



Persepsi Warga Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia Tentang Tayangan *Infotainment* SILET di RCTI

Perception of Residents of the Environment 21 of Tanjung Mulia Village About the SILET Infotainment Show on RCTI

Dilla Arifa¹⁾*, Yan Hendra²⁾ & Rehia K. Isabela Barus¹⁾

1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Medan Area, Indonesia

2) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: Mei 2019; Disetujui: Juni 2019; Diterbitkan: Juni 2019.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya *infotainment Silet* di RCTI yang cukup digemari oleh masyarakat sebagai hiburan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi warga Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uraian teori tentang komunikasi massa, media massa televisi, persepsi, *infotainment Silet*. Populasi penelitian ini adalah warga masyarakat Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia sampel penelitian ini 40 orang warga Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian bahwa persepsi warga Lingkungan 21 tentang tayangan *infotainment Silet* di RCTI adalah sangat positif, dimana persepsi warga terhadap tayangan *infotainment Silet* di RCTI cukup positif bila ditinjau dari segi materi penayangan yang berkaitan dengan jadwal penayangan, isi, waktu, durasi. Demikian juga dari sisi presenter yang membawa acara *infotainment*.

Kata Kunci: Persepsi Warga, Tayangan *Infotainment Silet*

Abstract

This research is motivated by the presence of Razor Infotainment on RCTI which is quite popular with the community as entertainment. The purpose of this study was to determine the perceptions of residents of the Environment 21 of Tanjung Mulia Village. The theories used in this study include a description of the theory of mass communication, television mass media, perception, razor infotainment. The population of this study were residents of the Environment 21 of Tanjung Mulia Village. The sample of this study was 40 people from the Environment 21 of Tanjung Mulia, Medan. The research method used is descriptive quantitative method. The results of the study showed that residents of the Environment 21 regarding Silet infotainment shows on RCTI were very positive, where people's perceptions of the Silet's infotainment impressions on RCTI were quite positive when viewed in terms of broadcast material related to the screening schedule, content, time, duration. Likewise from the side of the presenter who brought the infotainment program.

Keywords: *Perceptions of citizens, Impressions Infotainment Silet*

How to Cite: Arifa D. Hendra, Y & Barus, R.K.I (2017). Persepsi Warga Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia Tentang Tayangan *Infotainment* SILET di RCTI. *PERSPEKTIF*, 6 (2): 75-82.

*Corresponding author:

E-mail: diilla12@gmail.com

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri pertelevisian dewasa ini, membuat persaingan antara media televisi tidak terelakkan lagi. Tingginya persaingan itulah yang membuat mereka takut kehilangan pemirsa setianya, sehingga mendorong setiap stasiun televisi untuk mampu mempertahankan eksistensinya dengan memproduksi acara-acara baru, lebih menarik, cepat, tetapi tidak lepas dari keinginan pasar. Dengan kenyataan ini, televisi tumbuh menjadi sebuah industri yang memperoleh keuntungan dari aktivitas “jual beli” informasi dan hiburan.

Daya tarik utama media televisi terletak pada kemampuannya menghasilkan paduan gambar dan suara sekaligus. Dengan potensi *audio visual* tersebut, apapun yang disajikan media televisi menjadi lebih hidup dan tampak realistis. Tak mengherankan jika kemudian televisi menjadi media primadona di kalangan masyarakat. Fenomena di atas diperkuat oleh Sunardian Wirodono (2006) dalam pengantar bukunya yang berjudul “Matikan TV-mu” yang menyatakan: “Sebagai primadona media, televisi telah memberikan imbas yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Bahkan kehadirannya yang massif dengan bau kapitalistiknya yang kental, langsung atau tidak langsung berpengaruh pada perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia. Apalagi dalam deretan media informasi, media ini memiliki daya penetrasi jauh lebih besar dari pada media lainnya.”

Menurut data media Index-Nielsen Media Research, 2004 (Wiridono, 2006) diperoleh fakta yang berhubungan dengan besarnya penetrasi media televisi di bandingkan media massa lainnya seperti di bawah ini : “Penetrasi media televisi mencapai 90,7%, radio 39%, surat kabar 29,8%, majalah 22,4%, internet 8,8% dan orang menonton bioskop sebesar 15%. Data ini tidak beranjak jauh dari tahun sebelumnya, media televisi 89%, radio 44%, dan surat kabar 29%.

Besarnya angka penetrasi televisi berpengaruh pada semakin mudahnya pengiriman pesan di dunia saat ini. Dalam waktu sekejap kita dapat mengakses berbagai macam informasi. Sehingga tidak dapat dihindari lagi bahwa media televisi telah menjadi gudang informasi dan wahana pendidikan sekaligus hiburan bagi khalayaknya.

Salah satu tayangan yang sifatnya memberi informasi dan hiburan pada pemirsa adalah *infotainment*. *Infotainment* sendiri berasal dari kata *information* dan *entertainment* yang berarti sebuah kemasan acara yang *informatif* dan juga menghibur. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Infotainment>, di akses 11/01/2017). Di katakan informasi karena *infotainment* dapat di golongkan sebagai *soft news* atau *soft journalism* yang menawarkan berita personal. Nilai berita dalam jurnalisme televisi yang menyodorkan realitas baru, yaitu *human interest* dari kehidupan tokoh / selebritis membuat tingkat kedekatan emosional tertentu pada pemirsanya. (Wirodono, 2005)

Infotainment juga mengandung unsur hiburan karena program ini menempatkan selebritis sebagai tokoh utama, yang memainkan emosi dan memberikan sensasi yang di sukai pemirsa. Sensasi tersebut pada akhirnya memberikan rasa bebas dari kepenatan pekerjaan dan segala persoalan hidup.

Awalnya program ini mulai dipopulerkan oleh Ilham Bintang melalui Buletin Sinetron di TVRI pada tahun 1994, yang kemudian melahirkan *Cek n' Ricek*, *Hallo Selebriti*, dan program acara lainnya di sejumlah televisi swasta. Sekarang *Infotainment* telah berkembang cepat menjadi tayangan yang menjamur di hampir semua televisi swasta. Program tayangan ini berkembang dengan cepat karena biaya produksi murah, mudah dan di sukai oleh pemirsa. Untuk itu acara *Infotainment* tumbuh subur di dunia pertelevisian Indonesia. Apalagi dengan kewajiban televisi untuk memenuhi proporsi *content domestic* paling sedikit 60% dari ketentuan UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran. *Infotainment* menjadi formula tepat untuk memenuhi proporsi tersebut. (UU RI No 11, 2008)

Formula tersebut selanjutnya berjalan beringan dengan aspek komersialisme suatu media di pasaran yang mengarah untuk laba dan privatisasi. Formula *Infotainment* yang menggunakan tokoh/selebritis sebagai sumber utamanya, telah membuktikan kesuksesannya, Hal ini di buktikan dengan membajirnya para pemasang iklan. Dari 30 menit acara *Infotainment*, 6 menit adalah *slot* untuk iklan. Di ukur dari *rating*, *Infotainment* merupakan andalan televisi yang mempunyai

rating tinggi yang menyedot banyak iklan. Maraknya acara *Infotainment* di dunia pertelevisian Indonesia membuat para pengelola televisi akhirnya terjebak dalam keyakinan sendiri, bahwa tidak ada penonton yang setia pada stasiun televisi. Masing-masing stasiun televisi berlomba untuk membuat program acara *Infotainment*, karena hal itu dipercaya sebagai satu-satunya cara untuk bias merebut penonton.

Tahun 2005 merupakan awal munculnya *trend Infotainment* yang sifatnya investigasi. Berita jenis ini lebih memusatkan pada satu masalah dan kontroversi. Dalam laporan investigasi, wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. (Sumadiria, 2006).

Beberapa stasiun televisi yang mengemas acara *Infotainment* investigasi, di antaranya televisi RCTI dengan program *Silet* yang mulai tayang dengan konsep investigasi pada tahun 2002. Tahun 2006 Trans TV menayangkan *Insert Investigasi*. Kemudian di tahun 2007 TPI menayangkan *Kassel (Kasus Selebriti)* dan RCTI menayangkan *Kasak - Kusuk Investigasi*. Di tahun 2008 TPI dan Indosiar menambah maraknya program acara serupa dengan hadirnya *Plus - Minus* dan *Reality*.

RCTI merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang pertama kali membuat kemasan *Infotainment* berbeda dengan yang lainnya, eksklusif, lebih menarik dan lebih mendalam dalam program acara *Silet*. Selama satu jam, *Silet* hadir untuk mengupas tuntas permasalahan selebritis dan beberapa tokoh tanah air. Aneka peristiwa fenomenal pun ditayangkan untuk menarik perhatian pemirsa. *Infotainment* yang mulai tayang sejak tahun 2002 ini selalu membuat selebritis angkat bicara tentang persoalan yang tengah mereka hadapi dan dengan menghadirkan narasumber meski sulit ditemui. Tidak heran jika acara yang dipandu Feni Rose dan Donna Arsita ini selalu dinantikan kehadirannya.

Keunggulan dari acara tersebut tercermin pada sifatnya yang investigasi yaitu mengangkat satu topik permasalahan dari selebritis dan beberapa tokoh di tanah air kemudian dikupas acara mendalam acara *Silet* lebih menekankan pada ulasan beritanya actual dan fenomenal. Tema yang diangkat biasanya bersifat unik dan tidak lazim dimasyarakat dengan melibatkan pendapat

dari narasumber yang kompeten untuk memperkuat fakta.

Keunikan format yang berbeda dari acara sejenisnya dan besarnya respon yang diberikan responden menjadikan acara ini menarik untuk diteliti. Acara yang menjadi pelopor diberbagai stasiun televisi ini menggambarkan bahwa khalayak adalah aktif sehingga stasiun televisi harus selalu menyajikan inovasi agar dapat memberikan kepuasan pada pemirsanya.

Tayangan *Infotainment Silet* di RCTI ditonton oleh semua kalangan dan semua golongan, ditonton oleh masyarakat dipertanian maupun pedesaan, bahkan acara ini lebih menarik dari acara *Infotainment* lainnya bagi umum bahkan ditingkat lingkungan, hal ini disebabkan karena *Infotainment Silet* merupakan acara yang menarik bagi kalangan masyarakat tidak terkecuali warga Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia Kota Medan. Warga Lingkungan 21 ini menurut pengamatan penulis banyak yang menonton dan mengomentari tentang acara *Infotainment Silet* di RCTI, oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian lebih jauh sampai sejauh mana persepsi lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia terhadap acara *Infotainment Silet* yang ditayangkan di RCTI.

Peneliti memiliki *Silet* karena warga lingkungan 21 banyak yang menonton hal ini dan hal ini pada umumnya ditonton oleh kalangan ibu-ibu khususnya bagi ibu Rumah Tangga. Menurut pengakuan para ibu-ibu sementara menyatakan bahwa acara ini lebih menarik ditonton dibanding *Infotainment* lainnya, dan dari segi waktu ibu rumah tangga memiliki kesempatan untuk menontonnya karena ditayangkan pada jam 11.30 wib siang hari. Persepsi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah cara pandang warga masyarakat Lingkungan 21 khususnya kaum ibu-ibu rumah tangga sebagai objek penelitian sehingga gemar menonton *Infotainment Silet*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta - fakta yang tampak. Tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Metode deskriptif juga bertujuan untuk menuliskan secara sistematis

karakteristik populasi atau bidang – bidang tertentu secara fiktual dan cermat tanpa mencari atau menjelaskan suatu hubungan. (Rakhmat, 2004).

Menurut Sugiyono (2008) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah warga lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia yang menonton acara *infotainment silet* berjumlah 400 orang selama dalam setahun terakhir.

Menurut Sugiyono (2008) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu proses pengambilan sampel harus dapat menghasilkan sampel yang akurat dan tepat. Sampel yang akurat akan memberikan simpulan riset yang diharapkan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2005), yaitu:

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

Dimana :

n=Jumlah sampel

N=Ukuran Populasi

e=Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini ditentukan sebesar 10%.

Dari rumus tersebut di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{400}{1 + (400)(0.1)^2}$$

$$n=40$$

Maka yang menjadi sampel penelitian ini ditetapkan menjadi 40 orang atau 10% dari jumlah populasi dengan ketentuan remaja putrid dan perempuan usia 17-35 tahun.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian *survey*. *Survey* adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. (Kriyanto, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan yang diperoleh melalui penyebaran questioner, maka penulis menguraikannya ke dalam tabel dengan mentabulasikan secara terperinci sesuai dengan pertanyaan yang diajukan kepada 40 orang responden yang diambil dari sampel di Lingkungan 21 Kelurahan Tanjung Mulia.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	32	80
2	Setuju	6	15
3	Kurang Setuju	2	5
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel: 4.1. Persepsi pemirsa tentang frekuensi penayangan *infotainment Silet*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 32 orang (80%) menjawab sangat setuju, 6 orang (15%) menjawab setuju dan 2 orang (5%) menjawab kurang setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	30	75
2	Setuju	10	25
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel: 4.2. Persepsi pemirsa tentang durasi tayanagan *infotainment Silet*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 30 orang (75%) menjawab sangat setuju, 10 orang (25%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	38	95
2	Setuju	2	5
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.3. Pembahasan materi *infotainment Silet* di RCTI

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 38 orang (95%) menjawab sangat setuju, 2 orang (5%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	38	95
2	Setuju	2	5
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.4. Kemampuan presenter infotainment Silet di RCTI

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 38 orang (95%) menjawab sangat setuju, 2 orang (5%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	39	97
2	Setuju	1	3
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.6. Penayangan infotainment Silet di RCTI terhadap pribadi artis/tokoh

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 39 orang (97%) menjawab sangat setuju, 1 orang (3%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	35	87
2	Setuju	3	7
3	Kurang Setuju	2	6
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.7. Penayangan infotainment Silet di RCTI bersifat rahasia

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 35 orang (87%) menjawab sangat setuju, 3 orang (7%) menjawab setuju dan 2 orang (6%) menjawab kurang setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	34	85
2	Setuju	6	15
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.8. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang perselingkuhan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 34 orang (85%) menjawab sangat setuju, 6 orang (15%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	40	100
2	Setuju	-	-
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.10. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang aib seseorang

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh responden yaitu 40 orang (100%) menjawab sangat setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	36	90
2	Setuju	4	10
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.11. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang aktualisasi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 36 orang (90%) menjawab sangat setuju, 4 orang (10%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	39	97
2	Setuju	1	3
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.13. Penayangan infotainment Silet di RCTI mengenai cuplikan sudah tepat

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 39 orang (97%) menjawab sangat setuju, 1 orang (3%) menjawab setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	32	80
2	Setuju	8	20
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.14. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang suarrah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 32 orang (80%) menjawab sangat setuju, 8 orang (20%) menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas dapat terjadi bila akuntansi manajemen berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	40	100
2	Setuju	-	-
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.15. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang pencahayaan sudah tepat

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh responden yaitu 40 orang (100%) menjawab sangat setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	39	97
2	Setuju	1	3
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.16. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang cahaya gambar

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 39 orang (97%) menjawab sangat setuju, 1 orang (3%) menjawab setuju

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	36	90
2	Setuju	3	7
3	Kurang Setuju	1	3
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.17. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang tayangan gambar

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 36 orang (90%) menjawab sangat setuju, 3 orang (7%) menjawab setuju, dan 1 orang (3%) menjawab kurang setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	40	100
2	Setuju	-	-
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.18. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang visualisasi gambar

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh responden yaitu 40 orang (100%) menjawab sangat setuju.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	39	97
2	Setuju	1	3
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.19. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang segi bahasa

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 39 orang (97%) menjawab sangat setuju, 1 orang (3%) menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan memerlukan informasi akuntansi manajemen yang berupa aktiva diferensial.

No	Kategori	Sampel	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	40	100
2	Setuju	-	-
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		40	100

Tabel 4.20. Penayangan infotainment Silet di RCTI tentang keseluruhan infotainment

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh responden yaitu 40 orang (100%) menjawab sangat setuju.

Selanjutnya penulis akan memberikan skor dari hasil angket di atas, sebagaimana pada tabel berikut:

Dari skor rata-rata tabel di atas, selanjutnya akan dihitung mean dan rata-rata sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{x} = \frac{3570}{40}$$

= 87,6 (dibulatkan 88)

Dari tabel diatas diperoleh total nilai skor hasil persepsi warga terhadap penayangan infotainment Silet di RCTI adalah = 1916 dengan nilai rata-rata (\bar{x}) = 48

Jumlah skor diatas bila dibandingkan dengan keterangan interval penilaian dimana :

41 – ke atas = Sangat setuju

31 – 40 = Setuju

21 – 30 = Kurang setuju

11 – 20 = Tidak setuju

01 – 10 = Sangat tidak setuju

Maka diketahui bahwa nilai rata-rata yang diperoleh adalah: 88, hal ini berada pada kisaran 41 – lebih yang menunjukkan bahwa persepsi warga lingkungan 21 dalm kategori sangat positif terhadap infotainment Silet di RCTI.

SIMPULAN

Warga memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap intensitas penayangan infotainment Silet di RCTI. Warga memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap pembawa acara infotainment Silet di RCTI. Warga memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap isi acara infotainment Silet di RCTI. Warga memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap tampilan acara infotainment Silet di RCTI.

Disarankan kepada pengelola acara infotainment silet untuk meningkatkan intensitas penayangan yang lebih mengutamakan aspek positifnya. Disarankan kepada pengelola acara infotainment Silet RCTI untuk meningkatkan kompetensi dan daya tarik pembawa acara infotainment Silet. Disarankan kepada pengelola acara infotainment Silet untuk lebih meningkatkan kualitas usu acara infotainment Silet. Disarankan kepada pengelola acara infotainment Silet untuk lebih meningkatkan mutu tampilan acara infotainment Silet. Disarankan kepada warga untuk lebih mengutamakan aspek positif dari infotainment Silet sebagai media hiburan dan pendidikan yang mencerdaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I.R. (1994). Psikologi Pekerjaan Sosial dan Ilmu Sosial. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Anonim. (2017). Acara Silet. [Http://id.wikipedia.org/wiki/Silet_\(acara_televisi\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Silet_(acara_televisi)), Di Akses 23/01/2017.
- Anonim. (2017). Gambaran Umum RCTI. [Http://www.rcti.tv](http://www.rcti.tv), Di Akses 11/01/2017.
- Anonim. (2017). Infotainment. [Http://id.wikipedia.org/wiki/infotaiment](http://id.wikipedia.org/wiki/infotaiment), Di Akses 11/01/2017.
- Anonim. (2017). Sejarah RCTI. [Http://id.wikipedia.org/wiki/RCTI](http://id.wikipedia.org/wiki/RCTI), Di Akses 11/01/2017.
- Ardianto, E. (2004). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Barker, C. (2005). Cultural Studies: Teori dan Praktik. Penerbit Bentang, Yogyakarta, 2005.
- Bill, K. & Resential, T. (2001). Elemen – Elemen Jurnalisme. ISAI, Jakarta,.
- Budiono. Kamus Lengkap 300 juta Inggris – Indonesia ~ Indonesia – Inggris. Percetakan Alfa, Surabaya.
- Cangara, H. (2006). Pengantar Ilmu Komunikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Djuasa, S.S. (1994). Teori Komunikasi. Universitas Terbuka KM, Jakarta.
- Effendy, O.U. (2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Effendy, O.U. (2003). Ilmu Teori dan Praktek Komunikasi. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Effendy, O.U. (2004). Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Dengan Contoh Anilisis Statistik. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Harahap, D.U. (2015). Persepsi Remaja Tentang Program Acara YKS (Yuk Keep Smile) Di Trans TV. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, Medan.
- Jeffkins, F. (2003). Public Relations. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kuswandi, W. (1996). Komunikasi Massa Sebuah Anilisis Media Televisi. Rineka Cipta, Jakarta.
- Nurudin. (2004). Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada, Jakarta,.
- Piliang, Y.A. (2002). Media Tor Nomor 2. Jakarta.
- Rakhmat, J. (2005). Psikologi Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung,
- Singarimbun, M. Effendo, S. (2006). Metode Penelitian Survey. LP3ES, Jakarta.
- Sumadiria, A.S.H. (2006). Jurnalistik Indonesia (Menulis Berita dan Feature). Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

- Syaodih, N. (2006). Metode Penelitian Pendidikan. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006.
- Tan, A.S. (1985). Communication Theories And Research, Second Edition. John Wiley & Sons Inc, New Jersey, 1985.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008. Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kesindo Utama, Surabaya.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002. Tentang Penyiaran.
- Vivian, J. (1998). The Media Of Mass Communication. Edition Information: 5th ed. Allyn and Bacon, Boston.
- Wahyudi, J.B. (1986). Media Komunikasi Massa Televisi. Penerbi Alumni, Bandung.
- Widjaja, A.W. (2002). Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Wirodono, S. (2005). Matikan TV-Mu. Resist Book, Yogyakarta.
- Wiryanto. (2000). Teori Komunikasi Massa. PT. Grasindo, Jakarta.
- Wright, C. R. (1995). Sosiologi Komunikasi Massa. Remaja Karya, Bandung.