



**PERSEPSI MAHASISWI FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
TERHADAP TAYANGAN “DUA HIJAB” DI TRANS7**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi



Diajukan Oleh

Nama : Widiati Utami

NIM : 1206015093

Peminatan : Penyiaran

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR.HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widiati Utami

NIM : 1206015093

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Judul : Persepsi Mahasiswi FAI UHAMKA Terhadap Tayangan Dua Hijab di Trans7

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Desember 2016

Yang Menyatakan,

Tanda Tangan

Widiati Utami

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswi FAJ UHAMKA Terhadap Tayangan Dua

Hijab di Trans7

Nama : Widiati Utami

NIM : 1206015093

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran



Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Maryono Basuki, M.Si.
Tanggal : 6 Oktober 2016

Farida Haryati, M.I.Kom.
Tanggal : 6 Oktober 2016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA terhadap Tayangan Dua Hijab di Trans7
Nama : Widiati Utami
NIM : 1206015093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

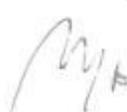
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 26 November 2016, dan dinyatakan LULUS.


Dr. Sri Mustika, M.Si.
Penguji I

Tanggal: 14/12/16


Farhan Muntafa, M.Stat.
Penguji II

Tanggal: 15/12/16


Dr. Maryono Basuki, M.Si.
Pembimbing I

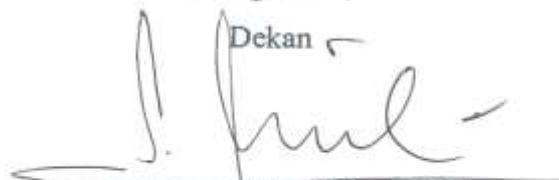
Tanggal : 16/12/16


Farida Hariyati, S.Ip., M.I.Kom.
Pembimbing II

Tanggal : 16/12/16

Mengetahui,

Dekan


Said Romadlan, S.Sos, M.Si.

iv

ABSTRAK

Judul : Persepsi Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA terhadap Tayangan Dua Hijab di Trans7
Nama : Widiati Utami
NIM : 1206015093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 89 + xiii halaman + 15 tabel + 6 gambar + 11 lampiran + 35 bibliografi

Dua Hijab merupakan program acara di Trans7 dengan tema fashion hijab yang memberikan aneka tips dan inspirasi dalam berpakaian dan berhijab. Di tengah pemakaian hijab masa kini yang begitu modis dan modern banyak pro dan kontra. Hijab saat ini cenderung dipandang sebagai tren mode dan bukan sebagai aturan syariat. Penelitian ini mengkaji persepsi mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA terhadap tayangan Dua Hijab di Trans7.

Paradigma penelitian ini adalah positivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kognitif. Asumsi teori ini bahwa individu mempunyai kemampuan memproses informasi. Kemampuan memproses informasi tergantung kepada faktor kognitif, yang perkembangannya berlangsung secara bertahap.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswi Fakultas Agama Islam UHAMKA yang berjumlah 390 mahasiswi. Sampel penelitian 80 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket pengamatan dan studi pustaka. Teknik pengolahan data, uji validitas, dan reabilitas dilakukan dengan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan keseluruhan tabel *frequency* berada pada kategori sedang yaitu 51,2% dengan frekuensi 41 responden dipernyataan item hijab modern dan 50% dengan frekuensi 40 responden dipernyataan item hijab syar'i. Ini berarti persepsi mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA terhadap tayangan Dua Hijab di Trans7 layak dikenakan oleh mereka. Responden lebih memandang hijab sebagai *style* daripada sebagai kewajiban untuk memenuhi syariat.

Secara akademis penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan teori behaviorisme untuk mengetahui lebih dalam mengenai persepsi khalayak. Secara metodologis penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode *delphic technique* dalam pengumpulan data. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada group Trans Media untuk memberikan tayangan yang edukatif dan informatif.

Kata Kunci : Persepsi, Dua Hijab, Trans7

KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Allah Swt, karena atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (FISIP UHAMKA).

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

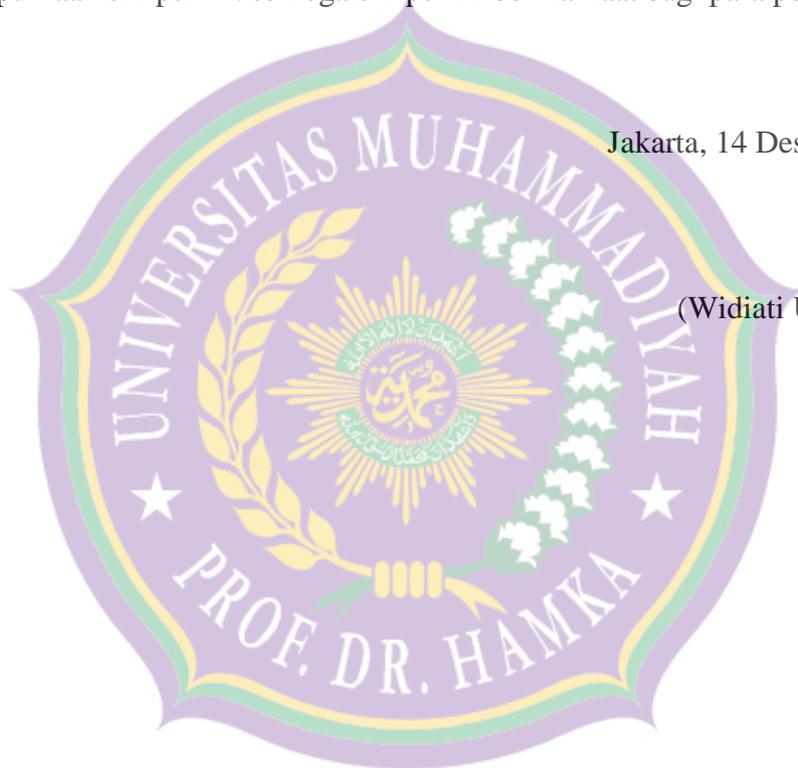
1. Keluarga tercinta, Ibunda Almh. Siti Fatimah, Ayahanda Rasiman, dan Ibunda Endang Istiyawati serta kakak tersayang yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa yang tiada henti.
2. Dekan FISIP UHAMKA, Said Romadlan, S.Sos, M.Si
3. Wakil Dekan Dr. Sri Mustika M. Si. sekaligus dosen PA penulis
4. Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA, Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.kom.
5. Drs. Maryono Basuki, M.Si. dosen pembimbing I dan Farida Hariyati, M.I.Kom. dosen pembimbing II yang telah memotivasi dan membimbing penulisdengan sabar.
6. Dosen-dosen FISIP UHAMKA. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan berlangsung.
7. Staf FISIP UHAMKA yang telah membantu penulis dalam mengurus prosedur administrasi perkuliahan.
8. Sahabat penulis Dinda Andjani dan Eko Sutopo yang telah memberikan dukungan dan semangat.

9. Teman-teman FISIP UHAMKA angkatan 2012 Wita Januarini, Try Agustina, Cantik Dhentasha, Syalsabillah, yang telah memberikan dukungan dan menyediakan waktu untuk bertukar pikiran.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan masukan demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 14 Desember 2016

(Widiati Utami)



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Pembatasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Signifikansi Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II KERANGKA TEORI	13
2.1. Paradigma Positivisme	13
2.2. Hakikat Komunikasi	14
2.2.1. Definisi Komunikasi	14
2.2.2. Fungsi Komunikasi	15

2.2.3.	Elemen Komunikasi	16
2.2.4.	Model Komunikasi	17
2.2.5.	Konteks Komunikasi	19
2.3.	Komunikasi Massa	22
2.3.1.	Definisi Komunikasi Massa	22
2.3.2.	Karakteristik Komunikasi Massa	23
2.3.3.	Fungsi Komunikasi Massa	24
2.3.4.	Komponen Komunikasi Massa	26
2.4.	Penyiaran	27
2.4.1.	Definisi Penyiaran	27
2.4.2.	Media Penyiaran	28
2.4.2.	Sifat Media Penyiaran	29
2.5.	Televisi	30
2.5.1	Definisi Televisi	30
2.5.2.	Sejarah Televisi	31
2.5.3.	Siaran Televisi di Indonesia	32
2.5.4.	Fungsi Televisi	33
2.5.5.	Karakteristik Televisi	33
2.5.6.	Kekuatan Televisi	35
2.5.7.	Kelemahan Televisi	35
2.5.8.	Program Televisi	36
2.5.9.	<i>Magazine Show</i>	37
2.6.	Persepsi	37

2.6.1.	Definisi Persepsi	37
2.6.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	38
2.6.3.	Proses Terbentuknya Persepsi.....	39
2.7.	Teori Kognitif	41
2.8.	Dua Hijab.....	42
2.9.	Khalayak	43
2.10.	Remaja	44
2.11.	Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	45
2.11.1.	Definisi Konsep	45
2.11.2.	Hijab Dalam Pandangan Islam	47
2.11.3.	Tayangan “Dua Hijab” di Trans7	50
2.11.4.	Operasional Konsep.....	54
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1.	Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian.....	57
3.1.1.	Pendekatan Penelitian	57
3.1.2.	Jenis Penelitian	58
3.1.3.	Metode Penelitian	59
3.2.	Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel.....	59
3.2.1.	Populasi	59
3.2.2.	Sampel	60
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel	60
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	62
3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64

3.5.	Teknik Analisis Data	66
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	67
3.6.1.	Lokasi	67
3.6.2.	Jadwal Penelitian	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAH	68
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	68
4.1.1.	Sejarah Singkat Trans7	68
4.1.2.	Visi Misi Trans7	69
4.1.3.	Struktur Perusahaan Trans7.....	69
4.1.4.	Profil Tayangan Dua Hijab.....	70
4.1.5.	Profil Fakultas Agama Islam UHAMKA	72
4.2.	Profil Responden	75
4.3.	Hasil Penelitian.....	76
4.4.	Pembahasan	81
4.4.1.	Persepsi Mahasiswi FAI UHAMKA Terhadap Tayangan Dua Hijab di Trans7	81
4.4.2.	Relevansi Penelitian Dengan Konsep Kognitif	83
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

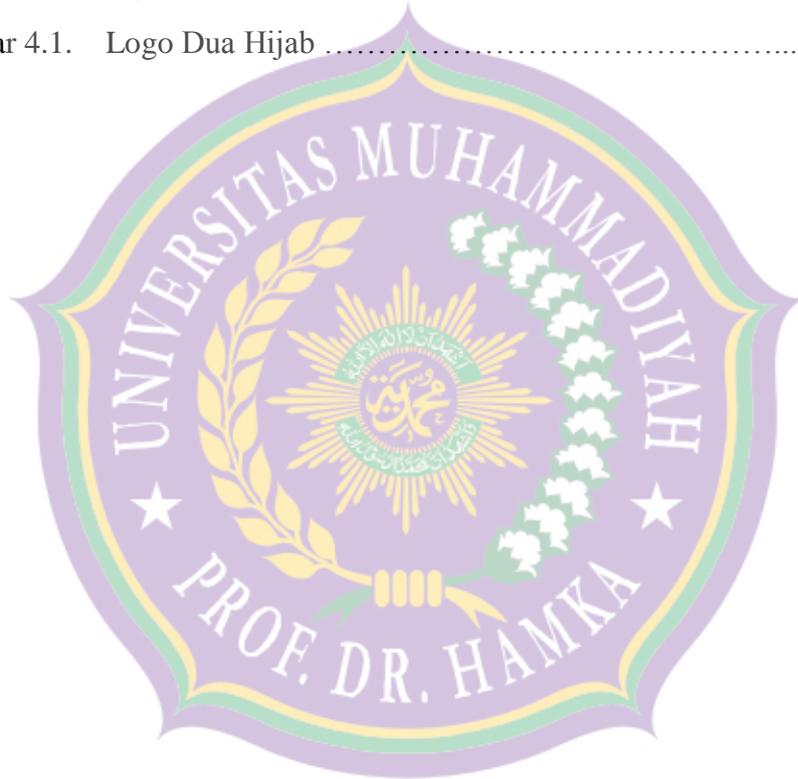
LAMPIRA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Sifat Media Penyiaran.....	29
Tabel 2.2.	Persepsi	46
Tabel 2.3.	Operasionalisasi Konsep	54
Tabel 3.1.	Kerangka Sampling	62
Table 3.2.	Analisis Reliabilitas	64
Table 3.3.	Analisis Reliabilitas	64
Table 3.4.	Uji Validitas	65
Tabel 3.5.	Jadwal Penelitian	67
Table 4.1.	Distribusi Frekuensi Semester.....	75
Table 4.2.	Hijab Modern	76
Table 4.3.	Hijab Syar'i	77
Table 4.4.	Statistik Deskriptif Hijab Modern.....	79
Table 4.5.	Frekuensi Hijab Modern	79
Table 4.6.	Statistik Deskriptif Hijab Syar'i.....	80
Table 4.7.	Frekuensi Hijab Syar'i	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Hijab <i>Boyish</i>	51
Gambar 2.2.	Hijab <i>Feminine sporty</i>	51
Gambar 2.3.	Hijab <i>Maxi Dress</i>	52
Gambar 2.4.	Hijab <i>Denim</i>	53
Gambar 2.5.	Hijab <i>Syar'i</i>	53
Gambar 4.1.	Logo Dua Hijab	73



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan berkembangnya masyarakat serta peradaban dan kebudayaannya, media mengalami kemajuan pula melalui alat komunikasi yang dipergunakannya. Semua digunakan untuk memuaskan penggunanya yang heterogen dengan jangkauannya yang sangat luas.

Penyiaran/siaran sebagai *output* media radio dan televisi memiliki fungsi yang sama dengan media massa lainnya, yaitu fungsi mendidik, menginformasikan, menghibur, mempromosikan, menjadi agen perubahan sosial, dan melakukan kontrol sosial, serta mentransfer nilai-nilai budaya. Setiap mata acara siaran direncanakan, diproduksi, dan ditampilkan kepada khalayak dengan isi pesan yang bersifat edukatif, informatif, persuasif, dan komunikatif (Riswandi, 2009 : 14).

Penyiaran merupakan kegiatan penyelenggaraan siaran, yaitu rangkaian mata acara dalam bentuk audio (suara) atau visual (gambar) yang di tansmisikan dalam bentuk signal suara atau gambar (Rusnandi, 2011: 2).

Dalam dunia *broadcast* atau penyiaran, proses penyiaran terjadi sejak ide itu diciptakan hingga akhirnya disebarluaskan. Langkah-langkahnya meliputi penggagas ide yang dalam hal ini adalah komunikator. Ide itu kemudian diubah menjadi suatu bentuk pesan yang dapat dikirimkan, baik secara verbal maupun nonverbal melalui saluran dan atau sarana komunikasi yang memungkinkan pesan itu mampu menjangkau khalayak luas (komunikan).

Media adalah saluran komunikasi massa yang memiliki ciri-ciri khusus, yaitu mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian khalayak secara serempak dan serentak (Riswandi, 2009 : 2).

Radio sebagai salah satu media komunikasi massa yang mempunyai gaya tersendiri dalam menyampaikan informasi kepada para pendengar. Cara penyampaian informasi itu biasa disebut radio siaran *style* atau gaya radio siaran. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup : imajinatif, auditori, akrab, dan gaya percakapan (Elvinaro, 2004: 123).

Media televisi adalah media audio visual, media yang selain didengar tetapi juga dapat dilihat, dengan kata lain media yang dapat dinikmati oleh mata dan telinga, apa yang ditayangkan semua terlihat seolah-olah realitas yang sebenarnya.

Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi memiliki kelebihan dari media massa lainnya karena bersifat audio dan visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan, dan secara langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi kepada setiap pemirsa dimanapun berada (Riswandi, 2009: 2).

Media massa khususnya televisi memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap perkembangan informasi yang ada di masyarakat kita. Sebut saja mulai dari informasi politik, ekonomi, *fashion*, dan sebagainya. Hal ini karena televisi merupakan media yang paling mudah diakses oleh sebagian masyarakat Indonesia.

Televisi tidak hanya digunakan sebagai media untuk memperoleh informasi dan berita, tetapi juga sebagai sarana hiburan. Banyaknya jumlah stasiun televisi

menghadirkan beragam pilihan bagi pemirsanya. Spesialisasi stasiun televisi menjadi ciri khas mereka dalam menggaet jumlah audiens.

Program siaran televisi adalah satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan. Sehingga dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Atau dapat dikatakan bahwa, siaran keseluruhan satu stasiun televisi tersusun dari beberapa program siaran. Masing- masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi, iptek, dan berita. *Slot* waktu masing-masing program dirancang sesuai dengan tema program itu (*programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya. (Hidajanto Djamal, 2011 : 160)

Program siaran televisi atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton. (Morissan, 2008 : 209)

Program siaran televisi berkualitas menurut survei indeks kualitas program siaran televisi di Indonesia yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) 2015.¹

- Mata Najwa (Metro TV) adalah program talkshow unggulan Metro TV yang dipandu oleh jurnalis senior, Najwa Shihab. Talkshow ini ditayangkan setiap hari Rabu pukul 20.05 hingga 21.30 WIB. Terbaru, program televisi Mata Najwa sering mengulik soal mafia bola Indonesia dengan menghadirkan beberapa narasumber yang berkompeten.
- Laptop Si Unyil (Trans 7) tayang pertama kali di Trans7 sejak tanggal 19 Maret 2007 setiap hari Senin hingga Jumat dari pukul 13.00 WIB. Program televisi ini lebih menggali mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi serta membahas juga mengenai permainan yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan.

Program siaran televisi tidak berkualitas menurut survei indeks kualitas program siaran televisi di Indonesia yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) 2015.

- Pesbuker (ANTV) Program *variety show* yang menyontek nama dan logo jejaring sosial terbesar di dunia ini. Pesbuker melewati aspek "Menghormati orang dan kelompok tertentu" dan "Tidak bermuatan kekerasan".

¹ <http://kpi.go.id/download/Pengumuman/Handout-hasil-survei-indeks-kualitas-program-siaran-televisi-maret-april-2015-KPI.pdf> (diakses pada tanggal 18 Maret 2016 pukul 20.00 wib)

- Sinema Pintu Taubat (Indosiar) Program sinetron yang menayangkan tentang drama kehidupan sebuah keluarga. Aspek terburuk dalam penilaian sinetron ini justru datang dari ketidakmampuannya “membentuk watak, identitas dan jati diri bangsa Indonesia yang bertakwa dan beriman”.

Di Indonesia banyak sekali stasiun televisi yang didirikan salah satunya Trans7 yang berada dalam group media Trans Media dan diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. Trans7 berkomitmen untuk menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan, penuh hiburan serta kepribadian bangsa yang membumi. Program-program acara baru disajikan Trans7 untuk memikat pemirsa tv.² Salah satunya *genre* program *magazine* yang menjadi daya tarik perhatian penonton.

Program *magazine* adalah suatu program acara tv dengan topik atau tema yang disajikan mirip dengan topik-topik atau tema yang terdapat dalam suatu majalah (*magazine*). *Magazine* adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang. *Magazine* ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita. *Magazine* lebih menekankan pada aspek “menarik” suatu informasi daripada aspek pentingnya. Suatu program *magazine* dengan durasi 30 menit atau satu jam dapat terdiri atas hanya satu topik atau beberapa topik (Morissan, 2009 : 221).

² <http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=3> (diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 15.30 wib)

Salah satu program *magazine* yaitu Dua Hijab. Program dengan tema fashion hijab yang memberikan aneka tips dan inspirasi dalam berpakaian dan berhijab yang dipandu oleh dua designer hijab, yaitu Zaskia Sungkar dan Jenahara. Setiap minggunya akan ada tema hijab yang berbeda-beda. Dalam acara ini mereka akan membahas tentang tips dan inspirasi hijab saat ini, dari mengkombinasikan warna hijab dengan warna busana yang akan dikenakan, motif yang sesuai dengan situasi atau acara yang ada, juga aksesoris yang pas dengan busana yang dikenakan. Acara ini mengudara setiap hari minggu pukul 09.15 WIB di Trans7.³

Hijab menjadi *trend* saat ini terutama pada anak muda yang senang dengan hal-hal yang baru dan *fashionable*. Gaya hijab saat ini tidak hanya bermain dengan kreasi jilbab, namun juga pakaian yang semakin beraneka ragam. Begitu modern dan cantiknya gaya hijab ini sehingga banyak wanita yang senang menggunakannya.

Diprogram Dua Hijab, menjadikan hijab lebih modis dan modern sehingga wanita yang mengenakannya bisa lebih *fashionable* dan menarik. Dengan tema-tema hijab yang berbeda setiap minggunya sehingga para wanita mempunyai update terbaru model hijab yang akan dikenakan.

Di tengah model hijab masa kini yang begitu modis dan modern banyak pro dan kontra tentang hijab di jadian *trend fashion* saat ini. Hijab saat ini mulai tidak sesuai dengan pandangan Islam. Dalam pandangan Islam hijab yaitu menutup seluruh tubuh, selain yang dikecualikan (wajah dan telapak tangan). Tidak untuk berhias dalam arti tidak memperkenankan menampilkan perhiasan selain yang biasa

³ <http://www.pikore.com/duahijabtrans7> (diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 15.30 wib)

nampak atau terlihat. Hijab harus tebal dan tidak tipis. Hijab haruslah longgar tidak ketat atau membentuk lekuk tubuh. Tidak menyerupai pakaian laki-laki. Tidak untuk popularitas yaitu hijab yang dipakai memiliki tujuan meraih popularitas (gengsi) di tengah-tengah orang banyak (Al albani, 2002: 45).

Dalam Islam hijab adalah identitas muslimah. Hijab ditunjukkan untuk menutup perhiasan wanita dan melindungi kecantikannya, bukan justru menjadi perhiasan baru atau pengganti keindahan (Siauw, 2015: 114).

Bila hijab justru menjadi perhiasan yang menyebabkan wanita jadi pusat perhatian di mana pun ia pergi, tentu tujuan hijab, yaitu menutupi perhiasan, tidak terjadi. Karena hijab justru telah menjadi perhiasan baru.

Peneliti mengambil populasi mahasiswi Fakultas Agama Islam UHAMKA karena mahasiswi FAI yang seharusnya lebih mengerti tentang kewajiban memakai hijab dan cara memakai hijab sesuai pandangan Islam tetapi masih ada beberapa mahasiswi yang memakai hijab hanya pada saat perkuliahan berlangsung.

Dari sinilah masalah muncul dan menarik perhatian peneliti untuk meneliti dengan judul “Persepsi Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA terhadap Tayangan Dua Hijab Di Trans7”.

Sebelum dilakukan penelitian mengenai Persepsi Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA terhadap Tayangan Dua Hijab Di Trans7. Peneliti melakukan penelusuran hasil-hasil penelitian sejenis yang dapat dicantumkan sebagai perbandingan yaitu:

1. Anindita Novi Sagitha, 2011. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang meneliti

mengenai Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan “Opera Van Java” Di Trans7. Teori yang digunakan Teori *Kognisi* dan Teori *Individual Defference*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan Metode survey. Hasil Penelitian menunjukkan persepsi FISIP UHAMKA terhadap tayangan Opera Van Java positif. Tidak terdapat perbedaan antara signifikan mahasiswa FISIP UHAMKA baik laki-laki maupun perempuan. Nilai signifikansi menunjukkan angka 0,37. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan Opera Van Java memiliki nilai hiburan, karena selalu menyajikan cerita-cerita yang variatif, baik yang terjadi di sekitar masyarakat maupun dongeng.

2. Dhany Riyadi, 2012. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang meneliti mengenai Persepsi Warga Swadarma Raya Kampung Baru RW 02 Kelurahan Ulujami Jakarta Selatan Terhadap Tayangan *Reality Show* “Jika Aku Menjadi” Di Trans7. Teori yang digunakan Teori *Kognisi* dan Teori *Individual Defference*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan Metode survey. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan positif terhadap tayangan *reality show* Jika Aku Menjadi di trans tv dengan skor berjumlah 16648 dari 172 responden. Dilihat dari segi jenis kelamin, yaitu antara laki-laki dan perempuan bahwa tayangan *reality show* Jika Aku Menjadi di Trans TV tidak signifikan (tidak berpengaruh), dan tidak menyebabkan timbulnya persepsi. Positif yang

dimaksud ialah bahwa tayangan tersebut memang benar apa adanya tanpa melihat *script* atau sesuai realita yang terjadi.

3. Wenny Arly, 2012. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang meneliti mengenai Persepsi Siswa SMAN 3 Depok Terhadap Tayangan Pesbukers di ANTV. Teori yang digunakan Teori *Kognisi* dan Teori *Individual Defferences*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan Metode Survey. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Siswa SMAN 3 Depok terhadap tayangan Pesbukers di ANTV positif tidak terdapat perbedaan antara signifikan siswa SMAN 3 Depok laki-laki dan perempuan nilai signifikansinya. Tayangan Pesbukers memiliki nilai hiburan, karena selalu menyajikan cerita-cerita yang variatif baik yang terjadi di sekitar masyarakat maupun dongeng.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu hanya melihat persepsi negatif atau positifnya sebuah tayangan. Sedangkan penelitian ini tidak hanya melihat tentang persepsi negatif atau positif, tetapi lebih pada pro – kontra tentang tayangan hijab dalam acara Dua Hijab di TV Trans7.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, data dirumuskan masalah pokok penelitian ini, yaitu :

Bagaimana persepsi mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA terhadap tayangan Dua Hijab di Trans7?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Persepsi
2. Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
3. TV Trans7

1.4. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah

Untuk mengetahui persepsi mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA terhadap tayangan Dua Hijab di Trans7.

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA dan mahasiswa lainnya. Adanya teori yang ingin dibahas yaitu teori kognitif, bahwa dalam proses

komunikasi, kognitif atau pengetahuan merupakan wujud dari kenyataan atau kebenaran, informasi dan prinsip-prinsip yang dimiliki oleh umat manusia.

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang dapat digeneralisasikan untuk mendapatkan data yang akurat dan metodologi ini mempunyai paradigma positivisme. Penelitian diharapkan dapat digunakan dan memberikan sumbangan terhadap pengembangan metode-metode penelitian baru yang lebih valid dengan metode survei.

1.5.3. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada lembaga, yaitu PT. *Trans Corporation* khususnya dalam memperbaiki atau mengembangkan kegiatan industri pertelevisian, sehingga PT. *Trans Corporation* dapat memberikan tayangan yang edukatif dan informatif.

1.6. Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun proposal skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam 3 (tiga) bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menerangkan pendahuluan yang akan penulis teliti mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini akan dijabarkan tentang paradigma positivisme, komunikasi, komunikasi massa penyiaran, televisi, persepsi, kognitif, khalayak, Dua Hijab, dan definisi konsep serta operasionalisasi konsep.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijabarkan tentang deskripsi dari obyek penelitian, hasil penelitian, pembahasan dan relevansi penelitian dengan konsep yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dijabarkan tentang kesimpulan dan saran-saran. Saran-saran tersebut terdiri dari saran akademis, saran metodologis dan saran praktis.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia, Kuliah Dasar*. Jakarta: Professional Books.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran, Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Hartiningih. 2014. *Komunikasi Massa Televisi Dan Tayangan Kekerasan Dalam Mendekatkan Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana.
- _____. 2012. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McQuail, Denis. 2011. *McQuail's Mass Communication Theory: Buku 2, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mufid, Muhammad. 2007. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Morissan. 2008. *Manajemen MEDIA PENYIARAN*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Cespur.
- Rahmawati, Indah dan Dodoy Rusnandi. 2011. *Berkarier di Dunia Broadcast, Televisi dan Radio*. Bekasi: Laskar Aksara.
- Rakhmat, Jalaludin, 1985. *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV
- Riswandi. 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sandjaja dan Albertus Heriyanto, 2006. *Panduan Penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2003. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Siauw, Felix Y. 2015. *Yuk, Berhijab*. Jakarta: Alfath Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sukardi. 2003. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tankard, James W dan Werner J. Severin. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan Di Dalam Media Massa edisi keempat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Taylor, Shelley E, dkk. 2009. *Psikologi Sosial edisi ke duabelas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Walgito, Bimo. 1989. *Pengantar Psikologi Umum*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Widjaja, W. 2010. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

KARYA ILMIAH:

Riyadi, Dhany. 2012. *Persepsi Warga Swadarma Raya Kampung Baru RW 02 Kelurahan Ulujami Jakarta Selatan Terhadap Tayangan Reality Show “Jika Aku Menjadi” Di Trans7*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Sagitha, Anindita Novi. 2011. *Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Opera Van Java Di Trans7*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Arly, Wenny. 2012. *Persepsi Siswa SMAN 3 Depok Terhadap Tayangan Pesbukers di ANTV*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

SUMBER LAIN:

<http://www.trans7.co.id/?v=artikel&id=3> (diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 15.30 wib)

<http://www.pikore.com/duahijabtrans7> (diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 15.30 wib)

<https://www.youtube.com/watch?v=FQ6eGgw1V8> (diakses pada tanggal 12 Mei 2016 pukul 10.00 wib)

<https://www.youtube.com/watch?v=fHplcIGaMf4> (diakses pada tanggal 12 Mei 2016 pukul 10.15 wib)

<https://www.youtube.com/watch?v=R86XjtLr8L0> (diakses pada tanggal 12 Mei 2016 pukul 10.30 wib)

<https://www.youtube.com/watch?v=0lxF8M99DGE> (diakses pada tanggal 12 Mei 2016 pukul 10.45 wib)

<https://www.instagram.com/p/BDa2c0Rsy3L/?taken-by=duahijabtrans7> (diakses pada tanggal 12 Mei 2016 pukul 16.00 wib)

<https://twitter.com/duahijabt7> (diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 15.30 wib)