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan sebenar-benarnya.

Wassalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Yogyakarta, 17 November 2017

Yang menyatakan,



Reni Puput Sundari

13210047

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk Ayah Damar, ibuku Katini dan nenekku Tumini tersayang serta Alm. Kakek Jasmin yang sudah memberikan dukungan serta kasih sayang selama saya menempuh pendidikan S1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terimakasih juga kepada teman-teman yang selalu ada disaat duka maupun suka.



HALAMAN MOTTO

Kegagalan ibarat tanda koma dalam sebuah kalimat

Dia membuat jeda, tapi tak membuat henti

Hingga akhir sebuah titik.

Dia membuat hidup menjadi lebih berseni dan tidak datar.

(Hanazulfan)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur selalu kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kekuatan dan kesehatan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan karya sederhana ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya dan orang-orang yang berjalan diatas jalannya hingga akhir zaman.

Penyusunan karya perdana sekaligus tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari orang-orang yang sangat berpengaruh. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, ibu Dr. Nurjanah, M.Si.
2. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, bapak DRS. Abdul Rozak, M.Pd.
3. Dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini, bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si. sekaligus sebagai Dosen pembimbing akademik atas waktu, bimbingan, kritik dan saran yang membangun selama ini.
4. Kedua orang tua penulis, bapak Damar dan ibu Katini serta Nenek saya Tumini dan Alm. Kakek Jasmin sebagai motivasi saya untuk selalu dan terus belajar dalam mengejar cita-cita saya.
5. Kepada adik saya Afifah Mesi Nur Hidayati yang senantiasa terus mengingatkan saya untuk menjadi orang yang lebih baik lagi.
6. Kepada sahabat-sahabatku tercinta, Andy, Siti Umayah yang selalu mendukung dan menyemangati penulis, mbk Iis Eka yang senantiasa memberikan semangat, serta Hanafi, Desi, Aini, Rahma, Nisa aziza,

Rohma yang sudah menemani dari awal perjuanganku semenjak menempuh pendidikan S1.

7. Teman-teman kos Sorowajan, Yafa yang telah menghibur penulis selama tinggal di kos Sorowajan serta Risti yang telah membantu saya selama melakukan penelitian di Universitas negeri Yogyakarta.
8. Keluarga besar DIFIKOM yang telah mengajarkanku tentang dunia fotografi dan desain serta keluarga KKN Sangkrek Hargorejo Kokap Kulon Progo.
9. Keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas negeri Yogyakarta yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian ini dan memperoleh data selama penelitian berlangsung.

Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Semoga apa yang sudah didistribusikan menjadi ladang amal yang senantiasa mengalir sampai keliang kubur kelak.

Atas terselesaikanya skripsi ini, semoga dapat memberikan kemanfaatan bagi penulis khususnya serta para pembaca. Amin.

Yogyakarta, 17 November 2017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Reni Puput Sundari

ABSTRAK

Reni Puput Sundari, 13210047. Skripsi: Hubungan Menonton Tayangan Dua Hijab di Trans7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan menonton program acara Dua Hijab di Trans7 terhadap minat menggunakan hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus-Respon dan terdapat teori tambahan yaitu efek media massa. Uji validitas menggunakan validitas konstruk dengan perhitungan menggunakan rumus *Product Moment* uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Uji validitas dan reliabilitas dihitung dengan menggunakan SPSS 16. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) dan dokumentasi. Jumlah populasinya adalah 100 mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, teknik pengambilan sampel menggunakan sampel acak sederhana.

Hubungan menonton program acara Dua Hijab di Trans7 terhadap minat menggunakan hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel intensitas menonton tayangan dua hijab di Trans7 terhadap variabel minat menggunakan hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Ini artinya hubungan intensitas menonton tayangan Dua Hijab berpengaruh terhadap minat menggunakan hijab, pengaruhnya sebesar 25,7%. Hal ini dibuktikan dengan hasil hitung nilai t sebesar 5,830 dan R^2 sebesar 0,257.

Kata Kunci : Menonton, Minat Menggunakan Hijab.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL & GAMBAR	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Landasan Teori.....	13
1. Menonton.....	13
2. Pengertian Minat.....	15
3. Stimulus-Respon.....	19
4. Teori Efek Media Massa.....	21
5. Tinjauan Tentang Hijab.....	27
6. Hubungan Menonton Acara Hijab Terhadap Minat Berhijab	30
7. Hipotesis	34
8. Sistematika Pembahasan.....	35

BAB II: METODE PENELITIAN

1. Jenis Analisis Penelitian.....	37
2. Definisi Konseptual.....	37
3. Definisi Operasional.....	41
4. Populasi dan Sampel Penelitian	44
5. Instrumen Penelitian.....	46
6. Metode Pengumpulan data.....	50
7. Validitas dan Reliabilitas	51
8. Analisis Data	59

BAB III : GAMBARAN UMUM MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA (PERIODE 2014-2016) DAN PROGRAM ACARA DUA HIJAB DI TRANS7

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi UNY	
1. Letak Geografis Fakultas Ekonomi UNY	63
2. Sejarah Fakultas Ekonomi UNY	63
3. Mahasiwi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	65
B. Tayangan Dua Hijab di Trans7	
1. Profil Program Acara Dua Hijab.....	67
2. Tim Produksi Program Acara Dua Hijab	69

BAB IV : HUBUNGAN MENONTON PROGRAM ACARA DUA HIJAB TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN HIJAB

A. Penyajian Data	72
B. Analisis Data	73
1. Intensitas Menonton tayangan Dua Hijab	73
2. Minat Menggunakan Hijab	78
C. Pengujian Prasyarat.....	82
D. Analisis Regresi	83

E. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	84
---	----

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional Menonton Tayangan Dua Hijab	40
Tabel 2	Definisi Operasional Minat Menggunakan Hijab	41
Tabel 3	Alternatif Jawaban.....	45
Tabel 4	Skala Likert	46
Tabel 5	Kisi-kisi Menonton Tayangan Dua Hijab	46
Tabel 6	Kisi-kisi Minat Menggunakan Hijab.....	47
Tabel 7	Validitas Intensitas Menonton	52
Tabel 8	Validitas Minat Menggunakan Hijab	53
Tabel 9	Reliabilitas Menonton Acara Dua Hijab	56
Tabel 10	Reliabilitas Minat Menggunakan Hijab	56
Tabel 11	Tim Produksi Dua Hijab	71
Tabel 12	Perhatian Terhadap Intensitas Menonton Tayangan Dua Hijab	74
Tabel 13	Penghayatan Terhadap Menonton Tayangan Dua Hijab	75
Tabel 14	Durasi Terhadap Menonton Tayangan Dua Hijab	76
Tabel 15	Frekuensi Terhadap Menonton Tayangan Dua Hijab	77
Tabel 16	Menonton Secara Keseluruhan	78
Tabel 17	Perhatian Terhadap Minat Menggunakan Hijab	79
Tabel 18	Kesenangan Terhadap Minat Menggunakan Hijab	80
Tabel 19	Minat Menggunakan Hijab Secara Keseluruhan	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Skema Hubungan Menonton Tayangan Dua Hijab Terhadap Minat Menggunakan Hijab.....	31
Gambar 2	Gambar Tayangan Dua Hijab Di Trans 7.....	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi merupakan media massa yang memiliki fungsi yaitu sebagai pendidikan dan hiburan, dalam hal ini televisi juga dapat memberikan tayangan yang dapat diakses oleh masyarakat luas karena televisi merupakan media informasi dan hiburan yang murah dan sangat dekat dengan masyarakat. Televisi juga memiliki program acara yang dapat mengajak penontonya untuk dapat berfikir positif dan negatif. Wilbur Schramm menyatakan bahwa “Luas sempitnya ruang kehidupan seseorang yang awalnya ditentukan oleh kemampuan baca tulis, selanjutnya ditentukan oleh seberapa banyak ia bergaul dengan media massa, artinya media memiliki pengaruh yang signifikan pada kehidupan manusia”.¹

Asumsi pentingnya media massa juga dikemukakan oleh Dennis McQuil (1987) diantaranya:² Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan

¹ Frida Kusumastuti, *Media Dengarkan Aku*, (Malang: Mata Padi Pressindo, 2010), hlm. 44.

² *Ibid*, hlm. 45.

institusi sosial lainnya. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media merupakan lokasi (atau norma) yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol tetapi juga dalam bentuk pengertian pengembangan tatacara, mode, gaya hidup dan norma-norma. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realistik sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media juga menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Karena televisi memiliki dampak positif dan dampak negatif bagi penontonya, yang mana tayangan televisi juga dapat dijadikan sebagai media dakwah yang nantinya dapat memberikan dampak positif yang baik bagi pemirsa. Televisi sebagai media massa elektronik yang memiliki fungsi sebagai pendidikan yakni: meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, stasiun televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara teratur, selain acara pendidikan yang dilakukan secara

berkesinambungan seperti disebutkan diatas, stasiun televisi juga menyiarkan berbagai acara yang secara implisit mengandung pendidikan.³

Salah satunya seperti program Dua Hijab di Trans7, acara tersebut memiliki tujuan yaitu memperkenalkan hijab kepada penontonya khususnya masyarakat muslim. Acara tersebut memberikan penjelasan mengenai berhijab bagi seorang muslim dan berbagai gaya hijab yang saat ini menjadi *trend* di Indonesia. Pada awal tahun 2000 trend hijab menjamur di Indonesia. Fenomena pemakaian hijab kini tidak hanya di kalangan perempuan-perempuan muslim yang taat beragama saja namun semakin merambah ke seluruh lapisan masyarakat baik yang aktif mengikuti kegiatan keagamaan ataupun tidak.⁴

Program acara Dua Hijab di Trans7 merupakan program acara yang memberikan hiburan, edukasi, dan informasi mengenai hijab. Bagaimana perkembangan hijab, cara menggunakan hijab yang tidak ketinggalan zaman dan yang bisa dimodifikasi dengan berbagai macam pakaian. Hijab juga saat ini menjadi *trend* dikalangan masyarakat biasa sampai *public figure*, hal ini dibuktikan dengan banyaknya artis yang mengenakan hijab seperti Zaskia Sungkar, Shireen Sungkar, Zaskia Adya Mecca, Laudya Cintia Bella dan masih banyak lagi. Selain itu Program acara Dua Hijab juga diminati oleh banyak masyarakat dengan banyaknya pengikut

³ Onong Uchjana Effendy, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Alumni Offset, 1984), hlm. 29 - 30.

⁴ Elisa Lisdiyastuti, "Jilbab sebagai Identitas Diri Di Lingkungan Sekolah", *Jurnal Sosiologi Antropologi Universitas Sebelas Maret*, (2015), hlm. 2.

diinstagram yaitu sebanyak 257.700 pengikut.⁵ Selain itu juga acara Dua Hijab berinteraksi langsung dengan pemirsa dengan memberikan ruang tanya jawab seputar cara menggunakan hijab yang sesuai dengan pakaian yang digunakan.

Timbulnya globalisasi informasi dan budaya telah mempengaruhi berbagai aktifitas manusia termasuk dalam pemilihan busana (*fashion*). Pergaulan antarmanusia dan antarbudaya yang melewati batas-batas geografis, budaya, dan agama telah meningkatkan intensitas dan kompleksitas penggunaan *fashion* itu sendiri. Ini akhirnya berdampak dengan meluasnya penggunaan hijab dari sebagian besar masyarakat Indonesia.⁶ Karena hijab saat ini sangat diminati oleh banyak sekali kaum perempuan muslim yang ada di berbagai negara, sebab hijab kini bukan hanya sekedar sebagai penutup aurat bagi kaum perempuan tetapi juga sebagai *trend* busana yang berkembang sangat pesat. Dalam acara Dua Hijab juga memberikan inspirasi kepada perempuan muslim yang akan menggunakan hijab dan yang sudah menggunakan hijab.

Fashion hijab telah mengalami perkembangan, hal itu semua tak lepas dari insan-insan kreatif yang menekuni dibidang *fashion* yang berusaha untuk menjadikan *fashion* tersebut menjadi media dakwah dan dikenal oleh masyarakat luas. Semua itu tak terlepas dari para inspirasi muda seperti Dian Pelangi, nama itu tentunya tidak asing lagi bagi kita. Karena kata Hijab mulai muncul sejak banyaknya karya-karya

⁵ <http://www.instagram.com/duahijabtrans7/?hl=id>, diakses tanggal 11 Agustus 2017 pukul 11:28 WIB.

⁶ Atik Catur Budiarti, "Jibab Gaya Hidup Baru Kaum Hawa", Jurnal Sosiologi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Vol. 1, No. 1 (April 2011), hlm. 63.

dari Dian Pelangi yang mengeluti bidang *fashion* busana muslim. Bahkan saat ini karya dari Dian Pelangi sudah tersebar luas ke mancanegara mulai dari Asia, Eropa dan Amerika.

Di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) tidak ada peraturan yang mengharuskan mahasiswi yang beragama muslim untuk menggunakan hijab pada waktu kegiatan perkuliahan. Setiap mahasiswi bebas memilih untuk mengenakan pakaian berhijab ataupun tidak berhijab. Peneliti memilih mahasiswi Fakultas Ekonomi (FE) UNY karena menurut peneliti mahasiswi FE UNY merupakan mahasiswi yang memiliki pengetahuan tentang agama khususnya dalam berhijab yang berbeda-beda. Selanjutnya peneliti memilih objek penelitian mahasiswi Fakultas Ekonomi UNY karena mahasiswi fakultas tersebut terdiri dari latar belakang ekonomi, budaya dan agama yang berbeda-beda. Serta jumlah mahasiswi yang banyak di Fakultas Ekonomi UNY mendukung kemudahan dalam pengambilan sampel penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik melakukan peneitian dengan judul “Hubungan menonton program acara Dua Hijab di Trans7 terhadap minat menggunakan hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta “

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana hubungan menonton Program acara Dua Hijab di Trans7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab mahasiswi jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomui UNY (periode 2014 - 2016)?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan menonton Program acara Dua Hijab di Trans7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomui UNY (periode 2014-2016).

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademisi

Bagi pihak Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi peneliti dan pembaca untuk mengembangkan penelitian yang akan datang. Serta menambah pengetahuan dan keilmu mengenai hubungan tayangan program televisi dan minat.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada media khususnya televisi untuk dapat membuat sebuah program acara yang memberikan dampak positif bagi pemirsanya.

E. TELAAH PUSTAKA

Penelitian pertama ditulis oleh Andriannas Alimaun Kautsar yang berjudul “Hubungan Minat Menonton Film Hafalan Shalat Delisa Terhadap Religiusitas Anak-Anak di Balirejo Kelurahan Muja Muju Yogyakarta”. Film adalah media komunikasi massa yang ampuh sekali. Bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk pendidikan. Film dapat membawa penonton untuk mengetahui pesan moral, nilai nilai agama, dan nilai nilai etika. Seperti film Hafalan shalat Delisha yang secara tidak langsung telah memberikan pengetahuan kepada para *audiens* atau penonton tentang ibadah. Film ini mengandung pesan moral dan pesan dakwah yang baik kepada anak-anak yang menontonnya. Dalam film ini anak-anak dapat mencontoh perilaku yang baik yang ada dalam cerita film Hafalan Shalat Delisha, salah satunya untuk belajar ibadah shalat. Digambarkan pula tentang bagaimana cara orang tua mendidik anaknya untuk mengamalkan ajaran-ajaran islam sejak kecil. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket kemudian diuji dengan validitas dan realibilitas. Dan teknik

analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dan analisis korelasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah anak-anak yang mempunyai usia 9-14 tahun di Balirejo Kelurahan Muja Muju Yogyakarta, yang diambil dengan menggunakan metode *random sampling* (sampel acak) dengan jumlah sampel dalam penelitian ini menjadi 33 responden. Berdasarkan Hasil perhitungan yang diperoleh korelasi antara variabel minat menonton dan religiusitas adalah tidak signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada Hubungan Antara Minat Menonton Film Hafalan Shalat Delisha Terhadap Religiusitas anak di Balirejo Kelurahan Muja Muju Yogyakarta.⁷

Dari penelitian diatas memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu penelitian ini menggunakan metode survey, dimana kuesioner dibuat sebagai alat instrument penelitian, menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang mana data-data yang diperoleh dapat menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Perbedaanya ialah peneliti Andriannas menggunakan teori *uses and gratification* dan peneliti menggunakan Teori Stimulus-Respon.

Kedua penelitian kedua ditulis oleh Saiful Al Farisin Hasibuan yang berjudul “Pengaruh Menonton Model Jilbab dalam Iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiswi Jurusan Akuntansi Fakultas

⁷ Andriannas Alimatul Kautsar, *Hubungan Minat Menonton Film Hafalan Shalat Delisha Terhadap Religiusitas Anak-Anak di Balirejo Kelurahan Muja-Muju Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014).

Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui intensitas mahasiswi dalam menonton model jilbab dalam iklan kosmetik muslimah Wardah, perilaku memakai jilbab mahasiswi jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Serta untuk mengetahui pengaruh antara intensitas menonton model jilbab dalam iklan kosmetik muslimah Wardah dengan perilaku memakai jilbab mahasiswi beserta faktornya yaitu intensitas menonton, tingkat adopsi pesan dan isi tontonan. Populasi mahasiswi angkatan 2011, 2012, 2013, dan 2014. Penelitian ini menggunakan Sampel secara tidak acak (*non probability sampling*). Data dianalisis dengan teknik analisis regresi linier sederhana.

Hasilnya ada pengaruh antara intensitas menonton model jilbab dalam iklan kosmetik muslimah Wardah dengan perilaku memakai jilbab mahasiswi jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Dari 3 faktor tersebut, intensitas menonton mahasiswi termasuk kategori sedang, isi tontonan termasuk kategori baik, serta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku memakai jilbab mahasiswi jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.⁸

Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti teliti ialah meneliti tentang menggunakan hijab dan jenis penelitian ini ialah penelitian survey. Sedangkan

⁸ Saiful Al Farisin Hasibuan, *Pengaruh Menonton Model Jilbab Dalam Iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad dahlan Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015)

perbedaannya penelitian yang dilakukan Syaiful menggunakan indikator intensitas menonton, tingkat adopsi pesan serta isis tontonan, selain itu juga sampel dalam penelitian Syaiful menggunakan sampel secara tidak acak (*Non Probability Sampling*).

Penelitian ketiga ditulis oleh Nur Lailiyah Puji Astuti yang berjudul “Hubungan Menonton Program Tayangan Religi Terhadap Minat Menjadi Dai Pada Mahasiswa fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2010/2011”. Televisi merupakan proses penyiaran gambar melalui gelombang frekuensi radio dan penerimaannya pada pesawat penerima yang memunculkan gambar pada sebidang layar. Televisi tak hanya menyajikan program hiburan dan tontonan semata, namun juga sebagai tuntunan melalui program keagamaan dan informasi yang berguna bagi masyarakat. Salah satu tayangan yang mendidik dan efektif sebagai pembelajaran agama adalah program tayangan religi. Program tayangan religi di televisi memiliki banyak ragam, baik *talk show*, tausiyah maupun ajang pencarian bakat menjadi dai. Dalam penelitian ini membahas program tayangan religi yakni Islam itu indah di Trans TV dan program atau ajang pencarian bakat sebagai dai yaitu Dai Muda Pilihan ANTV dan yang akan dibahas mengenai beberapa dai setelah menonton program tayangan religi. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efek komunikasi massa yang disampaikan oleh Steven M Chaffe. Menurut Steven efek pesan media massa terdiri atas efek kognitif, efek afektif, efek behavioral. Efek kognitif

terjadi apabila ada perubahan pada apa yang di ketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek afektif timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau, dibenci khalayak, sedangkan efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati melalui pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan menggunakan teknik kuesioner dan wawancara kemudian diuji dengan validitas dan reabilitas. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi.

Dalam penelitian ini sampelnya adalah mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2010/2011 yang diambil dengan menggunakan metode sampel acak (*random sampling*) dengan jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.⁹ Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti teliti ialah menggunakan teori efek komunikasi massa, metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif deskriptif dan dengan menggunakan kuesioner.

Penelitian keempat ialah Jurnal yang berjudul Pengaruh Pembawa Acara *Radio Show Tv One* terhadap Minat Menonton Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Tujuan penelitian ini adalah untuk

⁹ Nur Lailiyah Puji Astuti, *Hubungan Menonton Program Tayangan Religi terhadap Minat Menjadi Dai pada Mahasiswa Fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2010/2011, Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014).

meneliti hubungan antara pembawa Acara *Radio show* dengan minat menonton mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SOR (Stimulus - Organism – Response) sebagai teori utama, sebagai pendukung penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi massa dan sedikit tentang pembawa acara, *talkshow* dan minat menonton. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara berjumlah 3126 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan rumus Arikunto dimana jumlah sampel adalah 10% dari jumlah populasi yang hasilnya berjumlah 355 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan dua cara yaitu *purposive sampling* yang dilanjutkan dengan *proportional random* sampling untuk mencari jumlah sampel per jurusan. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti tidak menemukan hubungan yang signifikan pembawa acara *Radio Show* TV One mempengaruhi minat menonton mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.¹⁰

Perbedaan jurnal penelitian tersebut dengan yang peneliti teliti ialah jurnal penelitian tersebut meneliti tentang hubungan pembawa acara Radio Show mempengaruhi minat menonton, sedangkan peneliti meneliti tentang hubungan menonton tayangan terhadap Minat menggunakan Hijab dan penentuan sampel

¹⁰ Siti Maysaroh, "Pengaruh Pembawa Acara *Radio Show* Tv One terhadap Minat Menonton Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara", *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW* Vol.2, No.16 (2016), hlm.1.

pada jurnal tersebut menggunakan *purposive sampling* yang dilanjutkan dengan *proportional random sampling* sedangkan penelitian peneliti menggunakan sampel acak sederhana. Untuk persamaan jurnal tersebut dengan yang peneliti teliti ialah penentuan sampelnya menggunakan rumus Arikunto.

F. LANDASAN TEORI

Penelitian ini berkaitan dengan tayangan program televisi dan bagaimana hubungan menonton terhadap minat khalayak. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana hubungan menonton tayangan televisi di media massa terhadap perilaku penontonya. Berdasarkan hal itu maka akan dijabarkan mengenai teori-teori yang dapat mendukung penelitian ini:

1. Menonton

Menonton adalah melihat (pertunjukkan dan gambar hidup).¹¹ Dari pengertian tersebut menonton dapat didefinisikan sebagai aktivitas melihat secara langsung maupun tidak langsung dengan objek gambar.

Menonton televisi ialah sesuatu yang dilakukan yang tidak terlepas dari dorongan masing-masing individu untuk menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi, dengan kata lain tindakan menonton televisi adalah kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri individu sehingga seseorang memusatkan perhatiannya terhadap acara yang

¹¹ Kbbi.web.id

ditayangkan televisi dengan senang hati,serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi tersebut.

Sementara itu Azjen membagi intensitas menjadi empat aspek yaitu:¹²

a. Perhatian atau daya konsentrasi dalam menonton televisi

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya individu terhadap objek yang dimaksud. Perhatian dalam menonton tayangan televisi berarti berupa tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk menonton tayangan-tayangan tersebut yang disajikan di televisi.

b. Penghayatan atau pemahaman terhadap tayangan televisi yang disajikan.

Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati, dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan dalam menonton tayangan televisi berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap tayangan tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

¹² Budi Setiawan, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Misteri Dengan Tingkat Kecemasan Pada Remaja Di SMP N Batang* (Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan: Yogyakarta, 2005), hlm. 26-27.

c. Durasi atau kualitas kedalaman penonton

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi.

d. Frekuensi atau tingkat keseringan

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung individu yang bersangkutan.

2. Minat

a. Pengertian minat

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Bentuk-bentuk minat yang penting dan menonjol dapat dikelompokkan dalam minat pribadi dan sosial, minat terhadap rekreasi, minat terhadap agama, minat pendidikan, dan jabatan:¹³

¹³ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Sussana Offset 1982), hlm. 62.

- 1) Minat pribadi dan sosial merupakan kelompok minat yang paling kuat dimiliki oleh banyak remaja awal. Minat pribadi timbul karena remaja menyadari bahwa penerimaan sosial sangat dipengaruhi oleh kesan keseluruhan yang dinampakkan oleh si remaja itu kepada sekitarnya.
- 2) Minat terhadap rekreasi pada masa remaja awal umumnya sangat kuat. Namun bagi beberapa remaja karena adanya keterbatasan dari segi waktu, mereka memilih apa yang sangat disenangi sehingga mereka sangat selektif.
- 3) Minat terhadap agama mulai dialami remaja awal, mereka memulai memikirkan secara serius soal-soal agama, yang dimulai sejak periode pertama masa remaja awal. Soal-soal dan dogma agama yang pada periode akhir masa kanak-kanak diterimanya begitu saja, pada masa remaja awal mulai dipersoalkannya secara kritis.
- 4) Minat terhadap sekolah dan jabatan remaja awal banyak dipengaruhi oleh minat orang tua dan kelompoknya.

b. Kondisi-kondisi yang mempengaruhi perubahan minat pada masa dewasa:¹⁴

- 1) Perubahan dalam kondisi kesehatan, menjelang usia setengah baya, umumnya orang merasa kekuatan dan daya tahanya tidak lagi seperti semula.

¹⁴ Elizabet B.Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Gelora Aksara Pratama: Jakarta), hlm 254.

- 2) Perubahan dalam status ekonomi, apabila status ekonomi membaik orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal-hal semula belum mampu mereka laksanakan.
- 3) Perubahan pada pola kehidupan, orang muda harus meninjau kembali minat-minat lama mereka dari segi waktu, tenaga, dana, dan persahabatan mereka untuk mengetahui apakah hal-hal ini sesuai dengan pola-pola kehidupan yang baru apakah hal itu memberikan kepuasan seperti dulu.
- 4) Perubahan dalam nilai, nilai-nilai baru yang diperoleh seseorang mempengaruhi minat yang sudah ada atau dapat menumbuhkan minat baru.
- 5) Perubahan peran seks, pola kehidupan wanita dewasa sangat berbeda dengan pola kehidupan pria dewasa. Oleh sebab itu perbedaan minat berdasarkan seks menjadi semakin besar dibandingkan pada masa remaja.
- 6) Perubahan dari status menikah ke status menikah, karena pola kehidupan yang berbeda orang-orang yang tidak menikah mempunyai minat yang berbeda dari mereka yang menikah yang sama usianya.
- 7) Minat menjadi orang tua, ketika mereka menjadi orang tua waktu yang mereka miliki dan uang mereka tidak selalu bisa mengikuti minat mereka, dengan kata lain minat mereka akan berubah antara lain:
 - a) Perubahan kesenangan, apa yang disenangi dan tidak disenangi sangat merubah minat seseorang.

- b) Perubahan dalam tekanan budaya dan lingkungan, pada tiap tahapan umumminat seseorang dipengaruhi oleh tekanan tekanan dari kelompoknya.

c. Aspek Minat

Menurut Hurlock, Aspek minat terdiri dari: ¹⁵

1.) Aspek Kognitif

Aspek kognitif menetapkan pada kemauan seseorang dalam memperhitngkan keuntungan dan kepuasan pribadi yang diperoleh dari minat tersebut. Apabila seorang mahasiswa mempunyai satu perhitungan bahwa kegiatan musik dapat meningkatkan citra dirinya menjadi lebih positif dan lebih dihargai maka minat semakin kuat.

2.) Aspek Afektif

Afektif ini dapat berkembang dari pengalaman pribadi, yaitu penghayatan seseorang terhadap sikap orang-orang yang dianggap penting, seperti teman maupun orang tua. Jika pengalaman yang terkait dari suatu aktifitas mendapat respon positif dari lingkungan maka minat tersebut akan menjadi semakin kecil.

¹⁵ Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2004), Hlm 117.

d. Unsur-Unsur Minat

Ciri-ciri orang yang memiliki sesuatu minat dapat dilihat dari hal-hal berikut ini:

1.) Perhatian

Perhatian adalah banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktifitas yang dilakukan. Orang yang menaruh minat pada suatu aktifitas akan memberikan perhatian yang besar.¹⁶

2.) Perasaan Senang

Perasaan senang dapat diartikan sebagai suasana psikis dengan jalan membuka diri terhadap suatu hal yang berbeda dengan keadaan diri.¹⁷

3.) Motivasi

Motivasi adalah suatu perubahan energi didalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan.¹⁸

3. Stimulus – Respon

Prinsip stimulus respon pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian seseorang dapat diharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat

¹⁶ Sumadi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali, 1989), hlm.14.

¹⁷ Wasty Soemanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm.37.

¹⁸ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm.148.

antara pesan-pesan media dan reaksi audience. Elemen-elemen utama dari teori ini adalah : pesan (*stimulus*) – seorang penerima (*receiver*) – efek (*respon*). Prinsip stimulus respon ia merupakan dasar dari teori jarum hipodermik, teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Dalam teori ini isi media dipandang sebagai obat yang disuntikkan dalam pembuluh darah *audience* yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dibalik konsepsi ini sesungguhnya terdapat dua pemikiran yang mendasari:¹⁹

- a. Gambaran mengenai masyarakat modern yang merupakan agregasi dari individu-individu yang relative terisolasi yang bertindak berdasarkan kepentingan pribadinya, yang tidak terlalu berpengaruh oleh kendala dan ikatan sosial.
- b. Suatu pandangan yang dimunan mengenai media massa yang seolah-olah sedang melakukan kampanye untuk memobilisasi perilaku sesuai dengan tujuan dari berbagai kekuatan yang ada dalam masyarakat.

Dari pemikiran tersebut, dikenal dengan apa yang disebut “masyarakat massa” dimana prinsip stimulus-respon mengasumsikan bahwa pesan dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat tersedia bagi sejumlah besar individu dan bukan ditunjukkan pada perorangan. Penggunaan teknologi untuk

¹⁹ Syaiful Rahim, *Teori Komunikasi Perpesktif, Ragam dan Aplikasi*, PT. Rieneke Cita Jakarta, Hlm. 168.

reproduksi dan distribusidiharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerimaan dan respon oleh *audience*. Dalam hal ini tidak diperhitungkan kemungkinan adanya intervensi dari struktur sosial atau kelompok dan seolah – olah terdapat kontak langsung antara media dan individu. Konsekuensinya seluruh individu yang menerima pesan dianggap sama atau seimbang. Selain itu diasumsikan pula bahwa terpaan pesan-pesan media dalam tingkat tertentu akan menghasilkan efek. Jadi kontak dengan media cenderung diartikan dengan adanya pengaruh tertentu dengan media, sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan media tidak akan terpengaruh.

4. Teori Efek Media Massa

Kehadiran komunikasi massa ternyata dapat mengakibatkan efek. Dalam kaitanya dengan efek komunikasi massa itu sendiri Donald K. Robert mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa “ efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”,²⁰

Secara historis dan berdasarkan kurun waktunya, ada tiga macam teori efek, yaitu efek tak terbatas (*unlimetted effect*), efek terbatas (*limited effect*) dan efek moderat :

²⁰ Elvinaro Ardianto dan Lukiyati Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 49.

a. *Unlimited Effects* atau Efek-Efek Tidak Terbatas

Teori ini menyatakan bahwa pesan media sebagai pandangan awal tahun 1930 sampai 1950 tercermin dalam asumsi-asumsi *magic bullet theory* dan *hypodermic needle theory*. Kedua teori tersebut menyatakan bahwa:

- 1) Ada hubungan langsung antara isi pesan dan efek.
- 2) Komunikator dianggap sangat kuat dalam mempersuasi.
- 3) Komunikan dianggap tidak memiliki daya, baik secara sosial maupun psikologis untuk menolak kekuatan persuasif komunikator.

Pada tahun 1983 misalnya, wilayah Indonesia mengalami gerhana total matahari, keadaan akan gelap gulita, karena tanpa sinar matahari. Televisi Rakyat Indonesia (TVRI) secara berulang-ulang dalam berbagai kemasan acara dan durasi sekitar 30 menit beberapa hari menjelang terjadinya gerhana, menyampaikan pesan tentang bahaya melihat langsung matahari. Dengan menyajikan data bahwa di beberapa negara telah terjadi kebutaan sejumlah warga karena melihat langsung gerhana. TVRI waktu itu menganjurkan warga untuk tidak keluar rumah. Efek pesan siaran televisi berupa lengangnya jalan-jalan raya dikota. Tidak seorang pun berjualan dan berbelanja dipasar dan toko pada hari terjadinya gerhana tersebut. Ini merupakan fenomena tentang diterimanya asumsi kuatnya komunikator dengan pesan-pesannya dan ketidakberdayaan komunikan. Dengan

demikian secara psikologis individu dianggap sebagai makhluk non-rasional dan lebih dikendalikan oleh insting-insting, sedang secara sosial individu diasumsikan sebagai anggota masyarakat pasca-industri yang sangat terbuka dan sangat mudah dipengaruhi oleh pengaruh dari luar.²¹

Untuk memperkuat efek tidak terbatas ini maka ada beberapa hal berikut yang bisa dijadikan sebagai alasannya, yaitu:²²

1) Pengulangan

Ada kalanya sebuah pesan yang disiarkan tidak menimbulkan efek seperti yang diharapkan oleh komunikator hal ini disebabkan proses penerimaan pesan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Satu kelompok tertentu misalnya akan terkena efek seperti yang diharapkan oleh komunikator, tetapi hal demikian belum tentu untuk kelompok yang lain. Padahal, sebuah pesan yang disiarkan akan dikatakan efektif jika pesan yang disiarkan berdampak sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator. Pengulangan dilakukan agar terjadi efek yang nyata pada diri komunikan. Hal itu pula lah mengapa media massa mempunyai efek kuat pada diri komunikannya, sebab media massa melakukan pengulangan-pengulangan pada program acara atau iklan yang disiarkan. Pengulangan di satu sisi menjadi bukti nyata bahwa komunikan tidak memiliki kekuatan

²¹ Hamidi, *Metode penelitian*, hlm. 86.

²² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2007), hlm.218.

untuk menolak pesan media massa, sementara di sisi lain media massa memiliki kekuatan yang luar biasa.

2) Mengidentifikasi dan Memfokuskan Pada *Audience* Tertentu yang Ditargetkan.

Cara lain yang bisa dijadikan alasan alasan munculnya efek tidak terbatas adalah jika suatu media ditunjukkan pada sasaran tertentu. Pihak yang dijadikan sasaran akan merasa bahwa program yang disiarkan itu mewakili dirinya sehingga perlu ditiru. Jadi program atau pesan yang ditunjukkan pada sasaran tertentu akan mempunyai efek yang lebih besar jika dibandingkan dengan yang tidak ditunjukkan pada sasaran tertentu atau bersifat umum atau target khusus tersebut akan mempunyai pengaruh yang sangat kuat. Meskipun cara demikian sebenarnya juga mempunyai kekurangan, masalahnya, efek hanya terjadi pada sekelompok sasaran, dan bukan masyarakat secara umum televisi yang sasarannya anak muda jelas tidak akan berdampak besar pada kalangan orang tua dan anak-anak. Jadi, meskipun dampak itu ada dan kuat, tetapi tidak bisa digeneralisasi pada semua masyarakat.

b. Efek Terbatas

Efek terbatas awalnya diperkenalkan oleh Joseph Klapper. Klapper pernah menulis disertasi tentang efek terbatas media massa yang dipublikasikannya dengan judul “Pengaruh Media Masa” pada tahun 1960. Klapper menyimpulkan bahwa media massa mempunyai efek terbatas berdasarkan

penelitian pada kasus kampanye publik, kampanye politik dan percobaan pada desain pesan yang bersifat persuasif. Dalam pandangan Klaper hasil temuan penelitian ini bisa dikemukakan dalam satu kesimpulan sebagai berikut: “Ketika media menawarkan isi yang diberitakan ternyata hanya sedikit yang bisa mengubah pandangan dan perilaku *audience*”.²³

Joseph Klaper dalam bukunya *The Theory Of mass Comunication* (1960) menunjukkan temuan yang menark bahwa faktor psikologis dan sosial ikut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa. Faktor-faktor tersebut antara lain proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok, dan keberadaan pemimpi opini. Faktor-faktor yang menyebabkan efek terbatas ini terjadi, yakni:

1) Rendahnya terpaan media massa

Robinson (1971) mengatakan bahwa hanya sekitar 23 persen orang amerika melihat jaringan berita televisi disetiap akhir minggunya. Bahkan seitar 53 persen tidak pernah melihat televisi (walaupun hanya satu program) dalam jangka waktu dua minggu. Neuman (1976) juga pernah berpendapat bahwa banyak penonton televisi yang tidak begitu serius memerhatikan siaran televisi. Bahkan hanya sekitar 6 persen dari berita yang dicakupnya.²⁴

²³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, hlm. 220.

²⁴ *Ibid*, hlm. 223.

Banyak pemirsa televisi lebih menyukai acara hiburan seperti komedi dari pada pembicaraan politik. Maka dalam urusan publik atau politik, presentase yang diraih oleh banyak peran itu hanya sedikit. Bahkan mereka relatif kurang memerhatikan. Ini berarti, perubahan secara besar-besaran jelas tidak mungkin terjadi.

2) Perlawanan

Perlawanan berasal dari individu sebagai *audience* komunikasi massa. Perlawanan menjadi salah satu “alat penyaring” yang akan ikut memengaruhi penolakan pesan-pesan media massa. Ini artinya, perlawanan lebih kuat pengaruhnya dibandingkan dengan terpaan media massa itu sendiri.

c. Efek Moderat

Model efek moderat ini sebenarnya mempunyai implikasi positif bagi pengembangan studi media massa. Bagi para praktisi komunikasi, akan menggugah kesadaran baru bahwa sebelum sebuah pesan disiarkan perlu direncanakan dan di format secara matang dan lebih baik. Sebab bagaimanapun pesan tetap mempunyai dampak. Akan tetapi pesan juga tidak serta merta diterima *audience* secara membabi buta. Artinya ada banyak variabel yang ikut memengaruhi proses penerimaan pesan. Ini artinya efek dimiliki media massa, tetapi penerimaan efek itu juga dipengaruhi faktor lain (tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan, dan sistem nilai yang dianutnya). Jadi, semakin

tinggi tingkat pendidikan individu, semakin selektif untuk menerima pesan-pesan yang berasal dari media massa.²⁵

5. Tinjauan Tentang Hijab

Hijab dalam ajaran islam menanamkan suatu tradisi yang universal dan fundamental untuk mencabut akar-akar kemerosotan moral, dengan menutup pintu pergaulan bebas. Hijab sesuai makna harfiahnya adalah pemisah, dalam pergaulan antara laki-laki dan wanita. Tanpa adanya pemisah ini, akan sukarlah mengendalikan luapan hawa nafsu syahwat yang merupakan naluri yang sangat kuat dan dominan.²⁶

Memang semua badan wanita adalah aurat, kecuali muka dan telapak tangannya. Seorang wanita muslimah jika sengaja membuka auratnya pada orang yang bukan muhrimnya, maka ia telah berbuat dosa.⁶ Sehingga menutup aurat itu dihukumi wajib, dan biasanya mengenakan jilbab bagi wanita muslimah sama seperti kewajiban-kewajiban yang lain seperti shalat, puasa dan zakat.²⁷

²⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, hlm. 226.

²⁶ Husein Shahab, *Hijab menurut Al-Qur'an dan Al-Sunah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2013), hlm. 16.

²⁷ Afifatul Hanifa, Hubungan Antara Motivasi Memakai Jilbab dengan Perilaku Sosial Siswi di SMP N 23 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015, Skripsi (Semarang: Jurusan Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiah dan Keguruan, UIN Walisongo, 2015), hlm. 4.

Jilbab ialah pakaian yang lebar, dalam kitab Al-Mufradat karya Raghib Isfahani Jilbab adalah baju dan kerudung. Kitab Al-Qomur mengatakan: jilbab sebagai pakaian luar yang lebar, sekaligus kerudung yang bisa dipakai kaum wanita untuk menutupi pakaian (dalam) mereka.²⁸ Jelasnya ada dua jenis penutup kepala yang biasa dikenakan kaum wanita pada masa turunya Al-Qur'an. Pertama penutup kepala yang berukuran kecil. Biasanya disebut kerudung dipakai didalam rumah. Kedua jenis penutup kepala yang ukurannya lebih besar sehingga dapat juga menutupi bagian-bagian tubuh lainnya, biasa dipakai keluar rumah.²⁹

Seperti firman Allah dalam al-Qur'an Surat al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا (59)

Artinya: "Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka." Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang" (QS. Al-Ahzab:59).³⁰

²⁸ Husein Shahab, *Hijab menurut Al-Qur'an dan Al-Sunah*, hlm. 70.

²⁹ *Ibid*, hlm. 96.

³⁰ Al-Qur'an, Surat Al-Ahzab Ayat 59, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Depag. RI.1989), hlm. 678.

Menggunakan hijab dapat diartikan sebagai berikut:³¹

a. Penutup aurat

Jilbab dikenakan untuk menutupi tubuh terutama bagian-bagian yang tidak seharusnya diperlihatkan kepada lawan jenis.

b. Perlindungan diri

Dengan mengenakan jilbab seseorang akan terlindung dari gangguan binatang, kecelakaan yang tidak terduga, atau bahkan gangguan dari manusia lainnya (lawan jenis).

c. Penunjang Penampilan

Jilbab dapat digunakan untuk menunjang penampilan seseorang agar terlihat indah, anggun dan lebih menarik sehingga dapat menambah rasa percaya diri dan rasa nyaman

d. Cermin kepribadian

Jilbab dapat digunakan untuk mengartikan kepribadian seseorang. Orang yang religius biasanya mengenakan jilbab yang lebih besar dan lebar. Orang yang ceria biasanya suka memakai jilbab yang warna-warni dan mencolok.

e. Identitas

Identitas merupakan suatu ciri atau sifat khas dari sesuatu yang membedakannya dengan yang lainnya. Menurut Atwater (1987) menyebutkan bahwa “konsep diri adalah keseluruhan gambaran diri, yang meliputi persepsi

³¹ Elisa Lisdiyastuti, *Jilbab Sebagai Identitas Diri di Lingkungan Sekolah (Studi Fenomenologi Tentang Alasan dan Dampak Pemakaian Jilbab Oleh Siswi Kelas XI SMA Negeri 3 Sragen)*, Jurnal Sosiologi Antropologi, (2015), hlm. 4.

seseorang tentang diri, perasaan, keyakinan, dan nilai-nilai yang berhubungan dengan dirinya”. Identitas dipandang melalui ekspresi dari berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain dan kita sendiri. Identitas bisa dimaknai dari berbagai latar belakang misalnya budaya, gender, profesi, negara dan juga pakaian yang dikenakan.

6. Hubungan Menonton Acara TV Terhadap Minat Berhijab.

Televisi adalah salah satu dari media komunikasi massa karena dalam penyampaian pesannya televisi menggunakan saluran media elektronik melalui gelombang frekuensi radio dan penerimannya pada pesawat penerima yang akan muncul pada sebuah layar. Apa yang dilihat dari televisi akan memunculkan pemahaman yang berbeda dari pemirsanya. Seperti halnya tayangan acara Dua Hijab Trans7 yang menyiarkan program tata busana hijab, maka hubungan yang terjadi adalah tentang pemahaman seseorang dalam minat menggunakan hijab.

Minat tidak dibawa sejak lahir melainkan diperoleh, kemudian minat terhadap sesuatu dipelajari dan mempengaruhi belajar, selanjutnya mempengaruhi penerimaan-penerimaan minat baru.³² Dalam penelitian ini, minat yang dimaksud adalah minat menggunakan hijab. Sehingga penelitian ini berusaha menjelaskan apakah terdapat hubungan menonton program acara Dua Hijab terhadap minat menggunakan hijab.

³² Sudirman A.M., *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Yogyakarta: Rake Press, 1980), hlm. 6.

Hubungan menonton media televisi terhadap minat tentu tidak terlepas dari adanya efek pesan media massa. Efek pesan media massa terdiri dari:³³

a. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau diapresiasi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

b. Efek Afektif

Efek afektif ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa tidak hanya memberi tahu khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu. Tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

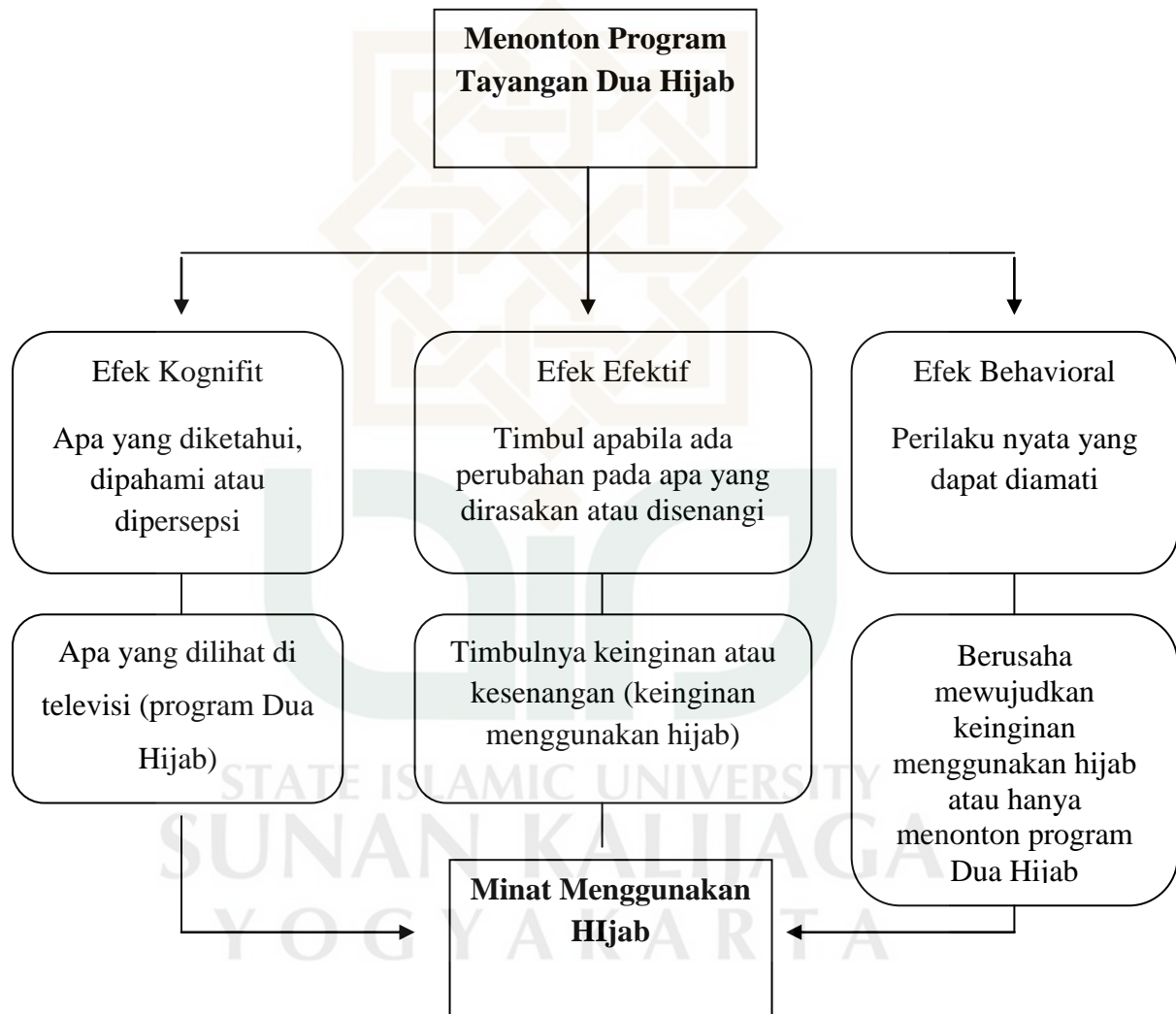
c. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan ataupun kegiatan. Merujuk pada perilaku nyata yang diamati yang meliputi pola-pola tindakan atau kebiasaan berperilaku.

³³ Rizqi Amalia, *Efek Tayangan On The Spot Terhadap Pesan Media Massa Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, *E-Journal Komunikasi* Vol 3(2).(April). hlm. 32.

Gambar 1

Skema Hubungan Menonton Program Acara Dua Hijab Terhadap Minat Menggunakan Hijab



Minat menggunakan hijab dalam penelitian ini termasuk dalam minat sebagai keadaan psikologis yaitu minat yang timbul apabila seseorang memiliki penilaian yang tinggi terhadap suatu kegiatan. Hal ini dapat dilihat dari

bagaimana mahasiswi Fakultas Ekonomi UNY merespon setelah menonton tayangan Dua Hijab dengan timbulnya minat untuk menggunakan hijab. Menonton sebuah tayangan televisi dapat menimbulkan keinginan untuk menjadi seperti apa yang dilihatnya. Faktor timbulnya minat menggunakan hijab antara lain adalah:

- a. Memakai hijab merupakan kewajiban bagi setiap perempuan muslim.
- b. Menggunakan hijab dapat menutupi aurat bagi setiap perempuan muslim, hal itu menjadikan kita mengikuti ajaran agama Islam.
- c. Menggunakan hijab akan mendapat pahala dari Allah SWT
- d. Menggunakan hijab juga merupakan simbol identitas umat muslim khususnya perempuan.
- e. Menggunakan hijab dapat menghindarkan dari hal buruk yang akan terjadi, hal ini karena hijab merupakan sebuah pembatas aurat bagi perempuan muslim sehingga dapat menghindarkan hawa nafsu lawan jenis yang melihatnya.

Efek kognitif dapat diwujudkan dengan apa yang dilihat mahasiswi Fakultas Ekonomi UNY dari televisi, yakni program acara Dua Hijab Trans7. Efek afektif dipahami dengan timbulnya keinginan, kesenangan dalam melihat dan menilai tokoh atau *public figure* yang ada di dalam program acara Dua Hijab sebagai acuan untuk menjadi apa yang mereka inginkan. Efek behavioral yaitu saat seseorang mendapat pengaruh hubungan menonton program acara

Dua Hijab terhadap minat menggunakan hijab, apakah ia berusaha mewujudkannya atau hanya sebagai penonton. Hal ini dapat dilihat dari apakah subyek penelitian berusaha menggunakan hijab.

G. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H_0 : Tidak ada hubungan positif antara Menonton Program Dua Hijab Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi UNY 2014-2016.
2. H_a : Ada Hubungan Positif Antara Menonton Program Dua Hijab Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi UNY 2014-2016.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana penyusunan bab yang akan diuraikan dalam skripsi ini, adapun sistematika terdiri dari 5 bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang garis besar skripsi ini, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, landasan teori, kerangka berpikir, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan analisis data.

BAB III GAMBARAN UMUM

Berisi tentang gambaran Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA dilihat dari Sejarah Jurusan, Visi Misi Jurusan, Kegiatan Jurusan, Jumlah mahasiswinya. Gambaran umum acara Dua Hijab di Trans7 mulai dari apa Tujuan diadakanya program acara tersebut, pengisi acara, data rating dan share program.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis data yang telah diperoleh responden, yang terdiri dari Deskripsi Data Variabel dan Uji Korelasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini mengemukakan kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari masalah yang telah ditulis pada bagian awal penelitian ini, serta saran-saran bagi penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

Setelah dilakukan penyajian dan analisis data, penelitian berjudul “Hubungan Menonton Program Acara Dua Hijab di Trans7 terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan akan diuraikan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian tentang Hubungan Menonton Tayangan Dua Hijab Di Trans7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi UNY, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis tentang Hubungan Menonton Program Acara Dua Hijab di Trans7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel intensitas menonton tayangan dua hijab di Trans7 terhadap variabel minat menggunakan hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta. Ini artinya hubungan intensitas menonton tayangan Dua Hijab berpengaruh terhadap minat menggunakan hijab, pengaruhnya sebesar 25,7%. Hal ini dibuktikan dengan hasil hitung nilai t sebesar 5,830 dan R^2 sebesar 0,257.

Sebagian besar mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tidak melewatkan tayangan Dua Hijab, menjadi kebutuhan mereka untuk selalu memperoleh hiburan, informasi, referensi serta pendidikan dari kegiatan menonton tayangan tersebut. Hasil ini sesuai dengan teori Stimulus-Respon dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu, dengan demikian seseorang dapat diharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi *audience*.

B. Saran

1. Bagi Program Acara Dua Hijab

Mengenai hubungan menonton program acara Dua Hijab terhadap minat menggunakan hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, maka disarankan pada stasiun televisi khususnya program acara Dua Hijab di Trans7 untuk lebih meningkatkan siarannya agar pesan-pesan dakwah yang disampaikan lebih inovatif dan menambahkan durasi serta frekuensi acara Dua

Hijab agar penonton bisa menonton acara tersebut tidak hanya dihari libur (minggu). Sehingga dapat memotivasi muslimah indonesia untuk dapat menggunakan hijab secara yakin dan mantap dalam kesehariannya dimanapun dan kapanpun.

2. Bagi Penonton (Mahasiswi)

Bagi pemirsa televisi, khususnya mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dan umumnya bagi masyarakat luas diharapkan dapat mendapatkan efek atau dampak positif setelah menonton suatu tayangan di televisi. Dampak yang dimaksud ialah diperolehnya perasaan senang, ataupun puas karena mendapatkan tayangan yang menghibur, menginspirasi dan mendapatkan pendidikan. selain itu juga penonton tidak hanya menonton acara tersebut tetapi juga dapat memahami isi pesan yang disampaikan.

Sehingga sengan demikian penonton acara televisi dapat lebih selektif dalam memilih tontonan acara televisi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan atau melakukan penelitian pada topik yang sama, disarankan agar menggunakan definisi konseptual yang lebih relevan dan memilih

variabel yang lebih luas serta melakukan penelitian yang lebih baik, menarik dan bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca.



DAFTAR PUSTAKA

SumberBuku:

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Departemen Agama, 1989.
- Anwar, Syaifudin, *Realibilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Ardianto, Elvinaro dan Erdiyana, Komala, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rebika Copta, 1992.
- Danim, Sudarwan, *Ilmu-ilmu Perilaku*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Djamarah, Syaiful Bahri, *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra AdiyaBakti, 2013.
- _____, *Televisi Siaran: Siaran dan Praktek*, Bandung: Alumni Offset, 1984.
- Hadi, Sutrisno, *Metodelogi Research Jilid 2*, Yogyakarta: Andi Offset, 1993.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang: UMM Press, 2010.
- Handoko, Tani, *Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1991.
- Hurlock, Elizabet B., *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2010.
- Kountur, Rony, *Metode Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2002.
- Kusumastuti, Frida, *Media Dengarkan Aku*, Malang: Mata Padi Pressindo, 2010.
- M. Sudirman A., *Interaksidan Motivasi Belajar Mengajar*, Yogyakarta: Rake Press, 1980.
- Mappiare, Andi, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Sussana Offset, 1982.

- Morissan, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: Kencana Prenada Medis Group, 2012.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2007.
- Oetomo, Deny S., dkk, *Teknik Sampling*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Rahim, Syaiful, *Teori Komunikasi Perspektif Ragam dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Shahab, Husein, *Hijab Menurut Al-Qur'an dan Al-Sunnah*, Bandung: Mizan Pustaka, 2013.
- Singarimbun, Masridan Effendi, Sofyan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LLP3ES, 1989.
- Soemanto, Wasty, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- _____, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sunyoto, Danang, *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat (Ringkasan dan Kasus)*, Yogyakarta: Amara Books, 2007.
- Suryabrata, Sumadi, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Rajawali, 1989.
- Uno, Hamzah B, dkk, *Pengembangan Instrumen Untuk Penelitian*, Jakarta: Delima Press, 2001.
- Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Andi Offset, 1978.

Jurnal:

- Amalia, Rizqi, *Tayangan On The Spot Terhadap Pesan Media Massa Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, E-Jurnal Komunikasi Vol 3(2) April 2014.
- Budiarti, Atik Catur, *Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa*, Jurnal Sosiologi Islam UIN SunanAmpel, Vol 1, No.1 (April, 2011).
- Lisdiyastuti, Elisa, *Jilbab Sebagai Identitas Diri di Lingkungan Sekolah (Studi Fenomenologi Tentang Alasan dan Dampak Pemakaian Jilbab Oleh Siswi Kelas XI SMA N 3 Sragen*, Jurnal Sosiologi Antropologi, 2015.

Masyaroh, Siti, *Pengaruh Pembawa Acara Radio Show TV One Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*, Jurnal Ilmu Komunikasi Flow Vol: 2 No. 16, 2016.

Skripsi:

Astuti, Nur Lailiyah Puji, *“Hubungan Menonton Program Tayangan Religi Terhadap Minat Menjadi Da’I Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2010/2011”*, (Skripsi), Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.

Hanifa, Afifatul, *“Hubungan Antara Motivasi Memakai Jilbab dengan Perilaku Sosial Siswi di SMPN 23 Semarang Tahun Ajaaran 2014/2015”*. (Skripsi), Semarang: Jurusan Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo, 2015.

Hasibuan, Saiful Al-Farijin, *“Pengaruh Menonton Model Jilbab dalam iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta”*, (Skripsi), Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan, 2015.

Kautsar, Andriannas Alimatul, *“Hubungan Minat Menonton Film Hafalan Shalat Delisha Terhadap Religiusitas Anak-Anak Balirejo Kelurahan Muja-Muju Yogyakarta”*, (Skripsi), Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.

Linda, Mei, *“Hubungan Aktifitas Menonton dengan Persepsi Terhadap Cak Nun Dalam Acara Mocopat Syafaat ADI TV Pada Masyarakat Klidon, Sukoharjo, Ngaglik, Sleman”*, (Skripsi), Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015.

Setiawan, Budi, *“Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Misteri Dengan Tingkat Kecemasan Pada Remaja di SMPN 1 Batang”*, (Skripsi), Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan, 2015.

Situs Internet:

“Akun Instagram Dua Hijab Trans7 @duahijabtrans7”, <http://instagram.com/duahijabtrans7>..diakses tanggal 11 Agustus 2017, pukul 11.28 WIB.

“Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)”, <http://Kbbi.web.id/Menonton>.diakses tanggal 11 Agustus 2017, pukul 11.00 WIB.

“Official Youtube Dua Hijab Trans7”, <http://youtube.com/watch?v=emFnZNI0kiY>, diakses tanggal 11 Agustus 2017, pukul 11.45 WIB.

“Trans7 Sajikan 5 Program Baru Bulan Ini”,<http://m.detik.com/hot/tv-news/d-3073404/trans7-sajikan-5-program-baru>, diakses tanggal 10 Agustus 2017, pukul 19.30 WIB.

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
<input type="checkbox"/> 1	Saya merasa tertarik menonton tayangan Dua Hijab di Trans7					
2	Saya suka menonton tayangan Dua Hijab di Trans7					
3	Saya tidak pernah mengganti <i>channel</i> ketika menonton tayangan Dua Hijab di Trans7					
4	Acara Dua Hijab di Trans7 tidak menarik					
5	Saya merasa ketika menonton tayangan Dua Hijab di Trans7 membosankan					
6	Saya kadang melewatkan tayangan Dua Hijab di Trans7					
7	Saya suka mengonta-ganti <i>channel</i> ketika menonton tayangan Dua Hijab di Trans7					
8	Saya menikmati menonton tayangan Dua Hijab di Trans7					
9	Saya mendapat manfaat dari menonton tayangan Dua Hijab di Trans7					
10	Saya tidak menikmati tayangan Dua Hijab					
11	Menonton tayangan Dua Hijab di Trans7 tidak ada manfaatnya					
12	Saya menonton tayangan Dua Hijab sampai selesai	<input type="checkbox"/>				
13	Saya menonton tayangan dua hijab hanya setengah tayangan saja					
<input type="checkbox"/> 14	Saya tidak pernah melewatkan tayangan dua hijab					
15	Terkadang dalam satu bulan saya melewatkan tayangan dua hijab					

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
16	Saya ikut menyimak tutorial hijab yang diberikan host Dua Hijab					
17	Saya memperhatikan tips berhijab yang diberikan oleh host agar sesuai dengan pakaian yang digunakan					
18	Saya hanya sekedar menonton dan tidak memperhatikan isi tayangan DuaHijab					
19	Saya hanya mendengarkan host berbicara tanpa menyimak dengan jelas					
20	Saya tidak memperhatikan tips yang diberikan oleh host dalam acara Dua Hijab					
21	Saya tidak memperhatikan cuplikan gambar kontestan di acara Dua Hijab					
22	Saya senang menyimak seluruh penampilan kontestan dan host ketika menggunakan hijab					
23	Saya tertarik melihat keahlian host dalam memberikan contoh menggunakan hijab yang unik dan berbeda di acara Dua Hijab					
24	Saya hanya menyimak sebagian penampilan kontestan dan host					
25	Saya tidak tertarik melihat keahlian host dalam memberikan contoh menggunakan hijab.					
26	Saya sudah mulai menggunakan hijab					
27	Saya semakin semangat menggunakan hijab karena menonton tayangan Dua Hijab					
28	Saya berusaha untuk memperbaiki cara berhijab saya					
29	Saya merasa menggunakan hijab bukan hanya sebagai kewajiban tetapi kebutuhan					
30	Saya belum memulai menggunakan hijab					
31	Saya tidak merasa menggunakan hijab sebagai kebutuhan					

LAMPIRAN 1

TABEL UJI VALIDITAS VARIABEL MENONTON TAYANGAN DUA HIJAB

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0001	47.67	89.678	.522	.915
VAR0002	48.07	90.340	.574	.914
VAR0003	48.93	81.995	.794	.906
VAR0004	48.40	88.800	.399	.921
VAR0005	48.10	84.093	.711	.909
VAR0006	49.50	90.466	.527	.915
VAR0007	49.00	82.345	.625	.913
VAR0008	48.00	86.690	.777	.908
VAR0009	47.80	87.752	.696	.910
VAR00010	47.90	95.886	.391	.918
VAR00011	47.73	95.168	.583	.917
VAR00012	48.57	81.220	.760	.907
VAR00013	48.67	82.437	.784	.906
VAR00014	49.13	84.878	.662	.910
VAR00015	48.67	82.437	.784	.906

LAMPIRAN 2

UJI VALIDITAS MINAT MENGGUNAKAN HIJAB MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0001	57.10	59.610	.524	.871
VAR0002	56.97	58.516	.688	.864
VAR0003	57.43	59.013	.466	.874
VAR0004	57.23	59.082	.477	.873
VAR0005	56.90	61.610	.747	.868
VAR0006	57.40	58.317	.375	.883
VAR0007	57.27	58.547	.659	.865
VAR0008	56.87	65.499	.466	.877
VAR0009	57.03	58.999	.587	.868
VAR00010	56.60	64.317	.459	.875
VAR00011	56.67	56.782	.768	.860
VAR00012	57.43	59.909	.492	.872
VAR00013	56.93	59.099	.612	.867
VAR00014	56.67	59.540	.542	.870
VAR00015	57.07	56.064	.537	.872
VAR00016	56.43	61.702	.507	.872

LAMPIRAN 3

UJI RELIABILITAS MENONTON TAYANGAN DUA HIJAB

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	15

UJI RELIABILITAS MINAT MENGGUNAKAN HIJAB

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	16

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 4.1

TABEL 1 : HASIL OLAH SPSS PERHATIAN

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERHATIAN	100	12.00	33.00	23.0700	3.94471
Valid N (listwise)	100				

TABEL 2 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN PERHATIAN

PERHATIAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	42	42.0	42.0	42.0
	SEDANG	44	44.0	44.0	86.0
	RENDAH	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TABEL 3 : HASIL OLAH SPSS PENGHAYATAN

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PENGHAYATAN	100	6.00	20.00	15.6400	2.03763
Valid N (listwise)	100				

TABEL 4 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN PENGHAYATAN

PENGHAYATAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	17	17.0	17.0	17.0
	SEDANG	75	75.0	75.0	92.0
	RENDAH	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TABEL 5 : HASIL OLAH SPSS DURASI

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DURASI	100	3.00	10.00	5.9600	1.66315
Valid N (listwise)	100				

TABEL 6 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN DURASI

DURASI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TINGGI	22	22.0	22.0	22.0
RENDAH	78	78.0	78.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TABEL 7 : HASIL OLAH DATA SPSS INDIKATOR FREKUENSI

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FREKUENSI	100	2.00	10.00	5.7100	1.70143
Valid N (listwise)	100				

TABEL 8 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN INDIKATOR
FREKUENSI

FREKUENSI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	20	20.0	20.0	20.0
	SEDANG	42	42.0	42.0	62.0
	RENDAH	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 4.2

TABEL 1 : HASIL OLAH SPSS VARIABEL MENONTON TAYANGAN DUA HIJAB

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MENONTON	100	32.00	73.00	50.3800	7.43562
Valid N (listwise)	100				

TABEL 2 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL MENONTON TAYANGAN DUA HIJAB

MENONTON					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	17	17.0	17.0	17.0
	SEDANG	68	68.0	68.0	85.0
	RENDAH	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4.3

TABEL 1 : HASIL OLAH SPSS PERHATIAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERHATIAN2	100	14.00	30.00	21.6600	3.38213
Valid N (listwise)	100				

TABEL 2 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN PERHATIAN

PERHATIAN2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	13	13.0	13.0	13.0
	SEDANG	65	65.0	65.0	78.0
	RENDAH	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TABEL 3 : HASIL OLAH SPSS KESENANGAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KESENANGAN	100	8.00	18.00	14.3100	2.26388
Valid N (listwise)	100				

TABEL 4 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN KESENANGAN

KESENANGAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	11	11.0	11.0	11.0
	SEDANG	67	67.0	67.0	78.0
	RENDAH	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

TABEL 5 : HASIL OLAH SPSS MOTIVASI

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MOTIVASI	100	13.00	30.00	24.0700	3.58801
Valid N (listwise)	100				

TABEL 6 : HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN MOTIVASI

MOTIVASI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	19	19.0	19.0	19.0
	SEDANG	67	67.0	67.0	86.0
	RENDAH	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4.4

TABEL 1: HASIL OLAH SPSS VARIABEL MINAT

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MINAT	100	43.00	74.00	60.0400	7.50208
Valid N (listwise)	100				

TABEL 2: HASIL OLAH SPSS KATEGORI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL MINAT MENGGUNAKAN HIJAB

MINAT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TINGGI	16	16.0	16.0	16.0
	SEDANG	67	67.0	67.0	83.0
	RENDAH	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4.5

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MENONTON	MINAT
N		100	100
Normal Parameters ^a	Mean	50.3800	60.0400
	Std. Deviation	7.43562	7.50208
Most Extreme Differences	Absolute	.073	.073
	Positive	.073	.056
	Negative	-.048	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.732	.734
Asymp. Sig. (2-tailed)		.658	.654

a. Test distribution is Normal.

HASIL UJI NORMALITAS

Nilai Signifikansi	
Variabel Menonton	0,658
Variabel Minat	0,654

LAMPIRAN 4.6

HASIL UJI LINIERITAS (ANOVA Table)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT * MENONTON	Between Groups	(Combined)	2444.739	25	97.790	2.314	.003
		Linearity	1434.879	1	1434.879	33.955	.000
		Deviation from Linearity	1009.860	24	42.078	.996	.482
	Within Groups		3127.101	74	42.258		
	Total		5571.840	99			

LAMPIRAN 4.7

KORELASI MENONTON TAYANGAN DUA HIJAB TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN HIJAB

		Correlations				
		PERHATIAN	PENGHAYATAN	DURASI	FREKUENSI	MINAT
PERHATIAN	Pearson Correlation	1	.642**	.561**	.304**	.438**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
PENGHAYATAN	Pearson Correlation	.642**	1	.625**	.156	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.121	.000
	N	100	100	100	100	100
DURASI	Pearson Correlation	.561**	.625**	1	.503**	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
FREKUENSI	Pearson Correlation	.304**	.156	.503**	1	.210*
	Sig. (2-tailed)	.002	.121	.000		.036
	N	100	100	100	100	100
MINAT	Pearson Correlation	.438**	.455**	.458**	.210*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.036	
	N	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 4.8

ANALISIS REGRESI ASPEK MENONTON TERHADAP MINAT

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.275	.244	6.52144

a. Predictors: (Constant), FREKUENSI, PENGHAYATAN, PERHATIAN, DURASI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1531.573	4	382.893	9.003	.000 ^a
	Residual	4040.267	95	42.529		
	Total	5571.840	99			

a. Predictors: (Constant), FREKUENSI, PENGHAYATAN, PERHATIAN, DURASI

b. Dependent Variable: MINAT

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.541	5.715		6.044	.000
	PERHATIAN	.348	.228	.183	1.529	.130
	PENGHAYATAN	.707	.480	.192	1.472	.144
	DURASI	1.041	.600	.231	1.735	.086
	FREKUENSI	.036	.464	.008	.078	.938

a. Dependent Variable: MINAT

LAMPIRAN 4.9

ANALISIS REGRESI MENONTON TERHADAP MINAT (X TERHADAP Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 ^a	.258	.250	6.49722

a. Predictors: (Constant), MENONTON

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1434.879	1	1434.879	33.991	.000 ^a
	Residual	4136.961	98	42.214		
	Total	5571.840	99			

a. Predictors: (Constant), MENONTON

b. Dependent Variable: MINAT

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.245	4.472		7.658	.000
	MENONTON	.512	.088	.507	5.830	.000

a. Dependent Variable: MINAT



SERTIFIKAT

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

RENI PUPUT SUNDARI

sebagai :
PESERTA

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
2013
dengan tema :

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

Mengetahui,
Wakil Rektor I
Bid. Akademik dan Kemahasiswaan

Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.
NIP. 19591218 198703 2 001

Mengetahui,
Presiden DEMA UIN Sunan Kalijaga



Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi
NIM. 09470163

Kampus UIN Sunan Kalijaga
21-23 Agustus 2013

Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2013

Dawarnun Ni'am A Salfudin Anwar
Ketua Sekretaris





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

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : RENI PUPUT SUNDARI
NIM : 13210047
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014
Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 2 September 2013

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan


Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.

NIP. 19591218 197803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Un.02/DD/PP.01.2/06/2016

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

RENI PUPUT S.

13210047

LULUS dengan Nilai 90 (A)

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

Dekan

Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 01 Juni 2016

Ketua

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



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Reni Puput Sundari
NIM : 13210047
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	75	B
2.	Microsoft Excel	30	E
3.	Microsoft Power Point	95	A
4.	Internet	90	A
5.	Total Nilai	72.5	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	



Yogyakarta, 30 Oktober 2017

Kepala PTIPD

Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.

NIP. 19820511 200604 2 002

Standar Nilai:

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





TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.8.1667/2017

This is to certify that:

Name : **Reni Puput Sundari**
Date of Birth : **April 09, 1995**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **October 19, 2017** by Center for Language Development of State
Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	44
Structure & Written Expression	41
Reading Comprehension	41
Total Score	420

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, October 19, 2017

Director,

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



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.19.4/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأنّ

الاسم : Reni Puput Sundari
تاريخ الميلاد : ٩ أبريل ١٩٩٥

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٥ أكتوبر ٢٠١٦، وحصلت
على درجة :

٤٦	فهم المسموع
٣٧	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٥	فهم المقروء
٣٦٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

كجاكرتا، ٢٥ أكتوبر ٢٠١٦



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

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

431

Nomor: UIN.02/L.3/PM.03.1/P3.481/2016

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

Nama : Reni Puput Sundari
Tempat, dan Tanggal Lahir : Mesuji, 09 April 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 13210047
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

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

Lokasi : Hargorejo
Kecamatan : Kokap
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 20 Juni s.d. 31 Juli 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 93,79 (A-). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 15 September 2016

Ketua,

Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002

CERTIFICATE OF INTERNSHIP

Nomor : 02/JOGJA/X/2016

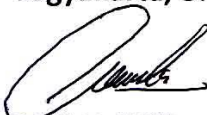
This is to certify that :

Name : RENI PUPUT SUNDARI
University : UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
Majoring : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Succesfully completed internship at tvOne Biro Jogjakarta, as detail below :

Date : 07th September 2016 to 07th October 2016
Position : JOURNALIST
Division : NEWS GATHERING
Value : (A)

During the period of internship program, we found that she is sincere, hardworking, disclipine and result oriented. We take this opportunity to thank her and wish her all the best for her future.

Yogyakarta, 07th October 2016**Budi Zulkifli**

Kepala Biro tvOne Jogjakarta

Jl.Retno Dumilah 19 C Rejowinangun, Kotagede, Jogjakarta, Indonesia 55171
P: +62 274 4438797 F: +62 274 4438636 E: jogja.tvone@gmail.com

Member of



RENI PUPUT SUNDARI S. I



KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA

IJAZAH

**MADRASAH ALIYAH
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

TAHUN PELAJARAN 2011/2012

Nomor : MA.131/08.02/PP.01.1/209/2012

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah Negeri
Poncokusumo Terbanggi Besar menerangkan bahwa :

nama : RENI PUPUT SUNDARI
tempat dan tanggal lahir : Harapan Mukti, 09 April 1995
nama orang tua : Damar
nomor induk : 4023
nomor peserta : 03-131-209-8

LULUS

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampung Tengah, 26 Mei 2012

Kepala Madrasah,



Drs. H. AR. Aminettah, MA.

NIP. 1958.02.05.1985.03.1013

MA 080003366



**DAFTAR NILAI UJIAN
MADRASAH ALIYAH**

Program : Ilmu Pengetahuan Sosial
TAHUN PELAJARAN 2011/2012

Kurikulum : Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)
 Nama : RENI PUPUT SUNDARI
 Tempat dan Tanggal Lahir : Harapan Mukti, 09 April 1995
 Nomor Induk : 4023
 Nomor Peserta : 03-131-209-8

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-Rata Rapor	Nilai Ujian Madrasah	Nilai Madrasah *)
I	UJIAN MADRASAH			
1.	Pendidikan Agama Islam			
	a. Al-Qur'an-Hadis	8.03	6.80	7.29
	b. Akidah-Akhlak	8.23	7.80	8.01
	c. Fiqih	8.03	6.80	7.29
	d. Sejarah Kebudayaan Islam	8.50	6.80	7.48
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	8.47	7.40	7.82
3.	Bahasa Indonesia	8.57	8.80	8.69
4.	Bahasa Arab	7.70	8.60	8.24
5.	Bahasa Inggris	7.70	7.40	7.52
6.	Matematika	8.00	8.00	8.00
7.	Sejarah	8.57	7.20	7.74
8.	Geografi	8.87	7.60	8.23
9.	Ekonomi	8.67	9.00	8.87
10.	Sosiologi	8.60	7.80	8.00
11.	Seni Budaya	7.93	9.00	8.57
12.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	7.83	7.40	7.45
13.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	8.67	7.40	7.90
14.	Keterampilan/Bahasa Asing	-	-	-
Rata-Rata				7.9

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

No.	Mata Pelajaran	Nilai Madrasah	Nilai Ujian Nasional	Nilai Akhir *)
II	UJIAN NASIONAL			
1.	Bahasa Indonesia	8.69	6.40	7.3
2.	Bahasa Inggris	7.52	7.40	7.5
3.	Matematika	8.00	8.00	8.0
4.	Ekonomi	8.87	7.25	7.9
5.	Sosiologi	8.00	6.00	6.8
6.	Geografi	8.23	7.60	7.9
Rata-Rata				7.6

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

Lampung Tengah, 26 Mei 2012
 Kepala Madrasah,

Drs. H. AR. Aminullah, MM.
 NIP. 1958.02.05.1985.03.10.13

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Reni Puput Sundari
Tempat, Tanggal Lahir : Mesuji, 09 April 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asal : BTN D.8 Way Pengubuan, Lempuyang Bandar, Lampung
Tengah, Lampung.
Email : renipuput35@gmail.com
No. HP : 082314342234

Riwayat Pendidikan

TK Harapan Mukti : Tahun 1999-2000
SD N1 Harapan Mukti : Tahun 2000-2006
SMP N3 way Pengubuan : Tahun 2006-2009
MA N1 Poncowati Terbanggi Besar : Tahun 2009-2012
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : Tahun 2013-2018

Pengalaman Organisasi

Rasida (Radio Siaran Dakwah) : Tahun 2013-2014

Difikom (Difisi Fotografi Desain Komunikasi) : Tahun 2016-2017

Pengalaman Kerja

Magang di TV One Yogyakarta

Demikian saya buat pernyataan ini dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Saya,

Reni Puput Sundari

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA