

**KEPUASAN KELUARGA MUSLIM DI RT 16 RW 05
REJOWINANGUN KOTAGEDE YOGYAKARTA TERHADAP
SINETRON DUNIA TERBALIK DI RCTI**



SKRIPSI

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

**Oleh:
Rizka Noviana Setyawati
NIM 11210004**

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

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALI JAGA
YOGYAKARTA**

2019



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 : B- 173/Un.2/DD/PP.05.3/01/2019

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**KEPUASAN KELUARGA MUSLIM DI RT 16 RW 05 REJOWINANGUN
KOTAGEDE YOGYAKARTA TERHADAP SINETRON DUNIA TERBALIK DI
RCTI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rizka Noviana Setyawati
NIM/Jurusan : 11210004/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 11 Januari 2019
Nilai Munaqasyah : 87 / A/B

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

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

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

Penguji II,

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP 19710328 199703 2 001

Penguji III,

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

Yogyakarta, 11 Januari 2019

Dekan,



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



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

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

Nama : Rizka Noviana Setyawati

NIM : 11210004

Judul Skripsi : Kepuasan keluarga muslim di RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta terhadap sinetron dunia terbalik di RCTI.

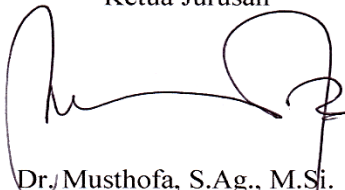
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

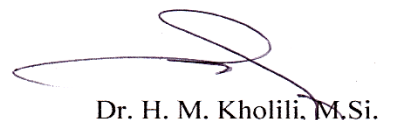
Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 07 Januari 2019

Ketua Jurusan

Pembimbing


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


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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizka Noviana Setyawati
NIM : 11210004
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul :
Kepuasan keluarga muslim di RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede
Yogyakarta terhadap sinetron dunia terbalik di RCTI, adalah hasil
karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi
yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian
tertentu yang penulis kutip sebagai acuan.

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

Yogyakarta, 07 Januari 2019



Rizka Noviana Setyawati
NIM. 11210004

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Noviana Setyawati
NIM : 11210004
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkut pautkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 07 Januari 2019



Rizka Noviana Setyawati
NIM. 11210004

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA : KE DUA
ORANG TUA DAN KE DUA MERTUA TERCINTA YANG TIDAK
PERNAH LELAH MENGINGATKAN, MENDUKUNG, DAN
MENDOAKAN AGAR SESEGERA MUNGKIN
MENYELESAIKAN SKRIPSI INI

SUAMIKU, AHMAD KURNIA TIMUR DAN ANAKKU, NASYA
TALITHA AZALIA TERIMAKASIH SUDAH MENDUKUNG DAN
MENDOAKAN UNTUK MENYELESAIKAN SKRIPSI INI

SERTA TEMAN – TEMAN KPI 2011 YANG MENDUKUNG DAN
MEMBERI MOTIVASI UNTUK MENYELESAIKAN SKRIPSI INI

MOTTO

**“BE THANKFUL FOR WHAT YOU HAVE, YOU’LL END UP
HAVING MORE. IF YOU CONCENTRATE ON WHAT YOU
DON’T HAVE, YOU WILL NEVER, EVER HAVE ENOUGH”**

-OPRAH WINFREY –

**“LIVE AS IF YOU WERE TO DIE TOMORROW. LEARN AS IF
YOU WERE TO LIVE FOREVER”**

- MAHATMA GANDHI –



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada peneliti , sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Kepuasan Keluarga Muslim di RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta Terhadap Sinetron Dunia Terbalik di RCTI”**. Shalawat serta salam senantiasa peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Peneliti menyadari, bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, ucapan terimakasih yang sebesar – besarnya peneliti haturkan kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta., Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.,
4. Dosen Pembimbing Akademik, Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si. yang telah membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. H. M. Kholili, M.Si., yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan pengetahuan baru selama masa perkuliahan.
7. Pimpinan dan seluruh Staf Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta atas segala bantuan dan kerjasamanya selama peneliti melaksanakan penelitian.
8. Untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Suramto Yekti dan Ibu Umiyati yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, dan membiayai sehingga peneliti bisa menyelesaikan studi ini. Dan kedua mertuaku tercinta, Bapak Sigit Gaurisangkar dan Ibu uswatun Chasanah yang tidak lelah mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk suamiku, Ahmad Kurnia Timur yang selalu mengingatkan dan mendukung agar peneliti menyelesaikan skripsi ini. Dan anakku, Nasya Talitha Azalia yang memotivasiku untuk menyelesaikan dan selalu mendukung peneliti untuk menyelesaikannya.
10. Sahabat – sahabatku yang selalu ada di saat aku senang maupun sedih, terimakasih atas dukungannya selama ini. Kalian, Rani, Ayun, Khoir, Leny, Tata, Ffa, Elok, Comcom, Iwaw, dll.
11. Teman – teman KPI 2011 Lilik, Sholeh, Franky, Hafiz, Atik, Adi, dll terimakasih atas dukungan dan kenangan indah selama kita berjuang bersama.

Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari, dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan. Semoga hasil karya penulis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 16 Januari 2019

Penyusun,

Rizka Noviana Setyawati

11210004



ABSTRAK

Rizka Noviana Setyawati. 11210004. 2019. Skripsi: **Kepuasan Keluarga Muslim Di RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta Terhadap Sinetron Dunia Terbalik Di RCTI.** Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2019.

Televisi (TV) merupakan salah satu kekuatan yang berfungsi bagi pembentukan citra, informasi, pengetahuan, pendidikan, kontrol sosial, dan hiburan bagi masyarakat. Sinetron religi merupakan sebuah genre baru pada tayangan televisi di Indonesia. Salah satu sinetron religi yang ada di Indonesia adalah Sinetron Dunia Terbalik. Sinetron Dunia Terbalik merupakan sinetron yang tayang di RCTI.

Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, metode pengambilan data yang digunakan adalah melalui sample penelitian berupa 24 Keluarga Muslim RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta. Data yang diperoleh adalah data primer dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi tertulis catatan penduduk dari Kantor Kelurahan Rejowinangun Yogyakarta serta observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Semua data di hitung menggunakan bantuan Program IBM SPSS 23 untuk mempermudah proses pengolahan data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan terhadap informasi agama islam pada Sinetron Dunia Terbalik berada pada kategori tinggi. Kepuasan keluarga muslim dapat dilihat dari terpenuhinya seluruh dimensi kepuasan yaitu pengamatan lingkungan, hiburan, identitas personal, dan hubungan sosial. Variabel pengamatan lingkungan, termasuk dalam kategori tinggi, yaitu 48%. Variabel hiburan termasuk dalam kategori tinggi yaitu 50%. Variabel identitas personal termasuk dalam kategori sedang yaitu 37,5%. Dan variabel hubungan sosial termasuk kategori tinggi yaitu 54%.

Kata kunci : *Kepuasan, Keluarga Muslim, Sinetron Dunia Terbalik*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat.....	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori.....	11
1. Tinjauan Tentang Uses and Gratification.....	11
2. Tinjauan tentang komunikasi Massa	20

3. Tinjauan tentang Dakwah dalam Media Televisi	22
4. Tinjauan Tentang Televisi	24
5. Tinjauan Tentang Program Acara.....	26
6. Kerangka Pemikiran	31
7. Sistematika Pembahasan	32
BAB II METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Definisi Konseptual	34
C. Definisi Operasional	34
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
E. Instrumen Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
H. Analisis Data	42
BAB III GAMBARAN UMUM SINETRON DUNIA TERBALIK DAN MASYARAKAT REJOWINANGUN KOTAGEDE	44
A. Gambaran Umum Sinetron Dunia Terbalik.....	44
B. Gambaran Umum Kelurahan Rejowinangun	49
C. Kondisi Sumber Daya Manusia	50
D. Potensi Sarana dan Prasarana.....	53
E. Kondisi RT 15 RW 06	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian.....	56
1. Dimensi Pengamatan Lingkungan.....	58
2. Dimensi Hiburan	62
3. Dimensi Identitas Personal	65

4. Dimensi Hubungan Sosial	68
B. Hasil Analisis Data	73
1. Hasil Uji Validitas	73
2. Hasil Uji Reliabilitas	76
C. Pembahasan	77
BAB IV PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84



DAFTAR TABEL

A. Tabel 1. Definisi Konseptual	35
B. Tabel 2. Kisi-kisi Kuesioner	38
C. Tabel 3. Daftar Nama Pemain Sinetron Dunia Terbalik	48
D. Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan	51
E. Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	52
F. Tabel 6. Jumlah Fasilitas Pendidikan Formal	53
G. Tabel 7. Distribusi Frekuensi Dimensi Pengamtan Lingkungan	60
H. Tabel 8. Distribusi Frekuensi Dimensi Diversi/ Hiburan	63
I. Tabel 9. Distribusi Frekuensi Dimensi Identitas Personal	67
J. Tabel 10. Distribusi Frekuensi Dimensi Hubungan Sosial	70
K. Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan	72
L. Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Keluarga Muslim	74
M. Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Keluarga Muslim	76

DAFTAR GAMBAR

A. Gambar 1. Model <i>Uses and Gratifications</i>	14
B. Gambar 2. Model Teori <i>Uses and Gratifications</i>	19
C. Gambar 3. Kerangka Pemikiran	31
D. Gambar 4. Sinetron Dunia Terbalik	45
E. Gambar 5. Peta Kelurahan Rejowinangun	49



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi (TV) merupakan salah satu kekuatan yang berfungsi bagi pembentukan citra, informasi, pengetahuan, pendidikan, kontrol sosial, dan hiburan bagi masyarakat.¹ Sebagai media informasi TV sangat dibutuhkan untuk menyampaikan pesan - pesan dan ide - ide pembaharuan. Sebagai media pendidikan TV memainkan peranan penting dalam membina generasi. Sebagai media hiburan TV dapat memberikan kepuasan kepada pemirsanya melalui program - program yang bersifat menghibur dan menghilangkan kejenuhan. Salah satu program yang saat ini tengah diminati masyarakat adalah sinetron religi.

Sinetron religi merupakan sebuah genre baru pada tayangan televisi di Indonesia. Program tersebut saat ini memang merupakan acara yang sangat diminati oleh masyarakat, sehingga kemunculannya tak lagi musiman ketika bulan Ramadhan saja, tetapi di luar bulan Ramadhan pun sinetron religi tak sepi peminat. Sinetron religi merupakan bagian acara yang ditayangkan di TV swasta selain sebagai hiburan juga sebagai penerang serta pendidikan secara utuh. Artinya orang akan meniru apa yang terdapat di dalamnya tanpa ada sebuah penjelasan, karena itu merupakan idiom yang komplit.²

¹Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm. 13-14.

²Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung alumni, 1981), hlm. 193.

Tayangan sinetron religi saat ini mendapat apresiasi tinggi dari publik. Hal ini tidak terlepas dari konstruksi pemahaman agama di tingkat masyarakat yang relatif masih normatif sehingga rasa keagamaan yang hadir bersifat formal. Segala sesuatu termasuk sinetron apabila mengadaptasi atau mengakomodasi nilai - nilai keagamaan maka publik akan mengapresiasinya secara tidak kritis bahkan dalam beberapa hal berlebihan. Kondisi ini kemudian dimanfaatkan oleh industri media melalui sinetron bertema religi untuk memperoleh tingkat penerimaan publik.³

Sinetron religi juga dapat menjadi salah satu media bagi masyarakat Indonesia untuk mencari informasi tentang agama. Peran media dalam memberikan informasi agama Islam saat ini memang sudah menjadi industri yang menjanjikan, seiring berkembangnya kebutuhan informasi tentang agama Islam tersebut, media memberikan warna tersendiri dalam menyajikan informasi agama Islam kepada masyarakat, bukan hanya di bulan ramadhan saja, akan tetapi di hari-hari biasa pun media massa memberikan sajian informasi tentang agama Islam agar dapat memenuhi kebutuhan informasi agama Islam yang masyarakat butuhkan, baik melalui media cetak maupun media televisi. Dalam program acara televisi misalnya, banyak menyajikan program acara Islami, baik berbentuk dakwah langsung maupun tidak langsung, agar dapat menarik perhatian khalayak yang membutuhkan akan informasi agama Islam tersebut.

³Ropingi el Ishaq. Sinema Religi Dalam Pusaran Industri Media, *Komunika (Jurnal Dakwah Dakwah & Komunikasi)*, Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto, Vol.5 No.2 Juli - Desember 2011 pp.279-290, ISSN: 1978-1261.

Sekarang ini kebutuhan masyarakat akan informasi agama Islam semakin meningkat terlihat dari banyaknya stasiun televisi yang menyajikan program acara yang secara khusus membahas seputar agama Islam, seperti Assalamualaikum Ustad, Curhat Bareng Mama Dede, Chating Via YM, Wisata Hati, dan program Islami lainnya yang menghiasi layar kaca televisi yang di suguhkan untuk masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan informasi agama Islam, dengan persaingan media televisi yang ketat saat ini, media televisi mencoba mencari celah untuk memenuhi kebutuhan khalayak, sehingga program informasi agama Islam tersebut banyak yang di suguhkan dengan berbagai model salah satunya dengan format sinetron tanpa meninggalkan unsur informasi Islaminya, yang sering kita kenal dengan sinetron religi.

Tidak bisa dipungkiri dalam perkembangannya saat ini program sinetron religi banyak digemari masyarakat, sehingga banyak stasiun televisi yang menyuguhkan program sinetron religi. Sinetron religi juga menjadi sumber pencarian informasi bagi keluarga muslim yang ingin memperoleh informasi agama dari media yang mudah mereka pahami. Hal ini dikarenakan media sinetron religi yang mudah dinikmati dan tema yang ditampilkan juga relevan dengan situasi kekinian. Salah satu sinetron yang dapat menjadi acuan bagi keluarga muslim dalam mencari informasi agama Islam adalah sinetron "Dunia Terbalik" yang ditayangkan di RCTI. Sinetron komedi produksi MNC Pictures tersebut memang berhasil mencuri perhatian banyak penonton televisi Indonesia. Terbukti sinetron yang tayang setiap hari di RCTI pukul 19.45 WIB ini selalu menempati posisi puncak rating program televisi Indonesia. "Dunia

Terbalik" menceritakan kisah kehidupan warga Desa Ciraos. Kebanyakan para istri di desa tersebut menjadi Tenaga Kerja Wanita (TKW) ke luar negeri, sedangkan para suami bertugas mendidik anak serta mengurus urusan rumah tangga. Sinetron tersebut disukai masyarakat karena alur cerita yang dibawa sinetron ini cukup sederhana. Selain cerita sederhana, sinetron ini juga tak mempertontonkan kehidupan mewah yang kerap muncul di sinetron lainnya. Aktif para pemain di sinetron ini juga dirasa tak terlalu mengada - ada dengan dialog - dialog sederhana seperti kehidupan sehari - hari.⁴

Dunia Terbalik seakan jadi oase di tengah cerita fiksi yang terlalu mengada - ada. Penonton mungkin sudah bosan melihat sinetron yang ceritanya tidak masuk akal, dengan episode yang sengaja diperpanjang demi mengangkat rating. Tampaknya penonton sudah ingin *move on* dari cerita fiksi dan beralih ke cerita yang lebih realistis. Ketika sinetron lain berebut mencari pemain muda yang mengandalkan tampang, "Dunia Terbalik" justru lebih menonjolkan drama yang natural. Terlebih sinetron ini tidak menjual kontroversi atau sensasi dari para pemain. Tak seperti sinetron lain yang muncul gimmick seperti cinta lokasi settingan demi membuat penonton penasaran. Oleh karena itu, "Dunia Terbalik" seakan menjadi paket komplit. Mengemas drama, humor, dan religi jadi satu. Sisi religi yang diangkat pun hal-hal yang dekat dengan penonton. Ketika sinetron lain banyak dihujat karena dianggap memberikan tontonan tanpa tuntunan, sinetron ini seakan menjadi kebalikannya.⁵

⁴Ayu Kartika Sandy. 2017. 5 Alasan Mengapa Sinetron 'Dunia Terbalik' Selalu Raih Rating Tertinggi. Diakses dari <https://www.kanal247.com/media/konten/0000005930.html>.

⁵Ibid.

Apabila kita perhatikan sinetron Dunia Terbalik memiliki unsur informasi agama Islam yang dibutuhkan oleh keluarga muslim sekaligus sebagai hiburan mengingat televisi bersifat informatif, hiburan, pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut.⁶ Sinetron Dunia Terbalik mempunyai rating tinggi dan banyak memuat nilai – nilai agama islam dalam setiap episodenya. Selain itu alur cerita yang terdapat dalam Sinetron Dunia Terbalik juga cukup unik dan berbeda dengan alur sinetron lain. Alur Sinetron Dunia Terbalik cenderung menampilkan realitas kehidupan masyarakat yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari. Oleh karena itu, perlu dikaji secara lebih mendalam terkait kepuasan keluarga muslim terhadap informasi agama Islam yang terkandung pada sinetron tersebut. Hal ini mengingat kandungan informasi agama dalam sinetron tersebut belum tentu sesuai dengan harapan keluarga muslim.

Fenomena inilah yang membuat peneliti tertarik meneliti tayangan sinetron “Dunia Terbalik” sebagai subjek penelitian dan juga menganalisa kepuasan keluarga muslim terhadap sinetron “Dunia Terbalik” di RCTI. Penelitian ini ingin menganalisa kepuasan terhadap Sinetron Dunia Terbalik tidak hanya melalui data yang diberikan oleh responden secara langsung namun juga mengobservasi kegiatan menonton sinetron pada keluarga muslim untuk mengetahui secara real kepuasan yang terjadi saat menonton. Peneliti menggunakan teori *uses and gratification*, yang dapat menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah perilaku

⁶Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi* , (Rineka Cipta: Jakarta 1996), hlm.8.

khalayak tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Dengan teori *uses and gratification*, dapat menjelaskan bahwasanya keluarga muslim menonton tayangan sinetron religi “Dunia Terbalik” untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam tentang kepuasan keluarga muslim di Rejowinangun Kotagede Yogyakarta terhadap Sinetron Dunia Terbalik di RCTI

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah Seberapa Besar Tingkat Kepuasan Keluarga Muslim RT 16 RW 05 di Rejowinangun Kotagede Yogyakarta terhadap Sinetron Dunia Terbalik di RCTI?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan keluarga muslim di Rejowinangun Kotagede Yogyakarta terhadap Sinetron Dunia Terbalik di RCTI.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Manfaat secara praktis

- a. Secara ilmiah penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam khasanah ilmu komunikasi yang relevan terhadap komunikasi massa dan media massa.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan peneliti dan pembaca dalam kajian media massa, khususnya dalam bidang teori *uses and gratifications*.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan pengamatan dan penelusuran dan penulis tentang “Kepuasan Keluarga Muslim Di RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta Terhadap Sinetron Dunia Terbalikdi Rcti”, diperoleh beberapa penelitian yang serupa baik dari segi teori maupun subjek penelitian, antara lain:

1. Skripsi oleh Sugeng Rohmadi, mahasiswa jurusan komunikasi Fisip Upn ”Veteran” Yogyakarta Yang Berjudul “Pengaruh Terpaan Sinetron "Para Pencari Tuhan" Di Sctv Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Memperoleh Informasi Agama Islam (Studi Survei Di Kalangan Mahasiswa Fisip Upn ”Veteran” Yogyakarta)”. Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yang menggunakan metode survey sebagai teknik pengumpulan datanya. Penelitian *explanatory research* melihat hubungan antara variabel-variabel penelitian dan mengkaji hipotesa.

Persamaan penelitian Sugeng Rohmadi dengan penelitian penulis adalah teori yang sama dalam mengkaji karya ilmiah yaitu *uses dan gratification*. Perbedaan penelitian Sugeng Rohmadi dengan penelitian penulis terletak pada variabel penelitian dan jenis penelitian. Penelitian Sugeng Rohmadi mencakup dua variabel penelitian, yakni terpaan sinetron dan kepuasan mahasiswa, sedangkan penelitian penulis meneliti variabel tunggal, yakni kepuasan keluarga muslim terhadap Informasi Agama Islam pada Sinetron Dunia Terbalik. Jenis penelitian Sugeng Rohmadi merupakan *explanatory research*, sedangkan penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif.

2. Skripsi oleh Dicky Andhika Nur P.W., mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta yang berjudul “Korelasi Antara Motif Dan Kepuasan Khalayak Dalam Menonton Program Sinetron Anak Jalanan (Survei Terhadap Komunitas Motor Family Matic Community Boyolali). Penelitian ini menggunakan survei eksplanatif komparatif yang bermaksud untuk membuat komparasi (membandingkan) antara variabel yang satu dengan variabel lainnya.

Persamaan penelitian Dicky Andhika Nur P.W. dengan penelitian penulis adalah menggunakan jenis penelitian yang sama, yakni penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisis *Uses and Gratification*. Perbedaan penelitian Sugeng Rohmadi dengan penelitian penulis terletak pada variabel penelitian dan teknik analisis data. Penelitian Dicky Andhika Nur P.W.

mencakup dua variabel penelitian, yakni motif dan kepuasan khalayak dalam menonton program sinetron Anak Jalanan, sedangkan penelitian penulis meneliti variabel tunggal, yakni kepuasan keluarga muslim terhadap Informasi Agama Islam pada Sinetron Dunia Terbalik. Teknik analisis data pada penelitian Dicky Andhika Nur P.W. menggunakan regresi linear sederhana, sedangkan penulis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

3. Skripsi oleh Titik Erlina, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta yang berjudul “Motif Dan Kepuasan Menonton Serial Lonceng Cinta Di Antv (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pada Kelompok Ibu Pengajian Masjid An-Nur RT 23 / RW 05, Jatimulyo, Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo, Yogyakarta)”. Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yang menggunakan metode survey sebagai teknik pengumpulan datanya. Penelitian *explanatory research* melihat hubungan antara variabel-variabel penelitian dan mengkaji hipotesa.

Persamaan penelitian Titik Erlina dengan penelitian penulis adalah menggunakan jenis penelitian yang sama, yakni penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisis *Uses and Gratification*. Perbedaan penelitian Titik Erlina dengan penelitian penulis terletak pada variabel penelitian dan teknik analisis data. Penelitian Titik Erlina mencakup dua variabel penelitian, yakni motif dan kepuasan menonton Serial Lonceng Cinta, sedangkan penelitian penulis meneliti variabel tunggal, yakni kepuasan keluarga muslim terhadap Sinetron Dunia Terbalik. Teknik analisis data pada

penelitian Titik Erlina menggunakan metode kuantitatif eksplanatif, sedangkan penulis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

4. Skripsi oleh Ani Ziadatus Syarifah, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta yang berjudul “Hubungan Antara Motif Dan Kepuasan Penonton Pada Tayangan Drama Korea (*Uses and Gratification* Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta)”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan penonton pada tayangan drama Korea.

Persamaan penelitian Ani Ziadatus Syarifah dengan penelitian penulis adalah menggunakan jenis penelitian yang sama, yakni penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis *Uses and Gratification*. Perbedaan penelitian Ani Ziadatus Syarifah dengan penelitian penulis terletak pada variabel penelitian dan teknik analisis data. Penelitian Ani Ziadatus Syarifah mencakup dua variabel penelitian, yakni motif dan kepuasan penonton, sedangkan penelitian penulis meneliti variabel tunggal, yakni kepuasan keluarga muslim terhadap Sinetron Dunia Terbalik. Teknik analisis data pada penelitian Ani Ziadatus Syarifah menggunakan teknik analisis regresi berganda, sedangkan penulis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

E. Kerangka Teori

1. Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses dan gratificatios* pada dasarnya merupakan kebalikan dari teori-teori terdahulu. Dahulu audiens dianggap pasif seperti yang dinyatakan oleh teori Jarum Hipodermik yang mengaumsikan bahwa audien itu pasif dan tidak mampu untuk berfikir lain, otomatis, tidak terikat pada kelompok walaupun terikat pada media massa, sehingga merupakan senjata yang ampuh, yang mampu melepaskan isinya tepat menuju sasarannya.⁷

Teori *uses and grafiticataion* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1959 oleh Elihu Katz yang dimuat suatu artikel, yang merupakan tanggapan terhadap pernyataan Bernard Berelson pada tahun yang sama, yang menyatakan bahwa tampaknya penelitian komunikasi akan mati. Katz kemudian menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai peersuasi. Katz menerangkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai saat ini diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada masyarakat. Penelitian Katz diarahkan pada jawaban terhadap pertanyaan “apa yang dilakukan media untuk khalayak (*what do the media do to people*)”.⁸

Merujuk pada tulisan Ardianto dalam bukunya, para pendiri teori *uses and gratification*, Elihu Katz, Jay G dan Michael Gurevitch, mengemukakan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut:

⁷Severin, 1979 dalam Baran, Stanley J. Dannis K. Davvis, *Teori komunikasi Massa. (Dasar, Pergolakan, Dan Massa Depan)* Edisi kelima, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 289.

⁸Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 1990), hlm. 289.

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk memilih media terletak pada khalayak.
- c. Bagaimana kebutuhan khalayak dipenuhi oleh media massa bergantung pada perilaku khalayak.
- d. Tujuan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penelitian tentang artikultur dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dulu orientasi khalayak.⁹

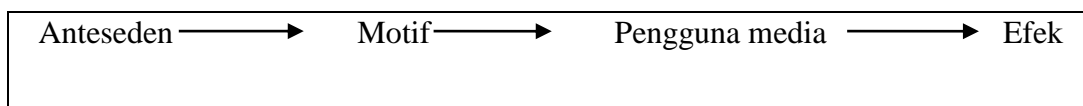
Pada teori *Uses and Gratifications*, audiens dalam menggunakan media memiliki motivasi-motivasi tertentu, yaitu mencari pemenuhan atas kebutuhannya. Itu adalah salah satu alasan mengapa audien aktif dan selektif dalam memilih media. Biasanya pilihan itu dipengaruhi oleh predisposisi sosial dan psikologis. Blumler, Katz dan Gurevitch menguraikan alur pemikiran dari *Uses and Gratifications* sebagai berikut: (1) Sumber sosial dan psikologis dari; (2) Kebutuhan, yang melahirkan; (3) Harapan-harapan dari; (4) Media massa atau sumber lain, yang menyebabkan; (5) Berbagai pola penggunaan media atau perbedaan pola terapan media; (6) Yang menghasilkan kepuasan atau pemenuhan akan kebutuhan; dan (7) Akibat-

⁹Elvinaro Ardianto dalam Lukianti Qomala Edinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 70.

akibat lain yang tidak dikehendaki.¹⁰ Asumsi-asumsi dasar dari teori ini adalah:

- a. Khalayak dianggap aktif; artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan perumusan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber – sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang di penuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat tergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motiv pada situasi – situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayaknya.¹¹

Model *uses and gratification* dilukiskan seperti pada gambar 1.



¹⁰Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 65.

¹¹Blumler dan Katz, 1974 dalam Jalaluddin Rakhmat, op cit, hlm.203.

- Variable individual	- Personal Diversi	- Hubungan macam isi	- Kepuasan
- Variabel Lingkungan	- Personal Identitiy	- Hubungan dengan isi	- Pengetahuan
			- kepuasan

Gambar 1. Model “*Uses and gratifications*”

Sumber: Rakhmat, 2002

Dengan menggunakan model ini, peneliti berusaha menemukan variabel – variabel yang diukur. Sering kali ia hanya meneliti sebagian komponen – komponen dalam gambar di atas.

Anteseden meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin, dan faktor – faktor psikologis komunikasi, serta variabel lingkungan seperti organisasi, system sosial, dan struktur sosial. Motiv dapat dioperasionalkan dengan berbagai cara:

- a. Unifungsional, seperti hasrat melarikan diri, kontak sosial, atau bermain.
- b. Bifungsional, informasi – edukasi, fantasistescapist, atau gratifikasi segera – tertangguhkan.
- c. Empat – fungsional, diversifikasi, hubungan personal, identitas personal, dan *surveillance*, korelasi, hiburan, transmisi budaya, dan multifungsional.

Daftar motif memang tidak terbatas. Akan tetapi operasionalisasi Blumler agak praktis untuk dijadikan petunjuk penelitian. Blumler menyebutkan tiga orientasi:¹²

- a. Orientasi kognitif, yaitu kebutuhan akan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas.
- b. Diversi, yaitu kebutuhan akan pelepasan dari tekanan kebutuhan akan hiburan.
- c. Identitas personal, yaitu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

Dari teori *Uses and Gratification* dapat diturunkan dua konsep yaitu mengenai kebutuhan dan kepuasan khalayak. Pada konsep kebutuhan dijelaskan bahwa khalayak mempunyai motivasi dalam menggunakan media (seperti mengapa menggunakan televisi, untuk alasan apa). Singkatnya dapat dikatakan bahwa dalam kebutuhan ada suatu harapan untuk terpenuhinya kebutuhan yang menjadi faktor yang menentukan motivasi penggunaan media (televisi). Sedangkan pada konsep kepuasan, digambarkan dengan kondisi kepuasan yang didapat dari tayangan, bila kebutuhan akan apa yang dicari dari tayangan tersebut terpenuhi.

Kebutuhan merupakan dasar yang menggerakkan khalayak untuk menggunakan suatu media tertentu, tujuannya hanya satu yaitu pemenuhan

¹²Blumler, 1980 dalam Jalaludin Rakhmat, op cit, hlm.209.

atau pemuasan sebgaiian besar dari kebutuhan tersebut. Hal ini yang mendorong khalayak untuk melakukan berbagai kegiatan tertentu untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dari itu, maka dapat diketahui hal-hal yang mendorong individu untuk menggunakan media.

Menurut Alo Liliweri, sumber dari adanya kebutuhan khalayak adalah dengan adanya lingkungan sosial dimana ia tinggal, hal ini mengingat khalayak dalam komunikasi massa mempunyai sifat heterogen dan tersebar. Faktor ini meliputi:¹³

- a. Ciri-ciri demografis, adalah keadaan demografis dimana individu tersebut tinggal
- b. Afiliasi kelompok, adalah interaksi dengan orang lain. Kelompok, dan masyarakat.
- c. Ciri-ciri kepribadian, adalah ciri-ciri dari individu itu sendiri seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan.

Pendapat di atas didasarkan pada teori perbedaan-perbedaan individu mengenai pengaruh media massa (*The individual differences theory of mass communication effect*) yang mengakui bahwa tiap individu tidak sama perhatinya, kepentingannya, kepercayaan maupun nilai-nilainya, maka dengan sendirinya selektivitas mereka terhadap media komunikasi massa juga berbeda. Setiap individu akan menanggapi isi media komunikasi massa tersebut berdasarkan kepentingan mereka, disesuaikan dengan

¹³Alo Liliweri, *Memahamami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti Bandung, 1991), hlm. 135.

kepercayaannya serta nilai-nilai sosial dalam lingkungan sosial mereka.¹⁴ Dan setiap individu tersebut mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Melvin De Fleur tentang teori perbedaan individu yang mengatakan bahwa individu memiliki kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi juga perilaku mereka dalam menanggapi sesuatu. Perbedaan ini terjadi disebabkan karena perbedaan lingkungannya tersebut akan terbentuk sikap, nilai-nilai, serta kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka. Anak kembar sekalipun yang secara biologis memiliki persamaan-persamaan, dapat berbeda kepribadiannya apabila dibesarkan dalam lingkungan sosial yang berbeda. Setiap orang dengan yang memiliki persepsi yang berbeda dengan orang lain sehubungan dengan kepribadiannya berdasarkan lingkungan dimana individu tersebut tinggal.¹⁵

Selanjutnya, jenis-jenis kebutuhan yang berhubungan dengan khalayak adalah kebutuhan kognitif, efektif, integratif personal, integratif sosial, dan pelepasan ketegangan. Yang dimaksud dengan kebutuhan *kognitif* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyidikan kita. Kebutuhan *afektif* adalah kebutuhan

¹⁴Alo Liliweri, op cit, hlm. 106.

¹⁵Alo Liliweri, op cit, hlm. 105.

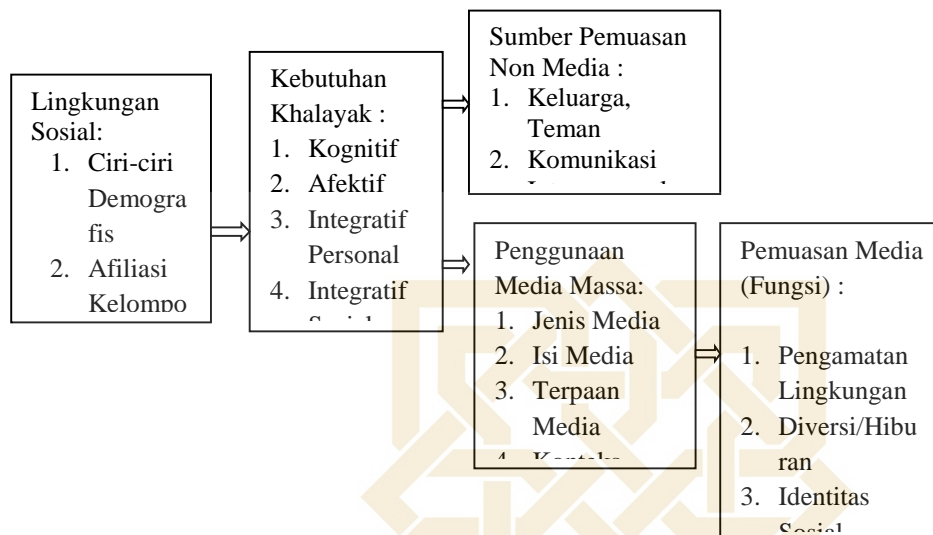
yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status *individual*. Hal itu biasa diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan sosial secara *interatif* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman atau dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat berafiliasi. Sedangkan kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghidarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.¹⁶

Penggunaan media (televisi) oleh individu atau khalayak sebagai sarana pemuas kebutuhannya, juga dipengaruhi oleh motivasi atau motif yang melekat dalam diri individu. Umumnya motivasi itu mengarah pada upaya pemenuhan kebutuhan, yang dapat dipenuhi dengan upaya penggunaan media atau non media, yang pada akhirnya semua upaya ini akan menuju pada pencapaian suatu kepuasan. Hal ini akan membuat khalayak menjadi aktif dan selektif dalam memilih medianya agar terpenuhi atau terpuaskan.

Sebagian orang menyebutkan bahwa konsumsi media massa hanya bersifat kebetulan. Orang membaca Koran memang jika ada loper Koran, orang memiliki televisi jika memang sinyal televisi tertangkap, orang mendengar radio jika memang frekuensi radio terdeteksi, akan tetapi tidak sesederhana itu. Melihat banyaknya orang menggunakan koran, televisi, radio atau media lainnya, jelas bahwa terdapat kepuasan yang mereka dapatkan setelah menggunakan media tertentu sehingga berulang atau beberapa kali menggunakan media tersebut.

¹⁶Nurudin, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Cesper, 2003), hlm. 184.

Untuk menggunakan media tersebut seseorang harus memiliki motif dan pemuasannya. Seperti dalam teori behaviorisme yang mengatakan bahwa perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi.



Gambar 2

Model Teori *Uses and Gratification*¹⁷

Penjabaran penulis di atas memakai teori uses and gratification namun tidak sampai memakai model teori uses and gratification karena yang diteliti oleh penulis adalah kepuasannya, jadi yang dipakai adalah teori kepuasan yang ada di teori *uses and gratification*. Adapun kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi dimensi sebagai berikut :

¹⁷ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 1990), hlm. 293.

- a. Pengamatan Lingkungan, yaitu menggunakan hal-hal yang menggambarkan keadaan lingkungan secara realistis dalam isi tayangan media.
- b. Hiburan atau Diversi, yaitu kebutuhan masyarakat akan pelepasan dari tekanan kebutuhan terkait hiburan dengan cara lain masyarakat merasa puas menggunakan media apabila media tersebut dapat memberikan hiburan.
- c. Identitas Personal, yaitu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.
- d. Hubungan Sosial, yaitu memberikan pengetahuan tentang fenomena sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara profesional menggunakan teknologi pembagi mempengaruhi khalayak pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah yang banyak. Prosesnya memiliki satu unsur yang istimewa yaitu penggunaan saluran.¹⁸

Pada perkembangannya, proses komunikasi massa lebih dikenal sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan,

¹⁸Alo Liliweri, *Memahamami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti Bandung, 1991, hlm. 36.

biasanya menggunakan media massa modern, yang meliputi Surat Kabar, Siaran Radio, Siaran Televisi, yang ditunjukkan kepada khalayak umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop.

Media massa alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominan adalah panca indra manusia seperti mata dan telinga. Pesan pesan yang di terima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.

Batasan publik tentang media lebih banyak dibentuk secara langsung oleh media itu sendiri. Kondisi budaya serta ciri – ciri intrinsik berbagai teknologi yang berbeda.¹⁹ Setiap media cenderung memiliki tempat dalam “peta mental” kita dengan citra tersendiri, serangkaian asosiasi dan harapan menyangkut fungsi dan kegunaannya. Batasan media dalam penelitian ini adalah media televisi. Menurut pakar komunikasi Laswell, media massamempunyai tiga fungsi. Dimana setiap fungsi tidak berdiri sendiri – sendiri melainkan saling menunjang. Ketiga fungsi tersebut antara lain:²⁰

1) *The Surveillance of environment*

¹⁹Dennis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Edisi kedua. (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 88.

²⁰Laswell, Harold, *The Structure and Function of Communication in Society*, (New York: Harper, 1948), hlm. 88.

Yang berarti bahwa media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan dan selalu memberikan berbagai informasi atas hal – hal yang tidak dapat terjangkau khalayak.

2) *The correlation of the part of society in responding to the environment*

Berarti bahwa media massa itu lebih menekankan kepada pemilihan, penilaian, penafsiran tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak, dengan demikian media massa dapat di nilai sebagai “Gatekeeper” dari arus informasi.

3) *The transmission of the social heritage from generation to the generation*

Hal ini menunjukkan bahwa media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi ke generasi berikutnya, atau dengan kata lain media massa berfungsi pula sebagai media pendidikan.

3. Tinjauan tentang Dakwah dalam Media Televisi

Dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya, yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis aqidah dan sayari’at serta akhlak.²¹Sedangkan, materi dakwah adalah pesan (message) yang dibawakan oleh subyek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah maupun

²¹ Nsaruddin Latif, *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: Firman Dara, 1971), hlm, 11.

Sunah Rasul-Nya.²² Berdasarkan pengertian dakwah tersebut, maka da'i sebagai subjek (pelaku) dakwah perlu mempersiapkan materi dakwahnya dengan mendalami isi kandungan Al Qur'an yang mencakup akhlak, aqidah, syari'ah, dan mu'amalah yang meliputi seluruh aspek kehidupan di dunia baik yang berkaitan dengan kehidupan dunia maupun akhirat. Karena, luasnya ajaran Islam maka setiap da'i harus selalu berusaha dan terus-menerus mempelajari dan menggali serta mencermati tentang situasi, kondisi masyarakat, sehingga materi dakwah dapat diterima oleh obyek dakwah dengan baik.

Seiring dengan kemajuan ilmu dan teknologi, kini dakwah dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Pada saat ini banyak media yang dapat dimanfaatkan untuk sarana berdakwah. Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi ceramah kepada audiens. Berdakwah pada zaman sekarang tidak hanya dilakukan oleh para mubaligh di masjid, tetapi bisa dilakukan dengan banyak cara dengan menggunakan media dakwah seperti televisi, koran, majalah, buku, lagu dan internet. Televisi adalah media komunikasi massa yang paling akrab dengan masyarakat, karena kemampuannya mengatasi faktor jarak dan waktu.²³

Melalui televisi dakwah bermakna beragam sesuai dengan aneka ragam kehidupan masyarakat, dakwah dengan seni, dengan ilmu, dengan teknologi dan

²²Aliyudin, Enjang. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.

²³Surbakti, *Awas Tayangan Televisi*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2008), hlm. 78.

kegiatan ekonomi, pendidikan serta budaya dan sebagainya.²⁴Berdasarkan beberapa pendapat beberapa ahli tersebut maka kurang lebih televisi mempunyai tiga dampak.

- a. Dampak konitif, artinya kemampuan seorang atau penikmat (pemirsa) untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan di televisi.
- b. Dampak peniruan, artinya pemirsa dihadapkan pada tayangan yang disiarkan oleh televisi dan ada kemungkinann untuk meniru seorang artis atau aktris yang di idolakan
- c. Dampak perilaku, artinya proses tertanamnya nilai sosial budaya akibat dari melihat secara terus-menerus apa yang ditayangkan pada acara televisi.

4. Televisi

Televisi merupakan suatu sarana atau media yang canggih pada saat ini. Di mana siaran televisi dapat dilihat oleh kebanyakan orang. Di mana di sini juga membutuhkan suatu perangkat atau TV-set. Televisi merupakan media penyiaran (*broadcasting*) yang memiliki beberapa keistimewaan yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya seperti surat kabar, buku, majalah atau radio, televisi sebagai media audio-visual yang berarti gabungan dari media dengar sekaligus gambar yang bisa berfungsi sebagai media informasi, hiburan dan pendidikan, atau gabungan dari ketiganya. Kelebihan lainnya,

²⁴Gazali, *Dakwah Komunikatif*, (Jakarta; Pedoman Ilmu Jaya. 1997), hlm. 41

dengan adanya satelit komunikasi, cakrawala informasi menjadi semakin luas. Dunia seperti tanpa batas, peristiwa yang terjadi dibelahan dunia manapun bisa kita ketahui dan lihat melalui televisi seketika itu juga.²⁵

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu perubahan, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa, televisi sebagai media yang muncul belakangan dibandingkan media cetak yang lainnya, ternyata televisi memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi pergaulan hidup manusia saat ini.²⁶

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia menjadi bagian yang sangat penting, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Televisi, disamping media yang sangat menghibur tetapi juga menjadi salah satu informasi, seperti yang di kemukakan oleh Kuswandi dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, yaitu sebagai berikut:

“Media televisi menyediakan informasi dan kebutuhan manusia keseluruhan, seperti berita cuaca, informasi financial atau katalog, berbagai macam produk barang. Pemirsa akan selalu terdorong untuk mencari sesuatu yang tidak diketahui melalui televisi. Pada akhirnya

²⁵ Wiwin Siskawati, *Kebijakan Programming Olahraga Televisi*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIPOL, UGM, 2004.

²⁶Ibid, hal 22.

televisi pun menjadikan pemirsa ‘hamba – hamba’ kecil yang pola pikirnya siap deprogram oleh materi media tersebut”.²⁷

Disadari atau tidak, dalam kehidupan sehari – hari manusia membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, oleh karena itu informasi merupakan kebutuhan yang cukup penting bagi manusia, sama halnya dengan kebutuhan manusia yang lain seperti makan, minum, dan lain – lain. Hal ini sesuai pendapat yang dikemukakan oleh Wiener mengenai arti pentingnya informasi bagi kehidupan manusia, menurutnya untuk dapat hidup orang harus hidup dengan cukup informasi. Dengan demikian informasi dan pengawasan merupakan bagian yang hakiki bagi hidup manusia. Sedangkan manusia merupakan bagian dari manusia yang lain.²⁸

5. Program Acara

a. Program Sinetron

Sinetron kepanjangan dari sinema elektronik. Berdasarkan makna dari kata sinema, penggarapannya tidak jauh berbeda dengan penggarapan film layar putih. Demikian pula tahapan penulisan dan format naskah. Yang berbeda hanyalah film layar lebar menggunakan kamera *optic*, bahan film *seluloid* dan medium sajiannya memakai proyektor dan layar putih didalam gedung bioskop. Sementara itu, pembuatan sinetron menggunakan

²⁷Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Isi Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hlm. 30.

²⁸Astrid S. Susanto, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*, (Bandung: Bina Cipta, 1985), hlm. 3.

kamera elektronik dengan video *recorder*, bahannya pita didalam kaset, penyajiannya dipancarkan dari stasiun televisi dan diterima melalui layar kaca pesawat televisi di rumah-rumah.

Sinetron merupakan sinema elektronik tentang sebuah cerita yang didalamnya membawa misi tertentu kepada pemirsa, misi ini dapat berbentuk pesan moral untuk pemirsa atau realitas moral yang ada di kehidupan masyarakat sehari-hari.²⁹Isi pesan sinetron televisi harus mampu mewujudkan dan mengekspresikan kenyataan sosial di masyarakat, tanpa melepaskan diri dari lingkaran budaya pemirsa yang heterogen.

Sinetron yang membawa pesan moral pada umumnya mengangkat cerita lewat karakter tokoh yang berwatak bijaksana dan ideal perilakunya. Diharapkan dari tokoh ini, pemirsa dapat mengambil manfaat dari tokoh yang diperankan dalam sinetron tersebut.Kelemahan dari sinetron yang berisi pesan moral, yaitu seringkali terjebak pada pola menggurui serta keluar dari realitas. Lain halnya sinetron yang mengangkat realitas moral dalam kehidupan sehari – hari dalam masyarakat. Biasanya setting ceritanya menggambarkan peristiwa yang sedang terjadi atau memperlihatkan watak dari karakter tokoh dalam cerita tersebut ketika menangani kasus moral di masyarakat.

b. Sinetron Religi di Indonesia

²⁹Wawan Kuswandi, op cit, hlm. 120.

Beberapa tahun terakhir ini, pemirsa tayangan televisi dimanjakan dengan berbagai ragam acara yang bernuansa religi. Tayangan-tayangan tersebut diatur sedemikian rupa sehingga digemari penonton. Sejak pertengahan tahun 2004 televisi di Indonesia banjir dengan sinetron religius bertajuk "Ilahi". Diawali dengan sukses TPI (sekarang MNC TV) menayangkan serial Rahasia Ilahi, yang konon diilhami oleh kisah-kisah nyata dalam majalah Hidayah.

Kesuksesan sinetron religi Rahasia Ilahi kemudian diikuti oleh stasiun swasta nasional lainnya untuk menyajikan sinetron dengan jenis yang sama. Hampir disetiap stasiun televisi terdapat program sinetron religi, seperti SCTV menyajikan sinetron Astaghfirullah dan Kuasa Illahi, Lativi (sekarang TV One) menyajikan Azab Illahi dan Pada-Mu Ya Rabb, Indosiar menayangkan sinetron Titipan Illahi, Trans TV dengan sinetron Taubat, dan kemudian RCTI menyajikan Maha Kasih. Sinetron religius semacam ini ternyata mampu mendongkrak peringkat stasiun penayangannya. Tak heran jika kemudian hampir semua stasiun TV menayangkan sinetron sejenis. Sinetron religius yang kini tengah menjamur, sesungguhnya merupakan kelanjutan dari tren tayangan televisi sebelumnya, yang doyan menayangkan mistik. Setelah aroma mistis sempat populer dalam bungkus *reality show*, seperti Dunia Lain, Gentayangan, dan lain-lain, kini aroma serupa dikemas dalam bentuk sinetron.

Tayangan sinetron bertema religi sangat marak di stasiun – stasiun TV swasta nasional. Terlebih lagi ketika memasuki bulan ramadhan. Tujuan akhir dari sinetron religi tersebut untuk meningkatkan moral masyarakat dalam kehidupan sehari – hari. Tren program sinetron religi sangat menarik untuk dikaji lebih jauh dalam hubungannya dengan fakta kehidupan masyarakat sehari – hari. Persoalan menjadi menarik ketika semua tayangan sinetron itu lebih memunculkan ajaran agama sebagai fokus cerita. Ini terlihat dari banyaknya kalimat atau ungkapan dialog yang bersifat religi.

Dalam judul atau program sinetron serial itu memakai nama – nama atau istilah agama tertentu dan di tayangkan pada jam – jam prime time. Ini fenomena menarik karena media televisi seolah – olah menjadi simbol kebenaran yang berwujud teknologi TV dan menyebarkan ajaran agama tertentu tanpa terhalang jarak, ruang, dan waktu. Ada beberapa hal yang perlu di pertegas sebelum berbicara soal efektivitas tayangan sinetron religi yaitu:³⁰

- 1) Agama atau ayat suci agama tertentu dalam kehidupan manusia sehari – hari memang sudah menjadi pegangan hidup masyarakat sejak masih hidup sampai meninggal dunia. Agama merupakan medium komunikasi antara manusia dengan Tuhan yang bersifat sacral dan individual.

³⁰Wawan Kuswandi, op cit, hlm. 111.

2) Seluruh tayangan TV merupakan hasil final dari proses kreativitas yang dikerjakan oleh sekumpulan orang kreatif di media TV dan melalui proses imajinasi, kreasi, dan daya cipta sehingga hasilnya menjadi menarik untuk ditonton. Artinya tayangan TV tidak seluruhnya bersifat objektif tetapi juga sangat kental mengandung unsur objektif.

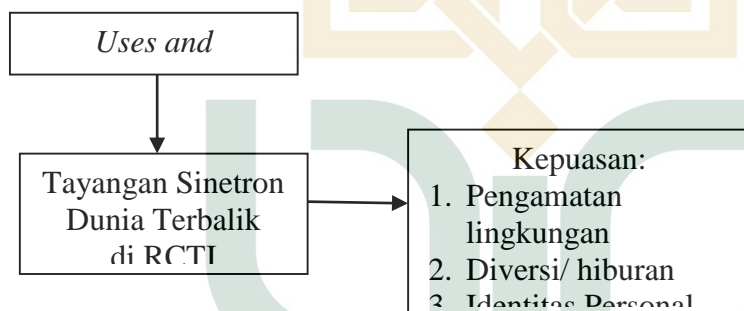
Dari kedua hal tersebut, maka kita dapat menarik benang merah yang mungkin dapat menjawab pertanyaan efektivitas tayangan sinetron religi terhadap sikap dan perilaku pemirsa, baik sebelum maupun sesudah menonton tayangan sinetron religi tersebut. Proses kreatif para pekerja TV yang membuat sinetron religi tersebut di olah melalui pengambilan gambar, dialog, serta menafsirkan dengan seni teknologi ajaran agama tertentu sesuai kemampuannya, dan di gambarkan secara menarik dengan mengambil kisah-kisah nyata maupun fiksi untuk menggambarkan realita kehidupan dalam masyarakat, sehingga tayangan sinetron itu menarik untuk ditonton.

Sinetron religi yang dikemas secara baik akan memberikan dampak atau pengaruh yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat, karena dalam sinetron tersebut terdapat nilai – nilai positif yang dapat menambah wawasan pengetahuan tentang agama. Sinetron religi dikatakan positif karena banyak mengandung unsur keagamaan yang dapat dijadikan pelajaran pemirsanya dalam meniti kehidupan yang baik maupun

mendapatkan informasi baru tentang agama melalui pesan – pesan yang di sampaikan secara sederhana dalam sinetron religi tersebut.

Tayangan sinetron religi “Dunia Terbalik” yang disiarkan di RCTI merupakan salah satu sinetron religi yang banyak digemari masyarakat, karena kisah maupun pesannya disampaikan secara sederhana, sehingga mudah untuk dicerna oleh pemirsanya. Sinetron religi tersebut merupakan salah satu sinetron religi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi agama Islam maupun sebagai hiburan, karena sinetron religi tersebut dikemas secara komedi, sehingga tidak membosankan dan mudah untuk diterima pesan yang disampaikan dalam sinetron religi tersebut.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis akan menguraikan sistematika pembahasan yang dibagi menjadi lima bab, yaitu:

Bab pertama membahas tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, kerangka pemikiran, sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas tentang metode penelitian digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyusunan skripsi.

Bab ketiga menjelaskan tentang gambaran umum seperti kondisi geografis, potensi SDM, potensi prasarana dan sarana di Kelurahan Rejowinangun, Kotagede, Yogyakarta dan Sinetron Dunia Terbalik di RCTI

Bab keempat tentang hasil penelitian dan pembahasan.

Bab kelima penutup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang berjudul “Kepuasan Keluarga Muslim di RT 16 RW 05 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta terhadap Sinetron Dunia Terbalik di RCTI” adalah kepuasan keluarga muslim RT 16 RW 05 di Rejowinangun Kotagede Yogyakarta terhadap Sinetron Dunia Terbalik di RCTI termasuk dalam kategori tinggi. Keluarga muslim merasa puas dalam dimensi pengamatan lingkungan, hiburan, identitas personal, dan hubungan sosial pada sinetron Dunia Terbalik di RCTI.

Dimensi pengamatan lingkungan mempunyai nilai rata - rata 22 yang termasuk dlam kategori tinggi. Dimensi hiburan mempunyai nilai rata - rata 14,3 yang termasuk dlam kategori tinggi. Dimensi identitas personal mempunyai nilai rata - rata 20 yang termasuk dlam kategori sedang. Dan hubungan sosial mempunyai nilai rata - rata 11 yang termasuk dlam kategori tinggi. Kepuasan tertinggi pada dimensi hiburan, pengamatan lingkungan, dan hubungan sosial. Sedangkan kepuasan terendah ada pada dimensi identitas personal. Secara keseluruhan keluarga muslim RT 16 RW 05 di Rejowinangun Kotagede Yogyakarta memiliki kepuasan yang berada pada kategori tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi keluarga muslim di Rejowinangun Kotagede Yogyakarta hendaknya dapat memilih acara televisi terutama sinetron yang lebih memberikan kepuasan dalam dimensi identitas personal misalnya sinetron keluarga dan mengambil pelajaran dari sinetron tersebut.

Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas sample penelitian agar dapat meperoleh data yang lebih lengkap.



DAFTAR PUSTAKA

- Aliyudin, Enjang. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Lukianti Qomala Edinaya, Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Davis, Stanley J. Dannis K. 2010. *Teori komunikasi Massa (Dasar, Pergolakan, Dan Massa Depan)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Effendi, Onong Uchjana. 1981. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung alumni: Rosdakarya.
- el Ishaq, Ropingi. 2011. *Sinema Religi Dalam Pusaran Industri Media*, Purwokerto : Komunika
- EQ Mustofa, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gazali. 1997. *Dakwah Komunikatif*, Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya
- Hikmat, Mahi M. . 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantoro, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi* , Jakarta : Rineka Cipta
- Laswell, Harold, 1948. *The Structure and Function of Communication in Society*. New York : Harper
- Latif, Nasaruddin. 1971. *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*. Jakarta: Firman Dara
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahamami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti Bandung
- Mc Quail, Dennis. 1996. *Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Jakarta: Erlangga
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Nazir, Mohammad. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Cesper
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Komunikasi. Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ridwan. 2004. *Dasar-Dasar Statistik Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta
- Sandy, Ayu Kartika. 2017. 5 Alasan Mengapa Sinetron 'Dunia Terbalik' Selalu Raih Rating Tertinggi. Diakses dari [www.kanal247.com/ media/konten/0000005930.html](http://www.kanal247.com/media/konten/0000005930.html)
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Siskawati, Wiwin. 2004. *Kebijakan Programming Olahraga Televisi*. Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIPOL, UGM
- Subroto, Darwanto Sastro.1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Surbakti. 2008. *Awas Tayangan Televisi*. Jakarta : Alex Media Komputindo,
- Susanto, Astrid S. . 1985. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bandung: Bina Cipta

