

**PERSEPSI SISWA MADRASAH ALIYAH AL-HUDA
DUMAI TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT
DI TELEVISI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Oleh

ELVAME

NIM: 10743000195

**PROGRAM S1
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

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

**R I A U
2011**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**Persepsi Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Terhadap Tayangan Infotainment Di Televisi**” yang ditulis oleh:

Nama : Elvame
NIM : 10743000195
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah di munaqasahkan dalam sidang ujian panitia sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 20 Desember 2011

Dapat diterima oleh Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Pekanbaru, 20

Desember 2011

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Amril, M.MA

NIP: 19561231 197603 1 042

Panitia Ujian

Ketua

Sekretaris

Dra. Silawati, M.Pd

NIP: 19690902 199503 2 001

Intan Kemala, M.Si

NIP: 150408784

Penguji I

Penguji II

Miftahuddin, M.Ag

NIP: 19750511 200312 1 003

Rosmita, M.Ag

NIP: 19741113 200501 2 005

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya untuk Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat, kemudahan serta rahmatnya kepada kita sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah, dengan judul **“PERSEPSI SISWA MADRASAH ALIYAH AL-HUDA DUMAI TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT DI TELEVISI”**. Shalawat beriringan salam kita sampaikan kepada Nabi Muhamad SAW. Semoga kita dapat mencontoh ketauladanan beliau. Kemudian penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayahanda **ZULKIFLI** dan Ibunda tercinta **YUSNIMAR** beserta kakak-kakak dan abang-abang, dan adik ku. Kak Doris, kak Agnes, kak Lia, bang Ronal, bang Tomi, adik ku Aisyah dan seluruh keluarga yang telah memberikan motivasi baik secara materil maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof.Dr.Nazir Karim, MA sebagai Rektor UIN Suska Riau Pekanbaru.
3. Bapak Prof.Dr.Amril M, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau beserta Pembantu Dekan.
4. Bapak Dr.Nurdin Abdul Halim, MA selaku Ketua Jurusan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau beserta Sekretaris Jurusan, seluruh Dosen, Karyawan yang telah memberikan ilmu dan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan studi skripsi ini.
5. Ibu Dra.Silawati, M.Pd selaku Pembimbing 1 beserta Ibu Titi Antin, M.Si selaku Pembimbing 2 dan Bapak Miftahuddin selaku Penasehat Akademis (PA) yang telah menyediakan waktu, tenaga dan fikiran yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai yang telah membantu jalannya skripsi ini.

7. Kepada seluruh teman seperjuangan di lokal D dan di lokal Jurnalistik.

Dalam menulis karya ilmiah ini masih terdapat ketidaksempurnaan baik dari segi penulisan, penelitian dan sebagainya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kepada siapapun yang membaca dapat memberikan saran dan kritikan yang sifatnya membangun sehingga dapat mengacu ke arah yang lebih sempurna pada penelitian ini.

Pekanbaru, 22 November 2011
Penulis

ELVAME
10743000195

ABSTRAKSI

PERSEPSI SISWA MADRASAH ALIYAH AL-HUDA DUMAI TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT DI TELEVISI

Judul skripsi ini adalah Persepsi Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Terhadap Tayangan Infotainment Di Televisi.

Adapun latar belakang dari skripsi ini adalah Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa ini berlangsung demikian pesatnya sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai suatu revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih dalam perjalanannya, sejak sekarang sudah dapat diperkirakan terjadinya berbagai perubahan di bidang komunikasi maupun di bidang kehidupan lain yang berhubungan, sebagai implikasi dari perkembangan keadaan yang dimaksud.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Persepsi Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Terhadap Penayangan Infotainment Di Televisi swasta.

Kegunaan hasil penelitian secara praktis digunakan sebagai masukan untuk Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai, Bagaimana Mempersepsi Suatu Tayangan Infotainment Tentang Dunia Selebritis Di Televisi Swasta, Sehingga Tidak Terjadi Kesalah Fahaman Dalam Menilai Tayangan Tersebut. Secara teoritis, hasil penelitian ini untuk memberikan pengetahuan tentang informasi yang ilmiah. Secara akademis, penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana lengkap pada jurusan Ilmu Komunikasi.

Teknik pengumpulan data penulis menggunakan cara angket, Observasi dan Dokumentasi. Dimana penulis menyebar angket sebanyak 70 eksamplar. Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Arikunto, 2006 : 130). yaitu, seluruh siswa-siswi Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai, yang berjumlah 70 orang siswa-siswi. Sampel adalah keseluruhan siswa-siswi Madrasah Aliyah Al-Huda, Dikarenakan hanya berjumlah 70 Orang. Maka penulis mengambil Sampel Keseluruhannya. (Arikunto, 2006 : 131). yang diteliti adalah 70 orang. Adapun teknik yang digunakan adalah Total Sampling yaitu mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sample.

Setelah data terkumpul, selanjutnya menganalisa data dengan metode deskriptif kuantitatif yaitu menggunakan angka-angka lalu diproses dengan menggunakan tabel-tabel persentase dengan kriteria : sangat terjadi respon 76 % - 100 %, cukup terjadi respon 56 % - 75 %, kurang terjadi respon 40 % - 55 %, tidak terjadi respon apabila kurang dari 40 %.

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

Dari analisa data, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Terhadap Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta adalah cukup dalam mempersepsi atau cukup baik. Hal ini terbukti dari analisa data yaitu 57,4 %.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
ABSTRAK	iv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Alasan Memilih Judul.....	5
C. Penegasan Istilah.....	5
D. Permasalahan.....	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
F. Kerangka Teoritis.....	9
G. Model Teori Komunikasi.....	15
H. Konsep Operasional.....	23
I. Metode Penelitian.....	24
BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah singkat Madrasah Aliyah Al Huda Dumai	28
BAB III : PENYAJIAN DATA	
A. Persepsi Siswa	32
BAB IV : ANALISA DATA	
A. Persepsi Siswa	47
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I Jumlah Personal Berdasarkan Pendidikan dan Tenaga Pendidikan	28
Tabel II Siswa Yang Melanjutkan Keperguruan Tinggi Negeri	29
Tabel III Siswa Berdasarkan Usia Tingkat Kelas dan Jenis Kelamin	29
Tabel IV Pekerjaan Orang Tua Siswa	29
Tabel V Jumlah Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dalam 5 Tahun Terakhir	32
Tabel VI Jumlah Siswa Dilihat Dari Jenis Kelamin	34
Tabel VII Jumlah Siswa Dilihat Dari Tingkat Kelas	34
Tabel VIII Responden Mengetahui Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta	35
Tabel IX Persepsi Responden Tentang Suka Menonton Tayangan Infotainment Di Televisi	35
Tabel X Persepsi Responden Tentang Nama Infotainment Yang Selalu Ditonton ...	36
Tabel XI Persepsi Responden Tentang Menonton Tayangan Infotainment Merupakan Suatu Kebutuhan	36
Tabel XII Persepsi Tentang Menyediakan Waktu Khusus Untuk Menonton Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta	37
Tabel XIII Durasi Responden Menonton Tayangan Infotainment Di Salah Satu Televisi Swasta.....	38
Tabel XIV Persepsi Responden Tentang Waktu Jam Tayang Infotainment Yang Berada Disemua Televisi Swasta	38
Tabel XV Persepsi Responden Terhadap Semua Tayangan Infotainment	

Di Televisi Swasta Apabila Ditayangkan Setiap Hari	39
Tabel XVI Persepsi Responden Tentang Nama Presenter	
Infotainment Yang Ditonton Di Televisi Swasta Nasional	39
Tabel XVII Tanggapan Responden Terhadap Presenter	
Dalam Menyampaikan Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta Nasiona	40
Tabel XVIII Persepsi Responden Terhadap Tayangan Infotainment	
Di Televisi Swasta Dapat Memberikan Informasi Tentang Dunia Selebritis.....	40
Tabel XIX Persepsi Responden Terhadap Jam	
Tayang Infotainment Yang Perlu Ditambah	41
Tabel XX Persepsi Responden Tentang Tayang Infotainment Yang Perlu Diganti	42
Tabel XXI Persepsi Responden Yang Menonton	
Tayangan Infotainment Dari Awal Hingga Akhir	42
Tabel XXII Pendapat Responden Tentang	
Tayangan Infotainment Adalah Tayangan Mendidik	43
Tabel XXIII Persepsi Responden Dalam Mempersepsi Semua Tayangan	
Infotainment Di Televisi Swasta Nasional Dipengaruhi Oleh Jenis Kelamin	43
Tabel XXIV Persepsi Responden Dengan Adanya	
Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta Nasional.....	44
Tabel XXV Persepsi Responden Tentang Tayangan Infotainment Dapat Menghibur	44
Tabel XXVI Persepsi Responden Terhadap Isi Tayangan	
Infotainment Di Televisi Swasta	45

Tabel XXVII Minat Responden Menonton Tayangan Infotainment..... 46

Tabel XXVIII Apakah Menonton Tayangan Infotainment

Dipengaruhi Oleh Jenjang Pendidikan Pada Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda 46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa ini berlangsung demikian pesatnya sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai suatu revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih dalam perjalanannya, sejak sekarang sudah dapat diperkirakan terjadinya berbagai perubahan di bidang komunikasi maupun di bidang kehidupan lain yang berhubungan, sebagai implikasi dari perkembangan keadaan yang dimaksud.

Salah satu bentuk teknologi informasi yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan adalah media televisi. Dimana televisi adalah alat elektronik yang berfungsi menyebar gambar hidup bersuara (Danim, 1994 : 120).

Kita tahu bahwa pada hakikatnya sebuah media massa menyiarkan informasi untuk dapat ditonton dan dinikmati oleh khalayaknya. Itulah salah satu tujuan komunikasi minimal komunikasi itu harus mengandung kesamaan makna antara dua belah pihak yang terlibat. Yang ditujukan untuk dimengerti dan dipahami, karena kegiatan komunikasi bukan hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan.

Sebagai media informasi, televisi memiliki berbagai keunggulan dibandingkan media informasi lain. Menurut Skornis seperti yang dikutip

(Wawan, 1996 : 8) menyatakan jika dibandingkan dengan media massa lainnya televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan media dengar dan gambar yang bersifat politis, informative, hiburan, pendidikan atau bahkan untuk gabungan ketiga tersebut. Televisi dapat menciptakan suasana tertentu dan informasi yang disampaikan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual. Bahkan media televisi mampu mempersiapkan materi-materi hiburan yang lebih banyak dibandingkan dengan media cetak, karena pada umumnya pemirsa televisi lebih tertarik menyaksikan televisi dari unsure hiburan dibandingkan pemberitaan analisis dari unsur sosial.

Hadirnya media televisi sebagai media hiburan seperti halnya televisi mampu membangkitkan gairah penonton dalam membuka chanel acara yang disukai. Apalagi zaman sekarang stasiun televisi swasta saling bermunculan dengan program-program acara tayangan yang lebih memikat hati pemirsa.

Semakin berkembangnya teknologi pertelevisian dewasa ini mampu menciptakan hiburan tentang dunia selebritis yang dikemas dalam infotainment. Infotainment merupakan salah satu tayangan yang mengulas gossip-gossip para selebritis yang pernah ada dan juga salah satu kaki tangan keberhasilan para selebritis. (Amim : 2010).

Program-program acara hiburan yang bertajuk infotainment ini ditayangkan tidak di satu stasiun televisi saja, namun ada beberapa chanel acara atau stasiun televisi lain menayangkan infotainment. Seperti halnya di Indosiar jam 15.00 Sore ada infotainment “KISS” (Kisah Seputar Selebriti).

Dan di Trans TV jam 07.00 pagi ada “Insert” (Informasi Seputar Selebriti) pagi ada tayangan infotainment, Trans7 ada acara “on the spot” pada jam 18.00 sore, “Was-Was” pada jam 06.30 di SCTV, Jam tayang infotainment tersebut hanya sebagian saja, masih banyak jam tayang infotainment lainnya.

Menurut media cetak (Bisnis Indonesia, 2005 : 1) menyatakan bahwa berita tentang selebritis memang menjadi magnet yang kuat dalam menjangkit pemirsa televisi karena dari pagi hingga sore stasiun televisi tak lepas dari tayangan infotainment. Dalam penelitian ini Penulis akan mengkaji tayangan infotainment di televisi swasta yang ada di Indonesia.

Adapun inti dari permasalahan yang dibahas dan disajikan dalam tayangan infotainment itu adalah sama, yaitu sama-sama membahas masalah gossip-gossip para selebritis, hanya saja nama dan jam tayang yang berbeda. Beritanya pun beragam dari masalah umum sampai kehidupan yang paling pribadi, baik itu dari kelahiran, ulang tahun, dapat pacar baru, perselingkuhan, pernikahan, meninggal dunia sekalipun.

Dengan keanekaragaman permasalahan terhadap para selebritis diatas, tentu menimbulkan persepsi yang berbeda bagi yang menontonnya, demikian juga persepsi yang terjadi pada siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai. Sebagian berpendapat bahwa tayangan infotainment sebagai sumber informasi di televisi swasta di Indonesia kurang baik, sebab tayangan tersebut suka mengurus urusan orang lain, membuka aib yang seharusnya tidak dibicarakan oleh pihak infotainment karena merugikan pihak bersangkutan. Bahkan secara tidak langsung tayangan tersebut mengajarkan penonton untuk

berbuat seperti mereka tonton pada siaran televisi khususnya INFOTAINMENT.

Dan sebagian lagi berpendapat bahwa tayangan infotainment di televise swasta nasional itu baik karena dapat memberikan informasi tentang dunia selebritis yang lagi hangat-hangatnya terjadi dan juga siswa mengetahui nama tokoh-tokoh dan karakteristik artis yang menjadi idola dikalangan siswa MA AL-HUDA Dumai saat ini.

Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap tayangan infotainment berkaitan erat dengan status social, ekonomi, budaya serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton, dengan demikian apa yang dipersepsikan oleh siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap suatu tayangan acara belum tentu baik untuk disajikan bagi pemirsa. Jadi efektif tidaknya tayangan infotainment tergantung dari situasi dan kondisi pemirsa dan lingkungannya.

Pemirsa sebagai objek acara memang terkadang pasif, dalam arti tidak memberikan reaksi apa-apa atas penyajian acara, proses memberi dan menerima serta saling mempengaruhi, namun bobot pengaruh tidak senantiasa seimbang, banyak factor yang mempengaruhi keseimbangan. Factor-faktor itu antara lain system nilai yang berlaku, system politik, kebudayaan, ekonomi, dan tingkat kualitas tayangan itu sendiri. (Wawan, 1993:79).

Dengan perbedaan persepsi terhadap tayangan infotainment tentu akan menimbulkan permasalahan dalam menilai tayangan tersebut dan akan

mempunyai dampak terhadap perkembangan media, baik secara positif dan negative dalam menjalankan peranannya sebagai media hiburan atau media informasi, begitu juga dengan siswanya. Dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji secara ilmiah, dan menulis skripsi ini dengan judul :

**PERSEPSI SISWA MADRASAH ALIYAH AL-HUDA DUMAI
TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT DI TELEVISI SWASTA
NASIONAL.**

B. Alasan Memilih Judul

Alasan penulis mengangkat judul dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Judul tersebut menarik bagi penulis untuk diteliti, karena tayangan tersebut dapat memberikan informasi tentang kehidupan selebritis. Selain itu dengan adanya tayangan infotainment tersebut penulis bisa melihat perubahan pada siswa siswi Madrasah Aliyah Al-Huda, baik itu dalam segi pakaian ataupun kebiasaan yang dilakukan oleh siswa Madrasah Aliyah Al-Huda sehari-hari.
2. Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan tayangan infotainment sebagai sumber informasi, baik itu informasi tentang kehidupan selebriti yang mereka sukai ataupun yang lainnya. Apakah sangat berpengaruh di kalangan siswa Madrasah Aliyah Al-Huda atau tidak.

C. Penegasan Istilah

Agar penelitian ini mudah dipahami, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang penulis gunakan. Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam menafsirkan istilah-istilah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Persepsi

Persepsi adalah sebagai proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2004 : 164), sedangkan (Jalaludin, 2005 : 51) mendefenisikan persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Dalam buku Kamus Bahasa Indonesia (1988 : 675) Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui hal melalui panca inderanya.

Jalaluddin Rahmat mengatakan, Persepsi adalah pengamatan tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diterima atau diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan. (1989:57).

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono, Persepsi adalah proses kemampuan untuk membedakan, mengumpulkan dan memfokuskan pandangan terhadap suatu objek. (1976:39).

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi yang dimaksud disini adalah tanggapan atau pendapat siswa terhadap tayangan infotainment tentang dunia selebritis di Televisi Swasta.

2. Tayangan infotainment

Infotainment adalah memberi informasi dari dunia entertain (Anonimus, 2010). Tayangan yang membahas gossip-gossip terhadap selebritis yang pernah ada. Sedangkan menurut Ilham Bintang dalam (Bisnis Indonesia, 3 april 2005 : 16) infotainment sebagai pemantau kehidupan artis.

Ada beberapa contoh tayangan infotainment di televisi swasta nasional:

- a. Infotainment KISS adalah tayangan infotainment gosip yang setiap harinya ditayangkan pada hari yang sama, namun pada jam yang berbeda. KISS tayang pada pagi dan sore. Tayangan tersebut ditayangkan dari senin sampai minggu, begitu seterusnya. Dan KISS ditayangkan di INDOSIAR Yang dipresentasikan oleh, Ruben Onsu, Cristie Jusung, Dan banyak lainnya.
- b. Infotainment Intens adalah tayangan infotainment yang ditayangkan di RCTI pada jam 17.30 wib, infotainment ini dipresentasikan oleh Feni Rose. Dan infotainment ini bisa dilihat pada jam tayangnya yaitu pada saat menunggu waktu sholat maghrib.
- c. Infotainment Status Selebritis adalah tayangan infotainment yang ditayangkan di SCTV pada jam 14.30 wib, infotainment ini agak sedikit berbeda dengan infotainment lainnya. Karena tayngan ini harus melihat bstatus para artis di dunia maya, dan setelah itu baru para kru wartawan akan mewawancarai selebritis tersebut. Dan infotainment ini

dipresenterkan oleh Joe Richard, Dimas beck, dan banyak presenter lainnya.

- d. Infotainment Investigasi selebriti adalah tayangan infotainment yang ditayangkan di TRANS7 pada jam 16.30.00 wib. Dan tayangan tersebut di presenterkan oleh Shara aryo. Infotainment ini membahas masalah yang terjadi oleh selebritis.
- e. Infotainment Silet adalah tayangan infotainment yang ditayangkan di RCTI pada jam 16.00 wib, infotainment tersebut dipresenterkan oleh Feni Rose.

Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Adalah Sekolah Madrasah Aliyah Swasta. Madrasah Aliyah Al-Huda berada di kota Dumai, dan Madrasah Aliyah Al Huda didirikan oleh yayasan Madrasah Al Huda. Madrasah Al Huda beralamatkan jln. Hayam wuruk, JL. Sultan Syarif Kasim, Dumai.

D. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi siswa Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai terhadap penayangan infotainment di Televisi Swasta.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi siswa Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai, terhadap tayangan infotainment di Televisi Swasta Nasional .
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Untuk memberikan masukan kepada siswa Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai, bagaimana mempersepsi suatu tayangan infotainment tentang dunia selebritis di Televisi Swasta Nasional. Sehingga tidak terjadi kesalah pahaman dalam menilai tayangan tersebut.
- b. Sebagai sumbangan karya ilmiah untuk perpustakaan UIN SUSKA Pekanbaru.
- c. Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan kepada stasiun televisi yang berada di Indonesia, agar menampilkan tayangan yang bermutu dibidang infotainment, sehingga orang yang bersangkutan tidak merasa dirugikan.

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

a. Tinjauan Terhadap Persepsi

(Jalaludin, 2005 : 51) mengemukakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sementara menurut (Deddy Mulyana, 2004 : 164) persepsi adalah sebagai proses internal yang memungkinkan kita untuk memilih, mengorganisasikan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Melalui persepsi manusia terus menerus akan mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan dengan indra penglihatan, pendengaran, peraba, dan penciuman. Sedangkan dalam penelitian yang dimaksud dengan persepsi disini adalah bagaimana persepsi siswa MA AL-HUDA Dumai terhadap tayangan infotainment di Televisi Swasta Nasional. dengan adanya penelitian ini, maka akan dapat diketahui apakah tayangan infotainment itu dapat bermanfaat bagi siswa atau malah sebaliknya dapat merusak pola pikir siswa.

Persepsi manusia terbagi dua : persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan komplit, karena manusia bersifat dinamis. Biasanya dalam mempersepsi suatu objek dapat terjadi suatu kesalahan atau kekeliruan tidak sesuai dengan apa yang dipersepsikan, begitu juga dengan siswa Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai secara umum, baik secara kelompok maupun individu.

Timbulnya perbedaan persepsi dapat disebabkan oleh:

1. Perhatian. Biasanya kita tidak menangkap seluruh rangsang yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi kita memfokuskan perhatian kita pada satu atau dua objek saja.
2. Kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Demikian pula kebutuhan-kebutuhan orang yang berbeda akan menyebabkan pula perbedaan persepsi.
3. Sistem nilai. System nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat, berpengaruh juga pada persepsi.
4. Ciri kepribadian. Ciri kepribadian juga akan mempengaruhi persepsi seseorang (Sarlito, 1982 : 49)

Dalam mempersepsi sesuatu, ada beberapa komponen dimana antra yang satu dengan yang lainnya saling kait mengait, saling menunjang dan merupakan suatu system, agar seseorang menyadari dapat melakukan persepsi.

Adapun syarat yang harus dipenuhi yaitu antara lain:

1. Adanya objek yang dipersepsi, objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indra dan reseptor.
2. Alat indra atau reseptor, merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu ia merupakan stimulus yang diterima reseptor kepusat susunan syaraf sebagai alat untuk mengadakan respon yang diperlukan syaraf motoris.

3. Adanya pengertian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan akan mengadakan persepsi, tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi (Bimo Walgito, 1987 : 54).

Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:

1. Perhatian (attention)

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangsangan stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi apabila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain.

Ada dua factor yang menentukan perhatian yaitu:

- a. Factor eksternal penarik perhatian. Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.
- b. Faktor internal penuh perhatian. Perhatian timbul karena disebabkan faktor internal dalam diri kita. Antara lain : faktor-faktor biologis, sosiogenesis.

2. Fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan (framed of reference). Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lampau dan

hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.

3. Faktor-faktor struktural

Faktor-faktor structural semata-mata berasal dari sifat stimuli fisik dan efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu. Jika kita ingin memahami satu peristiwa, kita tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah, kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan (Jalaludin, 2005 :52-62).

Menurut Deddy Mulyana (2004:171) ada beberapa faktor kesalahan atau kegagalan dalam mempersepsi suatu objek :

1. Kesalahan atribusi, proses internal dalam diri kita untuk memahami orang lain, kita menggunakan beberapa sumber informasi. Misalnya kita mengamati penampilan fisik mereka, karena faktor-faktor seperti usia, gaya pakaian, dan daya tarik dapat memberikan isyarat sifat-sifat utama mereka. Kesalahan antribusi biasa terjadi karena salah menafsirkan makna pesan yang disampaikan. Seperti ketika seorang tersenyum apakah ia ramah, menyindir. Kesalahan antribusi lainnya adalah pesan yang dipersepsi tidak utuh atau tidak lengkap, sehingga kita berusaha menafsirkan pesan tersebut dengan menafsirkan sendiri kekurangannya, atau mengisi kesenjangan dan mempersepsi rangsangan atau pola yang lengkap itu sebagai pelengkap.

2. Efek halo, kesalahan persepsi yang disebut efek halo (hallo effect) merujuk pada fakta bahwa begitu kita membentuk suatu kesan menyeluruh mengenai seseorang, kesan yang menyeluruh ini cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita akan sifat-sifatnya yang spesifik. Efek halo ini memang lazim dan mempengaruhi kuat sekali pada diri kita dalam menilai orang-orang bersangkutan.

3. Stereotip. Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotifan, yakni menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit.

Dan menurut (Mar'at, 1981 :22) persepsi seorang individu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Pendidikan
2. Pendapat
3. Minat

Faktor pendidikan memberikan bentuk dan struktur terhadap apa yang dilihat. Adapun pendapat dan minat akan memberikan arti terhadap objek psikologi, melalui komponen kognisi akan timbul ide mengenai jiwa dan perilaku yang dilihat pada diri seseorang akan terjadi keyakinan terhadap suatu objek.

Lebih jelasnya lagi seorang komunikator dapat mempersepsi yang diperolehnya dari komunikan adalah sebagai berikut :

1. Ide diterima dan dianjurkan kepada orang lain (oleh komunikan)
2. Ide-ide diterima oleh komunikan dan dilaksanakan

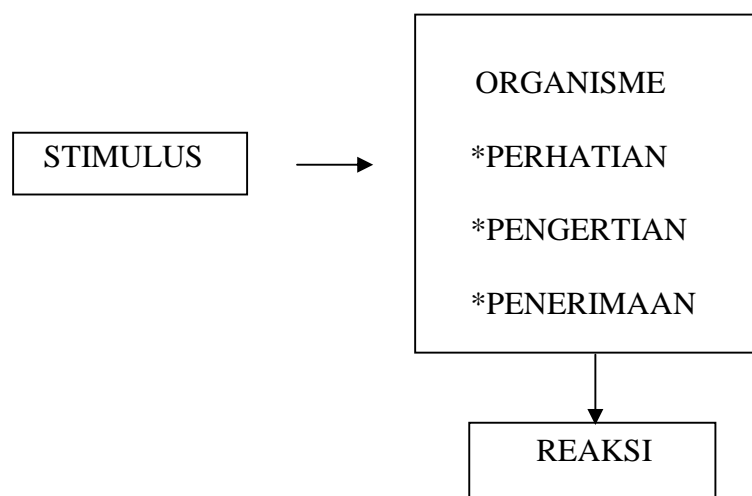
3. Ide diterima tapi masih dipikir-pikir
4. Ide tidak diterima
5. Komunikan memikirkan untuk menerima ide dari lawan komunikator
6. Komunikan menerima ide dari lawan komunikator
7. Komunikan menerima ide dari lawan komunikator dan menganjurkan orang lain untuk juga menerima ide lawan komunikator(Astrid,1979:4)

Untuk menjadi acuan dalam penelitian ini dan agar lebih terarahnya pembahasan dan penulisannya maka penulis mengemukakan beberapa konsep atau teori yang berkaitan dengan judul yang penulis bahas.

b. Teori S-O-R

Adapun Teori yang digunakan adalah Teori S-O-R yaitu STIMULUS, ORGANISME dan REAKSI.

Gambar I Teori S-O-R



(Sumber : Onong Ucjana : 1990)

Menurut stimulus persepsi ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Proses ini digambarkan “perubahan sikap” dan bergantung pada proses yang terjadi pada individu:

1. Stimulus yang diberikan ada organisme dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti. Ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme. Jika stimulus diterima oleh organisme berarti adanya komunikasi dan adanya perhatian dari organisme. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi.
2. Langkah berikutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus.
3. Pada langkah selanjutnya adalah bahwa organisme dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesiapan untuk perubahan sikap. Dalam proses perubahan sikap ini terlihat bahwa sikap berubah, hanya jika rangsangan yang diberikan benar-benar melebihi rangsangan semula. (Effendy,2003 : 254-256)

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan. Munculnya media televisi dalam kehidupan masyarakat dapat menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa, masyarakat mengkonsumsi berbagai isi media ini dan lebih banyak menghabiskan waktu untuk media televisi dibanding media lain. Daya tarik televisi sangat besar, sehingga televisi menjadi sebuah sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia. Baik untuk kepentingan dalam mencari hiburan sekaligus maupun yang lainnya.

c. Tinjauan Terhadap Televisi

Dewasa ini teknologi yang sangat penting adalah teknologi informasi yang merupakan salah satu kebutuhan dan ciri masyarakat modern. Tanpa menguasai teknologi informasi akan sulit untuk mencapai kemajuan yang sejajar dengan perkembangan modern. Teknologi informasi ini kemudian diwujudkan dalam berbagai bentuk perangkat seperti media audio visual. Media informasi yang paling banyak dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat dewasa ini adalah media audio visual yang berbentuk televisi.

Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi yang memiliki ciri-ciri berlatas satu arah, komunikasinya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan

komunikannya heterogen. Televisi merupakan panduan audio dari segi penyiarannya dan video dari segi gambar Bergeraknya. Suatu program televisi, dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa karena ditransmisikan pemancar (Onong, 1993 : 14).

Media massa terbagi dua bagian yaitu : 1. Media massa elektronik (televisi, dan radio), 2. Media massa cetak (Koran, majalah, dan sejenisnya). Setiap media massa mempunyai kekuatan masing-masing tetapi pada prinsipnya media massa merupakan salah satu instansi yang melembaga dan berfungsi bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar tahu informasi. Ada beberapa unsur penting dalam media massa yaitu :

1. Adanya sumber informasi
2. Isi pesan (informasi)
3. Saluran informasi (media)
4. Khalayak sasaran (masyarakat)
5. Umpan balik khalayak sasaran

Fungsi televisi sebagai media massa, bukan menghibur semata melainkan juga menyalurkan informasi dan mendidik, dan kesemua fungsi tersebut harus seimbang. Dalam hubungan ini memang berdasarkan “the play theory of communication” yang telah diungkapkan diatas. Khalayak menonton televisi untuk hiburan, tapi dalam hiburan dapat pula disisipkan aspek pendidikan, sehingga acara-acara menjadi bersifat kreatif dan edukatif (Wawan, 1996 : 39).

Mengingat media memiliki kemampuan untuk memberikan informasi-informasi secara efektif, sehingga kita dapat menyatakan secara pasti bahwa media akan mampu membuktikan peranannya.

1. Massa media dapat memperluas cakrawala

Pemikiran media mempunyai kekuatan karena kemampuannya mampu membuat seseorang melihat dan mengetahui tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi serta mengenal orang-orang yang belum pernah ditemui.

2. Massa media dapat memusatkan perhatian

Modernisasi juga mulai menggantungkan pengetahuannya pada media massa. Akibatnya pemikiran-pemikiran tentang apa yang penting, berbahaya, apa yang menarik dan sebagainya bergantung pada media.

3. Massa media mampu menumbuhkan aspirasi

Media mampu menumbuhkan aspirasi sebagaimana dinyatakan oleh Daniel Lerner. Ketika radio acara menyatukan desa-desa terpencil “melalui” aspirasi-aspirasi pribadi yang ditimbulkan, hampir seluruh ide dapat diwujudkan karena didukung oleh masyarakat.

4. Massa media mampu menciptakan suasana pembangunan

Kita dapat menyimpulkan bahwa melalui media menyebarluaskan informasi ia dapat memperluas cakrawala khalayak serta membangun empati memusatkan perhatian.

5. Massa media mampu mengenal norma-norma social.

Bagi khalayak modern, sebagian besar tugas-tugas penyampaian umum dilaksanakan oleh media. Ia memberi tahu hal-hal yang serius yang harus diketahui khalayak. Apabila norma-norma social yang baru tidak diketahui oleh umum, maka sebagai tugas media memperluas serta mengenal norma-norma tersebut.

6. Massa media mampu menumbuhkan selera

Kekuatan utama media terletak pada kemampuan mempercepat proses keintiman antara pelaku dalam media dengan masyarakat, sehingga berpengaruh dalam pembentukan media.

7. Massa media mampu menumbuhkan sikap yang lemah menjadi sikap yang kuat

Keberhasilan peranan media dalam pembangunan social, ekonomi (Eduard & Colin, 1978 : 52).

Persoalan lain yang tak kalah pentingnya dalam persaingan media televisi yaitu pengaturan jadwal waktu acara, karena ada waktu tertentu pemirsa akan menonton televisi secara khusus. Untuk itu para pembuat paket acara televisi perlu memahami selera pemirsa yang semakin kritis dan objektif dalam menilai dan mengamati acara televisi (Kuswandi, 1993:16).

Sebagai media informasi televisi memiliki dampak positif maupun negative. Secara garis besar dampak negative yang muncul dari televisi antara lain:

1. Acara televisi dapat mengancam nilai-nilai social

2. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
3. Dampak peniruan yaitu pemirsa diadapkan pada trendi actual yang ditayangkan televisi.
4. Dampak prilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai social budaya yang telah diayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari (Wawan, 1999 : 100).

Manfaat televisi yaitu memberikan atau menyampaikan pesa dengan cepat kepada pemirsa diseluruh tanah air. Kehadiran media televisi menjadi bagian yang sangat penting sebagai acara untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya dalam berbagai hal yang menyangkut perbedaan dan persamaan persepsi tentang suatuisu yang sedang terjadi dibelahan dunia. Dalam hal ini, massa menjadi objek utama dari tayangan di media televisi, media tersebut bertujuan mempropagandakan ideology suatu Negara atau khalayak. Itu semua sudah menjadi konsekuensi yang harus diterima oleh khalayak yang sudah terlanjur menganggap teknologi industrialisasi sebagai zaman keemasan bagi suatu bangsa. (Wawan, 1999 : 21)

Semakin berkembangnya teknologi pertelevisian dewasa ini mampu menciptakan hiburan tentang dunia selebritis yang dikemas dalam infotainment. Infotainment adalah informasi dari dunia intertain (Anomim, 2010). Jadi dapat disimpulkan bahwa tayangan infotainment adalah penyampaian informasi yang didalamnya berisi tentang gossip-

gosip seputar dan realita kehidupan para selebritis yang dikemas dalam tayangan infotainment di Televisi Swasta nasional.

Dengan keanekaragaman pola pikir siswa tentu mereka dapat menganalisa tayangan tersebut sesuai dengan kemampuan dan cakrawala serta kejelian untuk menganalisa permasalahan. Dengan keanekaragaman itu pula dapat menimbulkan persepsi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya biasa berbentuk positif dan negatif. Dilihat dari bentuk negative infotainment tidak mendidik serta merusak kehidupan siswa khususnya, seperti halnya suka mengurus urusan orang lain, serta membuka aib yang seharusnya tidak dibicarakan oleh pihak infotainment karena dapat merugikan orang yang bersangkutan.

Sedangkan dalam bentuk positif, dengan adanya infotainment siswa dapat mengetahui informasi tentang kehidupan dunia selebritis serta tayangan infotainment dapat dijadikan sebagai ajang hiburan dan pendidikan. Sehingga mereka dapat menjadikannya sebagai pelajaran untuk melangkah kedepan.

Disamping itu infotainment memiliki pesan moral yang baik. Bukan sekedar mengada-ngada atau menyebarkan berita yang tidak jelas kebenarannya. Seorang ilham bintang mengatakan dalam (Bisnis Indonesia, 3 April 2005 : 16) tentang adanya persepsi infotainment menjadi sebagai pengobok-obok privatisasi artis, semua itu tergantung perspektif orang melihatnya. Jika infotainment dipandang positif, maka

tayangan itu akan menjadi baik, tapi bila sebaliknya selalu beranggapan negative maka tuduhan seperti itu yang muncul.

2. Konsep Operasional

Agar penulisan ini lebih terarah dan dapat di laksanakan dilapangan melalui metode yang ada, perlu penulis operasionalkan konsep-konsepnya. Hal tersebut perlu dilakukan guna untuk menghindari kesalahfahaman.

Persepsi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggapan siswa terhadap tayangan infotainment di televise swasta.

Sedangkan infotainment adalah informasi tentang dunia selebritis, baik itu dari kelahiran, pacaran, pernikahan, perceraian, ulang tahun dan masih banyak lagi yang lainnya.

Untuk mengetahui persepsi siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap tayangan infotainment di televisi swasta dapat dilihat Indikatornya.

Indikator Persepsi adalah :

- a. Siswa madrasah Aliyah Al-Huda Dumai dikatakan memiliki persepsi yang baik terhadap tayangan infotainment di televise swasta jika memenuhi indicator-indikator sebagai berikut:
 1. Siswa Madrasah Al-huda Dumai dapat mengetahui informasi tentang dunia selebritis.
 2. Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai dapat menjadikan tayangan infotainment di televisi swasta sebagai media hiburan.
 3. Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai dapat mengetahui waktu dan jam tayang semua infotainment di televisi swasta nasional.

4. Siswa Madrasah Aliyah Al-huda Dumai mengetahui semua nama presenter infotainment yang ada di televisi swasta nasional.
 5. Siswa Madrasah Aliyah Al-huda Dumai dapat mengenal nama-nama artis yang ada dalam tayangan infotainment di televisi swasta.
 6. Siswa Madrasah Aliyah Al-huda Dumai mengetahui berita-berita actual yang terjadi dikalangan selebritis.
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap tayangan infotainment di televisi swasta nasional, dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut:
1. Pendidikan
 2. Minat
 3. Pengetahuan

D. Metode Penelitian

Adapun Metode yang di gunakan adalah Deskriptif kuantitatif dengan persentase. Kuantitatif yaitu dengan menggunakan angka-angka, selanjutnya diproses dengan menggunakan table-tabel persentase.

Metode penelitian ini berisi lokasi peneitian, subjek dan objek penelitian.

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekolah Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai. Madrasah Al-Huda Dumai beralamatkan jl. Hayam wuruk no. 3 Kelurahan Buluh Kasap, Kecamatan Dumai Timur, dan dengan kepala sekolah Bapak Drs. M.Sofian. Dipilihnya lokasi ini untuk diteliti karena

penulis memahami dan melihat permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian dilokasi tersebut.

2. Subjek dan objek penelitian

Subjek penelitian ini adalah siswa Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai. Sedangkan yang menjadi Objek penelitian adalah persepsi siswa terhadap tayangan infotainment tentang dunia selebritis di televisi swasta dan faktor yang mempengaruhinya.

3. Populasi dan Sampel

1. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi, 2002 : 108), yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai, dari kelas 1 dan 2 & 3 yang berjumlah 70 orang. Ini adalah jumlah siswa yang masih aktif dalam mengikuti proses belajar di Madrasah Aliyah AL-HUDA Dumai (Daru Qudni, TU Madrasah Aliyah-AL-HUDA. 09 Januari 2011)
2. Total Sampel adalah sebagian atau yang mewakili populasi yang diteliti (Suharsimi, 2002 :112). Mengingat jumlah populasi 70 orang, maka sampel yang akan diambil yaitu 70 orang dengan menggunakan teknik sampel stratified random sampling, yaitu sampel bersrata digunakan apabila kita berpendapat bahwa ada perbedaan ciri, atau karakteristik antara strata-strata yang ada, sedangkan perbedaan tersebut mempengaruhi variable. Akan tetapi jika tidak ada perbedaan ciri antara setiap tingkat yang ada boleh menggunakan sampel random. (suharsimi, 2002 :116). Berdasarkan keterangan diatas, dapatlah

diambil jumlah siswa yang akan diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 70 orang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mencari data penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

- a. Angket, yaitu cara pengambilan data dengan cara penyebaran sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis, jumlah angket yang disebarakan sesuai dengan jumlah sampel yang telah peneliti tetapkan.
- b. Dokumentasi, yaitu dengan cara mengambil data pada dokumen-dokumen yang ada di sekolah MA AL-HUDA Dumai.
- c. Observasi, yaitu penulis langsung mengadakan penyelidikan dan pengamatan secara langsung sesuai dengan apa yang di lihat dan di bahas.

5. Analisa Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut, dengan menggunakan metode Deskriptif kuantitatif dengan persentase. Kuantitatif yaitu dengan menggunakan angka-angka, selanjutnya diproses dengan menggunakan table-tabel persentase. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Baik : 76% - 100%
- b. Cukup : 56% - 75%
- c. Kurang baik : 40% - 55%
- d. Tidak baik : kurang dari 40 % (Arikunto, 1993 : 210)

Dengan menggunakan Rumus :

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

P = Populasi

F = Frekuensi

N = Jumlah nilai keseluruhan

100% = Ketetapan rumus (Anas Sudjana, 1994 : 40).

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian, maka dalam tulisan ini dibagi dalam beberapa bab, dan tiap-tiap bab terdiri dari sub-sub yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan yang utuh dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Merupakan Bab Pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Alasan Pemilihan Judul, Penegasan Istilah, Permasalahan, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran umum lokasi penelitian terdiri dari sejarah berdirinya sekolah MA AL-HUDA Dumai, visi, misi, dan tujuan didirikannya sekolah MA AL-HUDA Dumai.

BAB III : PENYAJIAN DATA

BAB IV : ANALISA DATA

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai.

Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai merupakan sekolah menengah atas yang memiliki background islami. Madrasah ini didirikan pada tanggal 2 Juli 1991. Yang beralamatkan Jl. Hayam Wuruk No.3 Kelurahan Kuluh Kasap Kecamatan Dumai Timur. Penyelenggara Madrasah adalah Yayasan. Nama Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Al-Huda adalah Drs. M.Sofian. Status Madrasah adalah Terdaftar. Akses jalan kesekolah sangat strategis tidak terlau jauh dari kota, kondisi cukup baik dan kondusif untuk belajar mengajar, sehingga keinginan masyarakat untuk memasukkan anaknya lumayan tinggi. Madrasah aliyah al-huda dumai memiliki ruang belajar sebanyak 4 kelas, 1 labor komputer, 1 labor kimia, dan sebuah mushalla. Fasilitas belajar mengajar cukup memadai dan didukung oleh tenaga pengajar yang cukup dan profesional.

TABEL I
Jumlah Personal Berdasarkan Kependidikan dan Tenaga Pendidikan

No.	Status Personal	< SLTA		D 1		D 2		D 3		> S1		Ket
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	
1	Guru PNS NIP - 15										1	
2	Guru PNS NIP lainnya									0	0	
3	Guru kontrak/Bantu/Honda									2	7	
4	Guru Tetap Yayasan							1	1	6	2	
5	Guru Honor/Tidak Tetap Yayasan											
	Tenaga Non Guru											
	a. Tenaga Administrasi	1	1									
	b. Pustakawan									1		
	c. Petugas BP/BK									1		
	d. Laboran									1		
	e. Teknisi Keterampilan	1										
	f. Personalnya lainnya*)	1	1									

TABEL II
Siswa yang Melanjutkan Ke Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta 5 Tahun Terakhir

NO	TAHUN	PERGURUAN TINGGI NEGRI	UMLAH	PERGURUAN TINGGI SWASTA	UMLAH	KETERANGAN
1	2005/2006	UNRI, UIN SUSQO, UIN	15	SWASTA LAIN	12	
2	2006/2007	UNRI, UIN SUSQO, UIN	8	SWASTA LAIN	9	
3	2007/2008	UNRI, UIN SUSQO, UIN	20	SWASTA LAIN	7	
4	2008 /2009	UNRI, UIN SUSQO, UIN	9	SWASTA LAIN	10	
5	2009 / 2010	UNRI, UIN SUSQO, UIN	9	SWASTA LAIN	10	

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa siswa yang melanjutkan keperguruan tinggi dari tahun 2005/2006 berjumlah 27 orang, yang m,elanjutkan keperguruan tinggi negeri berjumlah 15 orang dan perguruan tinggi swasta berjumlah 12 orang.

Pada tahun 2006/2007 berjumlah 17 orang, yang melanjutkan perguruan tinggi negeri berjumlah 8 orang dan perguruan tinggi swasta berjumlah 9 orang.

TABEL III
Siswa Berdasarkan Usia Tingkat Kelas dan Jenis Kelamin

No.	Usia (Tahun)	Kelas 1		Kelas 2 IPA/S		Kelas 3							
						IPA		IPS		Bahasa		Keagamaan	
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P
1	< 15 tahun		0										
2	15 tahun		1										
3	16 tahun	2	7	1	5			2	1				
4	17 tahun			11	9		1		2				
5	18 tahun			1		1	6	4	9				
6	> 18 tahun								1				

TABEL IV
Pekerjaan Orang Tua Siswa

NO	JENIS PEKERJAAN	JUMLAH
1	Pegawai Negeri Sipil	-
2	TNI / Polri	-
3	Pensiun	-
4	Karyawan Swasta	9
5	Pedagang / Wira Usha	17
6	Petani	11
7	Nelayan	-
8	Buruh Tidak Tetap	12
9	Sopir	-
10	Lainnya	16

B. Program Unggulan Madrasah Aliyah

VISI dan MISI Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai :

1. Visi MA AL-HUDA Dumai :

“ Terwujudnya, Madrasah Aliyah sebagai pusat kajian keilmuan, pelatihan ketrampilan dan pembekalan kepemimpinan.

2. Misi MA AL-HUDA Dumai :

“Memberikan pelayanan yang terbaik dalam mengantarkan para siswa untuk memiliki :

1. Kemantapan akidah
2. Rasa kataatan dan keikhlasan dalam beribadah
3. Penguasaan ilmu
4. Ketrampilan bahasa arab dan inggris
5. Keahlian dibidang ilmu teknologi

3. Program unggulan MA AL-HUDA Dumai

1) Pengembangan diri

a. Orasi atau pidato

Dalam hal tersebut siswa dilatih menyampaikan pidato dalam 3 bahasa yaitu bahasa inggris, arab, dan indonesia.

2) Pembiasaan rutin

a. Apel setiap pagi sebelum masuk kelas

b. Sholat zhuhur berjama'ah oleh seluruh siswa dan guru

TABEL V

JUMLAH SISWA MADRASAH ALIYAH AL-HUDA DALAM 5 TAHUN TERAKHIR

No	TAHUN	KELAS I	KEALAS II	KELAS III	JUMLAH
1.	2006/2007	23	25	35	83
2.	2007/2008	24	24	23	71
3.	2008/2009	10	26	29	65
4.	2009/2010	25	20	29	74
5.	2010/2011	26	23	21	73

Sumber : Data Siswa (Daru Qudhni, Tata Usaha Madrasah Aliyah Al-huda. 29 agustus 2011)

Menurut Tabel diatas dapat diketahui bahwa, jumlah siswa Madrasah dalam 5 Tahun terakhir berjumlah 366 siswa, mulai dari tahun 2006 sampai 2011. Baik kelas I-3.

Siswa kelas I pada tahun 2006-2007 berjumlah 23, kelas II berjumlah 25 orang, sedangkan kelas III berjumlah 35 orang.

Siswa kelas kelas I pada tahun 2007-2008 berjumlah 24 orang, kelas II berjumlah 24, sedangkan kelas III berjumlah 23.

Begitu seterusnya sampai pada tahun 2011 bisa dilihat dari tabel diatas.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Persepsi Siswa Terhadap Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta Nasional.

Penyajian data berikut ini berdasarkan penelitian yang dilaksanakan di Sekolah Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang bagaimana persepsi siswa Madrasah Aliyah Alhuda Dumai terhadap tayangan infotainment di televisi swasta dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut. Untuk itu teknik pengumpulan data sesuai dengan apa yang telah dikemukakan dalam bab pendahuluan yaitu dengan menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi.

Angket yang disebarkan kepada responden sebanyak 70 eksemplar sesuai dengan jumlah subjek dalam penelitian ini. Dari keseluruhan angket yang penulis sebar dapat diterima 45 yang kembali, dan sisa dari angket yang tidak kembali dikarenakan siswa yang tidak aktif dan bermasalah. Angket yang disebarkan merupakan angket tertutup, setiap angket memiliki 21 pertanyaan. Dimana setiap pertanyaan berisi 4 option alternatif jawaban.

Observasi dilaksanakan dengan cara mengamati secara langsung berbagai macam fenomena yang ada di lokasi penelitian.

Dokumentasi mengambil data dari dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Oleh karena itu, untuk mengetahui bagaimana persepsi siswa madrasah aliyah Al-Huda Dumai terhadap tayangan infotainment di Televisi Swasta Nasional dapat dilihat dari tabel-tabel dibawah ini:

TABEL VI
Jumlah Siswa Dilihat Dari Jenis Kelamin

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	LAKI-LAKI	14	31,1 %
B	PEREMPUAN	31	68,9 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 14 orang responden atau 31,1 % menyatakan laki-laki, 31 orang responden atau 68,9 % menyatakan perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang jenis kelamin responden yang tertinggi adalah perempuan dengan jumlah 31 orang responden atau 68,9 %.

TABEL VII
Jumlah Siswa Dilihat Dari Tingkat Kelas

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	KELAS I	15	33,3 %
B	KELAS II IPA	9	20 %
C	KELAS II IPS	6	13,3 %
D	KELAS III IPS	15	33,3 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 15 orang responden atau 33,3 % menyatakan kelas I, 9 orang responden atau 20 % menyatakan kelas II IPA, 6 orang responden atau 13,3 % menyatakan kelas II IPS, 15 orang responden atau 33,3 % menyatakan kelas III IPS. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang kelas

responden, jawaban tertinggi adalah kelas I dan III 30 orang responden atau 66,6 %.

TABEL VIII
Responden Mengetahui Tayangan
Infotainment Di Televisi Swasta

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MENGETAHUI	5	11,1 %
B	MENGETAHUI	17	37,8 %
C	KURANG MENGETAHUI	22	48,9 %
D	TIDAK MENGETAHUI	1	2,2 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 5 orang responden atau 11,1 % menyatakan sangat mengetahui, 17 orang responden atau 37,8 % menyatakan mengetahui, 22 orang responden atau 48,9 % menyatakan kurang mengetahui, 1 orang responden atau 2,2 % menyatakan tidak mengetahui. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang tanggapan responden terhadap tayangan infotainment di Televisi Swasta Nasional, jawaban responden yang tertinggi adalah kurang mengetahui dengan jumlah 22 orang responden atau 48,9 %.

TABEL IX
Persepsi Responden Tentang Suka Menonton Tayangan Infotainment DI
Televisi Swasta Nasional

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT SUKA	4	9 %
B	SUKA	15	33,3 %
C	KURANG SUKA	24	53,3 %
D	TIDAK SUKA	2	4,4 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 4 orang responden atau 9 % menyatakan sangat suka, 15

orang responden atau 33,3 % menyatakan suka, 24 orang responden atau 53,3 % menyatakan kurang suka, 2 orang responden atau 4,4 % menyatakan tidak suka. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang suka menonton tayangan infotainment di Televisi Swasta Nasional, yang tertinggi adalah kurang suka dengan jumlah 24 orang responden atau 53,3 %.

TABEL X
Persepsi Responden Tentang Nama Infotainment Yang Selalu Ditonton

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	KISS (INDOSIAR)	6	13,3 %
B	CEK&RICEK (RCTI)	3	6,7 %
C	INSERT (TRANS TV)	5	11,1 %
D	STATUS SELEBRITIS (SCTV)	31	68,9 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 6 orang responden atau 13,3 % menyatakan selalu menonton tayangan infotainment kiss, 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan selalu menonton tayangan infotainment cek & ricek, 5 orang responden atau 11,1 % menyatakan selalu menonton tayangan infotainment insert, 31 orang responden atau 68,9 % menyatakan selalu menonton tayangan infotainment status selebritis. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang tayangan infotainment yang selalu ditonton adalah status selebritis dengan jumlah 31 orang responden atau 68,9 %.

TABEL XI
Persepsi Responden Tentang Menonton Tayangan Infotainment Merupakan Suatu Kebutuhan

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT BUTUH	1	2,2 %
B	BUTUH	16	35,6 %
C	KURANG BUTUH	20	44,4 %
D	TIDAK BUTUH	8	17,8 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 1 orang responden atau 2,2 % menyatakan sangat butuh, 16 orang responden atau 35,6 % menyatakan butuh, 20 orang responden atau 44,4 % menyatakan kurang butuh, 8 orang responden atau 17,8 % menyatakan tidak butuh. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang menonton tayangan infotainment merupakan suatu kebutuhan adalah kurang butuh dengan jumlah 20 orang responden atau 44,4%.

TABEL XII
Persepsi Tentang Menyediakan Waktu Khusus Untuk Menonton Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta Nasional

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MENYEDIAKAN	0	0 %
B	MENYEDIAKAN	10	22,2 %
C	KURANG MENYEDIAKAN	28	62,2 %
D	TIDAK MENYEDIAKAN	7	15,6 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian yang menyatakan sangat menyediakan nihil, 10 orang responden atau 22,2 % menyatakan menyediakan, 28 orang responden atau 62,2 % menyatakan kurang menyediakan, 7 orang responden atau 15,6 % menyatakan tidak menyediakan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi dari responden tentang waktu khusus untuk menonton tayangan infotainment di Televisi Swasta adalah kurang menyediakan dengan jumlah 28 orang responden atau 62,2 %.

TABEL XIII
Durasi Responden Menonton Tayangan Infotainment Di Salah Satu Stasiun
Televisi Swasta Nasional

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	30 MENIT	14	31,1 %
B	20 MENIT	8	17,8 %
C	10 MENIT	13	28,9 %
D	5 MENIT	10	22,2 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 14 orang responden atau 31,1 % menyatakan 30 menit, 8 orang responden atau 17,8 % menyatakan 20 menit, 13 orang responden atau 28,9 % menyatakan 10 menit, 10 orang responden atau 22,2 % menyatakan 5 menit. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang durasi menonton tayangan infotainment di salah satu stasiun televisi swasta nasional adalah 30 menit dengan jumlah responden atau 31,1 %.

TABEL XIV
Persepsi Responden Tentang Waktu Jam Tayang Infotainment Yang Berada
Disemua Televisi Swasta

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MENGETAHUI	1	2,2 %
B	MENGETAHUI	5	11,1 %
C	KURANG MENGETAHUI	30	66,7 %
D	TIDAK MENGETAHUI	9	20 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 1 orang responden atau 2,2 % menyatakan sangat mengetahui, 5 orang responden atau 11,1 % menyatakan mengetahui, 30 orang responden atau 66,7 % menyatakan kurang mengetahui, 9 orang responden atau 20 % menyatakan tidak mengetahui. Jadi dapat disimpulkan

bahwa jawaban tertinggi responden tentang waktu jam tayang infotainment yang berada di semua televisi swasta adalah kurang mengetahui dengan jumlah 30 orang responden atau 66,7 %.

TABEL XV
Persepsi Responden Terhadap Semua Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional Apabila Ditayangkan Setiap Hari

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT SETUJU	0	0 %
B	SETUJU	12	26,7 %
C	KURANG SETUJU	17	37,8 %
D	TIDAK SETUJU	16	35,5 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian yang menyatakan sangat setuju nihil, 12 orang responden atau 26,7 % menyatakan setuju, 17 orang responden atau 37,8 % menyatakan kurang setuju, 16 orang responden atau 35,5 % menyatakan tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang semua tayangan infotainment di televisis swasta nasional akan ditayangkan setiap hari adalah kurang setuju dengan jumlah 17 orang responden atau 37,8 %.

TABEL XVI
Persepsi Responden Tentang Nama Presenter Infotainment Yang di Tonton di Televisi Swasta Nasional

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MENGETAHUI	1	2,2 %
B	MENGETAHUI	9	20 %
C	KURANG MENGETAHUI	29	64,5 %
D	TIDAK MENGETAHUI	6	13,3 %
	JUMLAH	45	100 %

Daritabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 1 orang responden atau 2,2 % menyatakan sangat

mengetahui, 9 orang responden atau 20 % menyatakan mengetahui, 29 orang responden atau 64,5 % menyatakan kurang mengetahui, 6 orang responden atau 13,3 % menyatakan tidak mengetahui. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang nama presenter infotainment yang ditonton di televisi swasta nasional adalah kurang mengetahui dengan jumlah 29 orang responden atau 64,5 %.

TABEL XVII
Tanggapan Responden Terhadap Presenter Dalam Menyampaikan
Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT BAGUS	6	13,3 %
B	BAGUS	33	73,4 %
C	KURANG BAGUS	5	11,1 %
D	TIDAK BAGUS	1	2,2 %
	JUMLAH	45	100 %

Daritabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 6 orang responden atau 13,3 % menyatakan sangat bagus, 33 orang responden atau 73,4 % menyatakan bagus, 5 orang responden atau 11,1 % menyatakan kurang bagus, 1 orang responden atau 2,2 % menyatakan tidak bagus. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang tanggapan responden terhadap presenter dalam menyampaikan tayangan infotainment di televisi swasta nasional adalah bagus dengan jumlah 33 orang responden atau 73,4%.

TABEL XVIII
Persepsi Responden Terhadap Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional Dapat Memberikan Informasi Tentang Dunia Selebritis

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MEMBERIKAN INFORMASI	21	46,7 %
B	MEMBERIKAN INFORMASI	22	48,9 %
C	KURANG MEMBERIKAN INFORMASI	2	4,4 %
D	TIDAK TAHU SAMA SEKALI	0	0 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang reponden penelitian terdapat 21 orang responden atau 46,7 % menyatakan sangat memberikan informasi, 22 orang responden atau 48,9 % menyatakan memberikan informasi, 2 orang responden atau 4,4 % menyatakan kurang memberikan informasi, sedangkan yang menyatakan tidak memberikan informasi nihil. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang tayangan infotainment di televisi swasta nasional dapat memberikan informasi tentang dunia selebritis adalah memberikan informasi dengan jumlah 22 orang responden atau 48,9 %.

TABEL XIX
Persepsi Responden Terhadap Jam Tayang Infotainment Yang Perlu Ditambah

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT PERLU	3	6,7 %
B	PERLU	8	17,8 %
C	KURANG PERLU	6	13,3 %
D	TIDAK PERLU	28	62,2 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan sangat perlu, 8 orang responden atau 17,8 % menyatakan perlu, 6 orang responden atau 13,3

% menyatakan kurang perlu, 28 orang responden atau 62,2 % menyatakan tidak perlu. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang jam tayang infotainment yang perlu ditambah adalah tidak perlu dengan jumlah 28 orang responden atau 62,2 %.

TABEL XX
Persepsi Responden Tentang Jam Tayang Infotainment Yang Perlu Diganti

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT PERLU	12	26,7 %
B	KURANG PERLU	4	8,9 %
C	TIDAK PERLU	10	22,2 %
D	TIDAK TAHU SAMA SEKALI	19	42,2 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 12 orang responden atau 26,7 % menyatakan sangat perlu, 4 orang responden atau 8,9 % menyatakan kurang perlu, 10 orang responden atau 22,2 % menyatakan tidak perlu, 19 orang responden atau 42,2 % menyatakan tidak tahu sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang jam tayang infotainment perlu diganti adalah tidak tahu sama sekali dengan jumlah 19 orang responden atau 42,2 %.

TABEL XXI
Persepsi Responden Yang Menonton Tayangan Infotainment Dari Awal Hingga Akhir

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SERING	2	4,4 %
B	KADANG-KADANG	23	51,1 %
C	JARANG	18	40 %
D	TIDAK TAHU SAMA SEKALI	2	4,4 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 2 orang responden atau 4,4 % menyatakan sering, 23

orang responden atau 51,1 % menyatakan kadang-kadang, 18 orang responden atau 40 % menyatakan jarang, 2 orang responden atau 4,4 % menyatakan tidak tahu sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang menonton tayangan infotainment dari awal hingga akhir adalah kadang-kadang dengan jumlah 23 orang responden atau 51,1 %.

TABEL XXII
Pendapat Responden Tentang Tayangan Infotainment Adalah Tayangan Mendidik

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MENDIDIK	1	2,2 %
B	CUKUP MENDIDIK	14	31,1 %
C	KURANG MENDIDIK	17	37,8 %
D	TIDAK MENDIDIK	13	28,9 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 1 orang responden atau 2,2 % menyatakan sangat mendidik, 14 orang responden atau 31,1 % menyatakan cukup mendidik, 17 orang responden atau 37,8 % menyatakan kurang mendidik, 13 orang responden atau 28,9 % menyatakan tidak mendidik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang pendapat responden tentang tayangan infotainment adalah tayangan mendidik adalah kurang mendidik dengan jumlah 17 orang responden atau 37,8 %.

TABEL XXIII
Persepsi Responden Dalam Mempersepsi Semua Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional Dipengaruhi Oleh Jenis Kelamin

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT DIPENGARUHI	3	6,7 %
B	CUKUP DIPENGARUHI	4	8,9 %
C	KURANG DIPENGARUHI	11	24,4 %
D	TIDAK DIPENGARUHI	27	60 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan sangat dipengaruhi, 4 orang responden atau 8,9 % menyatakan cukup dipengaruhi, 11 orang responden atau 24,4 % menyatakan kurang dipengaruhi, 27 orang responden atau 60 % menyatakan tidak dipengaruhi. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang dalam mempersepsi semua tayangan infotainment di televisi swasta nasional dipengaruhi oleh jenis kelamin adalah tidak dipengaruhi dengan jumlah 27 orang responden atau 60%.

TABEL XXIV
Persepsi Responden Dengan Adanya Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT SETUJU	3	6,7 %
B	SETUJU	20	44,4 %
C	KURANG SETUJU	20	44,4 %
D	TIDAK SETUJU	2	4,4 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan sangat setuju, 20 orang responden atau 44,4 % menyatakan setuju, 20 orang responden atau 44,4 % menyatakan kurang setuju, 2 orang responden atau 4,4 % menyatakan tidak setuju.

44,4 % menyatakan kurang setuju, 2 orang responden atau 4,4 % menyatakan tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang dengan adanya tayangan infotainment di televisi swasta nasional adalah ada dua yaitu setuju dengan jumlah 20 orang responden atau 44,4 % dan kurang setuju dengan jumlah 20 orang responden atau 44,4 %.

TABEL XXV
Persepsi Responden Tentang Tayangan Infotainment Dapat Menghibur

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT MENGHIBUR	6	13,3 %
B	CUKUP MENGHIBUR	25	55,6 %
C	KURANG MENGHIBUR	11	24,4 %
D	TIDAK MENGHIBUR	3	6,7 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 6 orang responden atau 13,3 % menyatakan sangat menghibur, 25 orang responden atau 55,6 % menyatakan cukup menghibur, 11 orang responden atau 24,4 menyatakan kurang menghibur, 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan tidak menghibur. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang tayangan infotainment dapat menghibur adalah cukup menghibur dengan jumlah 25 orang responden atau 55,6 %.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Terhadap Tayangan Infotainment Di Televisi Swasta Nasional

Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi siswa madrasah aliyah Al-Huda Dumai terhadap tayangan infotainment di televisi swasta nasional dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL XXVI
Persepsi Responden Terhadap Isi Tayangan Infotainment di Televisi Swasta

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT BAIK	3	6,7 %
B	CUKUP BAIK	24	53,3 %
C	KURANG BAIK	15	33,3 %
D	TIDAK BAIK	3	6,7 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan sangat baik, 24 orang responden atau 53,3 % menyatakan, 15 orang responden atau 33,3 % menyatakan kurang baik, 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan tidak baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang pendapat responden terhadap isi tayangan infotainment di televisi swasta nasional adalah cukup baik dengan jumlah 24 orang responden atau 53,3%

TABEL XXVII
Minat Responden Menonton Tayangan Infotainment

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	80-100 %	1	2,2 %
B	50-70 %	12	26,7 %
C	20-40 %	17	37,8 %
D	10 %	15	33,3 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 1 orang responden atau 2,2 % mengatakan 80-100 %, 12 orang responden atau 26,7 % mengatakan 50-70 %, 17 orang responden atau 37,8 % mengatakan 20-40 %, 15 orang responden atau 33,3 % mengatakan 10 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang minat

responden menonton tayangan infotainment adalah 20-40 % dengan jumlah 17 orang responden atau 37,8 %.

TABEL XXVIII
Apakah Menonton Tayangan Infotainment Dipengaruhi Oleh Jenjang Pendidikan Pada Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda

OPTION	ALTERNATIF JAWABAN	F	P
A	SANGAT SETUJU	12	26,7 %
B	SETUJU	9	20 %
C	KURANG SETUJU	11	24,4 %
D	TIDAK SETUJU	13	28,9 %
	JUMLAH	45	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 12 orang responden atau 26,7 % menyatakan sangat setuju, 9 orang responden atau 20 % menyatakan setuju, 11 orang responden atau 24,4 % menyatakan kurang setuju, 13 orang responden atau 28,9 % menyatakan tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang menonton tayangan infotainment dipengaruhi oleh jenjang pendidikan pada siswa madrasah aliyah al-huda Dumai adalah tidak setuju dengan jumlah 13 orang responden atau 28,9 %.

BAB IV

ANALISA DATA

Analisa yang penulis sajikan pada bab empat merupakan hasil dari penyebaran angket, observasi dari lapangan dan dokumentasi yang berkenaan dengan penelitian ini. Adapun teknik yang digunakan dalam menganalisa data yaitu deskriptif dengan menggunakan tabel selanjutnya dicari nilai frekuensinya dengan menggunakan tabel.

Adapun tujuan klasifikasi ini adalah untuk memudahkan menjawab permasalahan dalam penilaian, sebagaimana terdapat pada bab satu. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis mengklasifikasikan angket sesuai

dengan permasalahan dengan menggunakan rumus $P = \frac{F}{N} \times 100\%$ adapun untuk menjawab permasalahan pertama disesuaikan dengan nomor angket 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18 sedangkan nomor ,19,20,21 adalah untuk menjawab permasalahan kedua.

Untuk menjawab permasalahan tersebut lebih dahulu harus diketahui jumlah nilai N, untuk mencari nilai N dapat dijabarkan sebagai berikut :

**A. PERSEPSI SISWA TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT DI
TELEVISI SWASTA NASIONAL**

REKAPITULASI PERSEPSI SISWA

NO	A		B		C		D	
	F	P	F	P	F	P	F	P
IV	5	11,1 %	17	37,8 %	22	48,9 %	1	2,2 %
V	4	9 %	15	33,3%	24	53,3%	2	4,4%
VI	6	13,3%	3	6,7%	5	11,1%	31	69,9%
VII	1	2,2%	16	35,6%	20	44,4%	8	17,8%
VIII	0	0%	10	22,2%	28	62,2%	7	15,6%
IX	14	31,1%	8	17,8%	13	28,9%	10	22,2%
X	1	2,25	5	11,1%	30	66,7%	9	20%
XI	0	0%	12	26,7%	17	37,8%	16	35,5%
XII	1	2,2%	9	20%	29	64,5%	6	13,3%
XIII	6	13,3%	33	73,4%	5	11,1%	1	2,2%
XIV	21	46,7%	22	48,9%	2	4,4%	0	0%
XV	3	6,7%	8	17,8%	6	13,3%	28	62,2%
XVI	12	26,7%	4	8,9%	10	22,2%	19	42,2%
XVII	2	4,4%	23	51,1%	18	40%	2	4,4%
XVIII	1	2,2%	14	31,1%	17	37,8%	13	28,9%
XIX	3	6,7%	4	8,9%	11	44,4%	27	60%
XX	3	6,7%	20	44,4%	20	44,4%	2	4,4%
XXI	6	13,3%	25	55,6%	11	24,4%	3	6,7%
JMLH	89		248		288		185	

Tabel IV diatas dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 5 orang responden atau 11,1% adalah sangat mengetahui, option B terdapat 17 orang responden atau 37,8% adalah mengetahui, option C terdapat 22 orang responden atau 48,9% adalah kurang mengetahui, option D terdapat 1 orang responden atau 2,2% adalah tidak mengetahui.

Tabel V diatas dapat diketahui alternative jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 4 orang responden atau 9% adalah sangat suka, option B terdapat 15 orang responden atau 33,3% adalah cukup suka, option

C terdapat 24 orang responden atau 53,3% adalah kurang suka, option D terdapat 2 orang responden atau 4,4% adalah tidak suka.

Tabel VI diatas dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 6 orang responden atau 13,3% adalah kiss (Indosiar), option B terdapat 3 orang responden atau 6,7% adalah cek&ricek(Rcti), option C terdapat 5 orang responden atau 11,1% adalah insert(trans tv), option D terdapat 31 orang responden atau 68,9% adalah status selebritis(sctv).

Karena pada dasarnya fungsi dari tayangan infotainment itu sendiri adalah sama-sama memberikan informasi tentang kehidupan selebritis, namun masing-masing dari tayangan infotainment tersebut berbeda. Baik itu cara penyampaian dari presenter, bahasa yang digunakan presenter, dan isi dari tayangan tersebut. Maka hasil yang didapat oleh peneliti bahwa, responden lebih banyak memilih tayangan Status Selebritis yang ditayangkan di stasiun televisi SCTV, karena telah diketahui bahwa tayangan status selebritis adalah tayangan dimana cara penyampaiannya berbeda dari infotainment yang lainnya. Infotainment ini membaca status selebritis terlebih dahulu melalui media elektronik (twitter) sebelum menayangkan gosip-gosip dari selebritis yang diwawancarai.

Tabel VII diatas dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 1 orang responden atau 2,2% adalah sangat butuh, option B terdapat 16 orang responden atau 35,6% adalah cukup butuh, option C terdapat 20 orang responden atau 44,4% adalah kurang butuh, option D terdapat 8 orang responden atau 17,8% adalah tidak butuh.

Tabel VIII dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 0 orang responden atau 0% adalah sangat menyediakan, option B terdapat 10 orang responden atau 22,2% adalah menyediakan, option C terdapat 28 orang responden atau 62,2% adalah kurang menyediakan, option D terdapat 7 orang responden atau 15,6% adalah tidak menyediakan.

Tabel IX dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 14 orang responden atau 31,1% adalah 30 menit, option B terdapat 8 orang responden atau 17,8% adalah 20 menit, option C terdapat 13 orang responden atau 28,9% adalah 10 menit, option D terdapat 10 orang responden atau 22,2% adalah 5 menit.

Tabel X dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 1 orang responden atau 2,2% adalah sangat mengetahui, option B terdapat 5 orang responden atau 11,1% adalah mengetahui, option C terdapat 30 orang responden atau 66,7% adalah kurang mengetahui, option D terdapat 9 orang responden atau 20% adalah tidak mengetahui.

Tabel XI dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 0 orang responden atau 0% adalah sangat setuju, option B terdapat 12 orang responden atau 26,7% adalah setuju, option C terdapat 17 orang responden atau 37,8% adalah kurang setuju, option D terdapat 16 orang responden atau 35,5% adalah tidak setuju.

Tabel XII dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 1 orang responden atau 2,2% adalah sangat

mengetahui, option B terdapat 9 orang responden atau 20% adalah mengetahui, option C terdapat 29 orang responden atau 64,5% adalah kurang mengetahui, option D terdapat 6 orang responden atau 13,3% adalah tidak mengetahui.

Tabel XIII dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 6 orang responden atau 13,3% adalah sangat bagus, option B terdapat 33 orang responden atau 73,4% adalah bagus, option C terdapat 5 orang responden atau 11,1% adalah kurang bagus, option D terdapat 1 orang responden atau 2,2% adalah tidak bagus.

Perlu diketahui bahwa, ketika presenter menyampaikan tayangan infotainment ada beberapa yang harus diperhatikan. Baik itu dari bahasa yang digunakan, pakaian, aksesoris dan sampai gaya rambut itu harus diperhatikan dari presenter yang sedang menyampaikan tayangan infotainment. Karena bahasa yang harus digunakan presenter adalah bahasa yang lugas, jelas, dan tepat. Begitu juga dengan pakaian yang presenter pakai. Jadi, hasil jawaban dari responden tentang presenter dalam menyampaikan tayangan infotainment di televisi Cukup Bagus.

Tabel XIV dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 21 orang responden atau 46,7% adalah sangat memberikan informasi, option B terdapat 22 orang responden atau 48,9% adalah memberikan informasi, option C terdapat 2 orang responden atau 4,4% adalah kurang memberikan informasi, option D terdapat 0 orang responden atau 0% adalah tidak memberikan informasi.

Karena seperti kita ketahui bahwa ada beberapa unsur penting dalam media massa yaitu, adanya sumber informasi, isi pesan, khalayak sasaran, umpan

balik khalayak sasaran. Jadi jelas bahwa infotainment itu sendiri dapat memberikan informasi, dan jawaban dari responden bahwa apakah tayangan infotainment dapat memberikan informasi dan jawaban responden adalah cukup memberikan informasi.

Tabel XV dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 3 orang responden atau 6,7% adalah sangat perlu, option B terdapat 8 orang responden atau 17,8% adalah perlu, option C terdapat 6 orang responden atau 13,3% adalah kurang perlu, option D terdapat 28 orang responden atau 62,2% adalah tidak perlu.

Tabel XVI dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 12 orang responden atau 26,7% adalah sangat perlu, option B terdapat 4 orang responden atau 8,9% adalah perlu, option C terdapat 10 orang responden atau 22,2% adalah tidak perlu, option D terdapat 19 orang responden atau 42,2% adalah tidak tahu sama sekali.

Tabel XVII dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 2 orang responden atau 4,4% adalah sering, option B terdapat 23 orang responden atau 51,1% adalah kadang-kadang, option C terdapat 18 orang responden atau 40% adalah jarang, option D terdapat 2 orang responden atau 4,4% adalah tidak tahu sama sekali.

Tabel XVIII dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 1 orang responden atau 2,2% adalah sangat mendidik, option B terdapat 14 orang responden atau 31,1% adalah cukup mendidik, option

C terdapat 17 orang responden atau 37,8% adalah kurang mendidik, option D terdapat 13 orang responden atau 28,9% adalah tidak mendidik.

Sebagian berpendapat bahwa tayangan infotainment adalah tayangan yang tidak mendidik, namun itu tergantung penilaian masing-masing. Karena bisa jadi ketika melihat tayangan infotainment tersebut penonton bisa mengikuti gaya hidup selebritis dari segi negatifnya. Terutama bagi pelajar. Mereka senang dengan

Tabel XIX dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 3 orang responden atau 6,7% adalah sangat dipengaruhi, option B terdapat 4 orang responden atau 8,9% adalah cukup dipengaruhi, option C terdapat 11 orang responden atau 24,4% adalah kurang dipengaruhi, option D terdapat 27 orang responden atau 60% adalah tidak dipengaruhi.

Tabel XX dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 3 orang responden atau 6,7% adalah sangat setuju, option B terdapat 20 orang responden atau 44,4% adalah setuju, option C terdapat 20 orang responden atau 44,4% adalah kurang setuju, option D terdapat 2 orang responden atau 4,4% adalah tidak setuju.

Tabel XXI dapat diketahui alternatif jawaban dari 45 orang responden ternyata option A terdapat 6 orang responden atau 13,3% adalah sangat menghibur, option B terdapat 25 orang responden atau 55,6% adalah cukup menghibur, option C terdapat 11 orang responden atau 24,4% adalah kurang

menghibur, option D terdapat 3 orang responden atau 6,7% adalah tidak menghibur.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi pilihan pada:

Alternatif Jawaban A seluruhnya	: 89
Alternatif Jawaban B Seluruhnya	: 248
Alternatif Jawaban C Seluruhnya	: 288
<u>Alternatif Jawaban D Seluruhnya</u>	<u>: 185+</u>
jadi Jumlah frekuensinya adalah	: 810

Untuk selanjutnya jumlah pilihan setiap Alternatif jawaban dikali dengan bobot masing-masing untuk mengetahui unsure-unsur N dan F hasil sebagai berikut:

Alternatif Jawaban A	89 x 4	: 356
Alternatif Jawaban B	248 x 3	: 744
Alternatif Jawaban C	288 x 2	: 576
<u>Alternatif Jawaban D</u>	<u>185 x 1</u>	<u>: 185+</u>
		1861

Setelah nilai N dan F diketahui, maka dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut:

$$P = \left(\frac{F}{N} \times 100\% \right) : 4$$

Harus dibagi 4 karena alternatif jawaban 4 buah, yaitu A, B, C, dan D

Jawaban A :

$$P = \left(\frac{356}{89} \times 100\% \right) : 4$$

$$P = \left(\frac{35600}{89} \right) : 4$$

$$400 : 4$$

$$100\%$$

Jawaban B :

$$P = \left(\frac{744}{248} \times 100\% \right) : 4$$

$$P = \left(\frac{74400}{248} \right) : 4$$

$$300 : 4$$

$$75\%$$

Jawaban C :

$$P = \left(\frac{576}{288} \times 100\% \right) : 4$$

$$P = \left(\frac{57600}{288} \right) : 4$$

$$200 : 4$$

$$50\%$$

Jawaban D :

$$P = \left(\frac{185}{185} \times 100\% \right) : 4$$

$$P = \left(\frac{18500}{185} \right) : 4$$

100 : 4

25%

Lebih jelas dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**REKAPITULASI JAWABAN PERSEPSI SISWA MADRASAH ALIYAH
AL-HUDA DUMAI TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT DI
TELEVISI**

NILAI						
OPTION	N	F	Skor Option	100%	4	Hasil
A	89	356	4		4	100%
B	248	744	3		4	75%
C	288	576	2		4	50%
D	185	185	1		4	25%
	810	1861				

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari keempat option yang paling tinggi adalah pada alternatif jawaban A sedangkan yang paling rendah terdapat pada option D yaitu 25% jika digabungkan hasil akhir rekapitulasi jawaban Persepsi Siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap Tayangan Infotainment di Stasiun Televisi Swasta Nasional dapat dilihat sebagai berikut:

$$P = \left(\frac{F}{N} \times 100\% \right) : 4$$

$$P = \left(\frac{1861}{810} \times 100\% \right) : 4$$

$$P = \left(\frac{186100}{810} \right) : 4$$

$$= 229,8 : 4$$

$$= 57,4\%$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai Terhadap Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional adalah Cukup Baik dengan nilai 57,4%. Hal ini dengan criteria yang telah ditentukan persepsi sangat baik apabila mencapai nilai 76 % - 100 %, persepsi cukup baik apabila mencapai 56 % - 75 %, persepsi kurang baik mencapai nilai 40 % - 55 %, persepsi tidak baik apabila mencapai nilai kurang dari 40 %.

B. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI SISWA MADRASAH ALIYAH AL-HUDA DUMAI TERHADAP TAYANGAN INFOTAINMENT DI TELEVISI SWASTA NASIONAL

Dari hasil penyebaran angket dapatlah diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap tayangan infotainment di Televisi Swasta Nasional dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Faktor pendapat

Pendapat atau tanggapan merupakan suatu gejala dalam diri seseorang untuk memberikan argumen terhadap suatu objek. Pendapat ini juga tergantung kepada pendidikan dan pengalaman seseorang. Biasanya orang yang memiliki pendidikan tinggi dan pengalaman banyak, maka ia akan memiliki pendapat yang jauh beda dengan orang yang memiliki pendidikan yang menengah kebawah. Ini dapat dilihat dari tabel XXII.

Dilihat dari isi tayangan, pada tabel XXII jawaban responden.

Dari tabel XXII dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan sangat baik, 24 orang responden atau 53,3 % menyatakan, 15 orang responden atau 33,3 % menyatakan kurang baik, 3 orang responden atau 6,7 % menyatakan tidak baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang pendapat responden terhadap isi tayangan infotainment di televisi swasta nasional adalah cukup baik dengan jumlah 24 orang responden atau 53,3%

2. Faktor Minat

Minat yang ada pada diri manusia itu dibawa sejak lahir. Minat terhadap sesuatu penerimaan yang menimbulkan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada diluar diri. Semakin kuat hubungan tersebut, maka semakin besar pula minat yang timbul. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang menyukai suatu hal, dapat pula dimanifestasikan dalam suatu aktifitas.

Setiap orang bebas menonton tayangan infotainment di seluruh stasiun televisi swasta nasional tanpa ada paksaan dari siapapun. Ini dapat dilihat pada tabel XXIII.

Dari tabel XXIII dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 1 orang responden atau 2,2 % mengatakan 80-100 %, 12 orang responden atau 26,7 % mengatakan 50-70 %, 17 orang responden atau 37,8 % mengatakan 20-40 %, 15 orang responden atau 33,3 % mengatakan 10

%. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang minat responden menonton tayangan infotainment adalah 20-40 % dengan jumlah 17 orang responden atau 37,8 %.

3. Faktor pendidikan

Pendidikan sangat pendidikan dalam kehidupan manusia, sebab dengan adanya pendidikan maka akan dapat mewujudkan nilai-nilai ideak yang ada pada diri manusia itu sendiri. Nilai-nilai tersebut akan memberikan warna dan pengaruh terhadap pola fikir sehingga akan terlihat realisasinya dalam kehidupan ketika saling berhubungan satu sama lainnya, semua itu tentu dilatarbelakangi oleh rendahnya pendidikan seseorang. Ini dapat dilihat pada tabel XXIV.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden penelitian terdapat 12 orang responden atau 26,7 % menyatakan sangat setuju, 9 orang responden atau 20 % menyatakan setuju, 11 orang responden atau 24,4 % menyatakan kurang setuju, 13 orang responden atau 28,9 % menyatakan tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden tentang menonton tayangan infotainment dipengaruhi oleh jenjang pendidikan pada siswa madrasah aliyah al-huda Dumai adalah tidak setuju dengan jumlah 13 orang responden atau 28,9 %.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dari lapangan penulis dapat menyimpulkan bahwa persepsi siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap Tayangan Infotainment di Televisi Swasta Nasional dikatakan cukup baik, hal ini terbukti dari hasil analisa data yaitu 57,4% angka ini terdapat antara 56 % - 75 %.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi siswa Madrasah Aliyah Al-Huda Dumai terhadap tayangan infotainment di televisi swasta nasional adalah sebagai berikut:

- a. Faktor Pendapat
- b. Minat
- c. Pendidikan

B. Saran

Melihat dari hasil kesimpulan penelitian diatas maka penulis dapat memberikan saran agar para penonton khususnya siswa Madrasah Aliyah Al-Huda agar jangan sampai salah dalam mempersepsikan Tayangan Infotainment di televisi swasta, adalah sebagai berikut:

1. Semoga media dapat meningkatkan program siaran yang bermutu, baik itu dari segi hiburan, pendidikan sehingga penonton memiliki persepsi yang baik terhadap acara yang telah ditayangkan di media televisi.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada pengelola infotainment agar lebih memperhatikan efek samping suatu tayangan, jangan sampai orang bersangkutan merasa dirugikan.
3. Dengan penelitian ini semoga dimanfaatkan kepada lembaga, baik lembaga pendidikan ataupun lembaga lainnya yang berhubungan dengan penelitian.
4. Penulis merasa kurang sempurna dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis mengharapkan agar pembaca dapat memberikan saran serta kritikan yang sifatnya membangun kearah yang lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas Sudjana, Prosesur Penelitian, Bandung. 1994
- Astrid S. Susanto, Komunikasi Teori dan Praktek I, Bina Cipta. 1979
- Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, Remaja Rosda Karya Offect. Bandung. 2004
- Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Remaja Rosda Karya, Bandung. 2000
- Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Remaja Rosda Karya, Bandung. 2005
- Media Cetak Bisnis Indonesia, Infotainment.: 2005
- Onong Uchjana Efendy, Televisi Siaran Teori dan Praktek, CV Bandar Maju, Bandung. 1993
- Onong Uchjana Efendy, Televisi Siaran Teori dan Praktek, CV Bandar Maju, Bandung. 1990
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Reneika Cipta, Jakarta. 1993
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Renika Cipta, Jakarta. 2002
- Situs Infotainment, www.google.infotainment
- Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi, Renika Cipta, Jakarta. 1993
- Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi, Renika Cipta, Jakarta. 1996
- Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi, Renika Cipta, Jakarta. 1999