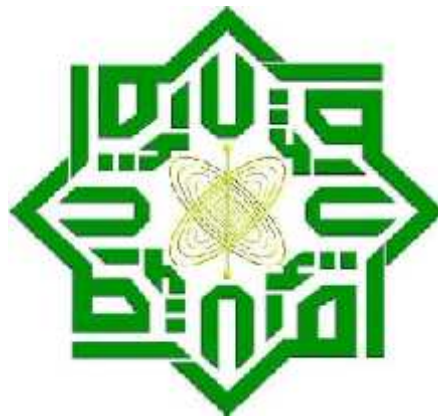


**MINAT MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI TERHADAP TAYANGAN MOZAIK ISLAM DI
TRANS TV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (SI. Kom)



Oleh:

ANDI HIDAYAT
NIM: 10843002558

PROGRAM S1

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU**

2013

ABSTRAK

Salah satu tayangan informasi adalah berfungsi sebagai sarana pengetahuan masyarakat. Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV merupakan tayangan yang menyajikan informasi. Kita dapat lihat dari perkembangan teknologi misalnya perkembangan televisi, radio dan internet. Saat ini telah banyak siaran informasi yang tayang di televisi yaitu Mozaik Islam, On The Spot di TRANS 7 dan Spot Lite di Global TV. Sehingga hasil dari pra riset yang penulis dapatkan di lapangan, Mozaik Islam di TRANS TV yang lagi gemparnya di tayangan televisi. Maka dari itu, untuk mengetahui minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV penulis menulis tulisan ini dengan judul **“Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV”**.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jelas tentang minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam. Apakah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi berminat untuk menonton tayangan Mozaik Islam atau tidak berminat sama sekali.

Dari permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana minat mahasiswa fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification*. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan mengambil jumlah sampel sebesar 93 orang jumlah populasi 1309 orang mahasiswa. Dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan persentase.

Adapun hasil dari penelitian ini minat mahasiswa dalam menonton tayangan Mozaik Islam masuk didalam kategori “cukup berminat” dengan hasil persentase 71,47%, kebanyakan mahasiswa lebih berminat menabahnya wawasan tentang Islam yang di tayangan Mozaik Islam dengan persentase 37.64%, sedang berisi informasi yang bermanfaat dengan persentase 22.58%, adanya unsur pendidikan dengan persentase 29.03%, dan yang menyukai jam sesuai hanya 10.75%.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT berkat limpah rahamat, nikmat serta hidayah-NYA akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebuah penelitian kuantitatif pada mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi dengan judul **“MINAT MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP TAYANGAN MOZAIK ISLAM DI TRANS TV”**, sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar sarjana Setrata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Selanjut nya shalawat beriring salam senantiasa penulis persembahkan kepada junjungan alam nabi besar Muhamad SAW, yang telah berjasa dalam berhasil membawa kebenaran bagi umatnya dan membawa umatnya dari alam kebodohan ke alam yang pandai, sebagai pedoman dan bekal untuk mengarungi kehidupan baik didunia maupun diakhirat kelak.

Sungguhpun skripsi ini telah disusun sempurna mungkin, namun penulis menyadari bahwa didalamnya masih terdapat kekurangan dan kelemahan di berbagai segi dan aspeknya, oleh karena itu dengan lapangan dada penulis menerima masukan dan sumbangan pemikiran dari semua pihak demi lebih sempurnanya skripsi ini. Penulis menyadari tidak sedikit jasa yang diterima oleh penulis dari berbagai pihak yang sangat membantu dalam meluluskan jalannya

skripsi ini. Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Teristimewa buat ayahanda dan ibunda yang telah memberikan materi dan semangat dalam menyelesaikan studi ini,
2. Buat seluruh dan keluarga yang telah memberikan motivasi, nasehat, bimbingan dan semangat serta dorongan dalam menyelesaikan studi ini sehingga dapat mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU,
3. Bapak Drs. H. Suhaimi, M.Ag sebagai Pembimbing I penulis, dan Ibu Titi Antin, MSi sebagai Pembimbing II penulis, yang telah berusaha keras mengarahkan, memperbaiki dan memberikan masukan bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,
4. Bapak Prof. Dr. H. Nazir Karim, MA, sebagai Rektor UIN SUSKA RIAU dan segenap pihak rektorat,
5. Bapak Prof. Dr. Amril, MA, sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU, beserta seluruh pembantu dekan dan para tenaga administrasi lainnya,
6. Bapak Dr. Nurdin A Halim, MA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
7. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan berbagai macam ilmunya selama dalam masa studi ini,
8. Kawan – kawan seperjuangan penulis dalam menuntut ilmu (Ismail Kumala Putra dan Arifan Syahdani) yang tidak dapat dituliskan namanya satu persatu, yang telah memberikan masukan / nasehat dan semangat serta

dorongan dalam menyelesaikan studi /skripsi ini sehingga dapat mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

9. Dan terima kasih untuk pacar saya Lidya Elfiranti yang telah membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhirnya kepada Allah penulis berserah diri semoga skripsi ini bermanfaat. Atas segala peran dan partisipasi yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih mudah – mudahan Allah SWT memberikan karunia-NYA yang setimpal dan dibalas yang berlipat ganda. Amin Ya Rabbalamin.

Pekanbaru, 28 januari 2013

Penulis

ANDI HIDAYAT

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	5
C. Penegasan Istilah.....	5
D. Permasalahan.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kerangka Teoritis.....	7
G. Konsep Operasional.....	17
H. Metodologi Penelitian.....	18
I. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah berdirinya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	23
B. Visi, misi dan tujuan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	26

C. Perkembangan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	27
D. Struktur organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	29

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam.....	31
--	----

BAB IV ANALISA DATA

A. Minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam.....	45
B. Pembahasan berdasarkan teori penelitian.....	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media komunikasi pada saat ini mengalami kemajuan yang pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya bermunculan berbagai media komunikasi, baik itu media elektronik maupun media massa cetak. Media ini juga banyak mempengaruhi sistem-sistem dalam kehidupan masyarakat yang semakin dirasakan peranannya oleh seluruh kalangan masyarakat. Media-media komunikasi massa pada saat ini, dituntut saling membenahi diri ditengah ketatnya persaingan bisnis media, demikian juga dengan media televisi. Mereka berlomba meningkatkan kualitas siarannya untuk mempengaruhi audien agar lebih terkait dan memilih media mereka.

Pengertian komunikasi itu sendiri adalah proses penyampaian pesan berupa lembaga atau simbol-simbol yang mengandung arti, dikirim dari seorang atau kelompok (Komunikator), kepada orang atau kelompok yang lain (Komunikan) jika lembaga yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh si penerima (Komunikan), maka terjadilah apa yang dinamakan komunikasi (Djuroto, 2007:112)

Komunikasi massa media televisi merupakan proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa,

lembaga penyelenggaraan komunikasi bukanlah perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Media massa televisi “*transitory*” (hanya meneruskan) oleh karena itu pesan-pesan yang disampaikan melalui media tersebut hanya dapat didengar dan dilihat secara sekilas. Para pengelola stasiun televisi harus berorientasi kepada pemirsa. Pendekatan pada khalayak ini, oleh David K. Berlo (dalam Kuswandi, 1996:48) dinamakan “*emphati*”, yang berarti keahlian seseorang dalam menempatkan diri pada pihak lain. Disebabkan oleh kemampuannya dalam “menyihir” pemirsa, televisi mendapatkan julukan-julukan seperti kotak ajaib atau narkotika elektronik. Julukan terakhir dapat dipahami mengingat TV dianggap sebagai suatu yang penting dalam kehidupan manusia, karenanya sangat mendominasi kehidupan mereka, seraya menyisihkan kegiatan-kegiatan lainnya. (Mulayana, 1999:147) Televisi dituntut untuk meningkatkan kualitas siarannya agar lebih baik dan menarik bagi pemirsanya.

Diketahui bahwa hakekatnya sebuah media massa menyiarkan informasi dan hiburan untuk dapat ditonton dan dinikmati oleh khalayak. Itulah salah satu tujuan informasi, minimal komunikasi itu harus mengandung kesamaan makna antara kedua belah pihak. Yang ditujukan untuk mengerti dan dipahami karena kegiatan komunikasi bukan hanya *informative*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasive* yaitu agar orang lain menerima suatu faham atau keyakinan.

Timbulnya minat seseorang dapat dipengaruhi oleh adanya pesan atau informasi yang diterima oleh indra, dan respon itu bisa benar dan bisa salah,

kesalahan minat seseorang bisa dipengaruhi oleh faktor dalam diri individu dan faktor luar individu. Faktor dari dalam individu seperti pengetahuan, pengalaman dan faktor psikologis. Sedangkan faktor luar individu seperti faktor lingkungan yaitu teman, keluarga dan sebagainya (Jalaludin, 2005:62-63). Begitu juga dengan minat mahasiswa terhadap tayangan Mozaik Islam. Minat-minat yang timbul dapat berbagai bentuk baik itu bersifat positif maupun negatif.

Mahasiswa itu sendiri tidak lepas dari suatu informasi dan hiburan yang ditayangkan suatu lembaga penyiaran. Menurut Adorno (2008) pendengar musik populer dan terakomodasi terjebak dalam serangkaian minat yang sudah dirutinisasi. Dalam hal ini musik bagian dari latar belakang keseharian kehidupan sosial kontemporer. Pada umumnya isi program siaran di televisi maupun radio dengan penggunaan berbagai nama berbeda sesuai dengan keinginan stasiun televisi masing-masing (Ziauddin Sardar, 2008:37).

Berbagai jenis program siaran tersebut bukanlah sesuatu yang mutlak harus ada semuanya. Acara-acara tersebut sangat bergantung dari kepentingan masing-masing stasiun penyiaran televisi yang bersangkutan. Hiburan (entertainment) sajian pers dan media massa kadang-kadang berfungsi sekaligus menghibur, mendidik dan memberikan informasi. Tetapi kadang-kadang juga terpisah antara satu dan yang lainnya. Yang merepotkan adalah apabila informasi tersebut dianggap sebagai hiburan yang mengganggu informasi.

Media massa yang diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada khlayak yang tersebar baik heterogen dan anonym melalui media cetak

dan elektronik sehingga pesan sana dapat diterima secara serentak dan sesaat. Media massa adalah sarana komunikasi bagi masyarakat luas seperti televisi, radio, pers, film yang dapat memberikan informasi, ide, opini, yang erat hubungannya dengan kemajuan. Kalau diperhatikan sekarang ini media massa berkembang dengan pesat sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi melalui dari kota-kota besar sampai pelosok-pelosok desa.

Program-program acara informasi yang ditayangkan ditelvisi tidak disatu canel saja, namun ada beberapa stasiun televisi yang lain yang menayangkan acara informasi tersebut. Seperti halnya di TRANS 7 jam 19.00 ada tayangan ON THE SPOT, di GLOBAL TVjam 11.00 pagi ada acara SPOT LITE. Tayangan program informasi tersebut hanyalah sebagian saja, masih banyak jam tayang informasi lainnya. Dari sekian banyak tayangan acara yang bertajuk informasi, penulis mengkaji satu tayangan acara saja, yaitu tayangan Mozaik Islam di TRANS TV. Tayangan Mozaik Islam hadir dilayar kaca setiap Sabtu s/d Minggu setiap pukul 07.30 WIB. Mozaik Islam tayangan yang menayangkan sejarah Islam, pengetahuan tentang Islam sekarang udah langkah tayangan yang berunsur pendidikan di stasion swasta. Muncul nya tayangan Mozaik Islam menambah inspirasi tentang pengetahuan.

Adapun inti dari permasalahan yang dibahas dan disajikan dalam tayangan Mozaik Islam tersebut adalah sama-sama membahas masalah tentang informasi dan pengetahuan, hanya saja nama dan jam tayangnya berbeda. Dengan keanekaragaman permasalahan diatas, tentu mempunyai minat yang berbeda antara sesamamahasiswa.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang tayangan yang ada di salah satu televisi swasta nasional dengan judul **“Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV”**.

B. Alasan Memilih Judul

1. Siaran Mozaik Islam lebih menarik untuk diteliti dari pada siaran informasi lainnya karena Mozaik Islam menayangkan pengetahuan Islam.
2. Masalah ini sesuai dengan disiplin ilmu yang dipelajari penulis di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Penulis merasa mampu untuk menelitinya, baik segi waktu dan biaya.

C. Penegasan Istilah

Untuk memberikan pandangan terhadap judul ini, penulis perlu memberikan penegasan istilah, adapun istilah tersebut adalah :

1. Menurut Marimba minat adalah kecenderungan jiwa kepada sesuatu, karena kita merasa ada kepentingan dengan sesuatu itu, pada umumnya disertai dengan perasaan senang akan sesuatu (Marimba, 1987:97)
2. Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (pertunjukan), pertunjukan film dan persembahan sebagainya (Wahyu Baskoro, 2005:799).
3. Mozaik Islam adalah suatu tayangan informasi tentang sejarah Islam yang di dunia.

4. Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual.

D. Permasalahan

1. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

E. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini berguna bagi mahasiswa yang kurang berminat dengan tayangan reality show dan sebagai bahan masukan bagi mahasiswa yang lain.
2. Untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah UIN SUSKA Pekanbaru.
3. Dengan diketahuinya manfaat dari acara tersebut, diharapkan bagi mahasiswa bisa memilih acara-acara yang baik.

4. Diharapkan juga bahan penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan referensi bagi mahasiswa UIN dan juga bagi yang lainnya.

F. KERANGKA TEORITIS

1. Minat

a. Tinjauan Terdahulu

Penelitian seperti ini sudah diteliti sebelumnya oleh Darlia pada tahun 2010 dalam penelitiannya yang berjudul Persepsi Remaja Terhadap Tayangan Dasyat di RCTI Sebagai Sumber Hiburan (Studi Kasus RT 04 RW 04 Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai) penelitian menjadi hasil penelitian tersebut sebagai rujukan dan peneliti mengangkat pembahasan tentang produksi tayangan berbeda dengan Darlia, yaitu tentang Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

Dalam kehidupan sehari-hari sering tidak dibedakan perkataan minat dengan perhatian, walaupun keduanya berbeda. Antara perhatian dan minat itu memang erat kaitannya, orang yang mempunyai minat tentang kesenian maka dengan sendirinya perhatiannya menuju ke arah kesenian. Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan sesuatu hal yang berharga bagi orang. Sesuatu yang berharga bagi orang adalah yang sesuai dengan kebutuhannya (Tafsir, 1992:133).

Menurut Decroly, “minat itu adalah pernyataan suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi”, Kebutuhan itu timbul dari dorongan hendak member kepuasan kepada suatu instink. Kebutuhan itu misalnya, kebutuhan akan makanan. (Tafsir,1992:133).

Minat dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah kecendrungan hati yang tertinggi terhadap sesuatu (Badudu,1994). Minat menurut WS Winkel adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal dan merasa senang berkecimpng dalam bidang itu (Winkel,1984:30).

Minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi (kognisi, konasi, emosi) yang tertuju pada suatu, dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat (Ahmadi,1991:151).Menurut Agus Sujantominat adalah suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauanya yang tergantung dari bakat dan lingkungan Agus Sujanto (1986:92).

Pengertian-pengertian di atas pada dasarnya menjelaskan bahwa minat merupakan hal yang mendorong manusia dalam melakukan sesuatu yang lahir dari dalam diri tanpa paksaan. Minat akan timbul pada diri seseorang bila individu tersebut tertarik kepada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau merasa bahwa sesuatu yang dipelajari bermakna bagi dirinya. Dalam hal ini seiringindividu harus berusaha karena minat tanpa usaha tidak akan ada artinya (Efendi,1984:22).

Minat merupakan momen dari kecendrungan yang terarah secara intensif kepada satu obyek yang dianggap penting.Minat ini erat kaitannya dengan

kepribadian, dan selalu mengandung unsur afektif/perasaan, kognitif dan kemauan. Minat secara umum dibagi dua, yaitu:

1. Minat yang diungkapkan

Seseorang dapat menggunakan minatnya dengan kata tertentu misalnya, seseorang yang mengatakan bahwa ia tertarik dalam menciptakan suatu model pesawat udara, dalam mengumpulkan perangkannya.

2. Minat yang diwujudkan

Seseorang yang dapat mewujudkan minatnya melalui tindakan atau perbuatan, ikut aktif serta berperan aktif dalam sesuatu aktivitas, misalnya orang tua meluangkan waktu atau memberikan izin kepada anaknya untuk dapat menjadi anggota club musik atau drama (Ketut, 1988:62).

Menurut Jalaluddin Rahmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi*, minat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang terdapat dalam diri individu, faktor tersebut adalah faktor biologis, sosiopsikologis, sosiogenis, sikap, kebiasaan dan kemauan. Faktor biologis, dalam keadaan lapar, seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Karena itu bagi orang lapar, yang paling diminati adalah makanan. Faktor Sosiopsikologis, manusia merupakan makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya.

Disini dapat mengklasifikasinya kedalam tiga komponen-komponen afektif (aspek emosional), kognitif (aspek intelektual) dan konatif (aspek Volisional). Bila kita ditugaskan untuk meneliti berapa orang mahasiswa berada di

kelas, kita tidak akan dapat menjawab berapa orang di antara mereka yang berbaju merah sebelum kita melihat ke dalam kelas (Jalaluddin Rahkmat, 1986:52).

Faktor Sosiogenis, sikap, kebiasaan dan kemauan. Semua ini mempengaruhi minat. Dalam perjalanan naik gunung, geolog akan memperhatikan batuan; ahli botani, bunga-bunga; ahli zoology, binatang; seniman, warna dan bentuk. Menurut sebuah anekdot, bila anda ingin mengetahui dari mana suku kawan anda berasal, bawalah mereka jalan-jalan. Tentu saja anekdot bukanlah proposisi ilmiah, tapi anekdot ini menggambarkan bagaimana latar belakang kebudayaan, pengalaman, dan pendidikan yang mempengaruhi sikap, kebiasaan dan kemauan.

Faktor eksternal adalah faktor yang terapat diluar diri individu, faktor lingkungan atau situasional. Faktor tersebut adalah faktor gerakan, intensitas stimuli, kebaharuan dan perulangan. Faktor gerakan, seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam display yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan. Pada tempat yang dipenuhi benda mati, kita akan tertarik hanya pada tikus kecil yang bergerak. Faktor Intensitas Stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli lain. Warna merah pada latar belakang putih, suara keras di malam sepi, tubuh jangkung di tengah-tengah orang pendek.

Faktor Kebaharuan, hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbedakan diminati. Orang akan mengejar novel yang baru terbit, film yang baru beredar atau kendaraan yang memiliki rancangan mutakhir. Media massa juga tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru. Faktor Perulangan, hal-hal yang

disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik minat. Disini unsur *familiarty*(yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur sugesti, mempengaruhi bahwa sadar kita.

2. Tayangan

a. Definisi Tayangan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (pertunjukan), pertunjukan film dan persembahan lain sebagainya (Wahyu Baskoro, 2005:799). Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hokum dan peraturan yang berlaku (Trimuryani, 2008/2007).

Tayangan program Mozaik Islam di TRANS TV secara keseluruhan memiliki keseimbangan antara jenis tayangan Informasi dan Hiburan. Acara hiburan lebih didominasi oleh Sinetron, yang dalam satu hari bisa tayang 4 (empat) sinetron “*stripping*” dan ditayangkan pada waktu *primetime*.

b. Elemen-elemen Tayangan

Tayangan memiliki beberapa elemen penyampaian pesan yaitu *source* :
pembawa acara, keterampilan yang dimiliki seorang pembawa acara adalah :

- Suara : Diukur berdasarkan kejelasan dan resonansi.
- Pengucapan : Pengucapan perkalimat dengan benar.

- Artikulasi : Pengucapan huruf, vocal dan konsonan dengan benar
- Penekanan: Penekanan untuk menunjukkan mana hal-hal yang penting dan tidak penting.
- Warna kata : Penekanan dan lemahnya suara.
- Kecepatan : Diukur berdasarkan kecepatan atau tempo tiap perkataan secara keseluruhan dalam membawakan suatu acara.
- Perilaku : Ketenangan dan kepercayaan diri dalam membawakan acara.

c. Strategi Tayangan

Bagian program suatu media penyiaran harus menyadari suatu prinsip dasar dalam mengelola program siarannya bahwa setiap menit dalam setiap waktu siaran memiliki perhitungan sendiri. Pengolah program idealnya akan berupaya agar audiens dapat terus-menerus menonton acara yang disiarkan oleh media penyiaran yang bersangkutan.

Salah satu strategi agar audiens tidak pindah saluran adalah dengan menampilkan cuplikan atau bagian dari suatu acara yang bersifat menghibur, menggoda dan memancing rasa penasaran yang hanya bisa terjawab atau terpecahkan jika tetap mengikuti saluran tersebut. Dengan strategi ini, audiens diharapkan tidak akan pindah saluran jika ia tidak ingin berisiko kehilangan momen atau gambar yang menimbulkan rasa penasaran (Morissan, 2008:305-306).

d. Jenis-jenis Program Tayangan

Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik (Trimuryani,2008/2007).

Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya, yaitu

1. Program Informasi (Berita)

Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu : berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip dan opini.

2. Program Hiburan (Entertainment)

Sementara program hiburan terbagi menjadi 3 kelompok besar, yaitu musik, drama permainan (*game show*) dan pertunjukan. Menurut Vane-Gross (1994) menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program. Adapun yang dimaksud dengan daya tarik disini adalah bagaimana suatu program dapat menarik audiennya.

Selain pembagian jenis program berdasarkan skema diatas, terdapat pula pembagian berdasarkan apakah program tersebut bersifat factual atau fiktif (*fictional*). Program faktual antara lain meliputi : program berita, documenter, atau

reality show. Sementara program yang bersifat fiktif antara lain program drama atau komedi (Trimuryani, 2008/2007).

3. Model Uses and Gratification

Untuk menjadi acuan dalam penelitian ini dan agar lebih terarahnya dalam pembahasan serta penulisannya maka penulis merasa perlu untuk mengemukakan beberapa konsep atau teori yang berkaitan dengan judul yang penulis bahas. Model suatu teori merupakan cara untuk memperjelas apa yang akan diteliti, mengidentifikasi variabel-variabel, dan menunjukkan kemungkinan hubungan diantara variabel-variabel tersebut. Kekaburan masalah penelitian, tidak jelasnya tujuan penelitian bermula tidak adanya model. Pengertian model secara sederhana adalah gambaran yang dirancang untuk mewakili kenyataan atau model ini juga diartikan tiruan gejala yang akan diteliti, model menggambarkan hubungan diantara variabel-variabel atau komponen-komponen gejala tersebut. Tujuan utama model adalah mempermudah pemikiran yang sistematis dan logis, model bukan teori walaupun bisa melahirkan teori. (Rahmat, 1984:60)

Teori yang dapat menjadi acuan atau mendasari dalam penelitian ini adalah teori *Model Uses and Gratification*, model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya dan dari sinilah timbul istilah *Uses and Gratification*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhannya.

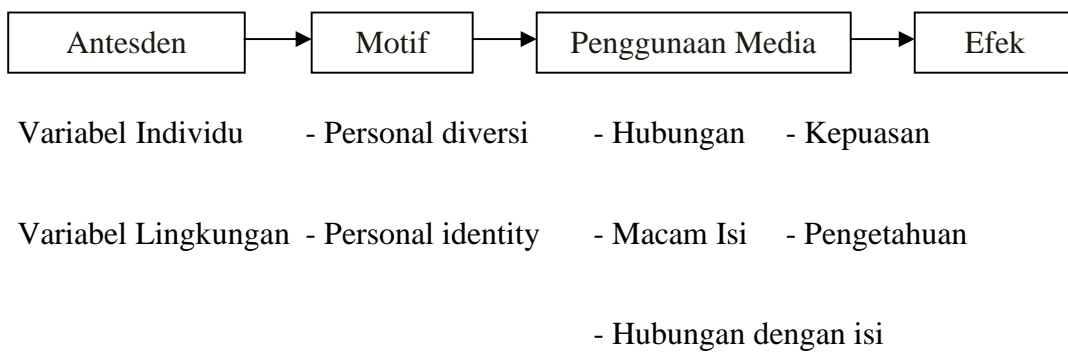
Dalam asumsi model ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif

(*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan preferensi (*selectivity*) dan khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologi, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. (Rahkmat, 1984:65)

Model *uses and gratification* ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1

Bagan Model “Uses and Gratifications”



Sumber : Rahkmat, Metode Penelitian Komunikasi, Remaja Rosda Karya, Bandung 1984

Diterangkan oleh Rahkmat (1984 : 66) anteseden meliputi variabel individu yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi, serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan operasionalisasi Blumer menyebutkan tiga orientasi : orientasi kognitif (kebutuhan bukan informasi, eksplorasi realitas), diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), serta identitas persona (yakni, menggunakan isi media khalayak sendiri).

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Munculnya media televisi dalam kehidupan masyarakat dapat menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa, masyarakat mengonsumsi berbagai isi media ini dan lebih banyak menghabiskan waktu untuk media televisi dibandingkan dengan media lain. Daya tarik televisi sedemikian besar hingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total.

Media televisi menjadi panutan baru bagi kehidupan manusia, televisi menjadi alat atau sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia, baik untuk kepentingan politik maupun perdagangan bahkan melakukan perubahan ideologi serta tatanan nilai budaya manusia yang sudah ada sejak lama, sehingga televisi merupakan kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan, misalnya; sampai sejauh mana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah sebagai dependensi media misalnya; kepada media mana atau isi yang bagaimana responden amat bergantung untuk tujuan informasi dan sebagai pengetahuan misalnya; apa yang diketahui responden perihal persoalan tertentu.

Dengan penjelasan di atas, teori ini sesuai atau relevan dengan penelitian ini yang berjudul Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

G. Konsep Operasional

Agar penelitian ini sesuai dengan yang diharapkan, maka penulis merumuskan konsep operasional yang nanti dijadikan tolak ukur dalam penelitian lapangan. Konsep operasional adalah konsep untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teoritis agar tidak terjadi kesalah pahaman atau salah pengertian dalam menelaah penelitian atau menjelaskan variabel yang akan disajikan sebagai tolak ukur dalam penelitian ini. Masalah yang akan ditengahkan adalah:

- Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

Adapun indikator minat mahasiswa sebagaimana disebutkan diatas sebagai berikut:

1. Mahasiswa mengetahui Orientasi program meliputi :
 - a. Sejarah Islam, tokoh-tokoh Islam.
 - b. Informasi seperti perpincangan.
 - c. Unsur pendidikan, menambah pengetahuan.
2. Mahasiswa mengetahui Durasi tayangan Mozaik Islam yang meliputi :
 - a. Lama jam tayang
 - b. Jam tayang
 - c. Hari tayang
3. Mahasiswa mendiskusikan tayangan Mozaik Islam
4. Mahasiswa mensosialisasikan tayangan Mozaik Islam.
5. Mahasiswa meluangkan waktu menonton Mozaik Islam.

H. Metodologi Penelitian

a. Metode penelitian

Dalam teknik analisis data penulis menggunakan metode kuantitatif dengan persentase. Yaitu data dalam bentuk jumlah dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau membandingkan dari beberapa gambar sehingga memperoleh gambar baru, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk/uraian.

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \text{ (Sudjono, 1994 : 40)}$$

1. Lokasi penelitian

Penelitian berlokasi di Kampus UIN SUSKA RIAU Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

2. Objek dan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Sedangkan objek penelitiannya Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

3. Populasi dan sampel penelitian

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang berjumlah lebih kurang sekitar 1309 orang, yang terdiri 4 jurusan yaitu Komunikasi, BPI, PMI, MD. Jadi tiap-tiap jurusan diambil sampelnya 23 orang per jurusan, kriteria mahasiswa ini adalah mahasiswa yang berusia 19 tahun sampai 25 tahun.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau yang mewakili populasi yang diteliti (Suharsimi, 2002:112). Mengingat jumlah populasi besar, maka diambil sebanyak 93 orang dengan menggunakan teknik sampel bertujuan atau *purposive sampel*, yaitu sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas setara atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu yang dapat mempresentasikan populasi jadi yang dipilih adalah mahasiswa yang menyukai tayangan Mozaik Islam tersebut yang mana menyukai tayangan itu mewakili semua mahasiswa yang diwakili. Adapun teknik pengambilan sampel ini menggunakan rumus dari Taro Yamane yang dikutip oleh Rakhmat (1998 : 82) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N + d^2 + 1}$$

dimana : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{1309}{1309 \cdot 0,1^2 + 1} = \frac{1309}{1309 \cdot (0,01) + 1} = \frac{1309}{14,09} = 92,90 \approx 93 \text{ responden}$$

(Rakhmat, 1998 : 82)

4. Teknik pengumpulan data

Dalam rangka mencapai tujuan penelitian ini maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Cara pengumpulan data tertulis terutama arsip-arsip atau dokumen tentang pendapat dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini.

b. Angket

Yaitu menyebarkan daftar pertanyaan yang sudah disusun sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini dan disebarakan sesuai dengan jumlah responden yang berhubungan dengan penelitian ini. Kemudian masing-masing angket berisi Sembilan buah pertanyaan setiap pertanyaan memiliki tiga pilihan jawaban. Tujuan penyebaran angket untuk mengetahui minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

5. Teknik Analisa Data

Dalam teknik analisis data penulisan menggunakan metode kuantitatif dengan persentase. Yaitu data dalam bentuk jumlah dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau membandingkan dari beberapa gambar sehingga memperoleh gambaran baru, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat / uraian. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif untuk melihat nilai rata-rata tertinggi untuk kecenderungan terbesar dari kelompok yang diuji minat dalam penelitian.

a. Sangat berminat : 79% - 100%

b. Cukup berminat : 56% - 75%

c. Kurang berminat : 50% - 65%

d. Tidak berminat : kurang dari 40% (Arikunto, 2002:224)

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah responden (Sudjono, 1994 : 40).

I. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian secara garis besar yang berkenaan dengan latar belakang, alasan pemilihan judul, rumususan tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, sistematika penulisan.

BAB II GAMBAR UMUM LOKASI PENELITIAN

Yang terdiri dari letak geografis dan demografi.

BAB III PENYAJIAN DATA

Bab ini menyajikan data berkenaan dengan minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

BAB IV ANALISA DATA

Berisikan analisa data yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim mulanya bernama Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Institut ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 94 Tahun 1970. Institut ini diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia KH. Ahmad Dahlan, pada tanggal 19 September tahun 1970 ditandai dengan penandatanganan piagam Rektor yang pertama yaitu Haji Ilyas M. Ali.

Pada awal berdirinya, institut ini hanya mempunyai tiga fakultas yang berasal dari perguruan tinggi agama swasta yang akhirnya dinegrikan. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan dan Fakultas Ushuluddin Masjid Agung An-Nur di Pekanbaru. Sedangkan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi baru didirikan pada Tahun Akademik 1998-1999.

Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, institut ini mengambil nama Sultan Syarif Kasim, yakni Sultan Kerajaan Siak Sri Indrapura XI (kesebelas) yang merupakan sultan terakhir. Nama pejuang Nasional ini diabadikan untuk mengenang jasa dan pengabdian beliau terhadap Negara dan khususnya Provinsi Riau, termasuk di bidang pendidikan.

Sejak berdirinya institut ini telah mengalami pergantian Rektor atau Pemimpin, yaitu :

1. Drs. H. Ilyas M. Ali pada tahun 1970-1975
2. H. Moerad Oesman pada tahun 1975-1979
3. Drs. Soemarno Ahmady pada tahun 1979-1987
4. Prof. Drs. Yusuf Rahman pada tahun 1987-1996
5. Dr. H. Amir Lutfi pada tahun 1996-2005
6. Prof. Dr. H. M. Nazir pada tahun 2005 hingga sekarang.

Fakultas Dakwah yang ada sekarang ini, pada mulanya merupakan salah satu program studi atau jurusan pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1995-1996, jurusan Dakwah dikembangkan menjadi dua jurusan yaitu Jurusan BPI (bimbingan Penyuluhan Islam) dan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam).

Pada tahun 1995-1996 yang merupakan tahun pertama, keberadaan dua jurusan ini cukup diminati. Hal itu terbukti pada penerimaan mahasiswa tahun perdana mampu mencapai 45 orang untuk jurusan BPI, sedangkan untuk jurusan PMI berjumlah 43 orang.

Pada tahun akademik 1996-1997 dilakukan penjajakan dan konsultasi ke Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung, dalam rangka persiapan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.

Penjajakan tersebut menghasilkan kesepakatan kerjasama antara Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan Universitas Padjajaran Bandung, yang direalisasikan dengan MoU pada bulan Januari tahun 1998. Sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut, disepakati pembukaan Program Studi

Strata Satu (SI) Ilmu Komunikasi dan Program Studi Diploma Tiga (D3) Pers dan Grafika, sebagai pelengkap jurusan PMI dan BPI yang telah ada sebelumnya.

Dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No 104 Tahun 1998, maka secara de jure Fakultas Dakwah, baru terealisasi pada bulan September 1998.

Dalam kuliah umum pada tahun akademik 1998-1999, diresmikanlah berdirinya Fakultas Dakwah. Pada kesempatan itu, yang bertindak sebagai pembicara adalah Drs. Soleh Soemirat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung.

Pada waktu didirikan, Fakultas Dakwah mengasuh tiga jurusan strata satu (SI), yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) dan jurusan Ilmu Komunikasi, serta satu program D3 Pers dan Grafika, dengan Drs. Noor Aini HA, selaku pelaksana tugas Dekan dan Dr. Atjeng Achmad Kusairi, MA sebagai pembantu Dekan I di Bidang Akademik, Drs. H. Syarwan Anthoni, selaku Pembantu Dekan III di Bidang Kemahasiswaan.

Kemudian pada tahun akademik 1999-2000, Fakultas Dakwah membuka Jurusan Teknik Informatika dan pada tahun akademik 2001-2002 dibuka jurusan Teknik Industri. Jurusan-jurusan inilah yang menjadi cikal bakal berdirinya Fakultas Sains dan Teknologi. Sejak tahun 2002 telah direlisasikan oleh karena kedua jurusan tersebut telah terpisah dari Fakultas Dakwah. Pada tahun Akademik 2002-2003 dibuka pulalah jurusan Manajemen Dakwah.

Sehingga pada tahun akademik 2003-2004, Fakultas Dakwah Resmi mengasuh Empat jurusan Strata Satu (SI) dan Diploma Tiga (D3) yaitu :

1. Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
2. Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI)
3. Jurusan Ilmu Komunikasi (IK)
4. Managemen Dakwah (MD)

B. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Visi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Terwujudnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, sebagai lembaga utama untuk memajukan mengembangkan dan menerapkan Ilmu-Ilmu Dakwah dan Ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian, serta pelayanan kepada masyarakat.

Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

- a. Mewujudkan Sumber Daya Manusia yang bermutu yang mampu mengembangkan, memajukan dan menerapkan Ilmu Komunikasi secara Akademika dan Profesional dalam rangka penyiaran Islam.
- b. Mewujudkan Sumber daya Manusia bermoral Islam serta Profesional dalam Bidang Komunikasi untuk kepentingan Dakwah Islamiyah.

Tujuan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

- a. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang memiliki kemandirian Akademik maupun Praktis yang Profesional di Bidang Jurnalistik, PublicRelation, Broadcasting.
- b. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia di Bidang Jurnalistik, PublicRelation, dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberikan kontribusi pada pengembangan ke Ilmuan serta turut memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan Bidang Ilmu Komunikasi.
- c. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang memiliki kemampuan Intelektual serta memiliki Integritas moral Islam dalam mendukung misi Dakwah Islamiyah.

C. Perkembangan Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Sejak tahun ajaran 1998/1999, Jurusan Ilmu Komunikasi telah menerima mahasiswa dan mahasiswi baru. Jurusan Ilmu Komunikasi mempunyai masa studi delapan semester dengan jumlah total sekitar 160 SKS (Sistem Kredit Semester).

Kurikulum yang dipakai adalah standar kurikulum inti berdasarkan kurikulum Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, kemudian digabung dengan kurikulum Institusional yang bernuansa Islami.

Adapun jumlah mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dari Tahun Ajaran 1998 s/d 2008 dapat dilihat pada Tabel I di bawah ini :

TABEL I

TAHUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1998-1999	20	11	31
1999-2000	28	14	42
2000-2001	43	40	83
2001-2002	32	31	63
2002-2003	37	26	63
2003-2004	53	40	93
2004-2005	44	29	73
2005-2006	79	38	117
2006-2007	96	54	150
2007-2008	105	52	157
2008-2009	59	94	153

2009-2010	404	461	865
2010-2011	405	609	1014
2011-2012	603	706	1309

D. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi mempunyai Struktur organisasi yang terdiri atas :

- a. Senat Fakultas
- b. Dekan dan Pembantu Dekan
- c. Jurusan dan Tata Usaha
- d. Studio dan Laboratorium
- e. Dosen,staff pengajar dan Mahasiswa.(buku panduan Fakultas)

Gambaran 2

Tayangan Mozaik Islam



Gambar di atas adalah salah satu program tayangan Mozaik Islam, Mozaik Islam mulai tayang jam 07.30 s/d 08.30 pagi WIB. Mozaik Islam adalah salah satu tayangan informasi yang menayangkan tentang sejarah Islam, tokoh-tokoh Islam, dan lain-lain yang berhubungan dengan Islam. Tayangan ini sangat bermanfaat bagi siapa pun karena menambah wawasan atau pengetahuan tentang Islam, di stasiun televisi swasta jarang sekali tayangan yang menayangkan informasi tentang agama, karena tayangan Mozaik Islam ditayangkan menambah nilai yang bagus bagi stasiun swasta, salah satu gambar di atas tayangan Mozaik Islam yang dimana menayangkan cara shalat yang benar.

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada pembahasan ini diketengahkan hasil penelitian yang diperoleh melalui angket yang telah penulis sebarakan berdasarkan jumlah responden, yaitu sebanyak 93 orang. Angket yang disebarakan sebanyak 93 lembar angket, yaitu kembali kepenulis sebanyak 93 lembar.

Data yang dikumpulkan melalui angket untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap siaran Mozaik Islam di TRANS TV, yang akan disajikan dalam bentuk table dengan persentase. Untuk memperoleh pemahaman table, maka penulis menggunakan F untuk frekuensi dan P untuk persentase.

A. Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Siaran Mozaik Islam di TRANS TV.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mempunyai tv, dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Tabel 2.1
Responden mempunyaitv

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Punya	75	80.64 %
B	Tidak Punya	9	9.68 %
C	Numpang Tetangga	5	5.38 %
D	Tempat Umum	4	4.30 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat jawaban mahasiswa yang mempunyai tv sebanyak 75 orang (80,64%), yang tidak punya sebanyak 9 orang (9,68%), yang

numpang tetangga sebanyak 5 orang (5,38%), dan yang tempat umum sebanyak 4 orang (4,30%).

Jadi kesimpulannya rata-rata mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi yang mempunyai tv sebanyak 75 orang (80,64%).

Dari penulis lihat/amati secara langsung bahwa sebagian mahasiswa menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

Selanjutnya apakah anda sering menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV, dapat kita lihat dari tabel berikut :

Tabel 2.2

Frekuensi menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat sering	30	32.26 %
B	Sering	56	60.21 %
C	Jarang	5	5.38 %
D	Tidak Pernah	2	2.15 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat jawaban mahasiswa yang sangat sering menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 30 orang (32,26%), yang menjawab sering menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 56 orang (60,21%), yang jarang menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 5 orang (5,38%), dan yang tidak pernah menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 2 orang (2,15%).

Jadi kesimpulannya rata-rata mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi yang sering menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 56 orang (60,21%).

Selanjutnya apakah mahasiswa mengetahui siaran Mozaik Islam di TRANS TV, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.3

Mahasiswa mengetahui siaran Mozaik Islam yang disiarkan diTRANS TV

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat mengetahui	79	84.95 %
B	Mengetahui	6	6.45 %
C	Kurang mengetahui	4	4.30 %
D	Tidak mengetahui	4	4.30 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa yang sangat mengetahui siaran Mozaik Islam yang disiarkan di TRANS TV sebanyak 79 orang (84,95%), yang menjawab mengetahui sebanyak 6 orang (6,45%), yang menjawab kurang mengetahui sebanyak 4 orang (4,30%), dan yang menjawab tidak mengetahui sebanyak 4 orang (4.30%).

Jadi dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa mahasiswa sangat mengetahui siaran Mozaik Islam yang disiarkan TRANS TV sebanyak 79 orang (84,95%).

Selanjutnya untuk mengetahui apakah mahasiswa senang melihat acara Mozaik Islam di TRANS TV, dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2.4

Mahasiswa senang melihat acara Mozaik Islam di TRANS TV

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat senang	32	34.41 %
B	Senang	37	39.79 %
C	Kurang senang	14	15.05 %
D	Tidak senang	10	10.75 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari penjelasan tabel diatas dapat diketahui mahasiswa sangat senang melihat siaran Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 32 orang (34,41%), yang menjawab senang sebanyak 37 orang (39,79%), yang menjawab kurang senang sebanyak 14 orang (15,05%), dan yang menjawab tidak senang sebanyak 10 orang (10,75%).

Jadi dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa kebanyakan mahasiswa senang melihat acara Mozaik Islam di TRANS TV yaitu sebanyak 37 orang (39,79%).

Selanjutnya untuk mengetahui apakah mahasiswa merasa rugi jika tidak menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV, dapat kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 2.5

Mahasiswa merasa rugi jika tidak menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat Rugi	25	26.88 %
B	Rugi	47	50.54 %
C	Kurang Rugi	6	6.45 %
D	Tidak Rugi	15	16.13 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari penjelasan tabel diatas dapat diketahui mahasiswa yang sangat rugi jika tidak menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV sebanyak 25 orang (26,88%), yang menjawab rugi sebanyak 47 orang (50,54%), yang menjawab kurang rugi sebanyak 6 orang (6,45%), dan yang menjawab tidak rugi sebanyak 15 orang (16,13%).

Jadi dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa kebanyakan mahasiswa merasa rugi jika tidak menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV yaitu sebanyak 47 orang (50,54%).

Selanjutnya untuk mengetahui Apakah anda mendiskusikan tayangan Mozaik Islam dengan orang tua, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.6

Anda mendiskusikan tayangan Mozaik Islam dengan orang tua

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat Sering	80	86.02 %
B	Sering	5	5.38 %
C	Cukup Sering	3	3.22 %
D	Tidak Pernah	5	5.38 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui mahasiswa yang menjawab sangat sering mendiskusikan tayangan Mozaik Islam dengan orang tua sebanyak 80 orang (86,02%), yang menjawab sering sebanyak 5 orang (5,38%), yang menjawab senang cukup sering sebanyak 3 orang (3,22%), dan yang menjawab tidak pernah sebanyak 5 orang (5,38%).

Jadi dari tabel diatas dapat di simpulkan bahwa mahasiswa sangat sering mendiskusikan tayangan Mozaik Islam dengan orang tua yaitu sebanyak 80 orang (86,02%).

Selanjutnya apakah anda mendiskusikan tayangan Mozaik Islam kepada orang lain, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.7

Anda mendiskusikan tayangan Mozaik Islam kepada orang lain

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat Sering	28	30.11 %
B	Sering	50	53.76 %
C	Cukup Sering	10	10.75 %
D	Tidak Pernah	5	5.38 %
	JUMLAH	93	100 %

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat mahasiswa yang sangat seringmendiskusikan tayang Mozaik Islam kepada orang lain sebanyak 28 orang (30,11%), yang menjawab sering sebanyak 50 orang (53,76%), yang menjawab cukup sering sebanyak 10 orang (10,75%), dan yang menjawab tidak pernah sebanyak 5 orang (5,38%).

Jadi dapat kita simpulkan bahwa mahasiswa sangat sering mendiskusikan tayangan Mozaik Islam yaitu sebanyak 50 orang (53,76%).

Selanjutnya apakah mahasiswa mengetahui jadwal siaran Mozaik Islam, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.8

Mahasiswa mengetahui jadwal siaran Mozaik Islam

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat Tahu	33	35.48 %
B	Tahu	40	43.01 %
C	Kurang Tahu	15	16.13 %
D	Tidak Tahu	5	5.38 %
	JUMLAH	93	100 %

Berdasarkan tabel diatas dapat ketahui mahasiswa yang sangat tahu jadwal siaran Mozaik Islam sebanyak 33 orang (35,48%), yang menjawab tahu sebanyak 40 orang (43,01%), yang menjawab kurang tahu sebanyak 15 orang (16,13%), dan yang menjawab tidak tahu sebanyak 5 orang (5.38%).

Jadi dapat kita simpulkan bahwa kebanyakan mahasiswa tahu jadwal tayang siaran Mozaik Islam yaitu sebanyak 40 orang (43,01%).

Selanjutnya untuk mengetahui berapa lama waktu mahasiswa dalam menonton siaran Mozaik Islam, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.9

Lama mahasiswa menonton siaran Mozaik Islam

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	35 – 60 menit	5	5.38 %
B	25 – 16 menit	10	10.75 %
C	15 – 10 menit	55	59.14 %
D	0 – 5 menit	23	24.73 %
	JUMLAH	93	100 %

Dapat dilihat pada tabel diatas lama durasi yang dipilih mahasiswa untuk menonton siaran Mozaik Islam yang menjawab 35-60 menit sebanyak 5 orang (5,38%), yang menjawab 25-16 menit sebanyak 10 orang (10,75%), yang menjawab 15-10 menit sebanyak 55 orang (59,14%), dan yang menjawab 0-5 menit sebanyak 23 orang (24,73%).

Jadi kebanyakan durasi yang dipilih oleh mahasiswa untuk menonton siaran Mozaik Islam adalah 15-10 menit sebanyak 55 orang (59,14%).

Selanjutnya berapa kalikah mahasiswa menonton siaran Mozaik Islam dalam sebulan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.10

Lama mahasiswa menonton siaran Mozaik Islam dalam sebulan

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	6 – 7 kali dalam sebulan	5	5.38 %
B	4 – 5 kali dalam sebulan	50	53.76 %
C	2 – 3 kali dalam sebulan	10	10.75 %
D	Kurang dari 2 kali dalam sebulan	28	30.11 %

	JUMLAH	93	100 %
--	--------	----	-------

Dari tabel diatas dapat lihat bahwa mahasiswa yang menjawab 6 – 7 kali menonton siaran Mozaik Islam dalam sebulan sebanyak 5 orang (5,38%), yang menjawab 4 – 5 kali dalam sebulan sebanyak 50 orang (53,76%), yang menjawab 2 – 3 kali dalam sebulan sebanyak 10 orang (10,75%), dan yang menjawab kurang dari 2 kali dalam sebulan sebanyak 28 orang (30,11%).

Jadi kesimpulan yang dapat kita ambil dari keterangan tabel diatas adalah mahasiswa menonton siaran Mozaik Islam dalam sebulan sebanyak 4 – 5 kali dalam seminggu yang berjumlah 50 orang (53,76%).

Selanjutnya apakah mahasiswa sering menonton siaran Mozaik Islam melalui media internet, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.11

Mahasiswa sering menonton siaran Mozaik Islam melalui media internet

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat sering	10	10.75 %
B	Sering	23	24.73 %
C	Jarang	40	43.01 %
D	Tidak pernah	20	21.51 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat mahasiswa yang sangat sering menonton siaran Mozaik Islam melalui media internet sebanyak 10 orang (10,75%), yang menjawab sering sebanyak 23 orang (24,73%), yang menjawab jarang sebanyak

40 orang (43,01%), dan yang menjawab tidak pernah sebanyak 20 orang (21,51%).

Jadi kesimpulannya rata – rata mahasiswa jarang menonton siaran Mozaik Islam melalui media internet yaitu dengan jumlah 40 orang (43,01%).

Selanjutnya apakah anda berminat menonton tayangan Mozaik Islam,dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.12

Mahasiswa berminat menonton tayangan Mozaik Islam

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat berminat	27	29.03 %
B	Berminat	53	56.99 %
C	Kurang berminat	8	8.60 %
D	Tidak berminat	5	5.38 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat mahasiswa yang sangat berminat menonton tayangan Mozaik Islam sebanyak 27 orang (29,03%),yang menjawab berminat sebanyak 53 orang (56,99%),yang menjawab kurang berminat sebanyak 8 orang (8,60%),yang menjawab tidak berminat sebanyak 5 orang (5,38%).

Jadi kesimpulannya rata – rata mahasiswa berminat menonton tayangan Mozaik Islam yaitu dengan jumlah 53 orang (56,99%).

Selanjutnya apakah anda menonton tayangan Mozaik Islam dari awal sampai akhir,dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.13

Mahasiswa menonton tayangan Mozaik Islam dari awal sampai akhir

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat sering	36	38.71 %
B	Sering	12	12.90 %
C	Jarang	34	36.56 %
D	Tidak pernah	11	11.83 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat mahasiswa sangat sering menonton tayangan Mozaik Islam dari awal sampai akhir sebanyak 36 orang (38,71%), yang menjawab sering sebanyak 12 orang (12,90%), yang menjawab jarang sebanyak 34 orang (36,56%), dan yang menjawab tidak pernah sebanyak 11 orang (11,83%).

Jadi kesimpulannya rata – rata mahasiswa sangat sering menonton tayangan Mozaik Islam dari awal sampai akhir yaitu dengan jumlah 36 orang (38,71%).

Selanjutnya dari manakah mahasiswa mengetahui siaran Mozaik Islam, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.14

Mahasiswa mengetahui siaran Mozaik Islam

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE

A	Keluarga	14	15.05 %
B	Teman	48	51.61 %
C	Tetangga	3	3.23 %
D	Tahu sendiri	28	30.11 %
JUMLAH		93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat mahasiswa yang mengetahui siaran Mozaik Islam dari keluarga sebanyak 14 orang (15,05%), yang menjawab dari teman sebanyak 48 orang (51,61%), yang menjawab dari tetangga sebanyak 3 orang (3.23%), dan yang menjawab tahu sendiri sebanyak 28 orang (30,11%).

Jadi kesimpulan rata – rata mahasiswa mengetahui siaran Mozaik Islam dari teman yaitu berjumlah 48 orang (51,61%).

Selanjutnya bagaimana perasaan mahasiswa setelah menonton siaran Mozaik Islam,dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.15

Perasaan mahasiswa setelah menonton siaran Mozaik Islam

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat terhibur	35	37.63 %
B	Terhibur	34	36.56 %
C	Kurang terhibur	13	13.98 %
D	Tidak terhibur	11	11.83 %
JUMLAH		93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat perasaa mahasiswa sangat terhibur setelah menonton siaran Mozaik Islam sebanyak 35 orang (37,63%),yang menjawab

terhibur sebanyak 34 orang (36,56%), yang menjawab kurang terhibur sebanyak 13 orang (13,98%), dan yang menjawab tidak terhibur sebanyak 11 orang (11,83%).

Jadi kesimpulan rata – rata perasaan mahasiswa sangat terhibur setelah menonton siaran Mozaik Islam yaitu berjumlah 35 orang (37,63%).

Selanjutnya apakah mahasiswa meluangkan waktu untuk menonton siaran Mozaik Islam, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.16

Mahasiswa meluangkan waktu untuk menonton siaran Mozaik Islam

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Sangat meluangkan	12	12.90 %
B	Meluangkan	16	17.20 %
C	Kurang meluangkan	26	27.96 %
D	Tidak meluangkan	39	41.94 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat mahasiswa sangat meluangkan waktu untuk menonton siaran Islam sebanyak 12 orang (12,90%), yang menjawab meluangkan sebanyak 16 orang (17,20%), yang menjawab kurang meluangkan sebanyak 26 orang (27,96%), dan yang menjawab tidak meluangkan sebanyak 39 orang (41,94%).

Jadi kesimpulannya kebanyakan mahasiswa tidak meluangkan waktunya untuk menonton siaran Mozaik Islam yaitu 39 orang (41,94%).

Selanjutnya mengapa mahasiswa berminat menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.17

Mahasiswa berminat menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE
A	Berisi informasi yang bermanfaat	21	22.58 %
B	Jam tayang yang sesuai	10	10.75 %
C	Menambah wawasan tentang Islam	35	37.64 %
D	Adanya unsur pendidikan	27	29.03 %
	JUMLAH	93	100 %

Dari tabel diatas dapat dilihat mahasiswa berminat menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV karena berisi informasi yang bermanfaat sebanyak 21 orang (22,58%), yang menjawab karena jam tayang yang sesuai sebanyak 10 orang (10,75%), yang menjawab karena menambah wawasan tentang Islam sebanyak 35 orang (37,64%), dan yang menjawab karena adanya unsur pendidikan sebanyak 27 orang (29,03%).

Jadi kesimpulannya mahasiswa berminat menonton siaran Mozaik Islam menambah wawasan tentang Islam yaitu dengan jumlah 35 orang (37,64%).

BAB IV

ANALISA DATA

Pada pembahasan di bab tiga sebelumnya, telah disajikan data tentang minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV. Untuk langkah selanjutnya adalah memberikan suatu penganalisaan atas tanggapan dan pandangan terhadap fenomena yang telah dideskripsikan pada penyajian data.

Data yang dianalisis merupakan data yang berasal dari subjek yang disajikan sebagai sampel, sedangkan untuk mempermudah dalam menganalisa penulis mengurutkan analisa dengan mengacu kepada urutan klasifikasi pertanyaan pada angket yang disebar yaitu pertanyaan 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,dan 17.

A. Minat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Tayangan Mozaik Islam di TRANS TV.

Berikut ini tabel rekapitulasi tentang minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV, terdapat 17 pertanyaan tentang minat mahasiswa terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV

Tabel 3.1**REKAPITULASI JAWABAN ANGGKET TENTANG MINAT MAHASISWA
TERHADAP TAYANGAN MOZAIK ISLAM DI TRANS TV**

TABEL	ALTERNATIF JAWABAN								JUMLAH	
	A		B		C		D			
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
2.1	75	80.64	9	9.68	5	5.38	4	4.30	93	100
2.2	30	32.26	56	60.21	5	5.38	2	2.15	93	100
2.3	79	84.25	6	6.45	4	4.30	4	4.30	93	100
2.4	32	34.41	37	39.79	14	15.05	10	10.75	93	100
2.5	25	26.88	47	50.54	6	6.45	15	16.13	93	100
2.6	80	86.02	5	5.38	3	3.22	5	5.38	93	100
2.7	28	30.11	50	53.76	10	10.75	5	5.38	93	100
2.8	33	35.48	40	43.01	15	16.13	5	5.38	93	100
2.9	5	5.38	10	10.75	55	59.14	23	24.33	93	100
2.10	5	5.38	50	53.76	10	10.75	28	30.11	93	100
2.11	10	10.75	23	24.73	40	43.01	20	21.51	93	100
2.12	27	29.03	53	56.99	8	8.60	5	5.38	93	100
2.13	36	38.71	12	12.90	34	36.56	11	11.83	93	100
2.14	14	15.04	48	51.61	3	3.23	28	30.11	93	100
2.15	35	32.63	34	36.56	13	13.98	11	11.83	93	100
2.16	12	12.90	16	17.20	26	27.96	39	41.94	93	100
2.17	21	22.58	10	10.75	35	37.64	27	29.03	93	100

	547	34.59	506	32.01	286	18.09	242	15.31	1581	100
--	-----	-------	-----	-------	-----	-------	-----	-------	------	-----

Dari pertanyaan tabel 2.1 Pilihan A nilai 75 atau 80,64%, yang menjawab B nilai 9 atau 9,68%, yang menjawab C nilai 5 atau 5,38%, dan yang menjawab yang D nilai 4 atau 4,30%.

Dengan demikian dari 93 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang mempunyai tv sebanyak 75 orang. Ini dapat dilihat besarnya pada option A (punya) yaitu 75 orang dengan persentase 80,64%.

Dari pertanyaan 2 tabel 2.2 pilihan jawaban A nilai 30 atau 32,26%, yang menjawab B nilai 56 atau 60,21%, yang menjawab C nilai 5 atau 5,38%, dan yang menjawab D nilai 2 atau 2,15%.

Dengan demikian dari 93 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sering menonton siaran Mozaik Islam memberikan jawaban sering. Ini dapat dilihat besarnya persentase pada option B (sering) yaitu 56 orang dengan persentase 60,21%.

Dari pertanyaan tabel 2.3 pilihan jawaban A nilai 79 atau 84,25%, yang menjawab B nilai 6 atau 6,45%, yang menjawab C nilai 4 atau 4,30%, dan yang menjawab D nilai 4 atau 4,30%.

Dengan demikian dari 93 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi mengetahui siaran Mozaik Islam yang disiarkan di TRANS TV memberikan jawaban sangat mengetahui. Ini dapat dilihat besarnya persentase pada option A (sangat mengetahui) yaitu 79 orang dengan persentase 84,25%.

Dari pertanyaan tabel 2.4 pilihan jawaban A nilai 32 atau 34,41%, yang menjawab B nilai 37 atau 39,79%, yang menjawab C nilai 14 atau 15,05%, dan yang menjawab D nilai 10 atau 10,75%.

Dengan demikian dari 93 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi senang melihat acara Mozaik Islam memberikan jawaban senang. Ini dapat dilihat besarnya persentase pada option B (senang) yaitu 37 orang dengan persentase 39,79%.

Dari pertanyaan tabel 2.5 pilihan jawaban A nilai 25 atau 26,88%, yang menjawab B nilai 47 atau 50,54%, yang menjawab C nilai 6 atau 6,45%, dan yang menjawab D nilai 15 atau 16,13%.

Dengan demikian dari 93 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi merasa rugi jika tidak menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV memberikan jawaban rugi. Ini dapat dilihat besarnya persentase pada option B (rugi) yaitu 47 orang dengan persentase 50,54%.

Dari pertanyaan tabel 2.6 pilihan A nilai 80 atau 86,02%, yang menjawab B nilai 5 atau 5,38%, yang menjawab C nilai 3 atau 3,22%, dan yang menjawab D nilai 5 atau 5,38%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmunikasi memberikan jawaban sangat sering mendiskusikan tayangan Mozaik Islam dengan orang tua. Ini dapat dilihat yang memilih option A (sangat sering) sebanyak 80 orang dengan persentase 86,02%.

Dari pertanyaan tabel 2.7 pilihan A nilai 28 atau 30,11%, yang menjawab B nilai 50 atau 53,76%, yang menjawab C nilai 10 atau 10,75%, dan yang menjawab D nilai 5 atau 5,38%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban sering mendiskusikan tayangan Mozaik Islam kepada orang lain. Ini dapat dilihat yang memilih option B (sering) sebanyak 50 orang dengan persentase 53,76%.

Dari pertanyaan tabel 2.8 pilihan A nilai 33 atau 35,48%, yang menjawab B nilai 40 atau 43,01%, yang menjawab C nilai 15 atau 16,13%, dan yang menjawab D nilai 5 atau 5,38%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban tahu mengetahui jadwal siaran Mozaik Islam. Ini dapat dilihat yang memilih option B (tahu) sebanyak 40 orang dengan persentase 43,01%.

Dari pertanyaan tabel 2.9 pilihan A nilai 5 atau 5,38%, yang menjawab B nilai 10 atau 10,75%, yang menjawab C nilai 55 atau 59,14%, dan yang menjawab D nilai 23 atau 24,73%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban 15-10 menit lama mahasiswa menonton siaran Mozaik Islam. Ini dapat dilihat yang memilih option C (15-10 menit) sebanyak 55 dengan persentase 59,14%.

Dari pertanyaan tabel 2.10 pilihan A nilai 5 atau 5,38%, yang menjawab B nilai 50 atau 53,76%, yang menjawab C nilai 10 atau 10,75%, dan yang menjawab D nilai 28 atau 30,11%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban 4 – 5 kali dalam sebulan lama mahasiswa menonton siaran Mozaik Islam dalam sebulan. Ini dapat dilihat yang memilih option B (4 – 5 kali dalam sebulan) sebanyak 50 orang dengan persentase 53,76%.

Dari pertanyaan tabel 2.11 pilihan A nilai 10 atau 10,75%, yang menjawab B nilai 23 atau 24,73%, yang menjawab C nilai 40 atau 43,01%, dan yang menjawab D nilai 20 atau 21,51%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban jarang menonton siaran Mozaik Islam melalui internet. Ini dapat dilihat yang memilih option C (jarang) sebanyak 40 orang dengan persentase 43,01%.

Dari pertanyaan tabel 2.12 pilihan A nilai 27 atau 29,03%, yang menjawab B nilai 53 atau 56,99%, yang menjawab C nilai 8 atau 8,60%, dan yang menjawab D nilai 5 atau 5,38%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban berminat menonton tayangan Mozaik Islam di TRANS TV. Ini dapat dilihat besarnya persentase option B (berminat) sebanyak 53 orang dengan persentase 56,99%.

Dari pertanyaan tabel 2.13 pilihan A nilai 36 atau 38,71%, yang menjawab B nilai 12 atau 12,90%, yang menjawab C nilai 34 atau 36,56%, dan yang menjawab D nilai 11 atau 11,83%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban sangat menonton tayangan Mozaik Islam dari awal sampai akhir. Ini dapat dilihat besarnya persentase option A (sangat sering) sebanyak 36 orang dengan persentase 38,71%.

Dari pertanyaan tabel 2.14 pilihan A nilai 14 atau 15,05%, yang menjawab B nilai 48 atau 51,61%, yang menjawab C nilai 3 atau 3,23%, dan yang menjawab D nilai 28 atau 30,11%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban dari teman yang mengetahui siaran Mozaik Islam. Ini dapat dilihat besarnya persentase option B (teman) sebanyak 48 orang dengan persentase 51,61%.

Dari pertanyaan tabel 2.15 pilihan A nilai 35 atau 37,63%, yang menjawab B nilai 34 atau 36,56%, yang menjawab C nilai 13 atau 13,98%, dan yang menjawab D nilai 11 atau 11,83%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban sangat terhibur perasaan mahasiswa setelah menonton siaran Mozaik Islam. Ini dapat dilihat besarnya persentase option A (sangat terhibur) sebanyak 35 orang dengan persentase 37,63%.

Dari pertanyaan tabel 2.16 pilihan A nilai 12 atau 12,90%, yang menjawab B nilai 16 atau 17,20%, yang menjawab C nilai 26 atau 27,96%, dan yang menjawab D nilai 39 atau 41,94%.

Maka dapat disimpulkan dari 93 orang masiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi memberikan jawaban tidak meluangkan waktu untuk menonton siaran Mozaik Islam di TRANS TV. Ini dapat dilihat besarnya persentase option D (tidak meluangkan) sebanyak 39 orang dengan persentase 41,94%.

Dari pertanyaan tabel 2.17 pilihan A nilai 21 atau 22,58%, yang menjawab B nilai 10 atau 10,75%, yang menjawab C nilai 35 atau 37,64%, dan yang menjawab D nilai 27 atau 29,03%.

Pada keterangan diatas dapat kita lihat dari 93 orang mahasiswa fakultas dakwah dan ilmukomunikasi, bahawa mahasiswa berminat menonton siaran Mozaik Islam menjawab menambah wawasan tentang Islam , hal ini dapat dilihat dengan jawaban tertinggi mahasiswa yang memilih option C (menambah wawasan tentang Islam) sebanyak 35 orang dengan persentase sebesar 37,64%.

Dalam menganalisa data ini penulis menggunakan rumus $P = \frac{F}{N} \times 100\%$

(Sudjono, 1994 : 40).

Berdasarkan tabel 4.1 rekapitulasi jawaban angket tentang minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam dapat

diketahui dengan jumlah frekuensi masing – masing item sebagai berikut

1) Jumlah keseluruhan untuk menjawab A 547 kali

- 2) Jumlah keseluruhan untuk menjawab B 506 kali
- 3) Jumlah keseluruhan untuk menjawab C 286 kali
- 4) Jumlah keseluruhan untuk menjawab D 242 kali

Untuk mengetahui nilai N = jumlah nilai keseluruhan, peneliti akan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$N = FA + FB + FC + FD$$

$$N = 547 + 506 + 286 + 242$$

$$N = 1581$$

Maka diketahui N berjumlah 1581, selanjutnya nilai N dengan angka 1581 harus dikalikan lagi dengan 4 karena alternatif jawabannya terdiri dari empat option (a,b,c,dand). Sehingga $1581 \times 4 = 6324$ jadi nilai N 6324.

Selanjutnya dicari nilai F = frekuensi, untuk mencari F masing – masing option diberi bobot terlebih dahulu yaitu :

1. Option A diberi bobot = 4
2. Option B diberi bobot = 3
3. Option C diberi bobot = 2
4. Option D diberi bobot = 1

Sehingga dapat dicari nilai F sebagai berikut :

- a) Untuk jawaban A : $547 \times 4 = 2188$
- b) Untuk jawaban B : $506 \times 3 = 1518$
- c) Untuk jawaban C : $286 \times 2 = 572$
- d) Untuk jawaban D : $242 \times 1 = \underline{242} +$

Jumlah 4520

Maka diketahui nilai $F = 4520$, setelah nilai F dan N sudah diketahui, selanjutnya dijabarkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$P = \frac{4520}{6324} \times 100\%$$

$$P = 71.47\%$$

Dengan demikian dapat diketahui persentase minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam adalah 71,47%. Untuk mengetahui makna angka skor ini, maka penelitian ini diukur mengacu pada kategori yang penulis tetapkan sebelumnya yaitu :

1. Berminat apabila berada diantara 76% - 100%
2. Cukup berminat apabila berada diantara 56% - 75%
3. Kurang berminat apabila berada diantara 40% - 55%
4. Tidak berminat apabila kurang diantara 40%, (Arikunto).

Jika dilihat dari ukuran diatas, maka dapat penulis simpulkan bahwa minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV saat sekarang dengan hasil 71,47% masuk kategori cukup berminat.

B. Pembahasan

Dari hasil analisa data maka dapat diketahui bahwa bagaimana minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik

Islam di TRANS TV adalah cukup berminat dimana persentase yang didapat dari angket yang disebarakan sebanyak 93 angket adalah 71,47%.

Jika dihubungkan dengan model atau teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Uses and Gratification*, maka variabel individual mahasiswa dihubungkan dengan variabel lingkungan dalam tayangan Mozaik Islam di TRANS TV. Penggunaan media massa didorong oleh berbagai motif – motif tertentu. Motif yang mempengaruhi penggunaan media tv yaitu motif – motif yang mendorong mahasiswa ingin melihat acara tersebut, mahasiswa lebih berminat menanbah wawasan tentang Islam dari pada berisi informasi yang bermanfaat, adanya unsur pendidikan, jam tayang yang sesuai. Dalam hubungannya dengan kebutuhan (Need Gratification) motif dasar untuk menggunakan media tv adalah memuaskan kebutuhan psikologi melihat. Media televisi mempengaruhi persepsi menonton dan keinginan khalayak (mahasiswa), sehingga khalayak (mahasiswa) merasa puas menggunakan atau menonton tayangan Mozaik Islam. Perbedaan motif dalam menonton suatu tayangan Mozaik Islam menimbulkan efek yang berbeda.

Sesuai dengan pendekatan *Uses and Gratification* bahwa khalayak ingin tahu apakah siaran televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap atau perilaku audien, inilah yang disebut efek media. Program tayangan Mozaik Islam menimbulkan efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Efek kognitif terjadi pada pengetahuan, pemahaman, kepercayaan, informasi, dan persepsi para mahasiswa akan pesan – pesan yang disampaikan pada tayangan yang disajikan. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan seperti disenangi atau dibenci audiennya.

Efek behavioral merujuk pada kenyataan yang dapat diamati seperti tata cara bahasa, tindakan atau kebiasaan berperilaku. Sehingga setelah menonton tayangan Mozaik Islam seseorang mahasiswa akan mengetahui acara yang akan disajikan setiap harinya agar selalu bersemangat atau memotivasi diri (efek kognitif), atau merasa senang karena menonton tayangan yang disajikan Mozaik Islam di TRANS TV (efek afektif), atau meniru cara bahasa yang disampaikan host dan mempraktekan ke lingkungan sekitar yang diperoleh setelah menonton tayangan Mozaik Islam (efek behavioral).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan maka dapat di ambil kesimpulan. Secara umum minat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV masuk kategori “cukup berminat”. Ini dapat dilihat dari hasil persentase yang diukur melalui angket yang disebar kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan hasil 71,47%, untuk mengetahui minat mahasiswa terhadap siaran Mozaik Islam di TRANS TV yaitu :

- Mahasiswa lebih berminat menambah wawasan tentang Islam dengan persentase 37.64%,
- Sedang berisi informasi yang bermanfaat dengan persentase 22.58%,
- Adanya unsur pendidikan dengan persentase 29.03%,
- Dan yang menyukai jam sesuai hanya 10.75%.

B. Saran

Pada kesempatan ini penulis memberikan saran dalam upaya meminati mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi terhadap tayangan Mozaik Islam di TRANS TV :

1. Diharapkan kepada tayangan Mozaik Islam di TRANS TV agar dapat menyajikan informasi yang sangat menarik sehingga menimbulkan minat mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi untuk menonton tayangan dengan melihat keinginan mahasiswa saat ini.
2. Diharapkan pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi agar tidak bosan menonton tayangan Mozaik Islam yang bersifat informasi. Dengan menggunakan televisi kita juga dapat menjalin silaturahmi antara kita dengan sesama melalui

tayangan informasi dapat menambah wawasan dan inspirasi bagi yang menonton nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu, 1992, *Psikologi Umum*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto Suharsimi, 1996, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badudu, JS, 1994, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Djuroto, Totok, M.Si, *Mengelola Radio Siaran*, Effhar Offset, Semarang, 2007.
- Baskoro Wahyu, 2005, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta : Setia Kawan Press
- Effendi, Onong Uchjana, 1998, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendi, Onong Uchjana, 1984, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Jalaludin Rahmat, 1998, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Penerbit Remaja Karya, CV.
- Jalaludin Rahmat, 1994, *Metodelogi Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Kuswandi, Wawan, 1993, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta.
- Marimba, Ahmad D, 1980, *Pengantar Pendidikan Islam*, Bandung: PT. Al Ma'ruf.
- Mulyana, Dedy, 1999, *Nuansa-Nuansa Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaludin, 1984, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sardar Ziauddin dan Borin Van Loon, 2008, *Membongkar Kuasa Media*, Yogyakarta : Resisi Book.
- Sujanto, Agus, 1986, *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Tafsir, Ahmad, 1992, *Metodik Khusus Pendidikan Agama Islam*, Bandung: Rosda Karya.
- Trimuryani, 2008, *Sejarah Pertelevision Dunia-Indonesia*
- W. S. Wingkel, 1984, *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*, Jakarta: Gramedia.

Zahria Nurul, 2008, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori Aplikasi*,
Jakarta : Bumi Aksara.