

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia termasuk salah satu Negara dengan angka perceraian tinggi dan bahkan terjadi peningkatan signifikan setiap tahunnya, hal ini menandakan bahwa disharmoni keluarga Indonesia semakin lebar, tak terkecuali Provinsi Nanggroe Aceh Darusalam yang merupakan wilayah paling barat Indonesia serta dijuluki *Serambi Mekkah*. Hal ini terbukti berdasarkan data yang diperoleh dari Mahkamah Syar'iyah Aceh, bahwa kasus perceraian yang telah diputuskan oleh Mahkamah Syar'iyah pada 23 Kabupaten yang ada di Provinsi Aceh pada tahun 2018 meningkat hingga 13,11 persen dibandingkan tahun sebelumnya, jika pada tahun 2017 terdapat 4.917 kasus namun pada 2018 naik menjadi 5.562 kasus. Dirincikan tahun 2017 perkara cerai talak sebanyak 1.331 kasus dan cerai gugut 3.586 kasus. Kemudian, di tahun 2018 cerai talak sebanyak 1.562 kasus dan cerai gugut 4.000 kasus. (Sumber: Data Mahkamah Syar'iyah Prov Aceh Tahun 2019).

Ditinjau dari segi historis, Aceh merupakan provinsi pertama yang menerapkan Syariat Islam di Indonesia, yaitu setelah disahkan UU RI No. 44 tahun 1999 dan UU RI No. 11 Tahun 2006, dimana salah satu kandungannya adalah mengamanatkan pelaksanaan Syariat Islam secara *kaffah* (menyeluruh) dalam setiap lini kehidupan masyarakat Aceh. Oleh karena itu, jika ditinjau dari segi korelasi konteks keacehan yang berbasis Syariat Islam dengan tingginya angka perceraian, maka seharusnya angka perceraian tidak setinggi ini. Namun

lain harapan lain pula kenyataan, angka perceraian justru semakin meningkat setiap tahunnya.

Merujuk pada hakikat pernikahan sebagaimana yang diatur dalam Syariat Islam, pernikahan merupakan hal sakral yang tidak hanya sekadar akad semata akan tetapi merupakan *Mitsaqan Ghalizha* (perjanjian yang kokoh), tidak hanya sekedar janji semata, melainkan sebuah komitmen. Sebagaimana Firman-Nya:

*“Bagaimana kamu akan mengambilnya kembali, padahal sebagian kamu telah bergaul (bercampur) dengan yang lain sebagai suami-isteri. Dan mereka (istri-istrimu) telah mengambil dari kamu perjanjian yang kuat” (Qs. An-nisa:21).*

Sementara UU RI No. 1 Tahun 1974 Pasal 1 tentang Perkawinan, menyebutkan:

*“Perkawinan ialah ikatan lahir batin antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami-isteri dengan tujuan membentuk keluarga atau rumah tangga yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa.”*

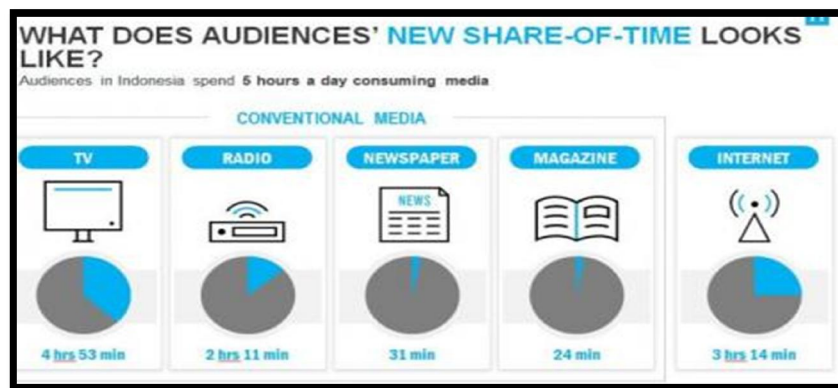
Selain itu, mengenai hukum perceraian dalam Islam, telah ditetapkan pada hadits berikut:

*“Perkara halal yang dibenci Allah Ta’ala adalah Thalaq (perceraian).” (HR. Abu Daud).*

Berdasarkan dalil-dalil diatas menunjukkan bahwa esensi pernikahan adalah sebuah komitmen yang kuat dan sungguh-sungguh, sedangkan perceraian adalah hal yang dibenci, sehingga dengan adanya komitmen maka perceraian diharapkan tidak terjadi dalam sebuah hubungan meskipun Islam juga mengatur dan menghalalkan perceraian. Akan tetapi, Islam memandang perceraian sebagai solusi terakhir yang ditempuh ketika segala upaya untuk menyelamatkan pernikahan gagal dilakukan. Namun faktanya justru saat ini perceraian kian

marak terjadi, perceraian dianggap jalan utama yang ditempuh dan menganggap permasalahan tidak akan selesai kecuali dengan bercerai.

Fenomena ini kemudian semakin diperkuat seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan industri media massa khususnya televisi yang marak memberitakan perceraian artis. Tak dapat dipungkiri, televisi menjadi sesuatu yang akrab dan dekat dalam kehidupan masyarakat. Sebagaimana hasil temuan dari Study Nielsen terkait survey tingkat penggunaan media di Indonesia, sebagai berikut:



Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan Media di Indonesia  
(Sumber: Data Study Nielsen 2018)

Berdasarkan survei diatas, penggunaan media televisi adalah tertinggi dibandingkan media lainnya, yaitu berkisar 4 jam 53 menit setiap harinya, menandakan bahwa televisi masih dijadikan sumber utama masyarakat untuk memperoleh informasi atau hiburan dalam kehidupan sehari-hari. Serupa dengan ungkapan Morissan (2004:1), bahwasannya saat ini televisi merupakan bahagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan manusia, sehingga sebagian orang

akan menghabiskan waktunya lebih lama bersama televisi bukan keluarga, karena bagi mereka televisi adalah teman, cermin perilaku dan dapat menjadi candu.

Penayangan pemberitaan perceraian di kalangan artis pada media massa televisi sudah tak asing lagi, kata cerai dan berganti pasangan seolah merupakan hal yang biasa dalam dunia keartisan. Sejumlah artis Indonesia harus menghadapi perceraian dalam rumah tangga bahkan bukan hanya oleh pasangan yang usia pernikahan seumur jagung, selebriti yang sudah menjalani bahtera rumah tangga puluhan tahun pun tak sedikit yang memilih bercerai. Kasus perceraian pada selebritis ini lalu menjadi perbincangan publik, bahkan banyak yang dipublikasikan dari kasus-kasus tersebut ikut memberi dampak dalam kehidupan masyarakat itu sendiri.

Oleh sebab itu, dibalik pertumbuhan dan tingginya tingkat penggunaan media massa televisi, ternyata juga memberi pengaruh terhadap masyarakat, dimana melalui program-program yang ditayangkan perlahan dapat merubah gaya hidup dan sikap seseorang dengan cara mempengaruhi pola berfikir suatu kelompok atau kalangan masyarakat tertentu untuk menyukai atau mengikuti suatu hal, seperti halnya pemberitaan tentang perceraian.

Sebagaimana dikemukakan Dominick (dalam Nurudin, 2007:10) menyebutkan dampak komunikasi massa tidak hanya meliputi pengetahuan, namun juga persepsi dan sikap. Media massa khususnya televisi, merupakan agen sosialisasi (penyebaran nilai-nilai), sehingga televisi memainkan peranan penting dalam hal transmisi sikap, persepsi maupun kepercayaan. Pernyataan serupa terdapat buku Elvinaro karangan Ardianto dkk (2007:134) yang berjudul

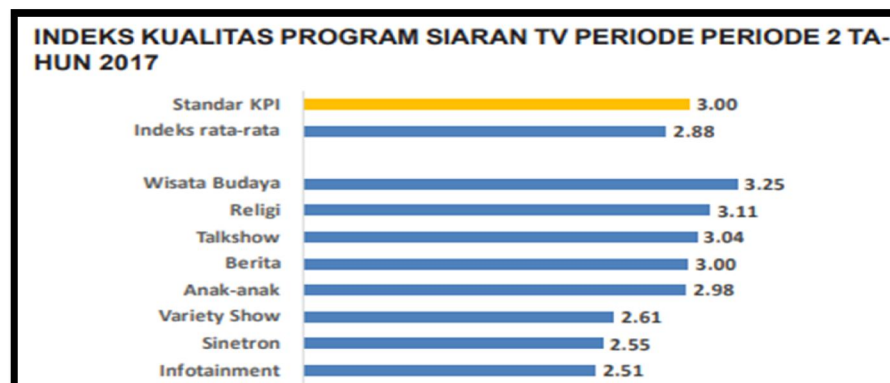
*Komunikasi Massa*, yang menyebutkan dari segala jenis media massa yang ada, televisi adalah yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. Dengan demikian, televisi merupakan jenis media massa yang paling persuasif dan berpotensi dalam mempengaruhi audiens.

Sementara Devito, masih dalam buku yang sama karangan Ardianto, dkk (2007:20) menyebutkan “persuasi” dipandang sebagai fungsi terpenting dari komunikasi massa. Persuasi tersebut bisa datang melalui berbagai bentuk seperti; (a) Memperkuat atau mengukuhkan sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang, (b) Merubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang, (c) Menggerakkan atau memotivasi seseorang untuk melakukan suatu hal, (d) Memperkenalkan atau menawarkan suatu etika maupun sistem nilai tertentu.

Dengan demikian, perilaku seseorang yang dipublikasi oleh media massa khususnya televisi dapat memotivasi orang lain untuk mengadopsi sikap atau perilaku tersebut, seperti halnya tayangan infotainment yang menayangkan segala problema dan gaya hidup selebritis. Acara ini menjadi salah satu tayangan yang paling digemari dan mendapat rating tinggi sehingga infotainment bagi masyarakat *bak* makanan sehari-hari yang dianggap menarik untuk diikuti. Salah satunya infotainment “silet” yang menyiarkan sisi kehidupan selebritis yang mempunyai makna metaforis bahwa infotainment silet mampu membahas dunia selebritis setajam pisau silet. Dalam tayangan ini dunia kehidupan selebritis dikupas secara tajam atau mendalam dengan menjadikan hal yang dianggap tabu menjadi layak untuk diperbincangkan.

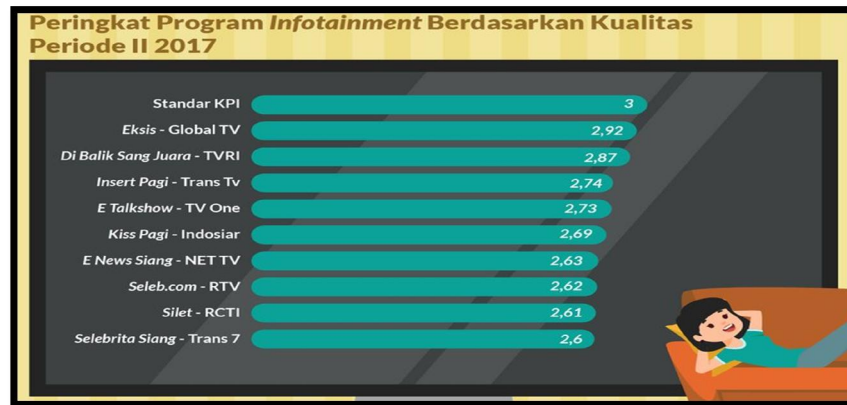
Akan tetapi, umumnya berita yang ditayangkan infotainment Silet lebih mengarah pada mengungkap aib dan kelemahan selebritis tanpa memperdulikan aib yang pada dasarnya tidak layak untuk menjadi konsumsi publik. Pelaku media pun telah lepas kontrol mengatur program, sehingga perilaku negative artis dijadikan sebagai bahan pemberitaan infotainment dengan menyajikannya semenarik mungkin serta penuh sensasi tanpa peduli nilai kode etik, seperti terlibat skandal, terjerat narkoba, pornografi, termasuk pemberitaan perceraian yang seakan sudah menjadi *Trending Lifestyle* di dunia keartisan dengan menjadikan kawin-cerai sebagai agenda untuk menaikkan rating popularitas.

Atas kondisi tersebut, KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) berdasarkan survey periode II tahun 2017 menetapkan infotainment berada di urutan akhir kategori “kualitas program siaran” dimana program infotainment memperoleh indeks masih jauh di bawah standar kualitas program yang ditetapkan KPI.



Gambar 1.2 Indeks Kualitas Program Siaran  
(Sumber: Data Survey KPI, 2017)

Berkaitan dengan itu, KPI juga menetapkan infotainment silet berada di peringkat kedua terbawah dalam kategori “kualitas program infotainment”, dimana silet hanya memenuhi angka 2,61 dari standar indeks 3 yang ditetapkan KPI.



Gambar 1.3 Peringkat Program Infotainment  
(Sumber: Data Survey KPI, 2017)

Kondisi ini tentu memprihatinkan mengingat efek yang ditimbulkan akibat ketergantungan pada media televisi yang tinggi namun justru konten media kurang berkualitas, sehingga media massa bak pisau bermata dua dimana satu sisi membawa manfaat positif seperti memberi informasi, mendidik, akan tetapi pada lain sisi membawa efek negatif, bahkan bisa saja audiens terpropaganda dengan kasus-kasus yang menimpa publik figur sehingga menjadi pemicu yang secara tidak sadar akan ikut melakukan hal negative sama seperti yang terdapat dalam tayangan yang dilihat.

Oleh karena itu, penulis berasumsi bahwa maraknya pemberitaan perceraian artis pada tayangan infotainment silet akan mempengaruhi pola pikir dan sikap masyarakat terhadap perceraian itu sendiri dengan beranggapan bahwa

perceraian adalah sesuatu yang “kekinian” serta menganggap perceraian merupakan metode tepat untuk menyelesaikan persoalan dalam rumah tangga.

Dalam konteks ini, maka pentingnya kegiatan literasi media untuk membangun kecerdasan bermedia atau dikenal dengan istilah “melek media” pada diri audiens (suami-istri) agar pengaruh negatif terpaan media bisa diminimalisir dan dikontrol, sehingga audiens tidak mudah terpengaruh dengan segala bentuk perilaku negative para selebritis yang ditayangkan di televisi, seperti pemberitaan perceraian.

Selain itu, pentingnya membangun komunikasi harmonis antara suami-istri agar dapat menjaga kelanggengan hubungan perkawinan, karena tidak sedikit permasalahan muncul berawal dari kurang intensnya komunikasi yang mengakibatkan menurunnya kualitas hubungan seperti hilangnya rasa kepedulian, kesalahpahaman, sehingga akan memunculkan konflik yang dapat berujung pada perceraian. Sedangkan jika komunikasi terjalin dengan baik dan intens akan dapat memperkecil tingkat kemungkinan konflik dan perceraian.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini akan menfokuskan terhadap sikap pada perceraian yang dipengaruhi oleh intensitas menonton pemberitaan perceraian pada tayangan infotainment silet, intensitas kegiatan literasi media, dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri. Intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal merupakan suatu bentuk upaya menjaga hubungan pernikahan untuk mencegah perceraian, dengan dugaan awal adanya keikutsertaan dalam kegiatan literasi media dan komunikasi interpersonal yang efektif akan dapat menurunkan resiko perceraian.



## 1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana teramanatkan dalam UU RI Nomor I Tahun 1974 tentang perkawinan, bahwa urgensi perkawinan adalah membangun rumah tangga yang bahagia, kekal sejahtera lahir dan batin berdasarkan Ketuhanan YME. Demikian pula hukum Islam, memandang pernikahan merupakan hal sakral bukan hanya sekadar akad semata, akan tetapi merupakan *Mitsaqan Ghalizha* (perjanjian yang kokoh), tidak hanya sekadar janji melainkan sebuah komitmen nyata.

Akan tetapi, kenyataannya banyak yang melanggar komitmen tersebut hingga terjadinya perceraian, salah satu faktornya adalah disebabkan oleh pesan-pesan yang dipersuasion melalui media massa televisi. Pemberitaan perceraian artis pada infotainment silet merubah pola pikir dan sikap masyarakat mengenai perceraian itu sendiri, bercerai dianggap sebagai solusi utama saat rumah tangga diterpa masalah, bercerai merupakan suatu *trend* yang tidak lagi dianggap tabu, maka secara lahiriah tentu hal ini telah bertentangan dengan esensi pernikahan itu sendiri. Oleh karena itu, tinggi rendahnya intensitas menonton infotainment silet yang semakin gencar memberitakan kasus perceraian artis bagaimanakah pengaruhnya terhadap sikap pada perceraian, inilah yang akan penulis teliti.

Perceraian sebenarnya bisa diminimalisir jika dampak negatif media massa bisa dikontrol. Dalam konteks ini, maka pentingnya literasi media agar terbentuknya masyarakat yang cerdas dalam bermedia, tidak memakan mentah-mentah informasi yang diberikan, konsumen media akan sadar tentang bagaimana cara media dibuat serta diakses sehingga masyarakat tidak akan menganggap media sebagai sumber kebenaran yang patut ditiru dan dicontoh.

Selain itu, perceraian juga dapat dicegah jika suami-istri intens dalam berkomunikasi, sehingga dapat membina, memelihara serta memperlerat hubungan interpersonal mereka, dengan demikian akan terhindar dari permasalahan yang dapat berujung pada perceraian. Keharmonisan hubungan pernikahan yang disertai dengan komunikasi yang efektif akan membuat pihak suami-istri menganggap perceraian bukanlah solusi utama saat rumah tangga diterpa masalah, melainkan akan ditempuh dengan jalan musyawarah dan saling terbuka dalam menyampaikan dan menerima pikiran, gagasan, informasi, perasaan serta emosi.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah untuk diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet terhadap sikap pada perceraian?
2. Bagaimanakah pengaruh antara intensitas kegiatan literasi media terhadap sikap pada perceraian?
3. Bagaimanakah pengaruh antara intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian?
4. Bagaimanakah pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet dan intensitas kegiatan literasi media terhadap sikap pada perceraian?
5. Bagaimanakah pengaruh antara intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian?

6. Bagaimanakah pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian?
7. Bagaimanakah pengaruh secara bersama-sama antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet dan intensitas kegiatan literasi media serta intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet terhadap sikap pada perceraian
2. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas kegiatan literasi media terhadap sikap pada perceraian
3. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian
4. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet dan intensitas kegiatan literasi media terhadap sikap pada perceraian
5. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian
6. Untuk mengetahui pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian

7. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment silet dan intensitas kegiatan literasi media serta intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat secara teoritis, adanya penelitian ini diharapkan dapat memverifikasi bahwa adanya hubungan antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada tayangan infotainment Silet, intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian, sehingga nantinya dapat menambah kajian khususnya bidang ilmu komunikasi dan dapat menambah serta mendukung teori komunikasi khususnya dalam teori efek media.

Manfaat secara praktis, adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi masyarakat terutama untuk pelaku industri media massa agar tidak menjadikan media sebagai industri yang semata-mata bertujuan mencari keuntungan tanpa memikirkan kerugian pihak lain, maka sikap kontrol pelaku media sangat diutamakan agar dapat memfilter kelayakan bahan berita sehingga menjadi layak dan patut untuk diangkat menjadi sebuah berita.

Sedangkan manfaat secara sosial ada tiga, *Pertama*, adanya penelitian ini dapat dijadikan suatu pertimbangan oleh masyarakat agar lebih objektif dan bijak dalam menggunakan media massa televisi, khususnya tayangan infotainment Silet yang marak memberitakan perceraian artis. *Kedua*, membentengi diri dengan meningkatkan kemampuan melek media melalui kegiatan literasi media

sehingga akan dapat memahami dan menggunakan media massa secara efektif dan efisien. *Ketiga*, agar masyarakat senantiasa membangun dan menjaga keharmonisan hubungan interpersonal suami-istri salah satunya dengan mengimplementasi komunikasi interpersonal efektif dan intens.

## **1.5 Kerangka Teori/Konsep**

### **1.5.1 State of The Art**

Terkait penelitian tentang pengaruh infotainment pernah dilakukan oleh Fahrul Rizal pada tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Pola Menonton Iklan, Sinetron dan Infotainment di Televisi Terhadap Globalisasi Budaya Pada Masyarakat Muslim di Kota Medan.” Tujuan penelitian ini yaitu mencari tahu adakah pengaruh antara menonton iklan, sinetron dan infotainment terhadap pilihan makanan, pakaian dan hiburan masyarakat. Hasil penelitian adanya pengaruh antara menonton iklan, sinetron dan infotainment di televisi terhadap globalisasi budaya seperti pilihan makanan, pakaian dan hiburan, dengan kekuatan pengaruh sebesar 46,5%.

Penelitian pengaruh infotainment selanjutnya oleh Luluk Karlina pada tahun 2014 yang berjudul “Dampak Pemberitaan Infotainment di Televisi dalam Industrialisasi Media terhadap Perilaku Etika di Masyarakat.” Hasil penelitian menunjukkan, dampak menonton infotainment mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku masyarakat seperti gaya hidup hedonis, yang merupakan salah satu perilaku negative artis yang menjadi bahan pemberitaan infotainment dan disajikan semenarik mungkin, penuh sensasi tanpa memperdulikan nilai etika.

Penelitian selanjutnya oleh Nurul Anissa tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Program Tayangan Infotainment di Televisi terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga tentang Fenomena Perceraian di Kelurahan Limbungan Kecamatan Rumbai Pesisir Pekanbaru.” Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara program tayangan infotainment di televisi terhadap persepsi ibu rumah tangga tentang fenomena perceraian, artinya kehadiran program tayangan infotainment ditengah masyarakat kini yang menayangkan kasus perceraian selebriti dapat memberi pengetahuan, asumsi, perasaan, penilaian, motivasi dan sikap yang negatif terhadap persepsi Ibu rumah tangga.

Kemudian ada lagi penelitian oleh Nur Auliah tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Tayangan Infotainment (Silet Rcti) terhadap Agenda Komunikasi Ibu Rumah Tangga di Kabupaten Gowa.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pandangan mereka tayangan infotainment silet adalah tayangan menarik dan menghibur, mereka menjadi lebih *update* tentang informasi hangat atau terbaru selebriti melalui Silet. Dengan demikian berdasarkan uji t, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara infotainment silet terhadap agenda komunikasi ibu rumah tangga di Kabupaten Gowa.

Sedangkan penelitian mengenai literasi media pernah dilakukan oleh Sugeng Winarno pada tahun 2014 yang berjudul “Pemahaman Media Literacy Televisi Berbasis Personal Competences Framework (Studi Pemahaman Media Literacy Melalui Program Infotainment Pada Ibu-Ibu Perumahan Tegalgondo Asri Malang).” Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman melek media ibu-ibu Perumahan Tegalgondo Asri Malang tergolong Basic. Hal tersebut

terlihat dari rendahnya kemampuan teknis, daya kognisi, dan sikap kritis mereka, sehingga tidak mampu menganalisis dan mengevaluasi secara komprehensif isi pesan media televisi. Pengetahuan terkait regulasi media serta kemampuan mencerna informasi juga minim. Hal ini terjadi karena ketidakberdayaan mereka dalam mengkritik tayangan televisi yang buruk, serta rendahnya kesadaran dan pengetahuan tentang cara melakukan perlawanan terhadap televisi masih minim.

Ada lagi penelitian yang dilakukan oleh Marfiah Sri Sanityastuti tahun 2014 yang berjudul “Literasi Media: Upaya Menyikapi Tayangan Televisi” Penelitian jenis *study literature* ini dengan bertolak dari fenomena tayangan televisi telah berhasil menghipnotis pemirsanya melalui konstruksi yang dibangun media sebagai pembenaran, ini terjadi sebagai efek dari dominasi politik-ekonomi dalam tayangan televisi. Oleh sebab itu penulis menyarankan supaya perkembangan media massa yang ada harus diimbangi dengan gerakan literasi media yang komprehensif, sehingga masyarakat akan mempunyai inteligensia kritis yang dapat mencegah efek negative dari terpaan media, selektif dalam memilih tayangan, dan tidak serta merta tunduk pada apa yang ditonton.

Penelitian selanjutnya oleh Alias tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Keagamaan dan Literasi Media Terhadap Penyebaran Berita Hoax di Kalangan Mahasiswa.” Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara pemahaman keagamaan dan literasi media terhadap penyebaran berita hoax di kalangan mahasiswa.

Penelitian berikutnya oleh Citra Ratna Amelia tahun 2015 yang berjudul “Literasi Media, Upaya Cerdas Dalam Mengonsumsi Tayangan Televisi” Hasil

penelitian menunjukkan, literasi media sangat dibutuhkan ditengah merosotnya kualitas program siaran televise yang bertujuan agar masyarakat cerdas dalam bermedia. Masyarakat dituntut untuk dapat mengakses, menganalisis, serta mengevaluasi tayangan televise. Idealnya pendidikan literasi media televise menekankan peran masyarakat kritis dalam menonton, sehingga dampak negative dari tayangan televise bisa diminimalisir.

Sedangkan penelitian tentang intensitas komunikasi interpersonal suami-istri pernah dilakukan oleh Mohammad Luthfi tahun 2017 yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Suami dan Istri Dalam Mencegah Perceraian di Ponorogo.” Hasil penelitian menunjukkan, komunikasi interpersonal suami-istri kurang terbangun dengan baik sehingga berakibat ketidakharmonisan hubungan keluarga, salah satunya sikap tidak saling percaya karena rendahnya kejujuran dan keterbukaan dari pasangan, hal tersebutlah yang memicu konflik interpersonal dan bahkan sampai berujung pada perceraian.

Ada lagi penelitian yang dilakukan oleh Nyoman Riana Dewi dan Hilda Sudhana pada tahun 2013 yang berjudul “Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Pasutri dengan Keharmonisan dalam Pernikahan.” Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara komunikasi interpersonal dengan keharmonisan pernikahan, dengan kata lain jika terjadi peningkatan (naik 1 unit) pada variabel komunikasi interpersonal maka akan terjadi peningkatan pula pada variabel keharmonisan pernikahan. Dengan demikian, semakin efektif komunikasi semakin harmonis pernikahannya.



Penelitian tentang perceraian pernah dilakukan oleh Harry Ferdinand Mone, tahun 2019 yang berjudul “*Dampak Perceraian Orang Tua Terhadap Perkembangan Psikososial dan Prestasi Belajar.*” Hasil penelitian menunjukkan beberapa dampak buruknya *Pertama*, perceraian (cerai hidup) membawa dampak negative terhadap perkembangan psikososial anak. *Kedua*, berdampak pada emosi atau perasaan anak, hal ini nantinya akan mengganggu aktivitas belajar anak. *Ketiga*, adanya komunikasi antara orang tua dan anak pasca bercerai dapat memperkecil pengaruh negative dari perceraian.

**Table 1.1**  
**Hasil penelitian dalam State of The Art**

No	Judul & Pengarang	Metode	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Pola Menonton Iklan, Sinetron dan Infotainment di Televisi Terhadap Globalisasi Budaya Pada Masyarakat Muslim di Kota Medan. Oleh Fahrul Rizal tahun 2016.	Kuantitatif	Pola menonton iklan, sinetron dan infotainment di televisi secara bersama-sama berpengaruh terhadap globalisasi budaya (pilihan makanan, pakaian dan hiburan) pada masyarakat islam di kota medan sebesar 46,5%.
2.	Dampak Pemberitaan Infotainment di Televisi dalam Industrialisasi Media terhadap Perilaku Etika di Masyarakat. Oleh Luluk Karlina tahun 2014.	Kualitatif	Infotainment berdampak besar terhadap perilaku masyarakat, seperti gaya hidup hedonis. Perilaku negatif artis menjadi bahan pemberitaan infotainment yang disajikan semenarik mungkin dan penuh sensasi demi kepentingan pemilik media tanpa memperdulikan nilai etika
3.	Pengaruh Program Tayangan Infotainment di Televisi Terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga Tentang Fenomena Perceraian di Kelurahan Limbungan Kecamatan Rumbai Pesisir Pekanbaru. Oleh Nurul Anissa tahun 2016.	Kuantitatif	Kehadiran program <i>infotainment</i> di tengah masyarakat yang menayangkan kasus perceraian dikalangan selebriti memberi pengetahuan, asumsi, perasaan, penilaian, motivasi dan sikap yang dinilai memberi dampak negatif bagi persepsi Ibu Rumah Tangga di Kel. Limbungan Kec. Rumbai Pesisir Pekanbaru.
4.	Pengaruh Tayangan Infotainment (SILET RCTI) Terhadap Agenda Komunikasi Ibu Rumah Tangga di Kabupaten Gowa. Oleh Nur Auliah tahun 2016.	Kuantitatif	Hasil analisis uji t membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tayangan infotainment Silet terhadap agenda komunikasi ibu rumah tangga.
5.	Pengaruh Literasi Media Pustakawan Terhadap Pelayanan di Badan Arsip Dan Perpustakaan Aceh. Oleh Nuzulianti Tahun 2016.	Kuantitatif	Terdapat pengaruh antara literasi media pustakawan terhadap pelayanan yang diberikan.

6.	Pemahaman Media Literacy Televisi Berbasis Personal Competences Framework (Studi Pemahaman Media Literacy Melalui Program Infotainment Pada Ibu-Ibu Perumahan Tegalgondo Asri Malang). Oleh Sugeng Winarno tahun 2014.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan tingkat pemahaman melek media ibu-ibu tergolong Basic. Hal ini terlihat dari masih rendahnya tingkat kemampuan teknis, daya kognisi, dan sikap kritis ibu-ibu di Perumahan Tegalgondo Asri Malang terhadap media.
7.	Literasi Media: Upaya Menyikapi Tayangan Televisi. Oleh Marfuah Sri Sanityastuti tahun 2014	Kualitatif	Perkembangan media massa harus diimbangi dengan gerakan literasi media yang komprehensif. Dengan literasi media masyarakat akan dapat membedakan konten yang bermanfaat dan mudharat. Masyarakat yang mempunyai inteligensia yang kritis akan mampu mencegah efek negative media.
8.	Literasi Media, Upaya Cerdas Dalam Mengonsumsi Tayangan Televisi. Oleh Citra Ratna Amelia tahun 2015.	Kualitatif	Literasi media sangat dibutuhkan ditengah merosotnya kualitas program siaran televisi. Masyarakat dituntut memiliki kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan media, sehingga dapat bersikap kritis dan memilih media dengan tepat untuk ditonton.
9.	Pengaruh Pemahaman Keagamaan dan Literasi Media Terhadap Penyebaran Berita Hoax di Kalangan Mahasiswa. Oleh Aliasan tahun 2017.	Kuantitatif	Terdapat pengaruh antara pemahaman keagamaan dan literasi media terhadap penyebaran berita hoax di kalangan mahasiswa.
10.	Komunikasi Interpersonal Suami dan Istri Dalam Mencegah Perceraian di Ponorogo. Oleh Mohammad Luthfi tahun 2017.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan, komunikasi interpersonal suami-istri kurang terbangun dengan baik hingga berakibat pada ketidakharmonisan dan konflik dalam hubungan yang berujung pada perceraian.
11.	Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Pasutri dengan Keharmonisan dalam Pernikahan. Oleh Nyoman Riana Dewi dan Hilda Sudhana tahun 2013.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dengan keharmonisan pernikahan, artinya jika terjadi peningkatan pada variabel komunikasi interpersonal maka akan terjadi peningkatan juga terhadap variabel keharmonisan pernikahan
12.	Dampak Perceraian Orang Tua Terhadap Perkembangan Psikososial dan Prestasi Belajar. Oleh Harry Ferdinand Mone tahun 2019.		Perceraian membawa dampak yang negative terhadap perkembangan psikososial dan prestasi belajar anak. Berdampak pada emosi atau perasaan anak, yang berakibat pada aktivitas belajar, namun adanya komunikasi antara orang tua dan anak pasca bercerai dapat memperkecil pengaruh negative tersebut.

Berdasarkan penjelasan *State Of The Art* diatas, yang akan menjadi kebaruan dalam penelitian ini yaitu: *Pertama*, dari segi variabel penelitian, disini penulis berangkat dari fenomena tingginya angka perceraian, sehingga yang menjadi variabel terikat yang akan diteliti adalah sikap pada perceraian. *Kedua*, disini penulis mengkolaborasi beberapa variabel secara bersamaan yang akan diuji pengaruhnya terhadap sikap pada perceraian, yaitu variabel intensitas menonton tayangan infotainment Silet, intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal. *Ketiga*, dari segi metodologi, penulis dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, serta menggunakan teori *Uses and Gratification* Phillip Palmgreen. *Keempat*, dari segi lokasi penelitian, penulis melakukan penelitian ini di Aceh, yaitu di Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat, dengan mengambil sampel di beberapa desa yang ada di Mukim Mesjid Tuha. Tehnik pengambilan sampel (*Lokus*) menggunakan *Multistage Random Sampling* sedangkan penentuan sampel (sasaran) menggunakan *Purposive Random Sampling*.

### **1.5.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah dasar keyakinan yang akan membimbing atau menuntun tindakan peneliti, definisi lain paradigma adalah kontruksi manusia yang berhubungan dengan prinsip dasar untuk selanjutnya akan menentukan dunia peneliti (Denzim dan Lincoln:123). Penelitian ini adalah penelitian jenis kuantitatif dengan paradigma positivistic. Paradigma positivistic merupakan

paradigma yang melihat kebenaran objektif akan dapat dicapai dan proses meneliti untuk menemukan suatu kebenaran dapat dilakukan (West, 2008:75).

Selain itu, penelitian dengan jenis pendekatan kuantitatif-positivistic jika diartikan secara ontology, bahwa penelitian ini ingin melihat realitas nyata dan dapat ditangani, dalam artian kebenaran suatu hasil penelitian akan dapat diukur dan diamati kebenarannya. (Heron dan Reson 1997 dalam Denzim dan Lincoln 2005:100).

Dengan demikian, alasan dibalik penggunaan pendekatan kuantitatif dengan mengambil paradigma positivistic pada penelitian ini adalah karena peneliti ingin melihat sejauh mana pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian artis pada tayangan infotainment Silet, intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian.

### **1.5.3 Teori**

#### **1.5.3.1 Uses and Gratifications Theory**

Teori UGT adalah teori yang menjelaskan tentang penggunaan media massa oleh masyarakat. Muncul pertama kali pada tahun 1959, dipelopori oleh Elihu Katz, pada 1970 ditinjau kembali oleh Katz dan rekan-rekannya. Dalam teori ini terdapat gagasan bahwa adanya perbedaan pada individu menyebabkan audiens mencari, menggunakan serta memberi tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda pula yang disebabkan oleh beragam factor sosial dan psikologis yang berbeda pada tiap individu. Fokus teori ini bukan pada pesan yang

disampaikan tapi adalah pada konsumen media atau audiens. Teori ini juga menilai jika audiens dalam bermedia akan selalu berorientasi pada tujuan, dapat bersikap aktif maupun diskriminatif. Audiens dianggap mengetahui kebutuhan serta bertanggung jawab terhadap media yang dipilih agar dapat terpenuhinya kebutuhan mereka tersebut. (Morissan, 2015:509).

Asumsi-asumsi dasar dari teori ini dikemukakan oleh Katz, Blumer dan Gurevitch sekitar tahun 1974. Beberapa asumsi tersebut adalah: audiens akan bersikap aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media, inisiatif untuk mendapatkan kepuasan bermedia akan ditentukan oleh audiensi itu sendiri, media akan ikut bersaing dengan sumber kepuasan lain, audiens sepenuhnya sadar terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media, terakhir penilaian isi media akan ditentukan oleh audiensi itu sendiri. Untuk lebih jelas perhatikan tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jenis Kebutuhan Audiens Terhadap Media**

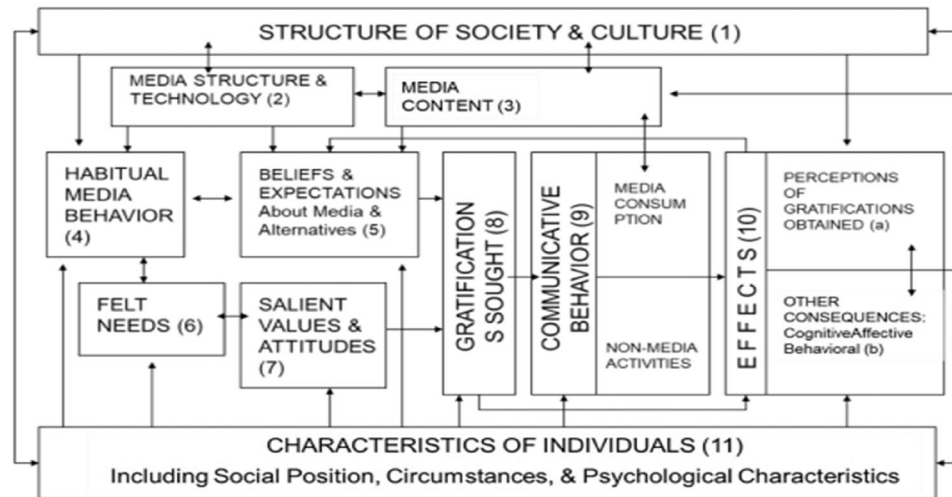
<b>Jenis Kebutuhan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Contoh Media</b>
Kognitif	Keinginan mendapatkan pengetahuan, pemahaman, dan informasi	Televise (berita)
Afektif	Emosional, seperti pengalaman menyenangkan	Film, Televisi (Sinetron)
Integratif Personal	Ingin meningkatkan status dan rasa percaya diri	Video (Berbicara dengan meyakinkan)
Integratif Sosial	Ingin meningkatkan hubungan dalam keluarga, teman, dll	Internet ( <i>E-mail, Chat Rooms</i> )
Melepas Ketegangan	Ingin memperoleh hiburan	Televisi, Film, Video, Radio, Internet.

Sumber: Katz, Gurevitch & Haas (dalam West dan Turner, 2007:429)

Sementara itu, pernyataan yang hampir sama dikemukakan oleh McQuail dan rekannya (dalam Morissan, 2013:510) yang mengemukakan ada empat alasan dibalik penggunaan media oleh audiens yaitu; *Pertama*, sebagai pengalihan, artinya melarika diri dari masalah atau rutinitas sehari-hari yang melelahkan. *Kedua*, hubungan personal, misalnya ketika seseorang menggunakan media sebagai pengganti teman. *Ketiga*, identitas personal, artinya sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu. *Keempat*, pengawasan, yaitu ketika media dapat menginformasikan sesuatu yang dapat membantu orang tersebut mencapai tujuannya.

Namun dalam perjalanannya, teori UGT ini terus berkembang dan berubah-ubah, salah satunya UGT yang dibuat oleh Phillip Palmgreen dari Kentucky University. Menurut asumsi Palmgreen penggunaan media tidak hanya berhenti pada dorongan motif tertentu saja, namun lebih jauh dari itu yakni apakah motif tersebut sudah dipenuhi oleh media. Maka untuk mengukur kepuasan tersebut Palmgreen menciptakan konsep *Gratification Sought (GS)* atau motif pendorong dan *Gratification Obtained (GO)* atau kepuasan yang diperoleh, Palmgreen bahkan juga memunculkan variasi model baru dari teori UGT yaitu teori *Expectancy Values* (teori nilai harapan). Dengan demikian teori UGT ini bukanlah proses komunikasi linier sederhana namun banyak factor yang mempengaruhi baik personal maupun eksternal yang nantinya akan menentukan penilaian dan kepercayaan seseorang. Littlejohn (1996) dalam salah satu paparannya menyatakan beberapa faktor pengaruh penggunaan media antara lain; budaya dan institusi seseorang, situasi sosial seperti misalnya ketersediaan media,

factor-faktor tertentu secara psikologis, serta nilai lainnya yang dipengaruhi oleh keadaan sosial dan kultural masyarakat. (Kriyantono, 2006:211).



Gambar 1.4 Model Uses and Gratification Palmgreen

(Sumber: Phillip Palmgreen, 1985:37)

Gambar diatas merupakan visualisasi gambaran model teori UGT Palmgreen, yang berupa model lengkap secara lebih luas dan lebih kompleks, dimana tidak hanya melingkupi motif atau kepuasan yang dicari dan efek kepuasan yang diperoleh, namun juga faktor eksternal lain yang ikut mempengaruhi seperti aktivitas konsumsi media maupun non-media. Oleh karena itu, jika pada teori UGT yang dikemukakan oleh para ahli sebelumnya yang hanya berfokus pada motif penggunaan media dan kepuasan, maka berbeda dengan teori UGT yang dikemukakan Phillip Palmgreen yaitu menambahkan elemen perubahan sikap sebagai *Output* atas tingkat penggunaan dan kepuasan seseorang terhadap media. Dalam hal ini perubahan sikap yang dimaksud adalah

sikap pada perceraian yang merupakan *Consequences* (konsekuensi) atas *Media Consumption* (menonton infotainment silet) dan *Non Media Activities* (intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal), sebelum akhirnya akan membentuk pengetahuan, sikap dan perilaku individu tersebut terhadap sikap pada perceraian

#### **1.5.4 Intensitas Menonton Infotainment Silet**

Variabel ini diturunkan dari elemen *Media Consumption*. Dalam kamus Oxford Dictionary, asal mula kata intensitas adalah *Intense* yang mempunyai arti “tenaga, kekuatan atau tingkat yang sungguh-sungguh.” Sedangkan menonton adalah aktifitas atau kegiatan melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu (Danim, 2004:35). Selanjutnya Rakhmat (2004:66) mengemukakan terdapat beberapa hal dalam intensitas yakni meliputi frekuensi, atensi, serta durasi. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Ardianto, dkk (2007), terdapat tiga indikator pengukuran intensitas menonton, yaitu frekuensi, durasi dan atensi.

Frekuensi menunjukkan seberapa intens atau sering khalayak menonton suatu program televisi. Sedangkan durasi terkait seberapa lama khalayak bergabung atau mengikuti suatu program televisi dan seberapa lama khalayak mengkonsumsi sebuah program pada setiap penayangan. Sedangkan atensi merupakan tingkat perhatian yang diberikan audiens ketika menonton program televisi.

Sedangkan istilah infotainment menurut Morissan (2008:27) dalam bukunya *Jurnalistik Televisi Mutakhir* menyebutkan, infotainment berasal dari



kata *Information* yang berarti informasi dan *Entertainment* yang berarti hiburan. lebih mendalam Morissan menyatakan jika sebenarnya infotainment bukanlah berita hiburan akan tetapi infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan publik figure (selebritis), karena sebagian besar dari mereka bekerja di industri hiburan, seperti pemain film atau sinetron, penyanyi dan sebagainya, maka berita mengenai mereka disebut dengan istilah infotainment.

Silet merupakan salah satu program infotainment yang disiarkan RCTI setiap hari Senin - Sabtu 09.45 WIB. Program ini diproduksi oleh *Production House* yang bernama *Indigo Production*. Pengambilan nama Silet mempunyai makna metaforis bahwa infotainment silet mampu membahas dunia selebritis setajam pisau silet. (Mulyono, 2010:3). Reputasinya yang tinggi membuat Silet selalu berhasil membuat selebritis angkat bicara tentang berbagai persoalan yang sedang mereka hadapi tak terkecuali persoalan rumah tangga, baik berita bahagia maupun duka seperti konflik dengan pasangan bahkan perceraian. Program acara ini pun terlihat sangat diminati oleh masyarakat, walaupun dari segi kualitas program masih tergolong rendah.

### **1.5.5 Intensitas Kegiatan Literasi Media**

Variabel intensitas literasi media merupakan turunan dari elemen *Non Media Activities*. Apriadi Tamburaka (2013:7) mengemukakan, asal literasi media dari kata *Media Literacy*, kata “media” mengandung arti tempat penukaran pesan dan “literacy” mempunyai arti melek, maka literasi media adalah kemampuan khalayak terhadap media serta pesannya. Sedangkan Baran & Dennis (dalam

Tamburaka, 2013:8) menyebutkan, literasi media adalah suatu rangkaian gerakan media, yaitu rancangan gerakan melek media untuk meningkatkan control seseorang terhadap media yang digunakan baik untuk mengirim pesan maupun menerima pesan. Definisi serupa diberikan Potter dalam bukunya yang berjudul *media literacy* (2008:19), yang mengartikan literasi media sebagai sebuah perangkat perspektif yang didalamnya kita secara aktif dapat menafsirkan pesan yang kita terima. Lalu Ardianto dkk (2007:215), mendefinisikannya secara lebih luas, yaitu sebagai literasi media sebagai suatu langkah kompleks yang melingkupi kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi serta kemampuan mengkomunikasikan kembali konten yang diperoleh dari media.

Dengan demikian, maka berpedoman pada indikator intensitas yang dikemukakan oleh Rakhmat (2004:66), sebagaimana yang telah penulis sebutkan diawal, maka intensitas kegiatan literasi media yang dimaksudkan dalam penelitian ini dimaknai sebagai seberapa banyak frekuensi keikutsertaan individu dalam kegiatan literasi media. Oleh karena itu, dua hal pokok yang harus diperhatikan dalam intensitas kegiatan literasi media, yaitu intensitas secara kuantitas dan intensitas secara kualitas. Secara kuantitas menggunakan indikator frekuensi dan durasi, sedangkan secara kualitas menggunakan indikator manfaat yang diperoleh individu dari kegiatan literasi media tersebut.

Lalu untuk mengukur tingkatan kemampuan literasi media menurut *European Commission* (2009), sebagaimana terdapat dalam *Final Report Study On Assesment Criteria For Media Literacy Levels*, yang merupakan penelitian yang pernah dilakukan saat mengukur tingkat literasi media di Negara Uni Eropa,

disebutkan bahwa terdapat tiga tingkatan yaitu, *Basic*, *Medium* dan *Advanced*. Tingkat *Basic* adalah tingkatan paling rendah, kemampuan mengoperasikan dan menganalisa konten media tidak terlalu tinggi. Sedangkan *Medium* kemampuan mengoperasikan serta menganalisa konten media cukup bagus, bahkan aktif memproduksi konten. *Advanced* adalah kemampuan mengoperasikan serta menganalisis konten media sangat mendalam dan tinggi serta mampu berkomunikasi secara aktif melalui media.

#### **1.5.6 Intensitas Komunikasi Interpersonal**

Variabel intensitas komunikasi interpersonal ini merupakan turunan dari elemen *Non Media Activities*. Komunikasi interpersonal menurut Ardianto, dkk (2007:11), menyatakan komunikasi interpersonal merupakan interaksi secara tatap muka antar dua orang atau lebih, dimana secara langsung pengirim dapat menyampaikan pesan dan penerima dapat menerima pesan secara langsung pula. Dalam komunikasi interpersonal, umpan balik atau *Feedback* merupakan factor penting yang mempunyai volume tidak terbatas. Antara pengirim dan penerima dapat melihat dan mendengar secara langsung, bahkan ikut merasakan.

Sementara, karakteristik efektifitas sebuah komunikasi interpersonal menurut Bochner dan Kelly (dalam DeVito, 1997: 259-263) menyatakan, terdapat lima elemen penting keterbukaan, rasa empati, sikap saling mendukung, sikap positif dan rasa kesetaraan. Keterbukaan mengacu pada sifat terbuka dan kejujuran antara pemberi dan penerima pesan. Empati terkait perasaan ikut merasakan apa yang orang lain rasakan. Sikap mendukung artinya adanya

dukungan yang bersikap deskriptif bukan evaluatif. Sikap positif mengacu pada melakukan baik yang dapat mendukung situasi komunikasi yang efektif. Kesetaraan adalah adanya penyamaan posisi bahwa keduanya sama-sama bernilai dan berharga.

### **1.5.7 Sikap Pada Perceraian**

Variabel sikap pada perceraian ini diturunkan dari elemen *Other Consequences*, yang merupakan konsekuensi yang diperoleh dari aktivitas mengonsumsi media (menonton infotainment) dan aktifitas non media (intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal).

Saifuddin Azwar (2010:3), mendefinisikan sikap dalam bukunya *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, yakni sikap adalah suatu kecenderungan, pandangan, pendapat, atau pendirian seseorang untuk menilai suatu objek atau persoalan sehingga akan bertindak sesuai dengan penilaiannya. Sikap dapat juga dikatakan cara kita untuk suka atau tidak suka terhadap suatu hal yang menentukan perilaku kita pada akhirnya.

Sedangkan Jalaluddin Rakhmat (2015:39) mendefinisikan sikap sebagai kecenderungan bertindak, berpersepsi dan berpikir dalam menghadapi suatu objek, ide, situasi, atau nilai tertentu. Menurutnya sikap bukanlah sebuah perilaku, akan tetapi kecenderungan seseorang untuk berperilaku dengan cara tertentu. Sikap juga mempunyai daya pendorong atau motivasi dan sikap sifatnya relative menetap, namun sikap juga bersifat evaluatif (suka dan tidak suka), serta

sifat merupakan hasil belajar, bukan bawaan lahir, oleh karena itu sikap dapat diperteguh dan diubah.

Dalam konteks yang sama, Saifuddin Azwar (2010:8) mengemukakan beberapa factor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap, diantaranya: pengalaman yang dialami oleh individu, budaya, orang tertentu yang dianggap penting, media massa, institusi pendidikan, institusi agama dan prasangka.

Berdasarkan berbagai factor tersebut menunjukkan bahwa sikap dapat terbentuk karena factor dari dalam diri maupun dari lingkungan, termasuk di dalamnya factor dari media massa, dimana media massa melalui tayangannya menyebarkan informasi-informasi tertentu yang dapat mempersuasi audiens terhadap suatu objek, baik itu pengaruh opini, persepsi, sikap maupun perilaku.

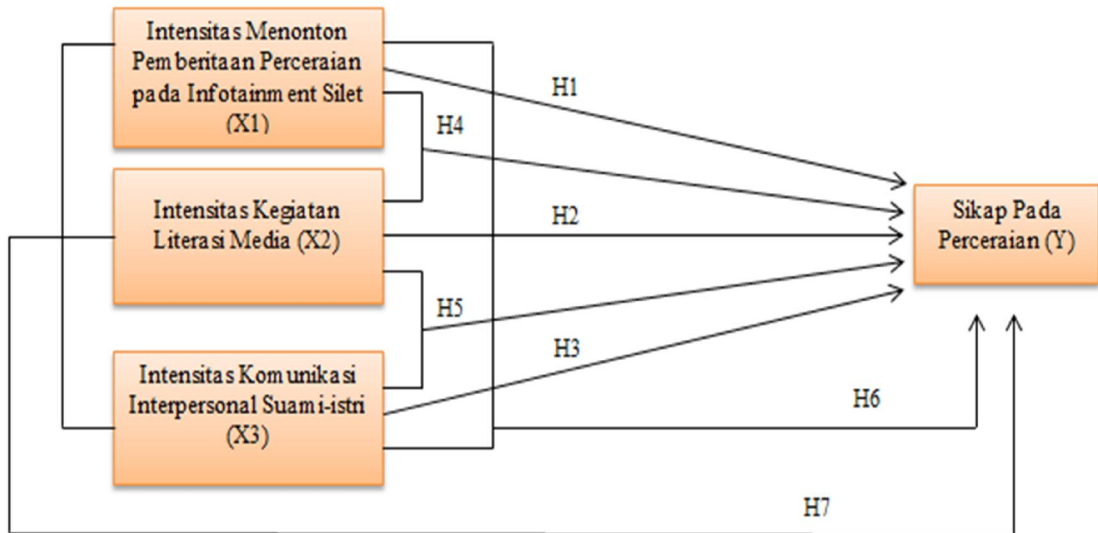
Terkait komponen sikap Saifuddin Azwar (2010:23-28) tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif. Kognitif adalah suatu kepercayaan dan pemahaman individu, sedangkan afektif berhubungan dengan permasalahan emosional seperti perasaan suka atau tidak suka, dan konatif adalah kecenderungan akan perilaku seseorang, jika seseorang menyukai suatu objek maka objek tersebut akan didekatinya.

Sedangkan definisi “cerai” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997:185), mengandung arti pisah, putus hubungan sebagai suami istri. Sedangkan kata “percerian” mengandung arti perpisahan, perpecahan, dan kata “bercerai” mengandung arti tidak bercampur atau tidak berhubungan lagi, berhenti berlaki bini. Sedangkan bercerai menurut ahli fikih (dalam Soemiyati, 2007:81), menyebut cerai dengan istilah talak atau *Furqoh*, talak diambil dari

kata *Itlak* yang mengandung arti melepaskan atau meninggalkan. Sedangkan dalam istilah syara' bercerai adalah melepaskan ikatan perkawinan atau rusaknya sebuah hubungan perkawinan. Maka jika digabungkan sikap pada perceraian mempunyai arti kecenderungan seseorang dalam menilai dan bertindak terhadap perceraian.

Seperti yang telah disebutkan diawal, perceraian adalah suatu hal yang tentunya setiap orang tidak menginginkan terjadi dalam hidupnya. Pernyataan yang sama terdapat (dalam Verry Julianto dan Nadhifah Cahyani, 2017:176), bahwa setiap orang yang telah menemukan pasangan hidup atau sudah menikah tentunya bercita-cita ingin mendapatkan kehidupan rumah tangga yang bahagia, akan tetapi tidak semua pernikahan dapat berjalan sesuai harapan, berbagai macam konflik datang lalu menghantarkan pernikahan kepada perceraian. Oleh karena itu, sangat diperlukan keahlian individu dalam menyelesaikan persoalan secara bijak, baik persoalan yang datang dari dalam maupun dari luar

## 1.6 Visualisasi Variabel



Gambar 1.5 Visualisasi Variabel  
(Sumber: Data diolah, 2020)

## 1.7 Hipotesis

**H1:** Terdapat pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment Silet terhadap sikap pada perceraian.

**H2:** Terdapat pengaruh antara intensitas kegiatan literasi media terhadap sikap pada perceraian

**H3:** Terdapat pengaruh antara intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian

**H4:** Terdapat pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment Silet dan intensitas kegiatan literasi media secara bersama terhadap sikap pada perceraian

**H5:** Terdapat pengaruh antara intensitas kegiatan literasi media dan komunikasi interpersonal suami-istri secara bersama terhadap sikap pada perceraian.

**H6:** Terdapat pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment Silet dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri secara bersama terhadap sikap pada perceraian

**H7:** Terdapat pengaruh antara intensitas menonton pemberitaan perceraian pada infotainment Silet dan intensitas kegiatan literasi media serta intensitas komunikasi interpersonal suami-istri secara bersama-sama terhadap sikap pada perceraian.

### 1.8 Definisi Operasional

**Tabel 1.3**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Konseptual	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan
Intensitas Menonton (X1)	Adalah tindakan seseorang dalam menikmati tayangan televisi dalam kurun waktu tertentu yang menggambarkan seberapa sering serta seberapa dalam memusatkan perhatiannya pada tayangan tersebut. Diukur dengan, frekuensi, durasi dan atensi. (Ardianto dkk, 2007).	Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pernah menonton</li> <li>• Seberapa sering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya pernah menonton infotainment Silet tentang pemberitaan perceraian (min. 1 kali)</li> <li>• Saya termasuk sering menonton infotainment Silet tentang pemberitaan perceraian (min. 3 kali dalam 1 minggu)</li> </ul>
		Durasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kedalaman menonton</li> <li>• Berapa lama mengonsumsi program pada setiap kali penayangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya akan berusaha mengkonsentrasikan diri pada isi berita yang disampaikan supaya dapat mengikutinya dengan baik</li> <li>• Saya menonton pemberitaan perceraian pada infotainment Silet sampai tayangan selesai</li> </ul>
		Atensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat minat untuk menonton</li> <li>• Tingkat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya selalu menantikan setiap pemberitaan tentang perceraian pada infotainment Silet</li> </ul>



			<p>perhatian yang diberikan saat menonton</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketertarikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya akan fokus jika sedang menonton infotainment Silet tentang pemberitaan perceraian tanpa diselingi kegiatan lain</li> <li>• Saya tidak akan mengganti channel televisi ketika sedang menonton pemberitaan perceraian pada infotainment Silet</li> </ul>
<p>Intensitas Kegiatan Literasi Media (X2)</p>	<p>Seberapa banyak frekuensi keikutsertaan individu dalam kegiatan literasi media. Diukur dengan; Intensitas secara kualitas dan kuantitas, (Rakhmat, 2004).</p>	Kuantitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi mengikuti kegiatan literasi media</li> <li>• Durasi dalam setiap kali mengikuti kegiatan literasi media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya pernah mengikuti kegiatan literasi media (min. 1 kali)</li> <li>• Saya termasuk sering mengikuti kegiatan literasi media (min. 2 kali dalam 1 tahun)</li> <li>• Saya mengikuti kegiatan literasi media hingga acara selesai</li> </ul>
		Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat yang diberikan dari kegiatan literasi media</li> <li>• Kesan mendalam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut saya kegiatan literasi media sangat bermanfaat untuk pengembangan kemampuan melek media terlebih pada era pesatnya perkembangan media seperti sekarang ini</li> <li>• Menurut saya mengikuti kegiatan literasi media adalah kesempatan untuk membekali diri agar terhindar dari pengaruh buruk media, seperti program infotainment silet yang kerap menayangkan perilaku negative “kawin-cerai” para artis</li> <li>• Menurut saya kegiatan</li> </ul>

				literasi media sangat menarik dan menyenangkan untuk diikuti
Intensitas Komunikasi Interpersonal (X3)	Interaksi tatap muka antara dua orang atau lebih, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima dapat menerima dan menanggapi pesan secara langsung pula. Diiukur dengan, kauntitas dan kualitas. (Ardianto dkk, 2007).	Kuantitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi komunikasi</li> <li>• Durasi komunikasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya berkomunikasi dengan pasangan setiap hari</li> <li>• Saya berkomunikasi dengan pasangan lebih dari 5 jam dalam sehari</li> <li>• Sesibuk apapun saya akan selalu menyempatkan diri untuk berkomunikasi dengan pasangan.</li> </ul>
		Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbukaan</li> <li>• Empati</li> <li>• Sikap mendukung</li> <li>• Sikap positif</li> <li>• Kesetaraan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya selalu terbuka ketika berkomunikasi dengan pasangan, sehingga tidak ada hal yang saya tutupi</li> <li>• Saya bersedia mendengarkan dan merespon setiap pembicaraan dari pasangan, termasuk menerima jika ada masukan dari pasangan</li> <li>• Saya akan berusaha merasakan apa yang pasangan saya rasakan baik suka maupun duka</li> <li>• Saya akan mendukung hal apa saja yang dilakukan pasangan selama itu dalam kebaikan</li> <li>• Saya selalu berprasangka baik (berfikir positif) terhadap pasangan</li> <li>• Saya berpandangan setiap orang mempunyai kekurangan dan kelebihan. Oleh karena</li> </ul>

				<p>itu saya akan menghargai jika pada pasangan saya terdapat suatu hal diluar keinginan saya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya berpandangan bahwa suami/istri mempunyai kedudukan yang sama, tanpa diskriminasi pihak manapun. Oleh karena itu, saya menyadari adanya kepentingan, tugas dan tanggung jawab bersama dalam membina rumah tangga</li> <li>• Saya mengakui pentingnya kehadiran pasangan</li> </ul>
Sikap Pada Perceraian (Y)	Suatu kecenderungan pandangan, pendapat, atau pendirian seseorang dalam menilai suatu objek atau persoalan. Diukur berdasarkan; Kognitif, Afektif dan Konatif (Saifudin Azwar, 2010)	Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengetahuan</li> <li>• Kepercayaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melalui tayangan silet saya mengetahui tingkat perceraian artis semakin meningkat/tinggi</li> <li>• Saya percaya perceraian dapat menyelesaikan masalah. Karenanya, saya meyakini perceraian adalah solusi terbaik saat konflik rumah tangga</li> </ul>
		Afektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perasaan suka/tidak</li> <li>• Perasaan mendukung/tidak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya suka serta tidak menentang tindakan perceraian</li> <li>• Saya setuju dan mendukung tindakan perceraian</li> <li>• Saya terinspirasi dengan perilaku artis yang memilih bercerai ketimbang berlarut dalam masalah</li> </ul>
		Konatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kecenderungan perilaku terhadap perceraian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa terdorong untuk bercerai</li> <li>• Saya punya keinginan untuk bercerai</li> </ul>

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1.9.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif serta menggunakan metode eksplanatif. Menurut Singraribun dan Effendi (2006:4), penelitian eksplanatif yaitu penelitian yang berusaha menjelaskan sebab-akibat yang muncul dari sejumlah variabel.

Sementara menurut Kriyantono (2010:69), penelitian jenis ini disebut sebagai penelitian komparatif atau korelasional. Maksudnya penelitian ini ingin menjelaskan adanya pengaruh dan kolerasi antara variabel tertentu terhadap variabel lainnya. Maka dalam penelitian ini akan dilihat sebab akibat dari intensitas menonton pemberitaan perceraian artis pada tayangan infotainment silet, intensitas kegiatan literasi media dan intensitas komunikasi interpersonal suami-istri terhadap sikap pada perceraian. Dalam hal ini peneliti akan membuat definisi konsep, kerangka konseptual dan kerangka teori, karena peneliti harus melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal antara variabel satu dengan variabel lain.

### **1.9.2 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah sekumpulan objek, orang atau keadaan yang mempunyai satu karakteristik umum yang sama (Furqon, 2001:135). Sedangkan Sugiyono (2010:800) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdapat kumpulan objek atau subjek di dalamnya serta memiliki kualitas atau karakter tertentu yang kemudian dipelajari oleh peneliti. Maka dalam penelitian ini yang

menjadi populasinya adalah seluruh masyarakat Kecamatan Samatiga yang berjumlah 15.663.000 jiwa (Sumber: Disdukcapil Aceh Barat, 2018).

Sementara sampel adalah sebahagian daripada populasi yang dianggap dapat mewakili dari keseluruhan populasi, dan sampel inilah yang nantinya akan diteliti. (Fraenkel, 1990:84). Dengan demikian, yang menjadi sampel dalam penelitian adalah masyarakat Desa Suak Timah, Desa Cot Mesjid dan Desa Cot Semeureung, yang merupakan beberapa desa terpilih yang berada dalam Mukim Mesjid Tuha Kecamatan Samatiga, dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang.

### **1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel (*Lokus*) pada penelitian ini menggunakan metode *Multistage Random Sampling*, yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan pada pembagian suatu daerah secara bertahap atau bertingkat, lalu diambil secara acak juga pada tiap daerah tersebut, sehingga dikenal dengan metode acak bertingkat.

**Tabel 1.4**  
**Lokus Sampel berdasarkan *Multistage Random Sampling***

Tahap	Random Sampling	
Tahap I Tingkat Kabupaten	Kabupaten Aceh Barat	Kecamatan Arongan Lambalek Kecamatan Bubon Kecamatan Johan Pahlawan Kecamatan Kaway XVI Kecamatan Meureubo Kecamatan Pantecereumen Kecamatan Pantou Reu Kecamatan Samatiga (Terpilih) Kecamatan Sungai Mas Kecamatan Woyla Kecamatan Woyla Barat Kecamatan Woyla Timur
Tahap II Tingkat Kecamatan	Kecamatan Samatiga	Mukim Krung Tinggai Mukim Mesjid Baroe Mukim Meuneumbok Mukim Lhok Bubon Mukim Mesjid Tuha (Terpilih) Mukim Pasie
Tahap III Tingkat Mukim	Mukim Mesjid Tuha	Desa Suak Timah (Terpilih) Desa Cot Darat Desa Cot Pluh Desa Cot Mesjid (Terpilih) Desa Cot Semeureung (Terpilih) Desa Paya Lumpat
Tahap IV Tingkat DEsa	Desa Suak Timah	Dusun Kuta Trieng Dusun Ketapang Dusun Tangse I Dusun Tangse II
	Desa Cot Seumeureung	Dusun Cot Puntong Dusun Blang Balee Dusun Ujong Padang Ban Dusun Padang Bayu
	Desa Cot Mesjid	Dusun Blang Ateuk Dusun Alue Kumbang

Selanjutnya penulis menggunakan tehnik *Purposive Sampling* untuk menentukan sasaran sampel, yaitu dengan memilih sampel yang hanya memenuhi beberapa karakteristik tertentu diantaranya; pria atau wanita, beragama islam, sudah menikah atau pernah menikah, pernah menonton tayangan infotainment silet mengenai pemberitaan perceraian artis serta pernah mengikuti kegiatan literasi media masing-masing minimal 1 kali. Sedangkan sampel yang akan diteliti adalah masyarakat di beberapa desa yang ada dalam Mukim Mesjid Tuha yaitu sebanyak 110 orang, diantaranya berasal dari Desa Suak Timah yang terdiri

atas 4 Dusun (Kuta Trieng, Ketapang, Tangse 1 dan Tangse II), Desa Cot Mesjid yang terdiri atas 2 Dusun (Alue Kumbang, Blang Ateuk), dan Desa Cot Seumeureung yang terdiri atas 4 Dusun (Cot Puntong, Blang Balee, Ujong Padang Ban, Padang Bayu).

#### **1.9.4 Jenis dan Sumber Data**

##### **1.10.4.1 Jenis Data**

Untuk mendukung penelitian ini penulis menggunakan jenis data primer dan jenis data sekunder. Data primer merupakan sumber data utama yang didapatkan dari responden melalui sebaran kuesioner berkaitan dengan hal yang diteliti. Sementara data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung melalui sumber yang dapat menjadi penunjang serta relevansi dengan topik permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

##### **1.10.4.2 Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh adalah berupa data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang mengacu terhadap informasi yang diperoleh peneliti dari tangan pertama yang berkenaan dengan tujuan spesifik dari penelitian, seperti hasil jawaban responden dalam kuesioner yang diberikan. Sedangkan sumber data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan peneliti melalui sumber yang telah ada, lalu peneliti menjadikannya sebagai sumber data tambahan seperti data angka perceraian di

Aceh, gambaran umum masyarakat setempat, dokumentasi serta jurnal-jurnal atau referensi yang relevan terkait penelitian ini.

### **1.9.5 Skala Pengukuran**

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah *Likert*, yakni skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, baik seseorang maupun sekelompok orang mengenai suatu kejadian atau gejala sosial (Sugiyono, 2010:132). Sugiyono juga menjelaskan variabel yang akan diteliti menggunakan skala *Likert* terlebih dahulu akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item pertanyaan. Lalu responden diminta melengkapi kuesioner yang mewajibkan mereka untuk memilih atau menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Tingkat persetujuan tersebut terdiri atas 5 pilihan, diantaranya adalah:

Sangat Setuju	Mendapat skor 5
Setuju	Mendapat skor 4
Ragu-ragu	Mendapat skor 3
Tidak Setuju	Mendapat skor 2
Sangat Tidak Setuju	Mendapat skor 1

### **1.9.6 Tehnik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti, dan peneliti menyajikannya dalam bentuk pernyataan secara tertutup, artinya jawaban setiap



pertanyaan telah disiapkan oleh peneliti. Responden hanya diperbolehkan menjawab dengan alternatif pilihan jawaban yang sudah disediakan pula. (Kriyantono, 2010:98).

### **1.9.7 Instrumen Penelitian.**

Kuesioner adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner atau biasa disebut dengan angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai permintaan peneliti, sehingga mereka disebut dengan responden (Riduwan, 2008:25). Responden akan diberikan pertanyaan tertutup, yang artinya responden hanya dapat memberi jawaban dengan tanda centang saja pada pilihan jawaban yang dianggap paling disetujui. Pada penelitian ini kuesioner atau angket disebarakan melalui *Google Form*.

### **1.9.8 Tehnik Analisis Data**

Beberapa langkah yang harus dilewati peneliti sebelum data yang diperoleh dapat dibaca dan diolah. Beberapa langkah tersebut diantaranya, *Editing*, *Coding* dan *Tabulasi*. *Editing* adalah langkah pertama, dimana setelah peneliti memperoleh data melalui kuesioner yang tersebar maka penulis harus mengecek terlebih dahulu apakah semua pertanyaan atau pernyataan yang diberikan telah dijawab semua atau masih ada yang terlewat. Sedangkan *Coding* adalah sebuah proses dimana setelah semua jawaban pada kuesioner dientri dalam *Microsof Excel* maka jawaban tersebut akan diberi kode dalam bentuk angka-angka. Sementara

*Tabulasi* adalah proses dimana peneliti melakukan pengelompokan data atas tiap jawaban. Baru setelah itu data akan dihitung dan dijumlahkan sampai berwujud dalam bentuk tabel yang berguna dan bermakna, melalui tabel tersebut akan dapat diperoleh hubungan antar variabel. Tahap selanjutnya peneliti akan melakukan uji analisis data, untuk melakukan ini peneliti menggunakan uji regresi sederhana dan uji regresi berganda.

Uji regresi sederhana yaitu yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, yang bertujuan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel. Maka dalam penelitian ini analisis regresi sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel, yakni pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, misalnya pengaruh variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ . Sedangkan uji regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk meramal pengaruh antara dua variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu untuk membuktikan apakah terdapat hubungan atau tidak antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat, misalnya seperti pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$ , .....,  $X_i$  terhadap  $Y$ . (Muhidin, 2007). Maka dalam penelitian ini uji regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  secara bersama-sama terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

## **1.9.9 Kualitas Penelitian**

### **1.10.9.1 Uji Validitas**

Untuk mengukur kevalidan atau tidaknya suatu kuesioner maka menggunakan uji validitas. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada

kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu cara pengukurannya adalah menggunakan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk (Ghozali, 2011:49). Tampilan output SPSS apabila menunjukkan korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk akan menunjukkan hasil yang signifikan. Sehingga masing-masing indikator pertanyaan barulah dapat dikatakan valid. (Ghozali, 2011:51).

#### **1.10.9.2 Uji Reliabilitas**

Untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk maka menggunakan uji reliabilitas sebagai alatnya. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal adalah jika jawaban responden terhadap pertanyaan selalu konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:45). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan uji statistic *Cronbach Alpha (a)*. Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliable jika memiliki reliabilitas yang baik dengan memberikan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 (Nunnally (1960) dalam Ghozali, 2011:46).

#### **1.9.10 Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian dilakukan hanya terbatas pada masyarakat Desa Suak Timah, Desa Cot Mesjid dan Desa Cot Darat saja, artinya penelitian dilakukan tidak pada semua masyarakat yang ada dalam Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat.

Selain itu, faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pada perceraian yang diteliti dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu intensitas menonton, intensitas komunikasi dan tingkat literasi media, sedangkan masih banyak faktor lainnya yang dapat memengaruhi sikap pada perceraian baik aktivitas media maupun non media. Dari segi media misalnya, seperti penggunaan media sosial, dalam penelitian ini variabel tersebut belum dimasukkan, peneliti hanya berfokus pada penggunaan media massa televisi saja.