

## PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA RT 02 RW 07 DESA PANGKALAN BARU KECAMATAN SIAK HULU TERHADAP SINETRON UMMI DI ANTV

<sup>1</sup> Rizki Eriza, <sup>2</sup>Mustafa

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: riskieriza@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi ibu rumah tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV, serta apa yang menjadi ketertarikan para ibu dalam menonton sinetron tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui angket kepada 60 responden di lokasi penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan uji validitas menggunakan SPSS 17. Data dianalisis dengan tabel frekwensi skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan persepsi terhadap Sinetron Ummi dalam kategori baik dengan nilai persentase 62,10%. Adapun faktor yang menjadi ketertarikan para ibu dalam menonton sinetron ini adalah dari indikator penerimaan yaitu alur cerita dalam sinetron menarik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase berdasarkan jawaban responden yaitu dengan nilai persentase 68 % dalam kategori baik, sedangkan dari indikator kebutuhan, dengan nilai persentase 65,55% dalam kategori baik dan dari indikator penerimaan dengan nilai persentase 62,08% juga dalam kategori baik.

**Kata kunci:** Persepsi, sinetron, televisi, ibu rumah tangga

### Pendahuluan

Televisi merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia, Kini televisi telah menjadi kebutuhan pokok. Semua orang kini telah mempunyai televisi dalam satu rumah, tak hanya satu televisi yang mereka punya bahkan mereka mempunyai televisi sampai dua, tiga, dan seterusnya. Sehingga mereka perggunakan waktu untuk mengakses media menjadi lebih besar. Televisi mempunyai kemampuan dalam menyatukan antar fungsi audio terutama audio dan visual, ditambah dengan kemampuannya memainkan warna. Penonton leluasa menentukan saluran mana yang mereka senangi. Orang menonton berbagai macam program televisi, mulai dari acara komedi, berita hingga sinetron. Kita adalah masyarakat yang bergantung pada televisi dan apa yang ditawarkan setiap hari, televisi telah menemukan jalannya ke dalam ruang tamu kita, percakapan kita, dan bahkan keadaan psikis kita. Penemuan dari tahun 1940-an ini tidak hanya mampu bertahan hingga millennium baru ini, melainkan juga telah menjadi kekuatan yang dominan dalam mengubah masyarakat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ardianto Elvinaro, M.Si. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatmana Media. 2009. Hlm.134

Era globalisasi informasi sekarang ini, Indonesia diramaikan oleh hadirnya beberapa televisi swasta seperti TVRI, RCTI, SCTV, ANTV, INDOSIAR, METRO TV, TRANS TV, dll, yang sudah lama beroperasi. Keberadaan media saat ini bukan lagi sebagai kebutuhan sekunder. Namun saat ini, media dijadikan sebagai kebutuhan primer. Secara keseluruhan, konsumsi media menunjukkan bahwa Televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%).<sup>2</sup>

Dengan banyaknya stasiun televisi yang ada di Indonesia yang hadir dengan berbagai macam acara yang lebih mengutamakan hiburan, tentu membawa konsekuensi semakin berat bagi pemirsa untuk lebih selektif menyaksikan tayangan yang patut dinikmati. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan digunakan untuk ngobrol dengan keluarga.

Andalas Televisi (ANTV) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional Indonesia. ANTV merupakan stasiun televisi yang banyak ditonton oleh masyarakat yaitu berada di peringkat ke 2 setelah SCTV. Berbagai jadwal tayangan yang ada di ANTV seperti Sinetron, film Bollywood, serial Animasi, the series memiliki kalangan penggemar tersendiri yang sangat fanatik. Salah satu sinetron yang memiliki banyak penggemar di ANTV yaitu sinetron Umami, mengangkat kisah kesabaran seorang istri terhadap suaminya. Sinetron ini mampu menyedot perhatian di episode perdananya, sinetron ini sukses berada di peringkat 7 dengan TVR 3,0 dan share 23,7%. Umami menjadi program ANTV kedua setelah Jodoh Wasiat Bapak yang berada di 10 besar.<sup>3</sup>

Dalam sinetron Umami menceritakan kesabaran seorang istri terhadap suaminya, dalam sinetron ini adanya kekerasan yang sering dilakukan oleh Abah Asep terhadap Umami Marwah, baik secara lahir maupun batin tetapi Umami Marwah tetap sabar menghadapi sikap abah asep yang seperti itu. Umami Marwah merupakan ustazah terkenal yang memberikan ceramah dimana-mana, Umami Marwah memiliki 3 orang anak dari pernikahannya dengan Abah Asep yang bernama Reihan, Asma, Hana. Di sisi lain Umami yang memberikan nasihat kepada orang-orang melalui ceramahnya, sebenarnya ia juga memiliki masalah di dalam keluarganya. Keluarganya menjadi perbincangan orang-orang sekitar akibat masalah yang ia hadapi, dimulai dari rumor perselingkuhan Abah Asep dengan pembantu rumah tangga mereka yang bernama Afifah. Walaupun Abah Asep menikahi Afifah pembantu rumah tangga mereka tetapi Umami Marwah tetap memperlakukan Afifah dengan baik seperti anak kandungnya sendiri. Sinetron Umami diminati ibu rumah tangga di RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu, sinetron Umami ini tayang pada jam 11.00 hingga jam 12.00 WIB.

Dapat dilihat dari cerita diatas, tentunya setiap orang memiliki persepsi terhadap suatu tayangan yang mereka saksikan, untuk itu persepsi sangat dibutuhkan agar tidak terjadi salah persepsi yang sering kali kita lakukan atau rasakan dan jangan cepat menyimpulkan keadaan atau situasi seseorang atau cenderung menduga-duga. Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita serta proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah: yakni apa Persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu Terhadap Sinetron Umami ? dan apa yang menjadi faktor

---

<sup>2</sup> <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>. (diakses 10 Juni 2014)

<sup>3</sup> Dunia\_Tv, "Daily Peforma", dalam [https://media.iyaa.com/artikel-Dunia\\_Tv](https://media.iyaa.com/artikel-Dunia_Tv), (diakses 4 Januari 2018).

ketertarikan Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu dalam Menonton Sinetron Ummi ?

Herbert Blumer dan Elihu Katz<sup>4</sup> adalah orang pertama yang memperkenalkan teori *uses and gratification* ini diperkenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Artinya, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, dalam *teori uses and gratifications* ini diasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Adapun asumsi dasar dari teori *uses and gratifications* ini adalah

- a) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
- c) Bagaimana kebutuhan itu terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d) Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi- situasi tertentu.
- e) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.
- f) Dari asumsi tersebut dapat disimpulkan bahwa khalayak membutuhkan hiburan dari media elektronik (televisi), karena adanya kebutuhan dari khalayak itu sendiri. Media memang memiliki efek tetapi efek itu akan disaring atau ditolak tergantung kepada psikologis individualnya.

Dari asumsi tersebut dapat disimpulkan bahwa khalayak membutuhkan hiburan dari media elektronik (televisi), karena adanya kebutuhan dari khalayak itu sendiri. Media memang memiliki efek tetapi efek itu akan disaring atau ditolak tergantung kepada psikologis individualnya.

Penelitian diarahkan kepada jawaban pertanyaan”apa yang dilakukan media untuk khalayak, (*what do the media do to people*). Teori ini lebih mengarahkan kapasitas dari pemirsa untuk memilih tayangan yang dianggap berguna dan sesuai kebutuhan dari pemirsa tersebut. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Manusia diasumsikan memiliki otonomi dan wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya, tidak hanya satu alasan bagi khalayak untuk menggunakan media. Konsumen media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana, lewat media mana, mereka menggunakan media, dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.<sup>5</sup>

## **Komunikasi Massa**

---

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002), Hal.289-290

<sup>5</sup> Kunandar Alip, M. Si. Model Literasi Media Pada Anak Dalam Mencegah Konflik Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fishum Uin Sunan Kalijaga*. Vol. 7, No. 1, April 2014

### a. Definisi Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa, merujuk pada pendapat Tan dan Wright, dalam Liliweri, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Stanley J Barhan<sup>6</sup> mengidentifikasi beberapa karakteristik komunikasi massa:

1. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin : *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini adalah sama maknanya.
2. Begitu banyak definisi Komunikasi Massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi salah satunya definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni: komunikasi massa. adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.<sup>20</sup> Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Grebner. Menurut Grebner "*Mass Communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang continue serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.
3. Komunikasi massa adalah komunikasi dengan massa (audiens atau khalayak sasaran). Massa disini dimaksudkan sebagai para penerima pesan (komunikasi) yang memiliki status sosial dan ekonomi yang heterogen satu sama lainnya. Pada umumnya proses komunikasi massa tidak menghasilkan "feed back" (umpan balik) yang langsung, tetapi tertunda dalam waktu yang relatif. Ciri – ciri komunikasi massa yaitu; (1) jumlah besar (2) antara individu, tidak ada hubungan/organisasioris; memiliki latar belakang sosial.

Komunikasi massa mempunyai dampak, wujud dampak itu ada tiga hal: Dampak kognitif (pengetahuan), Dampak Afektif (emosional dan perasaan), dan Behavioral (perubahan pada perilaku).<sup>7</sup>

#### Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensori stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Stanley J. Barhan, Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya, (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 2001). Hal 23

<sup>7</sup> Elvinaro Ardianto,Dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2014), Hal.58

<sup>8</sup> Elvinaro Ardianto,Dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2014), hal 129

Dalam mempersepsikan sesuatu ada beberapa komponen dimana diantara yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan, saling menunjang dan merupakan suatu sistem, agar seseorang menyadari dapat melakukan persepsi.

- a) Adanya objek yang dipersepsikan, objek menimbulkan stimulus mengenai alat indra atau reseptor.
- b) Alat indera reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu juga merupakan stimulus yang diterima reseptor kepusat susunan syaraf sebagai alat untuk mengadakan respon yang diperlukan syaraf motoris.
- c) Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan akan mengadakan persepsi, tanpa perhatian pasti tidak akan ada persepsi.

### **Macam – Macam Persepsi**

Persepsi adalah inti dari ilmu komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi. Persepsi manusia sebenarnya dapat dibagi beberapa macam. Berkaitan dengan hal tersebut Morissan<sup>9</sup> membagi persepsi ke dalam beberapa bagian:

1. Persepsi Terhadap Lingkungan Fisik

Dalam persepsi lingkungan fisik manusia terkadang melakukan kekeliruan. Indera manusia terkadang menipu, itulah yang disebut ilusi. Tipuan mata seseorang kadang menimbulkan perbedaan disebabkan latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda juga membuat persepsi manusia atau suatu objek.

2. Persepsi Sosial

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami dalam lingkungan. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko. Persepsi manusia merupakan suatu proses seseorang untuk mengetahui, menginterpretasi dan mengevaluasi orang lain yang dipersepsi, tentang sifat-sifatnya. Kualitas dan keadaan yang ada didalam diri orang yang dipersepsi, sehingga terbentuk gambaran orang yang dipersepsi.

3. Persepsi Budaya

Persepsi berdasarkan budaya yang telah dipelajari, maka persepsi seseorang atas lingkungannya bersifat subjektif, semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap suatu realitas. Karena tidak ada dua orang yang mempunyai nilai-nilai budaya yang persis sama, maka tidak akan pernah ada dua orang mempunyai persepsi sama pula.

### **Metode**

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif<sup>10</sup>. Penelitian ini dilakukan di RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Sulu. Adapun waktu penelitian dilaksanakan sejak bulan Juli- Desember 2018. Populasi dalam

---

<sup>9</sup> Morissan, Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2009), Hal.13

<sup>10</sup> 48 Kriyantono Rachmat, Teknik Praktis : Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hal 55.

penelitian ini berjumlah 150 jiwa yang tinggal di RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru. Penelitian ini mengambil tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 10%. Selanjutnya untuk menghitung besar sampel tersebut, menggunakan rumus Taro Yamane sehingga didapat sampel sebanyak 60 orang ibu. Validitas data diuji validitas menggunakan SPSS 17.0<sup>11</sup>. Data dianalisis dengan tabel frekwensi skala Likert.

### Hasil dan Pembahasan

Penulis membuat angket berdasarkan indikator dari persepsi, sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, indikator tersebut adalah : (1) Perhatian (2) Kebutuhan (3) Penerimaan. Masing-masing indikator memiliki indikator masing-masing.

#### 1. Perhatian

**Tabel 1.1**  
**Seberapa Sering Anda Menonton**  
**Televisi Dalam Sehari**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Lebih dari 5 jam	5	15	25%
4-5 jam	4	34	56,7%
3-4 jam	3	9	15%
Hanya 1 jam	2	1	1,7%
Tidak menonton	1	1	1,7%
Total		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 5.2 diatas mengenai persepsi responden menonton Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang dengan persentase 25% menyatakan lebih dari 5 jam , responden sebanyak 34 orang dengan persentase 56,7% menyatakan 4-5 jam, responden sebanyak 9 orang dengan persentase 15% menyatakan 3-4 jam, responden sebanyak 1 orang dengan persentase 1,7% menyatakan hanya 1 jam, responden sebanyak 1 orang dengan persentase 1,7% menyatakan tidak menonton televisi.

**Tabel 1.2**  
**Seberapa Sering Anda Menonton**  
**Sinetron Ummi di ANTV**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
>50 menit	5	3	5,0%
40-50 menit	4	29	48,3%
30-40 menit	3	12	20%
20-30 menit	2	8	13,3%

<sup>11</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, (Bandung : Alfabeta,2012), hal.148

< 20 menit	1	8	13,3%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel di atas persepsi menonton Sinetron Ummi di ANTV hingga selesai, menunjukkan bahwa 3 orang dengan persentase 5,0% menyatakan >50 menit, responden sebanyak 29 orang dengan persentase 48,3% menyatakan 40-50 menit, responden sebanyak 12 orang dengan persentase 20% menyatakan 30-40 menit, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan 20-30 menit, responden sebanyak 1 orang dengan persentase 13,3% menyatakan < 20 menit.

**Tabel 1.4**  
**Suka Menonton Sinetron Ummi di ANTV**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Setuju	5	27	45,0%
Setuju	4	11	18,3%
Kurang Setuju	3	11	18,3%
Tidak Setuju	2	8	13,3%
Sangat Tidak Setuju	1	3	5%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 5.4 diatas mengenai persepsi suka menonton Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan bahwa 27 orang dengan persentase 45,0% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 11 orang dengan persentase 18,3% menyatakan setuju, responden sebanyak 11 orang dengan persentase 18,3% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 3 orang dengan persentase 5% menyatakan sangat tidak setuju.

**Tabel 1.5**  
**Ibu Rumah Tangga Mengetahui Jam Tayang Dalam Sinetron Ummi**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Setuju	5	2	3,3%
Setuju	4	27	45,0%
Kurang Setuju	3	9	15,0%
Tidak Setuju	2	14	23,3%
Sangat Tidak Setuju	1	8	13,3%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 5.5 diatas mengenai persepsi pemain dalam Sinetron Ummi di ANTV mampu membawakan cerita dengan baik, menunjukkan bahwa 2 orang dengan persentase 3,3% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 27 orang dengan persentase 45,0% menyatakan setuju, responden sebanyak 9 orang dengan persentase 15,0% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 14 orang dengan persentase 23,3% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil pada tabel diatas responden dominan menyatakan setuju ibu rumah tangga mengetahui jam tayang sinetron Ummi.

## 2. Kebutuhan

**Tabel 2.1**  
**Sinetron Ummi Mampu Membuat Penonton**  
**Ingin Menonton Setiap Episodenya**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Setuju	5	3	5,0%
Setuju	4	34	56,7%
Kurang Setuju	3	7	11,7%
Tidak Setuju	2	10	16,7%
Sangat Tidak Setuju	1	6	10,0%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel di atas mengenai persepsi pemain dalam Sinetron Ummi di ANTV mampu membawakan per an dengan baik, menunjukkan bahwa 3 orang dengan persentase 5,0% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 34 orang dengan persentase 56,7% menyatakan setuju, responden sebanyak 7 orang dengan persentase 11,7% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 10 orang dengan persentase 16,7% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 6 orang dengan persentase 10,0% menyatakan sangat tidak setuju.

**Tabel 2.2**  
**Sinetron Ummi Dapat Menghibur Penonton**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Setuju	5	4	6,7%
Setuju	4	31	51,7%
Kurang Setuju	3	8	13,3%
Tidak Setuju	2	11	18,3%
Sangat Tidak Setuju	1	6	10,0%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel tersebut pemain mampu membawakan penonton hanyut dalam cerita Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan bahwa 4 orang dengan persentase 6,7% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 31 orang dengan persentase 51,7% menyatakan setuju, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 11 orang dengan persentase 18,3% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 6 orang dengan persentase 10,0% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil pada tabel diatas responden dominan menyatakan setuju Sinetron Ummi dapat menghibur penonton.

**Tabel 2.3**  
**Durasi Sinetron Ummi Sudah Cukup 1 Jam**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Setuju	5	14	13,3%
Setuju	4	10	16,7%
Kurang Setuju	3	24	45,0%
Tidak Setuju	2	8	13,3%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1,7%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel di atas mengenai persepsi memiliki pemain favorit dalam Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan bahwa 14 orang dengan persentase 13,3% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 10 orang dengan persentase 16,7% menyatakan setuju, responden sebanyak 24 orang dengan persentase 45,0% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 1 orang dengan persentase 1,7% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil pada tabel diatas responden dominan menyatakan kurang setuju Sinetron dapat menghibur penonton.

### C. Penerimaan

**Tabel 3.1**  
**Abah Asep Melakukan Kekerasan Terhadap Ummi Marwah**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	39	65,0%
Tidak Setuju	4	8	13,3%
Kurang Setuju	3	5	8,30%
Setuju	2	5	8,30%
Sangat Setuju	1	1	5,0%

<b>Total</b>	60	100%
--------------	----	------

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan di atas mengenai persepsi alur cerita yang di bawakan dalam Sinetron Ummi di ANTV menarik, menunjukkan bahwa 39 orang dengan persentase 65,0% menyatakan sangat tidak setuju, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 5 orang dengan persentase 8,30% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 5 orang dengan persentase 8,30% menyatakan setuju, responden sebanyak 1 orang dengan persentase 5,0% menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pada tabel diatas responden dominan menyatakan sangat tidak setuju abah asef melakukan kekerasan terhadap ummi Marwah.

**Tabel 3.2**  
**Abah Asep Melakukan Perselingkuhan Terhadap Ummi Marwah**

<b>Pilihan jawaban</b>	<b>Nilai (N)</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Tidak Setuju	5	40	66,7%
Tidak Setuju	4	4	6,7%
Kurang Setuju	3	5	8,30%
Setuju	2	6	10,0%
Sangat Setuju	1	5	8,30%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 5.10 diatas mengenai persepsi Sinetron Ummi di ANTV dapat menghibur penonton, menunjukkan bahwa 40 orang dengan persentase 66,7% menyatakan sangat tidak setuju, responden sebanyak 4 orang dengan persentase 6,7% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 5 orang dengan persentase 8,30% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 6 orang dengan persentase 10,0% menyatakan setuju, responden sebanyak 5 orang dengan persentase 8,30% menyatakan sangat setuju.

**Tabel 3.3**  
**Sering Menirukan Sikap Atau Prilaku Sabar Ummi Marwah dalam Kehidupan Sehari-hari**

<b>Pilihan jawaban</b>	<b>Nilai (N)</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	5	3	5,0%
Setuju	4	33	55,0%
Kurang Setuju	3	13	21,7%
Tidak Setuju	2	8	13,3%

Sangat Tidak Setuju	1	3	5,0%
<b>Total</b>		60	100%

Berdasarkan tabel 5.11 diatas mengenai persepsi Sinetron Ummi di ANTV sudah sesuai dan tepat sasaran, menunjukkan bahwa 3 orang dengan persentase 5,0% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 33 orang dengan persentase 55,0% menyatakan setuju, responden sebanyak 13 orang dengan persentase 21,7% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 3 orang dengan persentase 5,0% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil pada tabel diatas responden dominan menyatakan setuju sering menirukan sikap sabar ummi marwah dalam kehidupan sehari-hari.

**Tabel 3.4**  
**Alur Cerita dalam Sinetron Ummi Menarik**

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase
Sangat Setuju	5	8	13,3%
Setuju	4	25	41,7%
Kurang Setuju	3	13	21,7%
Tidak Setuju	2	10	16,7%
Sangat Tidak Setuju	1	4	6,7%
<b>Total</b>		60	100%

*Hasil : Sumber Olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan persepsi Sinetron Ummi di ANTV mampu meningkatkan sikap positif, menunjukkan bahwa 8 orang dengan persentase 13,3% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 25 orang dengan persentase 41,7% menyatakan setuju, responden sebanyak 13 orang dengan persentase 21,7% menyatakan kurang setuju, responden sebanyak 10 orang dengan persentase 16,7% menyatakan tidak setuju, responden sebanyak 4 orang dengan persentase 6,7% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil pada tabel diatas responden dominan menyatakan setuju alur cerita dalam Sinetron Ummi menarik.

## **Pembahasan**

### **Uji Validitas dan Reabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur secara tepat.. Suatu item dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dibandingkan 0,361 atau nilai *r* hitung lebih besar dari nilai kritis/ *r* tabel.

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Persepsi Ibu Rumah Tangga**  
**Terhadap Sinetron Ummi**

Indikator	Pertanyaan	R hitung	Nilai Kritis	Keterangan
Persepsi	P1	0,946	0,361	Valid
	P2	0,946	0,361	Valid
	P3	0,946	0,361	Valid
	P4	0,946	0,361	Valid
	P5	0,946	0,361	Valid
	P6	0,946	0,361	Valid
	P7	0,946	0,361	Valid
	P8	0,946	0,361	Valid
	P9	0,946	0,361	Valid
	P10	0,946	0,361	Valid
	P11	0,946	0,361	Valid

*Sumber : hasil olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 5.13 uji validitas diatas dapat terlihat nilai corrected item-total correlation lebih besar dari nilai kritis maka semua item pertanyaan yang digunakan diatas dinyatakan valid.

#### **b. Uji Realiabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Suatu alat ukur dikatakan reliable apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok atau subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama selama aspek dalam diri kelompok atau subjek yang diukur belum berubah. Untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan alpha cronbach's berikut adalah hasil uji reliabilitas :

**Tabel 4.2**  
**Uji Reabilitas Instrumen**

No	Indikator	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
1	Perhatian	0,925	0,60	Reliabel
2	Kebutuhan	0,925	0,60	Reliabel
3	Penerimaan	0,925	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil penyajian alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, nilai alpha cronbach's yang dihasilkan dengan pengolahan menggunakan bantuan spss 24 berada diatas 0,60 maka alat instrument yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten bila digunakan dalam beberapa kali pengukuran.

#### **C. Analisis data Persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV.**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus frekuensi dan persentase. Adapun jumlah frekuensi dan sampel diambil berdasarkan keseluruhan variabel yang telah dipaparkan diatas.

**Analisis data persepsi ibu rumah tangga terhadap sinetron ummi berdasarkan indikator perhatian**

**Tabel 5.1**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden**  
**Mengenai Indikator Perhatian**

<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>
Perhatian	P1	15	34	9	1	1	60
	P2	3	29	12	8	8	60
	P3	27	11	11	8	3	60
	P4	2	27	9	14	8	60
Jumlah		47	94	41	31	20	240
<b>Rata-rata</b>		<b>19,58</b>	<b>39,16</b>	<b>17,08</b>	<b>12,91</b>	<b>8,33</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil olahan data penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel rekapitulasi 5.15 tanggapan responden tentang perhatian terhadap Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan 47 tanggapan dengan persentase 19,58% menyatakan sangat setuju, responden dengan 94 tanggapan dengan persentase 39,16% menyatakan setuju, responden dengan 41 tanggapan dengan persentase 17,08% menyatakan kurang setuju, responden dengan 31 tanggapan dengan persentase 12,91% menyatakan tidak setuju, responden dengan 20 tanggapan dengan persentase 8,33% menyatakan tidak setuju

Berdasarkan hasil pengukuran diatas yang telah dihitung menggunakan rumus persentase, maka perhatian Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV berada dalam kategori baik, dengan persentase 68,00%. Persepsi ibu rumah tangga RT 02 RW 07 terhadap perhatian pada Sinetron Ummi di ANTV.

**b. Analisis Data Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinetron Ummi**

**Berdasarkan Indikator Kebutuhan**

**Tabel 5.2**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai**  
**Indikator Kebutuhan**

<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>
Kebutuhan	P5	3	34	7	10	6	60
	P6	4	31	8	11	6	60
	P7	14	10	24	8	1	60
Jumlah		21	74	39	29	14	180
<b>Rata-rata</b>		<b>11,6</b>	<b>41,1</b>	<b>21,6</b>	<b>16,1</b>	<b>7,7</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden tentang perhatian terhadap Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan 21 tanggapan dengan persentase 11,6% menyatakan sangat setuju, responden dengan 74 tanggapan dengan persentase 41,1% menyatakan setuju, responden dengan 39 tanggapan dengan persentase 21,6% menyatakan kurang setuju, responden dengan 29 tanggapan dengan persentase 16,1% menyatakan tidak setuju, responden dengan 14 tanggapan dengan persentase 7,7% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan hasil pengukuran yang telah dihitung menggunakan rumus persentase, maka perhatian Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV berada dalam kategori baik, dengan persentase 65,55%. Persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 terhadap kebutuhan pada Sinetron Ummi di ANTV.

**c. Analisis Data Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinetron Ummi Berdasarkan Indikator Penerimaan**

**Tabel 5.3**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Penerimaan**

<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>
Penerimaan	P8	3	5	5	8	39	60
	P9	5	6	5	4	40	60
	P10	5	33	14	8	3	60
	P11	4	26	14	12	4	60
Jumlah		17	70	38	32	86	240
<b>Rata-rat</b>		<b>7,80</b>	<b>29,16</b>	<b>15,83</b>	<b>13,33</b>	<b>35,83</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel rekapitulasi 5.27 tanggapan responden tentang perhatian terhadap Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan 17 tanggapan dengan persentase 7,08% menyatakan sangat setuju, responden dengan 70 tanggapan dengan persentase 29,16% menyatakan setuju, responden dengan 38 tanggapan dengan persentase 15,83% menyatakan kurang setuju, responden dengan 32 tanggapan dengan persentase 13,33% menyatakan tidak setuju, responden dengan 86 tanggapan dengan persentase 35,83% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan hasil pengukuran diatas yang telah dihitung menggunakan rumus persentase, maka persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV berada dalam kategori baik, dengan persentase 62,08%.

#### d. Analisis Data Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinetron Ummi

**Tabel 5.18**  
**Rekapitulasi Persepsi Ibu Rumah Tangga**  
**Terhadap Sinetron Ummi**

No	Pilihan Jawaban	Total
1	Sangat Setuju	85
2	Setuju	238
3	Kurang Setuju	188
4	Tidak Setuju	92
5	Sangat Tidak Setuju	120

Berdasarkan tabel rekapitulasi 5.18 tanggapan responden tentang perhatian terhadap Sinetron Ummi di ANTV, menunjukkan 85 tanggapan menyatakan sangat setuju, responden dengan 238 tanggapan menyatakan setuju, responden dengan 188 tanggapan menyatakan kurang setuju, responden dengan 92 tanggapan menyatakan tidak setuju, responden dengan 92 tanggapan menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan hasil pengukuran diatas yang telah dihitung menggunakan rumus persentase, maka Persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV berada dalam kategori baik, dengan persentase 62,10%. Dengan demikian berdasarkan hasil dari 3 indikator yang telah disebutkan di atas, ketiga indikator ini menunjukkan bahwa persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak hulu terhadap Sinetron Ummi di ANTV yaitu berada dalam kategori baik. Hal ini sesuai dengan kriteria persentase yang telah peneliti paparkan pada metode penelitian.

#### **Kesimpulan**

Setelah disajikan dan dianalisis sesuai dengan teknik analisis data ,maka dapat disimpulkan bahwa persepsi Ibu Rumah Tangga RT 02 RW 07 Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu Terhadap Sinetron Ummi di ANTV adalah baik dengan persentase 62,10%, sebagaimana hasil analisis penulis dan data dari angket yang penulis sebarakan yang menjadi ketertarikan ibu rumah tangga RT 02 RW 07 adalah dari indikator penerimaan yaitu alur cerita dalam Sinetron Ummi menarik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase berdasarkan jawaban responden dari indikator perhatian dengan nilai persentase 68,00% yaitu berada pada kategori baik, sedangkan dari indikator kebutuhan, dengan nilai persentase 65,55% dengan kategori baik dan dari indikator penerimaan, dengan nilai persentase 62,08% juga berada pada kategori baik. Dalam rumus teknik analisis data apabila nilai persentase nya 61%-80% maka berada dalam kategori baik.

## Referensi

- Ardianto, Elvinaro, 2009 *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* Edisi Revisi. Bandung : Simbiosis Rekatmana Media..
- J. Barhan, Stanley. 2001. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama,
- Kunandar, Alip, M. Si. *Model Literasi Media Pada Anak Dalam Mencegah Konflik Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi Fishum Uin Sunan Kalijaga. Vol. 7, No. 1, April 2014
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis : Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hal 55.
- Morissan, 2009. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002), Hal.289-290
- <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>. (diakses 10 Juni 2014 )
- Dunia\_Tv, “Daily Peforma”, dalam [https://media.iyaa.com/artikel-Dunia\\_Tv](https://media.iyaa.com/artikel-Dunia_Tv), (diakses 4 Januari 2018).



















