

**PENGARUH SINETRON ORANG KETIGA PADA SCTV
TERHADAP GAYA HIDUP IBU RUMAH TANGGA DI
KELURAHAN GILIRENG KABUPATEN WAJO**



Oleh

NURUL HIDAYAH

NIM. 15.3100.003

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PENGARUH SINETRON ORANG KETIGA PADA SCTV
TERHADAP GAYA HIDUP IBU RUMAH TANGGA DI
KELURAHAN GILIRENG KABUPATEN WAJO**



Skripsi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PENGARUH SINETRON ORANG KETIGA PADA SCTV
TERHADAP GAYA HIDUP IBU RUMAH TANGGA DI
KELURAHAN GILIRENG KABUPATEN WAJO**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disusun dan diajukan oleh

**NURUL HIDAYAH
NIM. 15.3100.003**

Kepada

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

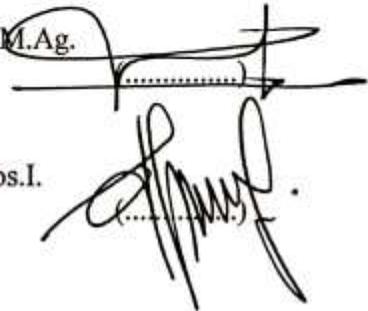
2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Nurul Hidayah
: Pengaruh Sinetron SCTV Terhadap Gaya
Judul Skripsi : Hidup Ibu Rumah Tangga di Kel. Gilireng
Kab. Wajo.
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.003
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Rektor IAIN Parepare Nomor: B-34
91/In.39/PP.00.9/12/2018

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.
NIP : 19680404 199303 1 005
Pembimbing Pendamping : Nurhikmah, S.Sos.I., M.Sos.I.
NIP : 19810907 200901 2 005



Mengetahui:
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. Abd. Halim K, M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

SKRIPSI

PENGARUH SINETRON SCTV TERHADAP GAYA HIDUP IBU RUMAH TANGGA DI KELURAHAN GILIRENG KABUPATEN WAJO

Disusun dan diajukan oleh

NURUL HIDAYAH
NIM. 15.3100.003

Telah dipertahankan didepan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 3 Februari 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.
NIP : 19680404 199303 1 005
Pembimbing : Nurhikmah, S.Sos.I., M.Sos.I.
Pendamping :
NIP : 19810907 200901 2 005



Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor,



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640327 198703 1 002

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Dekan,



Dr. H. Abd. Halim K., M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Sinetron SCTV Terhadap Gaya
: Hidup Ibu Rumah Tangga di Kel. Gilireng
Kab. Wajo.
Nama Mahasiswa : Nurul Hidayah
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.003
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Rektor IAIN Parepare Nomor: B-34
: 91/In.39/PP.00.9/12/2018
Tanggal Kelulusan : 3 Februari 2020

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.	(Ketua)	
Nurhikmah, S.Sos.I., M.Sos.I.	(Sekertaris)	
Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag.	(Anggota)	
Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I.	(Anggota)	

Mengetahui;
Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor, 



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ لَقَدْ جَاءَتْ رُسُلٌ رَبِّنَا بِالْحَقِّ وَتُودُوا أَنْ تُلَكُمُ الْجَنَّةَ أُورَثْتُمُوهَا بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mengajarkan kepada manusia apa yang belum diketahuinya dan memberikan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar “Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis haturkan terima kasih setulus-tulusnya kepada keluarga yang tercinta yaitu Ayahanda almarhum Muh. Jufri Hamra dan Ibunda Sari Banun. S.pd.I serta Paramata dan Hj. Besse selama ini telah memberikan motivasi, pembinaan, nasehat dan doa tulusnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga skripsi ini Penulis dapat menyelesaikannya dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. H. Abdul Halim K, Lc., M.A. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa.
3. Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si. Penanggung Jawab Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk semua ilmu serta motivasi berprestasi yang telah diberikan kepada penulis.
4. Dr. Muhammad Saleh, M.Ag selaku pembimbing I dan Nurhikmah, M.Sos I selaku pembimbing II terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan.
5. Bapak/Ibu Dosen dan jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Bapak dan Ibu dosen seluruh program studi yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik peneliti selama kuliah di IAIN Parepare.
7. Kepada Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya yang telah memberikan pelayanan kepada peneliti selama menjalani studi di IAIN Parepare.
8. Kepada seluruh responden (ibu rumah tangga) di Kelurahan Gilireng yang telah memberikan waktunya untuk menjawab seluruh angket yang diberikan.
9. Teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2015 yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis baik itu belajar dalam kelas maupun di luar kelas. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.

waktu menemani pengurusan skripsi ini dan semoga kita menemukan jalan terbaik dalam kehidupan kita masing-masing.

10. Teman-teman organisasi Himpunan Pelajar Mahasiswa Wajo (HIPERMAWA) Koperti Kota Parepare yang telah memberikan motivasi serta dorongan dalam penyelesaian ini.

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan dan ketegangan telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan meridhoi langkah kita sekarang dan selamanya. Aamiin.

Parepare, 3 Februari 2020
Penulis,



NURUL HIDAYAH
15.3100.003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

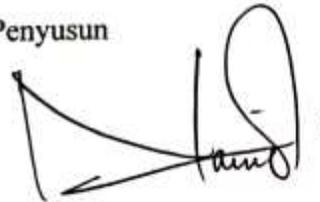
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nurul Hidayah
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.003
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 24 february 1997
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Sinetron SCTV Terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat atas keseluruhan skripsi kecuali tulisan yang sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 3 Februari 2020

Penyusun



NURUL HIDAYAH
15.3100.003

ABSTRAK

NURUL HIDAYAH. *Pengaruh Sinetron Orang Ketiga Pada SCTV Terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo* dibimbing oleh Dr. Muhammad Saleh, M.Ag dan Nurhikmah, M.Sos I.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh sinetron orang Ketiga terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo, dengan masalah pokok bagaimana terdapat pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo. Adapun sub masalah, yaitu : 1). Bagaiman kebiasaan menonton sinetron ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo, 2). Bagaimana gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo, 3). Apakah terdapat pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan objek penelitian ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo yang terdiri dari 276 KK populasi dan sampel sebanyak 73 KK. Teknik pengumpulan data adalah observasi, angket dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data menggunakan *korelasi product moment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sinetron orang ketiga berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo, hal ini diperoleh melalui uji pengaruh yang telah dilakukan dalam penelitian ini yang menghasilkan persamaan regresi $Y = 3.287 + 1.961 X$, koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 1.000 yang termasuk kategori sangat kuat dan nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.575. Dengan demikian, pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo sebesar 57.5% sementara 42.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Pengaruh, Sinetron Orang Ketiga, Gaya Hidup.

DAFTAR ISI

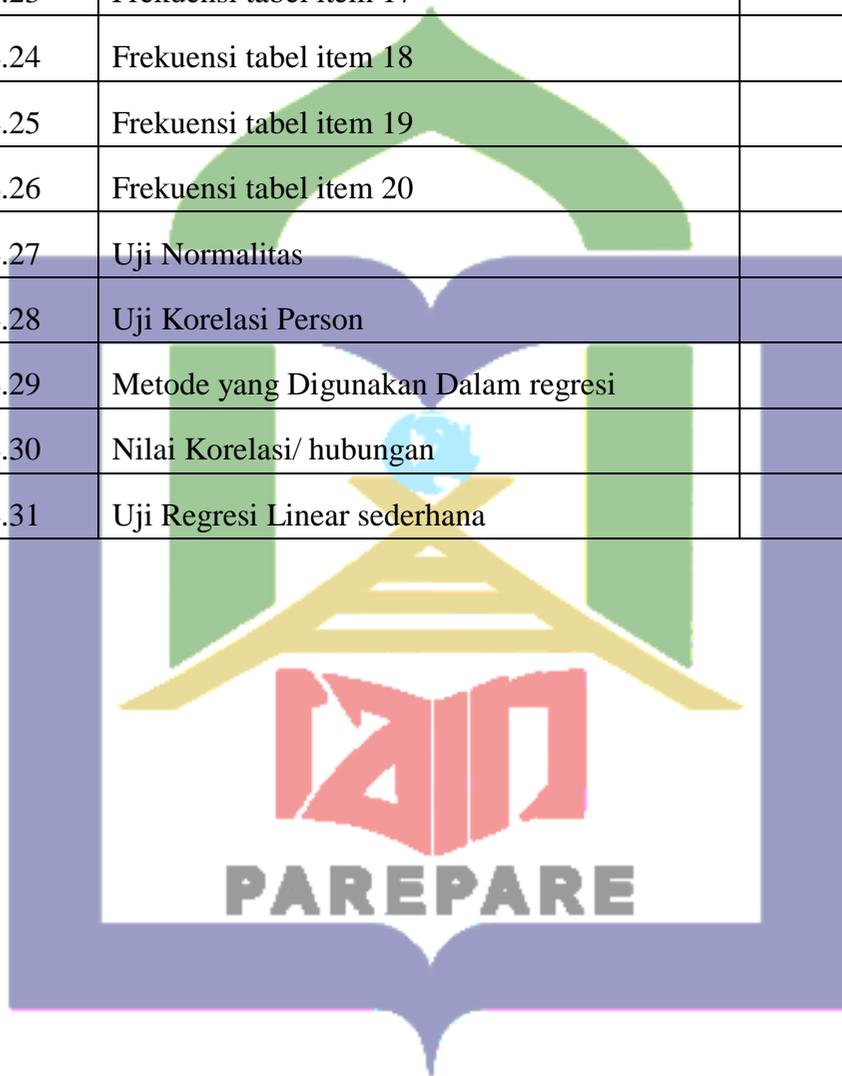
	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Peneletian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Deskkripsi Teori.....	7
2.1.1 Teori Kultivasi	7
2.1.2 Definisi Sinetron	11
2.1.3 Gambaran Umum Sinetron Orang Ketiga	14
2.1.4 Gaya Hidup	15
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Bagan Kerangka Berfikir	28

2.4	Hipotesi.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Kebiasaan Menonton Sinetron Orang Ketiga	40
4.1.2	Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga	48
4.2	Pengaruh Sinetron terhadap gaya Hidup	57
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Bobot Skor Responden	36
3.2	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	39
4.1	Statistics	40
4.2	Uji Validitas	41
4.3	Realibility Statistics	42
4.4	Frekuensi tabel item 1	42
4.5	Frekuensi tabel item 2	43
4.6	Frekuensi tabel item 3	43
4.7	Frekuensi tabel item 4	44
4.8	Frekuensi tabel item 5	44
4.9	Frekuensi tabel item 6	45
4.10	Frekuensi tabel item 7	45
4.11	Frekuensi tabel item 8	46
4.12	Frekuensi tabel item 9	46
4.13	Frekuensi tabel item 10	47
4.14	Statistics	48
4.15	Uji Validitas Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga	49
4.16	Realibility Statistics	50
4.17	Frekuensi tabel item 11	50
4.18	Frekuensi tabel item 12	51
4.19	Frekuensi tabel item 13	52

4.20	Frekuensi tabel item 14	52
4.21	Frekuensi tabel item 15	53
4.22	Frekuensi tabel item 16	54
4.23	Frekuensi tabel item 17	55
4.24	Frekuensi tabel item 18	56
4.25	Frekuensi tabel item 19	56
4.26	Frekuensi tabel item 20	57
4.27	Uji Normalitas	58
4.28	Uji Korelasi Person	59
4.29	Metode yang Digunakan Dalam regresi	61
4.30	Nilai Korelasi/ hubungan	61
4.31	Uji Regresi Linear sederhana	62



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.	Skema Kerangka Pikir	29
2.	Dokumentasi	Lampiran



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp	Lampiran-Lampiran
1.	Pedoman r_{tabel}
2.	Distribusi frekuensi data variabel X
3.	Distribusi frekuensi data variabel Y
4.	Jumlah skor variabel X dan Y
5.	Angket/kuesioner
6.	Dokumentasi
7.	Surat izin melaksanakan penelitian
8.	Suran Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Wajo
9.	Surat keterangan telah melakukan penelitian
10.	Biografis penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program sinetron merupakan produk *production house* di Indonesia selain *kuis, infotainment, rality show, dan game show*. Cerita sinetron menonjolkan kisah ringan yang menjadi *top issue* lalu dikombinasikan dengan penampilan dan popularitas aktor maupun aktrisnya. Hal tersebut memikat penonton karena didukung oleh strategi yang diterapkan pengelola televisi.¹ Saat ini sinetron televisi sudah sangat dikenal dan telah banyak dijumpai bahkan di pelosok desa. Televisi dapat dinikmati oleh siapa saja mulai dari kalangan anak-anak, remaja dan orang dewasa tanpa mengenal status dan batasan.

Peran media televisi memainkan fungsi media massa wadah pembelajaran penonton terkait banyak hal dan ini penting serta memiliki arti luas bagi bangsa kita.² Di Indonesia, media televisi berfungsi sebagai media informasi sekaligus hiburan. Masing-masing stasiun televisi mempunyai program untuk ditayangkan, mulai dari pertunjukan tradisional, pertunjukan wayang, hingga program seperti *Indonesian Idol* yang mengikuti model serupa di Negara Barat. Salah satu acara televisi yang umum ditayangkan di setiap stasiun televisi Indonesia adalah sinetron. Sinetron biasanya merupakan sebuah drama seri, mengikuti format opera sabun, namun dapat pula merujuk pada serial fiksi.

¹ Andi Fachruddin, *Management Pertelevisian Modern* (Yogyakarta: CV Andi , 2016) h.104

² Andi Fachruddin, *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi* (Yogyakarta: CV. Andi, 2015), h. 312

Media televisi juga menjadi salah satu media pendidikan bagi anak. Era ini media televisi sudah sangat beragam, mulai dari televisi nasional hingga televisi lokal. Dari berbagai macam televisi yang ada sekarang dengan ciri khas penyajian dan berbagai bentuk program yang dapat menambah wawasan dan informasi bagi penonton.

Segala hal yang disampaikan pada televisi menjadi acuan kehidupan masyarakat terutama ibu rumah tangga. Tayangan televisi dapat memberikan sesuatu yang positif dan negatif tergantung dengan penggunaannya. Paket sinetron yang tampil di televisi adalah salah satu bentuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku yang sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya masyarakat.³Film sebagai media pandang dengar (*audio visual*), banyak sekali menawarkan model untuk diimitasi atau dijadikan objek identifikasi oleh pemirsanya.⁴ Tayangan yang tidak mengandung pendidikan dan tidak sesuai dengan perkembangan siswa sering kali didapatkan dalam tayangan dan sinetron zaman sekarang.

Sinetron sejak dulu memang telah banyak menyajikan cerita yang berkelanjutan, isi ceritanya pun sangat beragam. Banyak sinetron memiliki rating yang tinggi. Sekarang ini, salah satu sinetron yang memiliki rating tinggi dibahas dalam penelitian ini yakni sinetron “Orang Ketiga” yang tayang di SCTV, sinetron inipun telah dikecam oleh pihak Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) karena banyak adegan yang tidak semestinya dipublikasikan.⁵ KPI menilai sinetron ini banyak

³Yosal Irianti, Literasi Media: Apa Mengapa Bagaimana (Cet. I: Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2009), h.49

⁴Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa (Cet, II: Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h.80

⁵<https://bit.ly/2mkWtRO>, RG, KPI Pusat Beri Sanksi Orang Ketiga SCTV diakses 17 September 2019

memuat pelanggaran yang dilakukan oleh tokoh seperti tindak aborsi dan kata-kata kotor, perselingkuhan, gaya materialistik dan beberapa perbuatan dan sikap tidak terpuji lainnya. Hal ini tentu akan membawa efek negatif bagi para penontonnya, terlebih saat ini penonton televisi.

Ibu rumah tangga yang tidak bekerja biasanya lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah, untuk merawat dan mengasuh anak sesuai dengan pola-pola yang diberikan masyarakat. Ketersediaan waktu di rumah yang lebih banyak pada ibu rumah tangga memungkinkan mereka untuk menonton televisi lebih sering, dan program acara televisi yang terbanyak ditonton adalah sinetron.

Para penonton yang didominasi ibu rumah tangga sangat rentan untuk mengikuti perilaku dari sinetron yang ditayangkan di televisi. Hal-hal yang mereka lihat akan mereka tiru meskipun itu adalah suatu perilaku yang tidak terpuji, apalagi ketika melihat para pemain memerankan peranan yang menurut mereka sangat sempurna sehingga membuat para ibu tertarik untuk mengikutinya.

Dari segi jumlah waktu durasi sinetron tersebut yang dihabiskan oleh para ibu dalam menonton televisi cukup masuk akal untuk menganggap bahwa hal ini dapat menimbulkan dampak yang mendalam pada diri para ibu-ibu terutama di daerah yang masih dikatakan perkampungan seperti di Kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo. Televisi sebagai salah satu hiburan yang sangat digemari dikarenakan jaringannya yang sudah mencakup seluruh keluarga.

Sejak tayangnya sinetron orang ketiga yang banyak menggambarkan kemewahan pada kehidupan pemerannya. maka tidak dapat dipungkiri hal ini berpengaruh besar bagi para ibu yang merasa kurang mampu terutama di

perkampungan. Tidak jarang dari mereka memaksa suaminya bahkan melakukan hal-hal diluar batas demi memenuhi keinginan untuk hidup berbusana seperti yang mereka lihat dalam sinetron tersebut. Contohnya memiliki perhiasan, busana dan perhiasan lainnya yang banyak digunakan oleh para pemain dalam sinetron orang ketiga.

Dalam sinetron orang ketiga, tampilan para pemainnya berkelas dalam berbagai adegan. Para *wardrobe* memberi busana berkelas sehingga nampak keren dan mewah sehingga di satu sisi para penonton menyukai dan satu sisi lain terpengaruh.⁶ Citra dalam penelitiannya pada tahun 2016 yang meneliti tentang pengaruh sinetron terhadap gaya hidup mewah pada penonton remaja dan dewasa menemukan bahwa tingkat perhatian menonton sinetron mempunyai hubungan dengan aktivitas gaya hidup mewah. Hubungan nyata lainnya adalah antara tingkat ekonomi keluarga dengan opini dan aktivitas gaya hidup mewah dan hubungan antara tingkat interaksi dengan keluarga dengan aktivitas gaya hidup mewah.⁷

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan maka peneliti melakukan penelitian yang sama yaitu melihat adanya perubahan gaya hidup ibu di kelurahan Gilireng kabupaten Wajo setelah menonton sinetron orang ketiga.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

⁶Rizky Mandasari, <https://www.brilio.net/film/6-alasan-kenapa-sinetron-orang-ketiga-bikin-penonton-jadi-ketagihan-180127h.html> (diakses 2 November 2018)

⁷Citra Tresna Asih, *Hubungan antara Pola Menonton Sinetron dengan Gaya Hidup Mewah Penonton Remaja dan Dewasa di Pedesaan*, Skripsi (Bogor: ITB, 2016), h.5

- 1.2.1 Bagaimana kebiasaan menonton sinetron ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo?
- 1.2.2 Bagaimana gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui kebiasaan menonton sinetron ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo
- 1.3.2 Untuk mengetahui gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo.

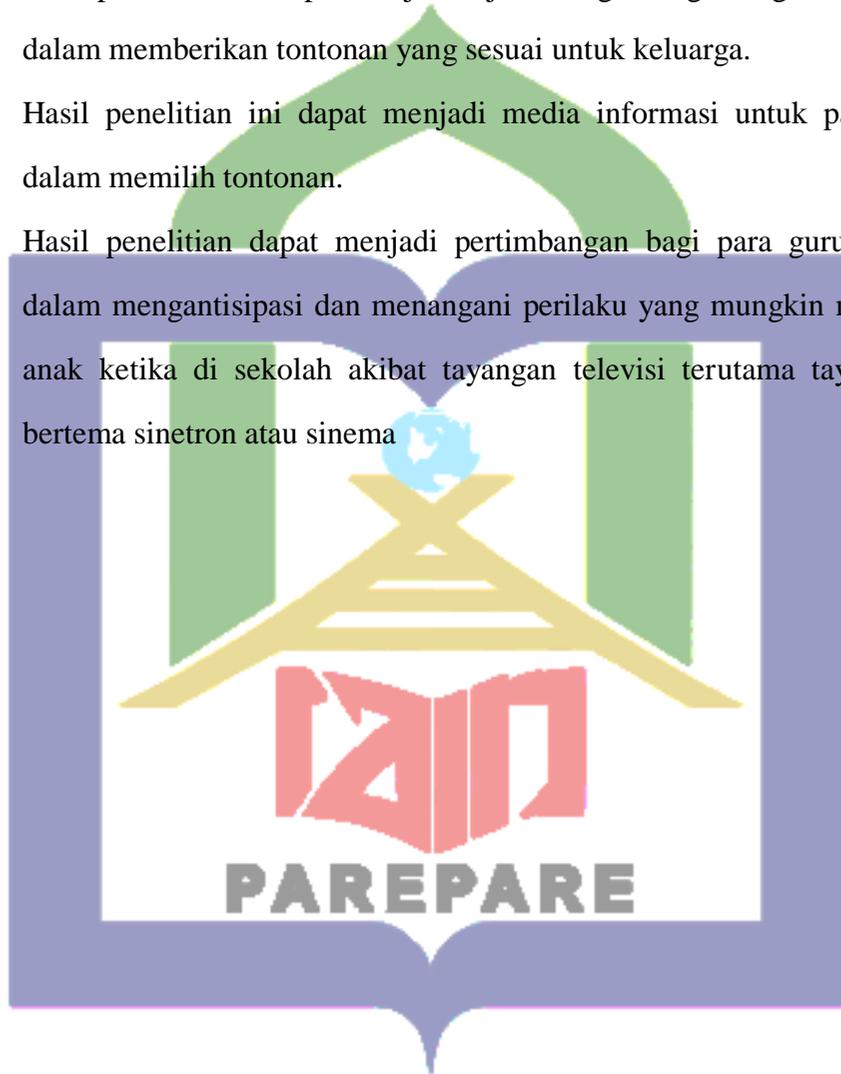
1.4 Kegunaan penelitian

- 1.4.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini selain menambah pengalaman peneliti, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai ragam penelitian dalam ilmu komunikasi khususnya dalam bidang penyiaran dan dapat memberi masukan tentang judul yang terkait.

- 1.4.2 Kegunaan praktis

- 1.4.2.1 Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi lembaga penyiaran agar lebih selektif dalam memberi izin kepada media untuk menayangkan film atau sinetron sebagai media hiburan di televisi.
- 1.4.2.2 Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi orang tua agar lebih waspada dalam memberikan tontonan yang sesuai untuk keluarga.
- 1.4.2.3 Hasil penelitian ini dapat menjadi media informasi untuk para keluarga dalam memilih tontonan.
- 1.4.2.4 Hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan bagi para guru di sekolah dalam mengantisipasi dan menangani perilaku yang mungkin muncul pada anak ketika di sekolah akibat tayangan televisi terutama tayangan yang bertema sinetron atau sinema



BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Deskripsi teori

Teori sebagai pengetahuan tentang dunia nyata yang terorganisasi, sehingga membantu orang untuk memvisualkan dan menjelaskan sesuatu. Teori berpijak dari fenomena empiris dan berusaha menjelaskan cara kerja fenomena tersebut serta meramalkan akibat yang ditimbulkannya.⁸ Teori adalah pendapat yang didasarkan pada penelitian dan penemuan yang didukung oleh data dan argumentasi (Departemen Pendidikan Nasional). Adapun fungsi teori yaitu teori merupakan alat untuk mencapai satuan pengetahuan yang sistematis dan teori membimbing penelitian.⁹ Suatu teori akan disesuaikan dengan fenomena yang terdapat di lapangan penelitian.

2.1.1 Teori Kultivasi

Ada banyak teori yang berkaitan dengan efek sinetron di media televisi bagi *audiens*. Tetapi dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teori kultivasi (*cultivation theory*).

Teori kultivasi (*cultivation theory*) pertama kali dikenalkan oleh profesor George Gerbner ketika ia menjadi Dekan Annenberg School of Communications di Universitas Pennsylvania Amerika Serikat (AS). Teori kultivasi ini diawal perkembangannya lebih memfokuskan kajiannya pada studi televisi dan *audience*,

⁸Rachmat Kriyantono, *Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 2

⁹Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2015), h. 41

khususnya memfokuskan pada tema-tema kekerasan di televisi. Akan tetapi dalam perkembangannya, teori tersebut bisa digunakan untuk kajian diluar tema kekerasan.¹⁰ Seperti penelitian ini yang mengkaji mengenai perubahan individu dalam aspek pengetahuan, sikap dan perilaku setelah menonton tayangan televisi

Garbner membedakan penonton televisi dalam dua kategori, *light viewer* (penonton ringan) dan *heavy viewer* (penonton berat). Penonton ringan yakni penonton yang hanya menonton televisi sekitar dua jam tiap hari sedangkan penonton berat adalah yang menonton lebih dari empat jam tiap hari. Teori kultivasi berpendapat bahwa pecandu berat televisi membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan. Tentu saja, tidak semua pecandu berat televisi terkultivasi secara sama. Beberapa lebih mudah dipengaruhi televisi dari pada yang lain. Sebagai contoh, pengaruh ini bergantung bukan saja pada seberapa banyak seseorang menonton televisi melainkan juga pada pendidikan, penghasilan, usia dan jenis kelamin pemirsa. Jadi, meskipun televisi bukanlah satu-satunya sarana yang membentuk pandangan kita tentang dunia, televisi merupakan salah satu media yang paling ampuh terutama bila kontak dengan televisi sangat sering dan berlangsung dalam waktu lama.¹¹

Bagaimana televisi mampu memengaruhi penonton dalam memandang dunia, atau bagaimana kultivasi dapat terjadi? Dalam hal ini, Gebner mengemukakan dua alasan yang menjelaskan bagaimana kultivasi dapat terjadi dalam dua cara yang

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet. V; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 167

¹¹Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa suatu pengantar edisi revisi* (Cet.I; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 67.

terdiri atas *mainstream* dan resonansi. *Mainstream*, menurut bahasa salah satu pengertian populer *mainstream* adalah arus utama sedangkan *mainstreaming* adalah proses mengikuti arus utama yang terjadi ketika berbagai simbol, informasi, dan ide yang ditayangkan televisi mendominasi atau mengalahkan simbol, informasi, dan ide yang berasal dari sumber lain. Dengan menggunakan kalimat lain oleh West dan Turner, *mainstreaming* dapat didefinisikan sebagai “*the tendency for heavy viewers to perceive a similar culturally dominant reality to that pictured on the media although this differs from actual reality*” (kecenderungan bagi penonton kelompok berat untuk menerima suatu realitas budaya dominan yang sama dengan realitas yang digambarkan media walaupun realitas yang digambarkan media tidak sama dengan yang sebenarnya).¹² Budaya yang ada dalam dunia nyata atau realitas yang terjadi dimasyarakat itu juga digambarkan dalam media televisi khususnya dalam sinetron orang ketiga seperti kehidupan berumah tangga dalam masyarakat itu juga dimasukkan dalam skenario sinetron tersebut.

Resonansi, cara kedua bagaimana kultivasi bekerja adalah melalui resonansi (*resonance*) yang terjadi ketika apa yang disajikan oleh televisi sama dengan realitas aktual sehari-hari yang dihadapi penonton. Dengan kata lain, realitas eksternal objektif masyarakat bergema atau bergaung ditelvisi. Jadi apa yang terjadi di masyarakat terdengar gema atau gaungnya ditelvisi dan terima oleh penonton, namun keadaan ini menimbulkan kultivasi.¹³ Misalnya munculnya ketakutan penonton untuk membantu orang lain karena seringkali adanya kasus penipuan yang sering diberitakan di televisi.

¹²Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 165

¹³ Morissan, *Teori Komunikasi*, h. 524

Garbner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antaranggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderungan sikap yang sama satu sama lain. Penelitian kultivasi menekankan bahwa media massa merupakan agen sosialisasi dan menyelidiki penonton televisi itu lebih mempercayai sajian televisi dari pada yang mereka lihat sesungguhnya.¹⁴ Gerber dan kawan-kawannya melihat bahwa film drama yang disajikan di televisi mempunyai sedikit pengaruh, tetapi sangat penting di dalam mengubah sikap, kepercayaan, atau pandangan penonton yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.¹⁵ Seperti drama korea yang menyebabkan banyak remaja di Indonesia yang juga mengikuti ala-ala korea.

Menurut Gebner, kondisi ini memberikan dosis ganda (*double dose*) terhadap pesan yang akan memperkuat proses terjadinya kultivasi, sebagaimana dikemukakan Gebner: “*The congruence of the television world and real life circumstances may resonate and lead to markedly amplified cultivation patterns*” (kesamaan yang ditayangkan dunia televisi dan situasi dunia nyata dapat menghasilkan gaung dan mengarah pada pola-pola kultivasi yang semakin diperkuat). Realitas sosial yang ditanamkan kedalam pikiran penonton boleh jadi sama atau sesuai dengan realitas objektif mereka, namun efek yang ditimbulkan adalah terjadinya penghalang atau hambatan untuk terbentuknya realitas sosial yang lebih optimis atau positif. Realitas yang ditayangkan televisi menghilangkan harapan bahwa mereka dapat

¹⁴Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet. V; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 169

¹⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 166

mewujudkan situasi yang lebih baik.¹⁶ Misalnya hilangnya kepercayaan seseorang menyebabkan mereka harus berfikir negatif mengenai lingkungan sekitarnya padahal masalah sosial yang terjadi di lingkungan itu sebenarnya dapat diubah kearah yang lebih baik. Namun dengan adanya pengulangan tayangan televisi yang negatif membuat masyarakat berpikir negatif.

Kultivasi adalah proses interaksi diantara pesan, audiens, dan konteks, yang terus berlangsung kontinyu, dan dinamis. Analisis kultivasi dimulai dengan analisis sistem pesan untuk mengidentifikasi pola-pola permanen, kontinyu dan *overaching* dari konten televisi.¹⁷ Riset kultivasi adalah riset tentang efek sosial terpaan media massa, sama dengan yang dilakukan melalui riset *uses and gratifications* atau *agenda setting*. Bedanya, kultivasi lebih memfokuskan pada persepsi seseorang atau kelompok dalam realitas sosial setelah menonton televisi.¹⁸

Asumsi teori kultivasi adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh terhadap pemirsanya. Teori kultivasi dalam bentuk yang paling mendasar, percaya bahwa televisi berperan penting dalam membentuk dan mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada di sekelilingnya.

Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat di

¹⁶ Morissan, *Teori Komunikasi*, h. 525

¹⁷ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h. 44

¹⁸ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006), h. 285

tentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak penonton dengan televisi, ia belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaannya.

2.1.2 Definisi Sinetron

Sinetron merupakan penggabungan dari “sinema” yang berarti gambar hidup dan “elektronika” yang bermakna ilmu tentang penerapan gerakan partikel pembawa muatan pada ruang hampa. Elektronika disini tidak mengacu pada pita kaset yang proses rekamnya berdasar kaidah-kaidah *elektronis*. Elektronika pada sinetron itu lebih mengacu pada mediumnya, yaitu televisi atau televisual yang merupakan medium elektronik selain siaran radio.¹⁹

Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan sehari-hari manusia. Seperti layaknya drama atau sandiwara, sinetron diawali dengan pengenalan tokoh-tokoh yang memiliki karakter masing-masing. Berbagai karakter yang berbeda menimbulkan konflik yang makin lama makin besar sehingga sampai pada titik klimaksnya. Akhir dari sinetron dapat bahagia maupun sedih, tergantung dari jalan cerita yang ditentukan oleh penulis skenario.

Sinetron sebagai salah satu medium ekspresi artistik, yaitu menjadi alat bagi seniman-seniman sinetron untuk mengantarkan gagasan atau ide-ide melalui suatu wawasan keindahan, kedua hal itu membuat sinetron tidak hanya disajikan dalam format serial televisi saja melainkan juga dalam format layar lebar (*film*).

Segala bentuk dari aktifitas manusia adalah bagian dari komunikasi, tidak terkecuali sinetron sebagai salah satu media dalam komunikasi. Adapun ilmu

¹⁹Veven SP. Wardana, *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h.1

komunikasi memiliki berbagai perangkat teori keilmuan tentang cara-cara menyampaikan pesan kepada sasaran, secara efektif dan efisien. Teori-teori komunikasi dalam perkembangannya sampai dewasa ini bukan hanya mencakup persoalan komunikasi konvensional, komunikasi telah berkembang menyentuh hampir semua aspek kehidupan masyarakat.²⁰

Sinetron sebagai salah satu media komunikasi yang paling efektif, karena sinetron lebih mudah dihayati dibandingkan dengan media lain. Sinetron menjangkau khalayak yang sangat luas dan mengandalkan tidak hanya sarana audio namun juga visual. Dengan begitu, tayangan televisi dapat dengan mudah menjadi contoh perilaku masyarakat khususnya ibu rumah tangga. Padahal, salah satu fungsi media massa (*televisi*) selain sebagai media hiburan adalah sebagai sarana edukasi bagi penontonnya.

Paket sinetron yang tampil di televisi adalah salah satu bentuk untuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya setempat. Otomatis isi pesan yang terungkap secara simbolis dalam paket sinetron berwujud kritik sosial dan kontrol sosial terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di masyarakat.

Hampir setiap stasiun televisi swasta di Indonesia menayangkan berbagai judul sinetron andalannya. Namun pada umumnya sinetron di Negara Indonesia sebagian besar hanya menonjolkan pada sisi cerita dan ranting saja tanpa memperdulikan efek yang ditimbulkan oleh sinetron-sinetron tersebut. Akhirnya membuat sinetron tidak lagi mendidik, tetapi hanya menyajikan hal-hal yang bersifat

²⁰Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer* (Cet. 1. Semarang : PT. Pustaka Rizki Putra, 2006), h.75

menghibur. Hal ini banyak terjadi di Indonesia yang banyak bercerita seputar kehidupan ibu rumah tangga, remaja, percintaan, persahabatan dan kekayaan.

Wawan menyebutkan, sebuah sinetron seyogyanya memiliki karakteristik, yaitu:²¹

- a). Mempunyai gaya atau *style* terdiri dari aspek artistiknya, orisinalitas, penggunaan bahasa film dan simbol-simbol yang tepat, penataan artistik seperti cahaya, *screen directing* dan *art directing*, fotografi yang bagus, penyampaian sajian dramatik yang harmonis, adanya unsur *suspense* dan *teaser*.
- b). Memiliki isi cerita termasuk di dalamnya hubungan logis dan alur cerita, irama dramatik, visi dan orientasi, karakteristik tokoh, permasalahan/tema yang aktual dan kontekstual
- c). Memiliki karakter dan format medium, penguasaan teknik peralatan dengan kemungkinan-kemungkinannya, manajemen produksi. Untuk mencapai itu, sebuah sinetron diusahakan agar memenuhi kualitas standar lebih dahulu yaitu untuk menyentuh *basic instinct human-being*.²²

2.1.3 Gambaran Umum Sinetron Orang Ketiga

Dikutip dari wikipedia, sinetron *Orang Ketiga* merupakan drama keluarga dengan gender *Romance*. Mengisahkan tentang Afifah (Naysilla Mirdad) adalah

²¹Kuswandi Wawan, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 130

²²Indah Rahmawati dan Dodoy Rusnandi, *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi dan Radio*, h.5

seorang wanita berusia 33 tahunan yang cantik, full time house wife, yang hidup dalam kemewahan dan tak pernah kekurangan sepanjang pernikahannya, yang dikhawatirkannya hanyalah baju yang sudah tak up to date dan bagaimana menjaga kecantikan supaya tak cepat keriput. Afifah merasa hidupnya sempurna, dengan suami yang berkarir cemerlang, Aris (Ronaldo Stockhorst), dan putri mereka, Kiara. Namun Afifah tak pernah menyadari, kehancuran tengah mengancam rumah tangganya. Afifah memang sering cemburu dan curiga pada perempuan-perempuan seksi, muda, dan cantik, yang ada di sekeliling suaminya, tapi Afifah yakin suaminya pasti setia pada dirinya dan putri mereka.

Pemeran Tokoh dan karakter dari artis dan aktor terkenal Indonesia dalam sinetron *Orang Ketiga*,²³ Naysila Mirdad sebagai Afifah, Ronaldo Stockhorst sebagai Aris, Marshanda sebagai Yuni, Samuel Zylgwyn sebagai Rangga, Indah Indriana sebagai Dessy, Marcel Chandrawinata sebagai Putra, Donny Michael sebagai Ivan, Aryani Fitriana sebagai Nila, Giovanni L. Tobing sebagai Riko.

2.1.4 Gaya Hidup

2.1.4.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap

²³[https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Ketiga_\(sinetron\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Ketiga_(sinetron)) (Diakses 2 November 2018)

penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

Menurut Kottler dalam Sakinah dijelaskan bahwa, “Gaya Hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya” Hal ini berarti gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, dan lain sebagainya.²⁴

Pendapat lain dari Plummer bahwa “gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia. Pendapat ini berarti bahwa gaya hidup adalah hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan 3 hal utama dalam kehidupan yaitu pekerjaan, persahabatan, dan cinta.²⁵

Sarwono menyatakan “salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah konsep. Memang benar apa yg dikatakan Sarwono, konsep diri sangat berpengaruh pada gaya hidup seseorang, seperti apa kita menggambarkan diri kita maka gaya hidup yang harus kita jalani adalah sesuai dengan gambaran kita tersebut, misalnya orang yang memiliki konsep diri sebagai tokoh agama maka gaya hidup

²⁴ Sakinah,, *Media Muslim Muda*, (Solo:Elfata., Solo, 2002),h. 78

²⁵ Plummer. 1983. *Gaya Hidup dan Pengembangan Psikologi : Kepribadian dan Sosialisasi*. Terjemahan Agus Dharma dan Aminuddin Ram. (Jakarta : Erlangga, 1983), h.131

yang dijalani biasanya sederhana dan penuh dengan rasa syukur, atau orang yang memiliki konsep diri sebagai atlit olahraga maka biasanya gaya hidup sehat yang dijadikan prinsipnya.²⁶

Hawkins dalam Nugroho, yang mengatakan bahwa “Pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu dilaksanakan oleh seseorang berhubungan dengan Maksudnya adalah orang yang sudah mengambil suatu keputusan langkah selanjutnya adalah tindakan. Orang yang sudah mengambil keputusan untuk mencari kesenangan dari uang yang dimiliki seperti melakukan aktivitas nyata untuk berbelanja di mall atau supermarket, tentu saja memberi nilai tambah dari pada berbelanja di toko biasa. Adapun penggunaan waktu dengan gaya hidup merupakan kreativitas individu dalam memanfaatkan waktu yang ada untuk kegiatan yang bermanfaat atau kegiatan untuk bersenang-senang.”²⁷

Gaya hidup lebih terlihat pada apa yang tampak. Berbeda dengan perilaku yang tidak terlihat secara fisiknya, gaya hidup lebih muda terlihat karena dilihat dari apa yang melekat pada diri manusia. Gaya hidup berkaitan dengan cara berpakaian, model pakaian, cara makan, cara menggunakan kendaraan, cara berlibur, menikmati waktu senggang dan cara melakukan kegiatan sehari-hari. Gaya hidup berkaitan erat dengan status sosial yang dimiliki oleh seseorang. Status sosial yang ada didiri seseorang biasanya akan mempengaruhi pula gaya hidup pada dirinya. Gaya hidup akan terus berubah sesuai dengan perkembangan waktu yang ada serta mengikuti tren yang terjadi saat itu.

²⁶Sarwono, Sarlito Wirawan. 1983. *Pengantar Buku Psikologi*. (Jakarta: Bulan Bintang, 1989), h.14

²⁷J., Setiadi, *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h.74

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan dimensi *self orientation* gaya hidup mencakup tiga kategori yaitu prinsip, status, dan tindakan.

2.1.4.2 Bentuk Gaya Hidup

Bentuk-bentuk gaya hidup menurut Chaney dalam Idi Subandy ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain: “Indrustri gaya hidup, iklan gaya hidup, journalisme Gaya hidup dan public relations, gaya hidup mandiri, dan gaya hidup hedonisme”.²⁸

Dari definisi di atas dapat dijelaskan sesuai dengan keadaan yang terjadi dalam masyarakat Indonesia yaitu:

2.1.4.2.1 Industri Gaya Hidup.

Dalam abad ini, penampilan-diri itu justru mengalami estetisikasi, "estetisikasi kehidupan sehari-hari" dan bahkan tubuh/diri pun justru mengalami estetisikasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. "Kamu bergaya maka kamu ada!" adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

Industri gaya hidup ini dimana masyarakat khususnya ibu rumah tangga mengikuti perkembangan indsutri yang bergerak di bidang fashion atau barang-barang branded. Setiap ada barang keluaran baru seperti tas atau gadget, masyarakat

²⁸Subandi, Idi Ibrahim, *Lifestyle Ecstasy; Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, (Yogyakarta : Jalasutra, 1997),h.56

khususnya ibu rumah tangga ini mengusahakan untuk memiliki barang tersebut, karena merasa bahwa mengikuti tren atau gaya hidupnya kekinian. Masyarakat memiliki prinsip bahwa gaya hidup dan penampilan adalah segalanya.

2.1.4.2.2 Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat berkembang seperti Indonesia, berbagai perusahaan, para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra dan budaya cita rasa adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

Bentuk gaya hidup ini, masyarakat khususnya ibu rumah tangga sangat dipengaruhi oleh iklan. Iklan menciptakan pandangan masyarakat khususnya ibu rumah tangga tentang barang yang diiklankan oleh artis tertentu. Dengan iklan, seolah-olah barang siapa yang menggunakan produk tersebut maka akan seperti artis yang berada dalam iklan tersebut. Hal ini tentu menyangkut banyak hal, seperti yang kita ketahui masyarakat selalu ingin mengikuti idola mereka bahkan tidak hanya berkaitan dengan gaya hidup masyarakat populer yang biasa dipresentasikan oleh artis-artis tertentu lebih jauh merambat ke hal-hal yang bersifat religious, tidak jarang tokoh-tokoh agama menjadi model iklan untuk memasarkan produk tertentu sehingga masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang mengidolakan tokoh ini akan mengikuti instruksinya sesuai dengan yang ada di iklan.

Iklan gaya hidup ini hampir mirip dengan industri gaya hidup, bedanya industri gaya hidup kebanyakan dipengaruhi oleh lingkungannya tidak melalui media, melainkan apa yang disaksikan secara langsung. Misalnya, melihat dipasar, pusat pembelanjaan, dipesta atau ditempat umum lainnya.

2.1.4.2.3 Public Relations dan Jurnalisme Gaya Hidup

Pemikiran masyarakat dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran. Generasi baru seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti seperti cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam pencarian identitas.

Gaya hidup ini dipengaruhi oleh tokoh-tokoh publik atau selebritis yang diidolakan, dari kebiasaan fashion, hoby atau yang lainnya, intinya masyarakat khususnya ibu rumah tangga ini bercermin pada gaya hidup tokoh public yang diidolakannya.

2.1.4.2.4 Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap

resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

Gaya hidup ini yang tidak tergantung dari orang lain, tidak mengikuti tren, tidak terpengaruh dilingkungannya dan terlebih lagi tidak terpengaruh oleh iklan. Gaya hidup mandiri ini, masyarakat khususnya ibu rumah tangga menjadi diri sendiri, berani bertanggungjawab apa yang diputuskan dan memiliki prinsip sendiri tentang gaya hidupnya.

2.1.4.2.5 Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Gaya hidup hedonis ini mengutamakan kebebasan, kesenangan dan kepuasan, sehingga terkesan boros, manja dan tidak bertanggungjawab. Memiliki budaya konsumerisme yang tinggi, sangat gampang dipengaruhi oleh tren dan lingkungan. Suka berada diluar rumah, ditempat keramaian dan cenderung berkelompok.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari

artis yang diidolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

2.1.4.2.6 Gaya Hidup Hedonis menurut Islam

Kondisi dunia yang semakin mengglobal. Parembasan budaya antar bangsa di dunia tidak terlekan lagi. Termasuk didalamnya ideology dan gaya hidup manusia yang sudah tidak dapat dibedakan lagi antara suatu bangsa dengan bangsa lain dan pemeluk satu agama dengan agama lain. Hal ini membuktikan bahwa telah terjadi pergeseran gaya hidup umat manusia yang semula berorientasi pada masalah diniyyah, ideologis menjadi madiyyah, bendawi, hedonis dan sekuler.²⁹

Didalam Al-Qur'an kalimat yang semakna dengan hedonism dalam Q.S. At-Takatsur/102: 1-8³⁰

أَلْهَنكُمْ التَّكَاثُرُ ۚ حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ۚ لَتَرَوُنَّ الْجَحِيمَ ۚ ثُمَّ لَتَرَوُنَّهَا عَيْنَ الْيَقِينِ ۚ ثُمَّ لَتَسْأَلَنَّ يَوْمَئِذٍ عَنِ النَّعِيمِ ۚ

Terjemahan:

Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, Sampai kamu masuk ke dalam kubur, Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu)

²⁹ <https://bit.ly/2Z9BD6L>

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h.600

itu), Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui, Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin, Niscaya kamu benar-benar akan melihat neraka Jahiim, Dan Sesungguhnya kamu benar-benar akan melihatnya dengan 'ainul yaqin, Kemudian kamu pasti akan ditanyai pada hari itu tentang kenikmatan (yang kamu megah-megahkan di dunia itu).

Surat ini menjelaskan tentang orang-orang yang lalai dari beribadah kepada Allah dan orang-orang yang suka bermewah-mewahan atau bermegah-megahan di dunia. Setiap orang akan ditanya berbagai macam nikmat yang mereka rasakan di dunia. Apakah mereka benar-benar telah bersyukur atas nikmat tersebut? Apakah benar mereka telah menunaikan hak Allah? Apakah mereka benar tidak menggunakan nikmat tersebut untuk maksiat? Jika benar, maka mereka akan diberi nikmat yang lebih lagi dari sebelumnya. Ataukah mereka jadi orang yang terperdaya dengan nikmat? Ataukah mereka gunakan dengan maksiat? Jika demikian, tentu kelak mereka akan dibalas dengan siksa yang pedih.

Q.S. Ali 'Imran/3: 196-197.³¹

لَا يُغْنِيكَ تَقَلُّبُ الَّذِينَ كَفَرُوا فِي الْبِلَدِ ۗ مَتَّعَ قَلِيلٌ ثُمَّ مَأْوَاهُمْ جَهَنَّمُ وَبِئْسَ الْمِهَادُ

Terjemahan:

Janganlah sekali-kali kamu terperdaya oleh kebebasan orang-orang kafir bergerak di dalam negeri, Itu hanyalah kesenangan sementara, kemudian tempat tinggal mereka ialah Jahannam; dan Jahannam itu adalah tempat yang seburuk-buruknya.

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h.76

Dari penjelasan diatas hendaknya menjadi pelajaran yang sangat berharga bagi segenap kaum muslimin agar tidak terjebak dalam gaya hidup hedonistic yang dewasa ini telah membudaya dikalangan umat muslim. Kecintaan terhadap suatu yang bersifat bevdawi, hendaknya jangan sampai melupakan ketaatan kita kepada Allah dan Rasul-Nya, apalagi sampai mengorbankan aqidah islamiyah yang dengan susah payah dibangun sejak kecil sampai dewasa.

Sebuah kesenangan memiliki sifat yang relatif, karena setiap manusia memiliki tingkat kesenangan yang berbeda-beda. Ada yang sudah puas ketika mendapatkan suatu hal yang menyenangkan tetapi ada juga yang belum merasa puas, sehingga ia akan berusaha untuk mencapai kepuasan itu. Penyimpangan yang terjadi saat ini tidak pernah puasnya seseorang ketika mendapatkan kesenangan sehingga mengubah orientasi hidupnya hanya untuk mencari kesenangan semata. Apapun yang dilakukan harus memberikan manfaat bagi dirinya dan memuaskan keinginannya. Sehingga perilaku ini telah berkembang menjadi virus baru yang siap untuk mengubah peradaban manusia depan di bumi nusantara ini.

Gaya hidup berkaitan dengan akhlak dan menurut Ahmad Amin dalam bukunya Al-Akhlak merumuskan pengertian akhlak sebagai berikut.³²

“Akhlak ialah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka yang menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.”

³² <https://bit.ly/2Z9BD6L> , *Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif terhadap fashion pakaian pada Mahasiswi UIN Malang Fakultas Psikologi* diakses 3 Maret 2019

Jadi, akhlak adalah yang menentukan batas antara baik dan buruk, terpuji dan tercela tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin. Akhlak dalam Islam ada dua macam yaitu *al-akhlaqul mahmudah* dan *akhlaqul madzmumah*. Adapun maksud dari yang pertama adalah segala tingkah laku/tabiat yang terpuji, disebut juga *fadlillah* (unggul). Sedangkan yang kedua adalah tingkah laku yang tercela (*qabihah*), atau segala sesuatu yang membinasakan atau mencelakakan. Dalam hal ini jika diumpamakan sifat *mahmudah* itu laksana vitamin dan mineral untuk membangun jasmani yang sehat dan sifat-sifat *qabihah* sebagai virus dan bakteri penyakit yang merusak tubuh. Jika kita membutuhkan jasmani yang sehat, harus berusaha mengusir penyakit dan kuman-kuman perusak.

Demikian juga apabila kita membina pribadi mulia, maka harus membangun sifat-sifat *mahmudah* dan juga harus dijauhkan dari segala sifat *qabihah*. Jadi, untuk mengusir sifat *qabihah* itu harus ada kekuatan penolak yang dapat mengusirnya yakni *fadlillah* dan tidak dapat dikosongkan begitu saja.

Di dalam hadits juga disebutkan larangan bersikap sombong yaitu:³³

لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبَرٍ قَالَ رَجُلٌ إِنَّ الرَّجُلَ يُحِبُّ أَنْ يَكُونَ ثَوْبُهُ حَسَنًا وَنَعْلُهُ حَسَنَةً قَالَ إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ الْكِبَرُ بَطْرُ الْحَقِّ وَغَمَطُ النَّاسِ

Artinya:

“Tidak akan masuk surga seseorang yang di dalam hatinya terdapat kesombongan sebesar biji sawi.” Ada seseorang yang bertanya, “Bagaimana dengan seorang yang suka memakai baju dan sandal yang bagus?” Beliau

³³ <https://muslim.or.id/3536-jauhi-sikap-sombong.html>

menjawab, “Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan. Sombong adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang lain.” (HR. Muslim no. 91)

An Nawawi *rahimahullah* berkata, “Hadist ini berisi larangan dari sifat sombong yaitu menyombongkan diri kepada manusia, merendahkan mereka, serta menolak kebenaran”. Kesombongan ada dua macam, yaitu sombong terhadap *al haq* dan sombong terhadap makhluk. Hal ini diterangkan oleh Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* pada hadist di atas dalam sabda beliau, “*sombong adalah menolak kebenaran dan suka meremehkan orang lain*”. Menolak kebenaran adalah dengan menolak dan berpaling darinya serta tidak mau menerimanya.

Sedangkan meremehkan manusia yakni merendahkan dan meremehkan orang lain, memandang orang lain tidak ada apa-apanya dan melihat dirinya lebih dibandingkan orang lain.

Kesombongan juga sering menafikan keberadaan orang lain. Kesombongan membuat orang tidak peduli dengan penderitaan orang lain. Kesombongan merupakan sikap anti social. Sikap sombong sulit untuk menghargai orang lain. Sombong bertolak belakang dengan sikap toleransi dan madrat yang ditimbulkan oleh sikap ini sangat berbahaya dalam masyarakat yang majemuk. Untuk itu, umat Islam hendaknya mengikis habis sifat ini.

Pada hakikatnya, sifat sombong hanya berhak dimiliki oleh Allah. Dialah penguasa dan pemilik segala yang di langit dan bumi. Kebesaran hanya milik Allah. Manusia tidak ada artinya dibandingkan kebesaran dan kekuasaan Allah swt.

2.1.5 Ibu Rumah Tangga

Pengertian Ibu Rumah Tangga Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2005) pengertian ibu rumah tangga adalah seorang ibu yang mengurus keluarga saja. Menurut Joan (Widiastuti, 2009), menjelaskan pengertian ibu rumah tangga sebagai wanita yang telah menikah dan menjalankan tanggung jawab mengurus kebutuhan-kebutuhan di rumah. Sedangkan menurut pendapat Walker dan Thompson (Mumtahinnah, 2011) ibu rumah tangga adalah wanita yang telah menikah dan tidak bekerja, menghabiskan sebagian waktunya untuk mengurus rumah tangga dan mau tidak mau setiap hari akan menjumpai suasana yang sama serta tugas-tugas rutin. Menurut Fredian dan Maule (Kartono, 1992) masyarakat tradisional memandang fungsi utama wanita dalam keluarga adalah membesarkan dan mendidik anak. Merriam Webster Dictionary mendefinisikan ibu rumah tangga sebagai seorang wanita menikah yang bertanggung jawab atas rumah tangganya.

Ibu rumah tangga (*housewife*) adalah seorang wanita yang bekerja menjalankan atau mengelola rumah keluarganya, bertanggung jawab untuk mendidik anak-anaknya, memasak dan menghidangkan makanan, membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari, membersihkan dan memelihara rumah, menyiapkan dan menjahit pakaian untuk keluarganya. Ibu rumah tangga umumnya tidak bekerja diluar rumah.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti dapat menyimpulkan secara umum seorang ibu rumah tangga adalah seorang wanita yang sudah menikah memiliki peran sebagai istri, ibu, dan homemaker (pekerja rumah tangga).

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada tinjauan ini peneliti menemukan penelitian yang serupa mengenai Pengaruh sinetron terhadap gaya hidup masyarakat.

Skripsi yang disusun oleh Citra Tresna Asih dengan judul “*Hubungan antara Pola Menonton Sinetron dengan Gaya Hidup Mewah Penonton Remaja dan Dewasa di Pedesaan*”. Mahasiswa jurusan Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor, tahun 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Dari hasil penelitian bahwa tingkat perhatian menonton sinetron mempunyai hubungan dengan aktivitas gaya hidup mewah. Hubungan nyata lainnya adalah antara tingkat ekonomi keluarga dengan opini dan aktivitas gaya hidup mewah dan hubungan antara tingkat interaksi dengan keluarga dengan aktivitas gaya hidup mewah.³⁴

Skripsi kedua yang disusun oleh Zaenal dengan judul “*Efek Afektif Sinetron Geet pada ibu rumah tangga di keluarahan tassililu kecamatan Sijai Barat Kabupaten Sinjai*”. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar, tahun 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai yang terkandung dalam sinetron *Geet* yaitu: nilai sosial yang terdapat dalam sinetron yakni aturan sosial yang tidak tertulis dan berlaku di India, nilai kebudayaan yang terdapat dalam sinetron adalah cara berbusana bagi kaum wanita di India dan tradisi yang terdapat di India, nilai moral yang terkandung dalam sinetron *Geet* terdapat dua nilai yaitu nilai kebaikan dan keburukan dan nilai religius yang terkandung dalam sinetron yaitu keyakinan umat Hindu yang mempercayai dewa sebagai Tuhan mereka. Efek Afektif

³⁴ Citra Tresna Asih, *Hubungan antara Pola Menonton Sinetron dengan Gaya Hidup Mewah Penonton Remaja dan Dewasa di Pedesaan, Skripsi* (Bogor: ITB, 2016), h.5

yang ditimbulkan dari sinetron *Geet* adalah Informen penelitian merasakan perasaan sedih, gembira, benci dan terharu, ketika melihat tayangan sinetron *Geet*, artinya mereka terbawa suasana yang dibangun dalam sinetron tersebut.³⁵

Skripsi ketiga yang disusun oleh Hayana dengan judul "*Pengaruh Animasi Upin dan Ipin Terhadap Pembentukan Self Concept Siswa di SDN 5 Padanglampe kabupaten Pangkep*". Mahasiswa Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Parepare tahun 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah experiment research. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara film animasi Upin dan Ipin terhadap pembentukan *self concept* siswa di SDN 5 padanglampe Kabupaten Pangkep berada pada kategori hubungan/pengaruh kuat. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil angket yang dibagikan kepada 30 responden. Sedangkan jika dilihat dari uji koefisien determinasinya $r^2 = 0,644^2 = 0,414736$. Hal ini berarti nilai rata-rata pembentukan *self concept* siswa 41,47% ditentukan oleh film animasi Upin dan Ipin yang ditayangkan melalui persamaan regresi $Y = 3,77 + 0,81 X$. sisanya 58,53% ditentukan oleh faktor lain.³⁶

Skripsi keempat yang disusun oleh ROSNANI dengan judul "*Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi Perilaku Anak di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang*". Mahasiswa fakultas ushuluddin, adab dan dakwah IAIN Parepare, tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan desain kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan yaitu 50,9% yang berarti pengaruh antara film animasi shiva terhadap

³⁵Zaenal, *Efek Afektif Sinetron Gett pada Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Tassililu Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai*, Skripsi, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), h.12

³⁶ Hayana, *Pengaruh Film Animasi Upin dan Ipin Terhadap Pembentukan Self Concept Siswa di SDN 5 Pa78danglampe Kabupaten Pangkep*, Skripsi (Parepare: 2017), h. 78

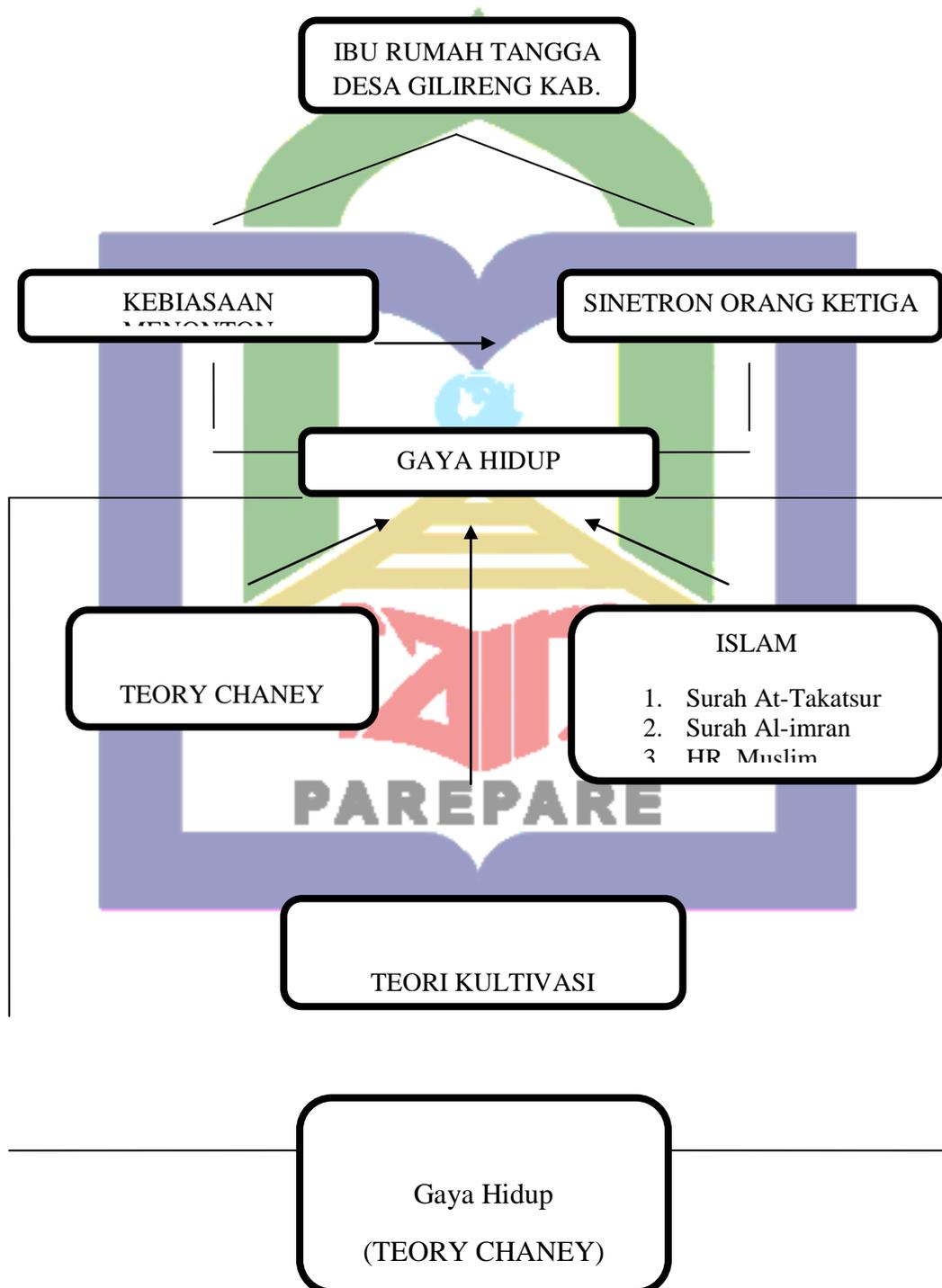
perilaku anak di kelurahan Tonyamang kecamatan Patampanua kabupaten Pinrang ini sedang meskipun begitu terdapat pengaruh oleh factor lain. Dibuktikan dengan melihat hasil angket yang dibagikan kepada 45 responden. Sehingga disimpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, dan juga ketika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya H_a dapat diterima H_o ditolak. Terdapat pula pengaruh positif, negatif bahkan mempengaruhi sikap dan perilaku anak pada lingkungannya.³⁷

Penelitian yang dilakukan di atas hampir mempunyai kesamaan ruang lingkup pembahasan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama berbicara mengenai dampak sinetron terutama melalui program televisi. Tetapi terdapat perbedaan yang signifikan antara ketiga penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni terletak pada variabel dependennya yaitu peneliti membahas mengenai gaya hidup ibu rumah tangga di desa Gilireng Kabupaten Wajo.

³⁷ Rosnani, *Pengaruh Film Animasi Shiva Terhadap Imitasi Perilaku Anka di Kelurahan Tonyamang Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang*, Skripsi (Parepare: 2019), h. 78

2.3 Bagan Kerangka Berfikir

Berdasarkan judul yang diteliti dan acuan teori kultivasi. Maka, peneliti akan memberikan gambaran mengenai kerangka berpikir penelitian, sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka pikir diatas, peneliti mengemukakan bahwa ibu rumah tangga di desa Gilireng Kab. Wajo mempunyai kebiasaan menonton sinetron dalam hal ini sinetron Orang Ketiga di SCTV. Sinetron salah satu hiburan yang disebarluaskan melalui komunikasi massa yakni televisi. Informasi yang ada di televisi diterima sebagai pesan komunikasi oleh khalayak. Pesan-pesan komunikasi dari media massa televisi dapat mempengaruhi perubahan perilaku dan gaya hidup. Sesuai landasan teori Kultivasi bahwa sinetron merupakan pesan komunikasi yang dapat mempengaruhi penonton jika menonton secara terus menerus. Perubahan pada gaya hidup ibu-ibu akan memberi pengaruh negatif dan positif pada keluarga dan lingkungan.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentatif yang merupakan dugaan atau terkaan tentang apa saja yang diamati dalam usaha untuk memahaminya.³⁸ Menurut Sekaran (2005), mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji.

H0: Tidak ada pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan gilireng.

H1: Terdapat pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di kelurahan gilireng.

Dari hipotesis diatas, penulis memiliki dugaan sementara bahwa terdapat pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di

³⁸ S Nasution. Metode Research Penelitian Ilmiah (Cet.II; Jakarta: Bumi Aksara, 1996) h.39

kelurahan gilireng. Untuk itu penulis sepakat dengan pernyataan H1 diatas. Adapun kebenarannya, maka akan dibuktikan melalui hasil penelitian yang dilakukan di lapangan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *field research* (penelitian lapangan). Metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini fokus pada pengaruh sinetron terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng.

Menurut Sugiyono metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism* (filsafat yang memandang realitas/gejala/fenomena itu diklasifikasikan, relatif, tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat), digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁹ Penelitian kuantitatif yaitu dengan melibatkan diri pada perhitungan atau angka atau kuantitas.⁴⁰

Dengan demikian proses penelitian ini senantiasa menggunakan data yang berupa angka, sehingga bila terdapat data yang bersifat kualitatif akan dilakukan proses kuantifikasi sehingga akan memudahkan dalam proses perhitungan.

3.1.2 Desain Penelitian

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian (mixed method)* (Cet. II; Bandung: Alfabeta, 2012) h. 11

⁴⁰Le xy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Cet. XIV; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001) h. 22

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga untuk memudahkan proses pengolahan dan analisis data, maka desain penelitian menggunakan analisis asosiatif, yaitu untuk mengkaji pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Keterangan:

Variabel X: sinetron orang ketiga

Variabel Y: gaya hidup ibu rumah tangga

3.2. Lokasi dan waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, lokasi penelitian harus ditentukan terlebih dahulu, tanpa adanya lokasi penelitian maka calon peneliti tidak akan memperoleh data dari informan dan sumber data lain karena pada fokus penelitian ini terdapat dalam lokasi penelitian tersebut.

Adapun lokasi penelitian ini berlangsung di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo Provinsi Sulawesi Selatan

3.2.2 Waktu Peneliti

Waktu peniliti ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan agar untuk mendapat data-data yang dibutuhkan dan hasil sesuai dengan yang diharapkan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴¹

Sedangkan menurut Sugyono mengungkapkan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditempatkan oleh calon peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴² Jadi populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Adapun populasi yang diteliti peniliti adalah seluruh ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo Provinsi Sulawesi Selatan yang berjumlah 270 kartu keluarga.

⁴¹Sugyono, *Metode Penelitian (mixed method)* (Cet V; Bandung: Alfabeta, 2014), h.120.

⁴²Sugyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Cet. 4; Bandung: CV. Alfabeta, 2002), h. 55

3.3.2 Sampel

Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴³ Jika populasi besar dan peneliti tidak bisa meneliti semua populasi yang ada karena keterbatasan tenaga, dan dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Hasil penelitian dapat menggunakan sampel nantinya dapat diberlakukan untuk populasi. Dengan demikian dalam menentukan sample dari populasi representative (mewakili). Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto dalam bukunya sampel yaitu sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁴⁴

Jadi sampel adalah bagian terkecil dari populasi yang diteliti sebagai dasar untuk menarik kesimpulan dalam penelitian yang tentunya berlaku bagi keseluruhan populasi yang dibutuhkan. Olehnya itu, terhadap objek penelitian tidak dilakukan peneliti secara keseluruhan melainkan hanya yang menjadi wakil populasi sebagai objek penelitian.

Adapaun teknik sampel yang dipilih yakni *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴⁵ Adapun pertimbangan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Merupakan ibu-ibu warga kelurahan Gilireng.
- b. Pernah menonton sinetron Orang Ketiga minimal 3 kali.

⁴³Sugyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 118

⁴⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), h.117

⁴⁵Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Jakarta: Erlangga,2009), h.107

Cara yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan : n = Sampel minimum yang harus terpenuhi

N = Jumlah Populasi

e = Kesalahan yang ditolerir (taraf signifikansi 1%, 5%, atau 10%).

Adapun hasil perhitungan penentuan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut.

Diketahui:

$$N = 276$$

$$E = 10\% = 0,1$$

Jawab:

$$n = \frac{276}{1 + (276 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{276}{1 + (276 \times (0.1)^2)}$$

$$n = \frac{276}{1 + 276 \times 0.01}$$

$$n = \frac{276}{3,76}$$

$$n = 73,40 \text{ atau dibulatkan menjadi } 73 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh jumlah sampel untuk penelitian ini ada 73 ibu rumah tangga yang menonton sinetron orang ketiga.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

3.4.1 Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Observasi yang dilakukan peneliti yakni mengumpulkan data langsung dari lapangan dengan melihat keadaan yang terjadi di sekolah dan lingkungannya.

3.4.2 Kuesioner atau angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.⁴⁶ Seperti halnya dengan wawancara, pertanyaan-pertanyaan yang telah tersusun secara kronologis dari yang umum mengarah pada khusus untuk

⁴⁶Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Jakarta: Erlangga,2009), h. 109

diberikan kepada responden yang umumnya merupakan daftar pertanyaan lizimnya disebut kuisioner, dibuat dengan menyesuaikan responden ataupun dapat dibuat untuk umum dalam arti terbatas pula sesuai dengan pengambilan sampel.⁴⁷ Data diolah dengan menginterpretasikan data dalam bentuk angka-angka dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics 21 sehingga memudahkan peneliti dalam menafsirkan data mentah yang diperoleh. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁴⁸

Skala likert merupakan pembobotan untuk setiap jawaban dari pertanyaan yang dijawab oleh responden dengan bobot score.⁴⁹

Table 3.1 Bobot Skor Responden

KATEGORI	SKOR
Selalu	5
Sering	4
Kadang-kadang	3
Jarang	2
Tidak pernah	1

Sumber: Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, 2008

⁴⁷ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Prkatek* (Cet IV, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 5

⁴⁸ Sugiono, *metode penelitian (mixed method)* (Cet V; Bandung: Alfabeta, 2014), h. 131

⁴⁹ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian (Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 97

Daftar angket adalah salah satu instrumen penelitian yang mengajukan lembaran pertanyaan kepada responden, dalam hal ini para ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng.

3.4.3 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan dokumentasi ialah biayanya relative murah, waktu dan tenaga lebih efisien.⁵⁰ Selain melalui dokumen-dokumen juga dalam bentuk foto.

3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.5.1 Teknik pengolahan

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pengolahan statistik, yang mana dalam penyelesaian pengolahan data tersebut dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 21*.

3.5.2 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis data pada dasarnya dapat diartikan memperkirakan atau dengan menentukan besarnya pengaruh secara

⁵⁰Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 69

kuantitatif dari perubahan suatu (beberapa) kejadian terhadap sesuatu (beberapa) kejadian lainnya, serta memperkirakan/meramalkan kejadian lainnya.⁵¹

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Sebelum melakukan analisis terhadap data peneliti terlebih dahulu melakukan analisis frekuensi agar memudahkan dalam memaknai data yang ditabulasikan.

3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi merupakan persyaratan yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Uji Asumsi Klasik terdiri dari uji normalitas, dan uji Linearitas.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal kolmogorov-smirnov.⁵² Dengan menggunakan nilai signifikan 5%, Sig (2-tailed) di atas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal. *Uji Linearitas* untuk melihat spesifikasi model yang digunakan

⁵¹Misbahuddin dan Iqbal hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Edisi II, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 32

⁵²Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Kota Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), h.52

benar atau tidak. Dengan uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik.²⁰ 3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.

Analisis regresi linear sederhana yaitu analisis terhadap satu variabel independen (pengaruh tayangan sinetron orang ketiga) dan satu variabel dependen (perkembangan gaya hidup ibu rumah tangga di gilireng). Jadi, analisis regresi digunakan untuk mengetahui perubahan variabel terikat (*dependen variable*) akibat perubahan variabel bebas (*independen variable*). Persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = variabel terikat

a = konstanta (besarnya Y jika X=0)

b = koefisien regresi (besarnya perubahan Y akibat perubahan X)

X = variabel bebas

3.5.2.3 Koefisien Korelasi

Uji korelasi person bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang berdata rasio ataupun data kuantitatif yaitu data yang berisi angka sesungguhnya.⁵³ Koefisien korelasi person digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh tayangan sinetron Orang Ketiga (X) terhadap Gaya Hidup Ibu rumah Tangga (Y).

⁵³Andi wildawati Tadjuddin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Veteran di Makassar”, *Skripsi* (Makassar: Fak. Syariah dan Hukum, UIN Alauddin, 2012), h. 29

3.5.2.4 Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel terikat dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variable bebas. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variable terikat. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin baik model tersebut.

Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
>81%	Sangat Tinggi
50%-81%	Tinggi
17%-49%	Cukup
5% - 16%	Rendah
<5%	Rendah sekali

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Kebiasaan Menonton Sinetron Orang Ketiga

Sehubungan penelitian ini merupakan kajian pengaruh media terhadap perilaku manusia, khususnya pengaruh media sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga, maka teori yang digunakan adalah teori kultivasi dimana asumsi teori kultivasi adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh terhadap pemirsanya. Teori kultivasi dalam bentuk yang paling mendasar, percaya bahwa televisi berperan penting dalam membentuk dan mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada di sekelilingnya.

4.1.1.1 Statistik Kebiasaan Menonton Sinetron Orang Ketiga

Statistics

jumlah

N	Valid	73
	Missing	0
Mean		41.30
Median		41.00
Mode		41
Std. Deviation		4.088
Variance		16.713
Skewness		.250

Std. Error of Skewness	.281
Kurtosis	.030
Std. Error of Kurtosis	.555
Range	17
Minimum	33
Maximum	50
Sum	3015

Skor total variabel pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo yang diperoleh dari hasil penelitian 3015, skor teoritik tertinggi variabel ini setiap responden ada $10 \times 5 = 50$, karena jumlah responden 73 ibu rumah tangga, maka skor kriterium adalah $50 \times 73 = 3.650$. Sehingga, pengaruh sinetron orang ketiga adalah $3015 : 3.650 = 0,82$ atau 82 persen dari kriterium yang ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga termasuk kategori sangat tinggi.

Berdasarkan data hasil angket variabel pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata (mean) sebesar 41.30, median 41.00, modus 41, varians 16.713 dan standar deviasi 3.015.

4.1.1.2 Uji Validitas Kebiasaan Menonton Sinetron Orang Ketiga

No	R_{xy} (r hitung)	r tabel	Keterangan
1	0.540	0.230	Valid
2	0.624	0.230	Valid
3	0.510	0.230	Valid
4	0.853	0.230	Valid
5	0.888	0,230	Valid

6	0.897	0,230	Valid
7	0.831	0,230	Valid
8	0.153	0,230	Tidak Valid
9	0.107	0,230	Tidak Valid
10	0.516	0,230	Valid

Adapun cara menentukan r_{tabel} maka menggunakan rumus $df = FN - 2$. Diketahui jumlah reponden 73 maka $73 - 2 = 71$, jika dilihat dari r_{tabel} 71 berada pada r_{tabel} 0,230. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa instrumen yang valid sebanyak 18 item dan 2 item yang tidak valid dan selanjutnya dibuang.

4.1.1.3 . Uji Realibilitas Kebiasaan Menonton Sinetron Orang Ketiga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	10

Berdasarkan tabel di atas, reliabilitas instrumen variabel X (Sinetron Orang Ketiga) diperoleh nilai *Alpha Cronbach's* sebesar $0.820 \geq 0.60$ maka instrumen pertanyaan dinyatakan *reliabel*. Jadi, uji instrumen data pada variabel X sudah valid dan *reliabel* untuk 8 butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

4.1.1.4 Sinetron Orang Ketiga

Gambaran kebiasaan menonton sinetron orang ketiga pada ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo.

Tabel 4.1 Keadaan tingkat keseringan menonton televisi (lebih dari 3x)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	7	9.6	9.6	9.6
Selalu	66	90.4	90.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.1

Data di atas mengenai tanggapan responden tentang keadaan tingkat keseringan responden menonton televisi setiap harinya dapat dilihat dari hasil angket terdapat 90.4% selalu, 9.6% jarang, 0% kadang-kadang, 0% sering dan 0% tidak pernah.. Data ini menunjukkan bahwa hampir semua responden selalu menonton televisi setiap harinya.

Tabel 4.2 Kebiasaan menonton sinetron orang ketiga (lebih dari 3 kali).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	23	31.5	31.5	31.5
Selalu	50	68.5	68.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.2

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini menonton televisi khususnya sinetron orang ketiga yang tayang di

SCTV, dapat dilihat dari hasil angket terdapat 68.5% selalu, 31.5% jarang, 0% kadang-kadang, 0% sering dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa banyak responden yang selalu menonton televisi dan yang sering dinonton itu sinetron khususnya sinetron orang ketiga yang tayang di SCTV.

Tabel 4.3 Mengetahui jadwal tayang sinetron orang ketiga tayag.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	41	56.2	56.2	56.2
Selalu	32	43.8	43.8	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.3

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng mengetahui jadwal tayang dari sinetron orang ketiga ini dengan melihat hasil angket terdapat 43.8% selalu, 56.2% jarang, 0% kadang-kadang, 0% sering dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa banyak responden yang mengetahui jadwal tayang sinetron orang ketiga yang tayang di SCTV, tentunya karena menyukai sinetron orang ketiga ini responden mengetahui jadwal tayang dari sinetron ini.

Tabel 4.4 Keinginan agar sinetron orang ketiga tayang lebih lama lagi.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sering	5	6.8	6.8	6.8
Kadang-kadang	27	37.0	37.0	43.8
Jarang	28	38.4	38.4	82.2
Selalu	13	17.8	17.8	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.4

Data di atas memberikan gambaran ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng, tentang durasi sinetron orang ketiga, dapat dilihat dari hasil angket terdapat 17.8% yang selalu dan 6.8% yang sering, 37.0% kadang-kadang, 38.4% jarang dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa keinginan ibu rumah tangga tentang durasi sinetron orang ketiga ini berbeda-beda, tetapi yang mendominasi ibu rumah tangga yang jarang atau tidak setuju.

Tabel 4.5 Kebiasaan menunggu sinetron orang ketiga tayang.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sering	8	11.0	11.0	11.0
Kadang-kadang	25	34.2	34.2	45.2
Jarang	16	21.9	21.9	67.1
Selalu	24	32.9	32.9	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.5

Data di atas memberikan gambaran tanggapan ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng kebiasaan menunggu sinetron orang ketiga ini tayang, sesuai dengan hasil angket 11.0% sering, 34.2% kadang-kadang, 21.9% jarang, 32.9% selalu, dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab kadang-kadang duduk di depan TV menunggu sinetron orang ketiga tayang.

Tabel 4.6 Lebih mengutamakan sinetron orang ketiga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sering	6	8.2	8.2	8.2
Kadang-kadang	29	39.7	39.7	47.9
Jarang	14	19.2	19.2	67.1
Selalu	24	32.9	32.9	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.6

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng mengutamakan sinetron orang ketiga daripada sinetron yang lainnya, sesuai dengan hasil angket 8.2% sering, 39.7% kadang-kadang, 19.2% jarang, 32.9% selalu, dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab kadang-kadang lebih mementingkan sinetron orang ketiga daripada sinetron lainnya. Hal ini membuktikan bahwa sekarang ini sudah banyak sinetron atau program televisi yang bisa dinikmati tanpa harus berfokus kesatu program

atau satu sinetron saja. Karena, setiap sinetron atau program televisi lainnya mempunyai daya tarik atau daya pikat tersendiri.

Tabel 4.7 Kebiasaan menonton sinetron orang ketiga sampai selesai.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sering	2	2.7	2.7	2.7
Kadang-kadang	14	19.2	19.2	21.9
Jarang	31	42.5	42.5	64.4
Selalu	26	35.6	35.6	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.7

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng menonton sinetron orang ketiga ini sampai selesai, sesuai dengan hasil angket 2.7% sering, 19.2% kadang-kadang, 42.5% jarang, 35.6% selalu, dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak yang jarang menonton sinetron orang ketiga sampai sinetron ini berakhir

Tabel 4.8 Merasa sinetron orang ketiga menampilkan adegan kekerasan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kadang-kadang	8	11.0	11.0	11.0
Jarang	15	20.5	20.5	31.5
Selalu	50	68.5	68.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.8

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng merasa sinetron orang ketiga sering menampilkan adegan kekerasan, sesuai dengan hasil angket 68.5% selalu, 0% sering, 11.0% kadang-kadang, 20.5% jarang dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab sinetron orang ketiga ini sering menampilkan adegan kekerasan didalamnya.

Tabel 4.9 Merasa skenario orang ketiga seperti di kehidupan sehari-hari.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kadang-kadang	21	28.8	28.8	28.8
Jarang	27	37.0	37.0	65.8
Selalu	25	34.2	34.2	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.9

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng merasa skenario orang ketiga seperti dikehidupan sehari-hari, sesuai dengan hasil angket 34.2% selalu, 0% sering, 28.8% kadang-kadang, 37.0% jarang dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang memilih jarang merasa skenario orang ketiga seperti dikehidupan sehari-harinya.

Tabel 4.10 Merasa cerita/skenario di sinetron orang ketiga seperti kehidupan pribadi saya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kadang-kadang	25	34.2	34.2	34.2
Jarang	28	38.4	38.4	72.6
Selalu	20	27.4	27.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.10

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng merasa skenario di sinetron orang ketiga seperti kehidupan pribadinya, sesuai dengan hasil angket terdapat 0% sering, 27.4% selalu, 34.2% kadang-kadang, 38.4% jarang dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab jarang skenario dari sinetron orang ketiga ini mirip atau seperti kehidupan pribadi dari ibu rumah tangga ini.

4.1.2 Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga

4.1.2.1 Statistik Deskriptif Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga

Statistics

jumlah

N	Valid	73
	Missing	0
Mean		31.18
Median		32.00
Mode		33
Std. Deviation		4.315
Variance		18.621
Skewness		-.428
Std. Error of Skewness		.281
Kurtosis		-.278
Std. Error of Kurtosis		.555
Range		19
Minimum		21
Maximum		40
Sum		2276

Skor total variabel gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo yang diperoleh dari hasil penelitian 2276, skor teoritik tertinggi variabel ini setiap responden ada $10 \times 5 = 50$, karena jumlah responden 73 ibu rumah tangga, maka skor

kriterium adalah $50 \times 73 = 3.650$. Sehingga, pengaruh sinetron orang ketiga adalah $2276 : 3.650 = 0,62$ atau 62 persen dari kriterium yang ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup ibu rumah tangga (variabel Y) termasuk kategori tinggi.

Berdasarkan data dan hasil angket variabel gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo, jumlah item angket sebelum diuji validitas dan uji reliabilitas sebanyak 15 item pertanyaan dan setelah diuji validitas dan uji reliabilitas item angket tetap 15 pertanyaan.

Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 31.18, median 32.00, modus 33, varians 18.0621 dan standar deviasi 2.276 distribusi frekuensi skor variabel gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo.

4.1.2.2 Uji Validitas Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga

No	R_{xy} (r hitung)	r_{table}	Keterangan
1	0.645	0.230	Valid
2	0.399	0.230	Valid
3	0.389	0.230	Valid
4	0.628	0.230	Valid
5	0.454	0.230	Valid
6	0.626	0.230	Valid
7	0.525	0.230	Valid
8	0.762	0.230	Valid
9	0.731	0.230	Valid
10	0.731	0.230	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa instrumen 10 item semuanya valid.

4.1.2.3 Uji Realibilitas Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	10

Berdasarkan tabel di atas, reliabilitas instrumen variabel Y (Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga) diperoleh nilai *Alpha Cronbach's* sebesar $0.785 \geq 0.60$, maka instrumen pertanyaan dinyatakan *reliabel*. Jadi, uji instrumen data pada variabel X sudah valid dan *reliabel* untuk 10 butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

4.1.2.4 Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan dimensi *self orientation* gaya hidup mencakup tiga kategori yaitu prinsip, status, dan tindakan.

Tabel 4.11 Kebiasaan mengikuti gaya bicara artis orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	2	2.7	2.7	2.7
Sering	29	39.7	39.7	42.5
Kadang-kadang	37	50.7	50.7	93.2

Jarang	4	5.5	5.5	98.6
Selalu	1	1.4	1.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.11

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini biasanya mengikuti gaya bicara artis orang ketiga ini, sesuai dengan hasil angket terdapat 50.7% kadang-kadang, 1.4% selalu, 39.7% sering, 5.5% jarang, 2.7% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab kadang-kadang ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng mengikuti gaya bicara pemain sinetron orang ketiga.

Tabel 4.12 Kebiasaan meniru gaya berbusana /berpakaian artis seperti disinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	1	1.4	1.4	1.4
Sering	4	5.5	5.5	6.8
Kadang-kadang	2	2.7	2.7	9.6
Jarang	26	35.6	35.6	45.2
Selalu	40	54.8	54.8	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.12

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini geram ketika melihat pemain antagonis di sinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 54.8% selalu, 5.5% sering, 2.7% kadang-kadang, 35.6% jarang dan 1.4% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab ibu rumah tangga ini selalu geram ketika melihat pemain antagonis di sinetron orang ketiga.

Tabel 4.13 Kebiasaan bercerita dengan tetangga tentang sinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kadang-kadang	33	45.2	45.2	45.2
Jarang	39	53.4	53.4	98.6
Selalu	1	1.4	1.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.13

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini biasanya bercerita dengan tetangganya tentang sinetron orang ketiga sesuai dengan hasil angket, 0% sering, 1.4% selalu, 45.2% kadang-kadang, 53.4% jarang dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab jarang ibu rumah tangga bercerita dengan tetangganya tentang sinetron orang ketiga.

Tabel 4.14 Berpikiran negatif atau curigaan terhadap orang lain seperti tayangan disinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	2	2.7	2.7	2.7
Sering	20	27.4	27.4	30.1
Kadang-kadang	39	53.4	53.4	83.6
Jarang	11	15.1	15.1	98.6
Selalu	1	1.4	1.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.14

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini berpikiran negative atau curigaan terhadap orang lain seperti tayangan disinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 53.4% kadang-kadang, 1.4% selalu, 27.4% sering, 15.1% jarang, 2.7% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab kadang-kadang responden berpikiran negatif atau curigaan terhadap orang lain seperti tayangan disinetron orang ketiga.

Tabel 4.15 Terbawa suasana ketika sedang menonton sinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	1	1.4	1.4	1.4
Sering	3	4.1	4.1	5.5
Kadang-kadang	14	19.2	19.2	24.7
Jarang	40	54.8	54.8	79.5
Selalu	15	20.5	20.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.15

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini terbawa suasana ketika sedang menonton sinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 4.1% sering, 20.5% selalu, 19.2% kadang-kadang, 54.8% jarang, dan 1.4% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa banyak responden yang menjawab jarang responden terbawa suasana ketika sedang menonton sinetron orang ketiga.

Tabel 4.16 Geram melihat pemain antagonis di sinetron orang ketiga.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sering	1	1.4	1.4	1.4
	Kadang-kadang	23	31.5	31.5	32.9
	Jarang	43	58.9	58.9	91.8
	Selalu	6	8.2	8.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.16

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini meniru gaya berbusana /berpakaian artis seperti disinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 1.4% sering, 8.2% selalu, 31.5% kadang-kadang, 58.9% jarang dan 0% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa banyak responden yang menjawab jarang meniru gaya berbusana/berpakaian artis seperti disinetron orang ketiga.

Tabel 4.17 Berteman dengan ibu rumah tangga yang mapan dan tidak mau berteman dengan ibu rumah tangga yang miskin.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	2	2.7	2.7	2.7

Sering	5	6.8	6.8	9.6
Kadang-kadang	32	43.8	43.8	53.4
Jarang	32	43.8	43.8	97.3
Selalu	2	2.7	2.7	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.17

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini hanya berteman dengan ibu rumah tangga yang mapan dan tidak mau berteman dengan ibu rumah tangga yang miskin, sesuai dengan hasil angket 6.8% sering, 2.7% tidak pernah, 43.8% kadang-kadang, 4.8% jarang, dan 2.7% selalu. Data ini menunjukkan bahwa responden yang menjawab kadang-kadang dan jarang responden seimbang tentang hanya berteman dengan ibu rumah tangga yang mapan dan tidak mau berteman dengan ibu rumah tangga yang miskin.

Tabel 4.18 Saya biasanya pilih-pilih bergaul atau berteman dengan ibu rumah tangga seperti disinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	7	9.6	9.6	9.6
Sering	14	19.2	19.2	28.8
Kadang-kadang	43	58.9	58.9	87.7

Jarang	9	12.3	12.3	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.18

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini pilih-pilih bergaul atau berteman dengan ibu rumah tangga seperti di sinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 12.3% jarang, 9.6% tidak pernah, 0% selalu, 19.2% sering dan 58.9% kadang-kadang. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab kadang-kadang pilih-pilih bergaul atau berteman dengan ibu rumah tangga seperti disinetron orang ketiga.

Tabel 4.19 Meminta suami untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	17	23.3	23.3	23.3
Sering	39	53.4	53.4	76.7
Kadang-kadang	16	21.9	21.9	98.6
Jarang	1	1.4	1.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.19

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini meminta suami untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 21.9% kadang-kadang, 0% selalu, 53.4% sering, 1.4% jarang dan 23.3% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab sering meminta suaminya untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga.

Tabel 4.20 Kebiasaan menyisihkan uang belanja bulanan untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak pernah	17	23.3	23.3	23.3
Sering	39	53.4	53.4	76.7
Kadang-kadang	16	21.9	21.9	98.6
Jarang	1	1.4	1.4	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Sumber data: Angket no.20

Data di atas memberikan gambaran bahwa ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng ini menyisihkan uang belanja bulanan untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga, sesuai dengan hasil angket 21.9% kadang-kadang, 53.4% sering, 0% selalu, 1.4% jarang,

dan 23.3% tidak pernah. Data ini menunjukkan bahwa banyak responden yang memilih sering menyisihkan uang belanja bulannya untuk membeli barang yang diinginkan.

4.2. Pengaruh Sinetron Orang Ketiga Terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo

4.2.1 Pengujian Persyaratan Analisis Data

Pada pengujian persyaratan analisis data, peneliti menguji dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package of the Science Social*) untuk mempermudah perhitungan angka dan keakuratan perhitungan data.

4.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik (persyaratan statistik yang harus terpenuhi untuk menguji regresi). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pada uji normalitas bukan pada masing-masing variabel tapi pada nilai residualnya.

Tabel. 4.24 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.24956958

	Absolute	.238
Most Extreme Differences	Positive	.238
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		2.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.970

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data : data diolah dengan menggunakan SPSS

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil ujian normalitas:

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui $0.970 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.2.4. Uji Korelasi person

Konsep dasar analisis korelasi:

- Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Uji korelasi digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, sekaligus untuk mengetahui tingkat hubungan keeratan antara variabel x dan variabel Y.

- b. Jenis hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat bersifat negative dan positif.

Tabel 4.25 Uji Korelasi Person

Correlations

		Sinetron	GayaHidup
Sinetron	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	73	73
GayaHidup	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	73	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data : diolah menggunakan uji korelasi person dengan SPSS

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka berkorelasi
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak berlorelesi

Dari hasil output correlations diketahui nilai signifikansi untuk hubungan variabel sinetron orang ketiga (X) dan variabel gaya hidup (Y) adalah 0.000, artinya karena nilainya lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara sinetron orang ketiga dengan gaya hidup.

4.2.5 Uji regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Syarat uji linear sederhana :

- Valid dan Realibel
- Normal dan Linear

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal, yaitu:

- Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0.05.
 - a. Jika nilai signifikansi < 0.05 artinya X berpengaruh terhadap variabel Y.
 - b. Jika nilai signifikansi > 0.05 , artinya X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
 - b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.27 Metode yang Digunakan Dalam regresi

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sinetron Orang Ketiga ^a		. Enter

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sinetron Orang Ketiga ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Gaya Hidup

Sumber data : metode regresi linear sederhana dengan SPSS

Output pertama, tabel diatas menjelaskan tentang variabel yang dimasukan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel dimasukan adalah variabel sinetron orang ketiga sebagai variabel independent dan gaya hidup sebagai variabel dependent dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 4.28 Nilai Korelasi/ hubungan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 ^a	.575	.999	251

a. Predictors: (Constant), Sinetron Orang Ketiga

Sumber data : nilai korelasi/ hubungan dengan SPSS

Output kedua, table di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R^2 yaitu sebesar 0.575, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (sinetron orang ketiga) terhadap variabel terikat (gaya hidup) adalah sebesar 57.5%.

Tabel 4.30 Uji Regresi Linear sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3.287	.301		-10.933	.000
	Sinetron	1.961	.007	1.000	270.655	.000

a. Dependent Variable: GayaHidup

Sumber data : regresi linear sederhana diolah dengan SPSS

Pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana sederhana

- Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefisints diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $270.655 > t_{tabel} 1,993$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sinetron orang ketiga (X) berpengaruh terhadap variabel gaya hidup (Y).

4.2.6 Pengujian Hipotesis

Setelah menghitung korelasi *pearson prouct moment* dan regresi linear sederhana, kemudian dilakukan pengujian hipotesis berisi tentang kebenaran hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian untuk mengetahui pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo.

Pada dasarnya menguji hipotesis adalah menaksir populasi berdasarkan data sampel, pengujian tentang kebenaran hipotesis berdasarkan data sampel penelitian. Hipotesis muncul berdasarkan teori yang dipakai dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

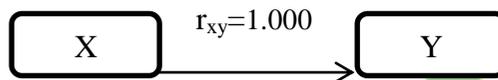
H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara tayangan sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo.

H_1 : Terdapat pengaruh antara tayangan sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo.

Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel 4.30 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. ini berarti H_1 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai probabilitas 0.05. Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $270.655 > t_{tabel} 1.993$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sinetron orang ketiga (X) berpengaruh terhadap variabel gaya hidup (Y). Ketika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya H_1 dapat diterima H_0 ditolak.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



Hasil penelitian akan dijelaskan secara rinci setelah mendeskripsikan garis umum mengenai variabel penelitian yakni sinetron orang ketiga (X) dan gaya hidup ibu rumah tangga (Y). Sinetron sebagai salah satu media komunikasi yang paling efektif, karena sinetron lebih mudah dihayati dibandingkan dengan media lain. Sinetron menjangkau khalayak yang sangat luas dan mengandalkan tidak hanya sarana audio namun juga visual. Dengan begitu, tayangan televisi dapat dengan mudah menjadi contoh perilaku masyarakat khususnya ibu rumah tangga. Padahal, salah satu fungsi media massa (*televisi*) selain sebagai media hiburan adalah sebagai sarana edukasi bagi penontonnya. Gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia.

Penelitian ini dilaksanakan di Kel. Gilireng Kab. Wajo dengan populasi sebanyak 276 ibu rumah tangga dan menjadi sampel penelitian 73 ibu rumah tangga dengan teknik pengambilan *Purposive sampling*. Teknik dan instrument pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, angket dan dokumentasi. Selanjutnya mengumpulkan data dari instrumen angket yang dibagikan kepada 73 ibu rumah tangga, lalu mengolah data dengan melakukan uji validitas dan realibilitas dan didapatkan 2 pertanyaan tidak valid dari 10 pertanyaan instrument variabel X dan

memiliki reliabel 0.820 dan kemudian 10 pertanyaan valid instrument variabel Y dan memiliki reliabel 0.785.

Berdasarkan data penelitian yang telah diolah dan dianalisis sebelumnya, sebagai merupakan uraian mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan.

4.3.1 Sinetron Orang Ketiga

Skor teoritik tertinggi variabel ini setiap responden ada $10 \times 5 = 50$, karena jumlah responden 73 ibu rumah tangga, maka skor kriterium adalah $50 \times 73 = 3.650$. Sehingga, pengaruh sinetron orang ketiga adalah $3015 : 3.650 = 0,82$ atau 82 persen dari kriterium yang ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga termasuk kategori sangat tinggi.

Berdasarkan hasil pengolahan data terdapat beberapa indikator yang memberikan gambaran kebiasaan menonton sinetron khususnya sinetron orang ketiga ibu rumah tangga di kelurahan Gilireng Kab. Wajo, diantaranya:

1. Ibu rumah tangga mempunyai kebiasaan menonton khususnya sinetron orang ketiga yang tayang di SCTV. Hal ini dapat dilihat banyaknya responden yang menjawab sangat setuju sering menonton sinetron termasuk sinetron orang ketiga.
2. Ibu rumah tangga tidak tau kapan sinetron orang ketiga tayang dan tidak mau sinetron orang ketiga ini tayang lebih lama. Hal ini dapat dilihat banyaknya responden yang menjawab tidak setuju sinetron orang ketiga ini tayang lebih lama dan tidak tau kapan sinetron ini tayang.
3. Duduk didepan TV menunggu sinetron orang ketiga tayang dan lebih mengutamakan sinetron orang ketiga daripada sinetron yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab ragu-ragu

menunggu sinetron orang ketiga tayang dan mementingkan sinetron orang ketiga daripada sinetron yang lain.

4. Ibu rumah tangga tidak merasa sinetron orang ketiga seperti dikehidupan sehari-harinya. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab tidak setuju skenario sinetron orang ketiga seperti kehidupan sehari-hari khususnya seperti kehidupan pribadi ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng.

Penulis melihat pada ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng dari hasil penelitian ini menunjukkan ibu rumah tangga mempunyai kebiasaan menonton sinetron, termasuk sinetron orang ketiga yang tayang di SCTV. Hanya saja karena banyaknya sinetron pada saat ini, ibu rumah tangga tidak hanya berfokus kesatu sinetron saja, melainkan beberapa sinetron yang mereka gemari.

4.3.2 Gaya Hidup

Gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo (variabel Y) adalah $2276 : 3.650 = 0,62$ atau 62 persen dari kriterium yang ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup ibu rumah tangga (variabel Y) termasuk kategori tinggi

Adapun bentuk pengaruh gaya hidup menurut Chaney yang ditimbulkan sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kelurahan Gilireng Kabupaten Wajo sebagai berikut:

4.3.2.1 Iklan Gaya Hidup

Berdasarkan hasil pengolahan data terdapat beberapa indikator yang memberikan gambaran iklan gaya hidup yaitu antara lain:.

1. Ibu rumah tangga meniru gaya berbusana /berpakaian artis seperti disinetron orang ketiga. Hal ini dapat dilihat banyaknya responden yang menjawab selalu.
2. Ibu rumah tangga meminta suami untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab sering meminta suami membelikan perhiasan atau pakaian.
3. Ibu rumah tangga menyisihkan uang belanja bulanan mereka untuk membeli barang-barang seperti perhiasan atau pakaian. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab sering menyisihkan uang belanja bulanan mereka untuk membeli perhiasan atau pakaian.

Penulis melihat pada ibu rumah tangga di Kel. Gilireng dari hasil penelitian ini menunjukkan memiliki iklan gaya hidup dimana ibu rumah tangga sangat dipengaruhi oleh iklan. Iklan menciptakan pandangan masyarakat khususnya ibu rumah tangga tentang barang yang diiklankan oleh artis tertentu. Dengan iklan, seolah-olah barang siapa yang menggunakan produk tersebut maka akan seperti artis yang berada dalam iklan tersebut. Hal ini tentu menyangkut banyak hal, seperti yang kita ketahui masyarakat selalu ingin mengikuti idola mereka.

4.3.2.2 Publik Relations dan Jurnalisme Gaya Hidup

Berdasarkan hasil pengolahan data terdapat beberapa indikator yang memberikan gambaran publik relations dan jurnalisme gaya hidup yaitu antara lain:

1. Ibu rumha tangga mengikuti gaya bicara artis orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab ragu-ragu.

2. Ibu rumah tangga terbawa suasana ketika sedang menonton sinetron orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab tidak setuju terbawa suasana ketika menonton sinetron orang ketiga.
3. Ibu rumah tangga geram melihat pemain antagonis di sinetron orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab tidak setuju.

Penulis melihat pada ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo dari hasil penelitian ini tidak memiliki publik relations dan jurnalisme gaya hidup. Ibu rumah tangga hanya mengikuti gaya hidup atau fashion bukan perilaku yang ada di TV khususnya di sinetron orang ketiga.

4.3.2.3 Gaya Hidup Hedonis

Berdasarkan hasil pengolahan data terdapat beberapa indikator yang memberikan gambaran gaya hidup hedonis yaitu antara lain:

1. Ibu rumah tangga bercerita dengan tetangga tentang sinetron orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab tidak setuju mengobrol dengan tetangganya tentang sinetron.
2. Ibu rumah tangga berpikiran negative atau curigaan terhadap orang lain seperti tayangan disinetron orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab ragu-ragu.
3. Ibu rumah tangga hanya berteman dengan ibu rumah tangga yang mapan dan tidak mau berteman dengan ibu rumah tangga yang miskin. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab ragu-ragu dan tidak setuju.
4. Ibu rumah tangga pilih-pilih bergaul atau berteman dengan ibu rumah tangga seperti disinetron orang ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang menjawab tidak setuju.

Penulis melihat pada ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo dari hasil penelitian ini tidak memiliki gaya hidup hedonis. Dimana gaya hidup yang mencari kesenangan hidup, lebih banyak bermain serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

4.3.3 Pengaruh Sinetron Orang Ketiga terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo.

Penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan penggunaan teori kultivasi, dimana inti teori ini khalayak terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh terhadap pemirsanya. Dalam bentuk yang paling mendasar, percaya bahwa televisi berperan penting dalam membentuk dan mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada di sekelilingnya.

Dengan adanya media khususnya televisi, ibu rumah tangga tentunya melihat perkembangan industri khususnya yang bergerak di bidang fashion atau barang-barang branded yang bisa mempengaruhi gaya hidup ibu rumah tangga. Contoh kecilnya setiap ada jilbab, pakaian, tas atau HP keluaran baru ibu rumah tangga ini mengusahakan untuk memiliki barang tersebut karena merasa bahwa mengikuti tren atau gaya hidupnya kekinian tentunya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan sinetron orang ketiga (X) terhadap gaya hidup ibu rumah tangga (Y) di Kel. Gilireng Kab. Wajo. Kesimpulan ini didasarkan pada data menunjukkan koefisien korelasi r_{xy} sebesar 1.000. Sementara koefisien determinan atau besarnya kontribusi pengaruh X terhadap Y adalah 0.575 atau sebesar 57.5% dan diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 3.287 + 1.961 X$.

Kesimpulan dari hasil di atas bahwa H_0 ditolak H_1 diterima, yaitu terdapat pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo sebesar 57.5%, sementara 42.5% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan dalam skripsi ini, yang dibahas tentang pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo maka dapat disimpulkan bahwa :

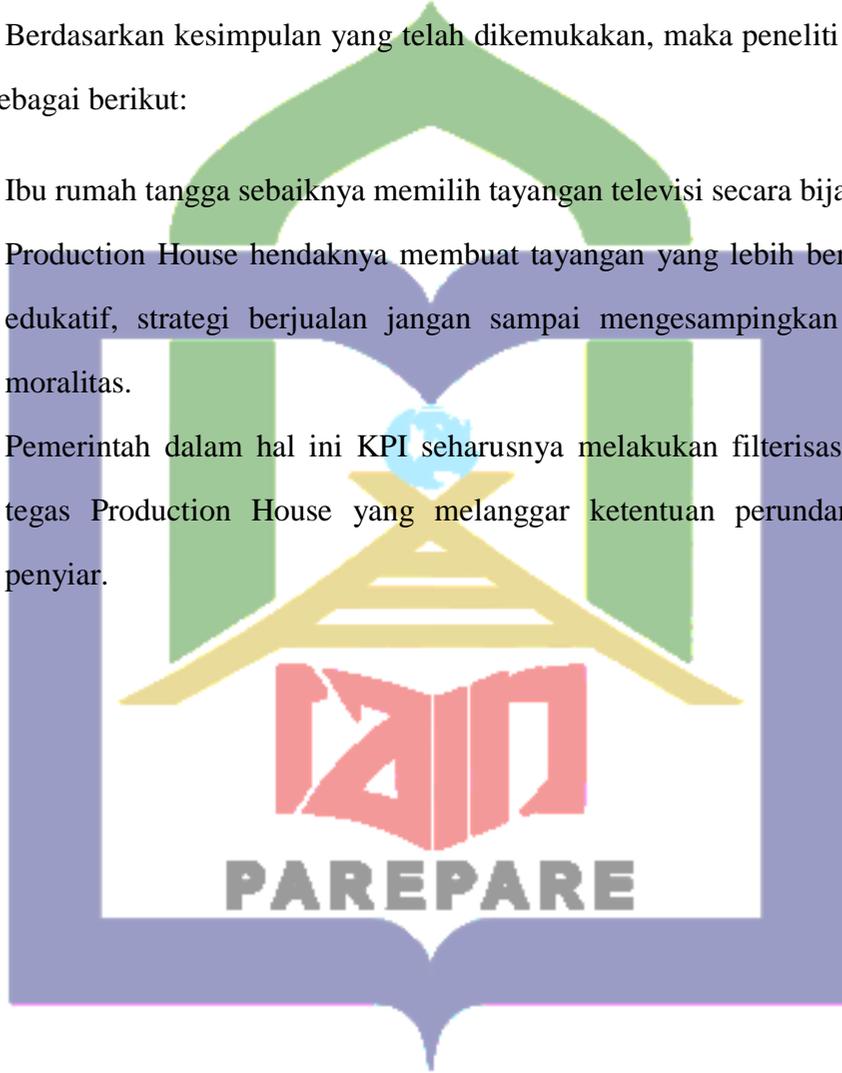
- 5.1.1 Pengaruh sinetron orang ketiga, dapat diketahui dari angket yang telah disebar ke-73 ibu rumah tangga adalah $50 \times 73 = 3.650$. Sehingga, pengaruh sinetron orang ketiga adalah $3015 : 3.650 = 0,82$ atau 82 persen dari kriterium yang ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh sinetron orang ketiga terhadap gaya hidup ibu rumah tangga termasuk kategori sangat tinggi.
- 5.1.2 Gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo (variabel Y) adalah $2276 : 3.650 = 0,62$ atau 62 persen dari kriterium yang ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup ibu rumah tangga (variabel Y) termasuk kategori tinggi.
- 5.1.3 Pengaruh sinetron orang ketiga berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo, hal ini diperoleh melalui uji pengaruh yang telah dilakukan dalam penelitian ini yang menghasilkan persamaan regresi $Y = 3.287 + 1.961 X$, koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 1.000 yang termasuk kategori sangat kuat dan nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.575. Dengan demikian, pengaruh sinetron orang ketiga terhadap

gaya hidup ibu rumah tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo sebesar 57.5% sementara 42.5% dipengaruhi oleh factor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Ibu rumah tangga sebaiknya memilih tayangan televisi secara bijak.
2. Production House hendaknya membuat tayangan yang lebih berkualitas dan edukatif, strategi penjualan jangan sampai mengesampingkan norma dan moralitas.
3. Pemerintah dalam hal ini KPI seharusnya melakukan filterisasi dan tindak tegas Production House yang melanggar ketentuan perundang-undangan penyiar.



DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Ahmad. 2006. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. Semarang : PT. Pustaka Rizki Putra.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penulisan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa suatu pengantar edisi revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.
- Fachruddin, Andi. 2016. *Manajemen Pertelevision Modern*. Yogyakarta: CV.Andi
- Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV.Andi
- Hasan, Iqbal dan Misabahuiddin. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Ketiga_\(sinetron\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Ketiga_(sinetron)) (Diakses 2 November 2018).
- <https://bit.ly/2Z9BD6L> (Diakses 3 Maret 2019).
- <https://muslim.or.id/3536-jauhi-sikap-sombong.html> (Diakses 24 Maret 2019).
- Irianti, Yosol. 2009. *Literasi Media: Apa Mengapa Bagaimana*, Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Idi, Ibrahim, Subandi. 1997. *Lifestyle Ecstasy; Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial* . Jakarta: Erlangga.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Mandasari, Rizky. <https://www.brilio.net/film/6-alasan-kenapa-sinetron-orang-ketiga-bikin-penonton-jadi-ketagihan-180127h.html> (diakses 2 November 2018).
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Nasution. 2000. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution. 1996. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nugraheni. 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Plummer. 1983. *Gaya Hidup dan Pengembangan Psikologi : Kepribadian dan Sosialisasi*. Terjemahan Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Ridwan. 2008. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sadiyah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya
- Sakinah. 2002. *Media Muslim Muda*. Solo:Elfata., Solo
- Sarlito, Wirawan, Sarwono. 1989. *Pengantar Buku Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Subagyo, Joko. 2014. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sugyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Cet.4; Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cet.22; Bandung: Alfabeta.
- Sugyono. 2014. *metode penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tresna, Citra, Asih. 2016. *Hubungan antara Pola Menonton Sinetron dengan Gaya Hidup Mewah Penonton Remaja dan Dewasa di Pedesaan*. Skripsi Bogor: ITB.

- Usman, Husaini dan Setiady, Akbar, Purnomo. 2009. *Metodologi penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Wardana, Veven SP. 1997. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Wildawati, Tadjuddin, Andi. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Veteran di Makassar*”, Skripsi. Makassar: Fak. Syariah dan Hukum, UIN Alauddin.
- Zaenal. 2017. *Efek Afektif Sinetron Gett pada Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Tassililu Kecamatan Sijai Barat Kabupaten Sinjai*. Skripsi Makassar: UIN Alauddin Makassar.





Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788

19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791

43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110

60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507

84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

VARIABEL 1

		Correlations					
		soal1	soal2	soal3	soal4	soal5	soal6
soal1	Pearson Correlation	1	.480**	.214	.345**	.489**	.514**
	Sig. (2-tailed)		.000	.069	.003	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73
soal2	Pearson Correlation	.480**	1	.445**	.269*	.293*	.323**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.021	.012	.005
	N	73	73	73	73	73	73
soal3	Pearson Correlation	.214	.445**	1	.450**	.383**	.442**
	Sig. (2-tailed)	.069	.000		.000	.001	.000
	N	73	73	73	73	73	73
soal4	Pearson Correlation	.345**	.269*	.450**	1	.930**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.003	.021	.000		.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73
soal5	Pearson Correlation	.489**	.293*	.383**	.930**	1	.983**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.001	.000		.000
	N	73	73	73	73	73	73
soal6	Pearson Correlation	.514**	.323**	.442**	.904**	.983**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000	
	N	73	73	73	73	73	73
soal7	Pearson Correlation	.432**	.543**	.529**	.642**	.697**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73
soal8	Pearson Correlation	-.175	.406**	.130	-.097	-.137	-.125
	Sig. (2-tailed)	.139	.000	.274	.413	.246	.293
	N	73	73	73	73	73	73
soal9	Pearson Correlation	-.207	.286*	-.044	-.044	-.129	-.182
	Sig. (2-tailed)	.079	.014	.710	.714	.277	.122
	N	73	73	73	73	73	73
soal10	Pearson Correlation	.388**	.318**	-.210	.276*	.366**	.340**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.075	.018	.001	.003
	N	73	73	73	73	73	73
jumlah	Pearson Correlation	.540**	.624**	.510**	.853**	.888**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	73	73	73	73	73	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel 2

		Correlations					
		soal1	soal2	soal3	soal4	soal5	soal6
soal1	Pearson Correlation	1	-.067	.309**	.603**	-.023	.382**
	Sig. (2-tailed)		.571	.008	.000	.846	.001
	N	73	73	73	73	73	73
soal2	Pearson Correlation	-.067	1	-.094	-.081	.736**	.301**
	Sig. (2-tailed)	.571		.430	.496	.000	.010
	N	73	73	73	73	73	73
soal3	Pearson Correlation	.309**	-.094	1	.459**	-.144	.324**
	Sig. (2-tailed)	.008	.430		.000	.225	.005
	N	73	73	73	73	73	73
soal4	Pearson Correlation	.603**	-.081	.459**	1	.018	.151
	Sig. (2-tailed)	.000	.496	.000		.882	.203
	N	73	73	73	73	73	73
soal5	Pearson Correlation	-.023	.736**	-.144	.018	1	.429**
	Sig. (2-tailed)	.846	.000	.225	.882		.000
	N	73	73	73	73	73	73
soal6	Pearson Correlation	.382**	.301**	.324**	.151	.429**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.005	.203	.000	
	N	73	73	73	73	73	73
soal7	Pearson Correlation	.128	.222	-.074	.286*	.217	.260*
	Sig. (2-tailed)	.279	.059	.535	.014	.066	.026
	N	73	73	73	73	73	73
soal8	Pearson Correlation	.547**	-.038	.319**	.553**	.061	.363**
	Sig. (2-tailed)	.000	.746	.006	.000	.606	.002
	N	73	73	73	73	73	73
soal9	Pearson Correlation	.538**	.035	.274*	.413**	.049	.287*
	Sig. (2-tailed)	.000	.766	.019	.000	.678	.014
	N	73	73	73	73	73	73
soal10	Pearson Correlation	.538**	.035	.274*	.413**	.049	.287*
	Sig. (2-tailed)	.000	.766	.019	.000	.678	.014
	N	73	73	73	73	73	73
jumlah	Pearson Correlation	.645**	.399**	.389**	.628**	.454**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000

No	Pernyataan	S	S	RR	TS	STS
1	Saya sering menonton TV setiap hari (lebih dari 3 kali).					



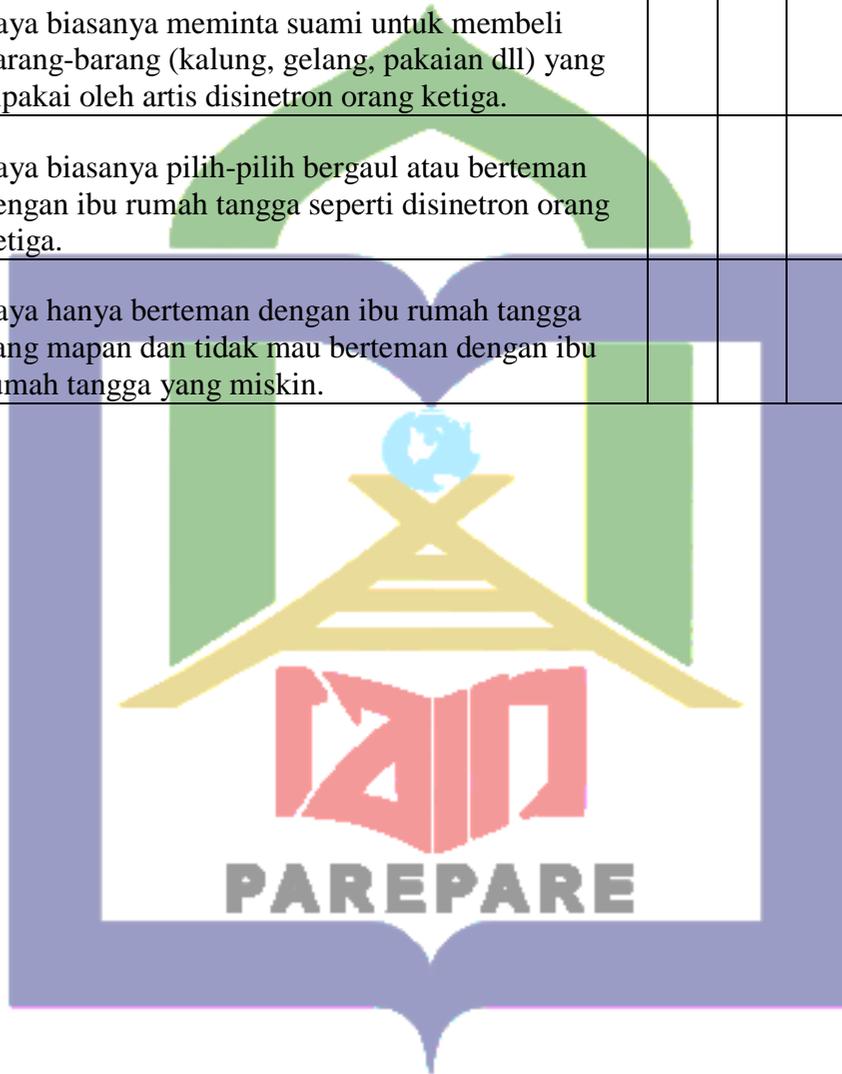
N	73	73	73	73	73	73
---	----	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2	Saya menonton sinetron orang ketiga (lebih dari 3 kali).					
3	Saya tau kapan sinetron orang ketiga tayag.					
4	Saya mau sinetron orang ketiga tayang lebih lama lagi					
5	Saya biasanya duduk didepan TV menunggu sinetron orang ketiga tayang.					
6	Jika ada sinetron yang bersamaan dengan sinetron orang ketiga, saya lebih utamakan sinetron orang ketiga.					
7	Saya menonton sinetron orang ketiga sampai selesai.					
8	Saya merasa sinetron orang ketiga sering menampilkan adegan kekerasan.					
9	Saya merasa skenario orang ketiga seperti dihidupan sehari-sehari.					
10	Saya merasa cerita/skenario di sinetron orang ketiga seperti kehidupan pribadi saya.					
11	Saya biasanya mengikuti gaya bicara artis orang ketiga					
12	Saya biasanya meniru gaya berbusana /berpakaian artis seperti disinetron orang ketiga					
13	Saya biasanya bercerita dengan tetangga tentang sinetron orang ketiga.					
14	Saya biasanya berpikiran negative atau curigaan terhadap orang lain seperti tayangan disinetron orang ketiga.					
15	Saya biasanya terbawa suasana ketika sedang menonton sinetron orang ketiga.					
16	Saya biasanya geram melihat pemain antagonis di					

	sinetron orang ketiga					
17	Saya biasanya menyisihkan uang belanja bulanan untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga.					
18	Saya biasanya meminta suami untuk membeli barang-barang (kalung, gelang, pakaian dll) yang dipakai oleh artis disinetron orang ketiga.					
19	Saya biasanya pilih-pilih bergaul atau berteman dengan ibu rumah tangga seperti disinetron orang ketiga.					
20	Saya hanya berteman dengan ibu rumah tangga yang mapan dan tidak mau berteman dengan ibu rumah tangga yang miskin.					



BIOGRAFI PENULIS



Penulis, NURUL HIDAYAH lahir pada tanggal 24 Februari 1997 di Makassar. Anak sulung dari pasangan Muh. Jufri Hamra (alm) dan Sari Banun S.pd.I. Menempuh pendidikan di SDN 253 Macanang (2009), kemudian melanjutkan pendidikan di Mts As'Adiyah PI 2 Pusat Sengkang (2012), setelah itu melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah As'Adiyah Puteri Pusat Sengkang (2015). Kemudian

pada tahun 2015, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Selama dibangku kuliah penulis pernah mendapatkan predikat Mahasiswa IPK tertinggi seKPI angkatan 015 pada tahun 2016 dan prestasi lainnya yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu. Penulis aktif dalam organisasi Lintasan Imajinasi Bahasa Mahasiswa (LIBAM) IAIN Parepare (2015-2016), Anggota RedLine IAIN Parepare (2016-2017), pernah menjabat sebagai Bendahara Umum di Himpunan Mahasiswa Jurusan Dakwah dan Komunikasi tahun 2018, pernah menjabat sebagai Wakil Ketua Umum di Himpunan Pelajar Mahasiswa Wajo (HIPERMAWA) Cabang Parepare tahun 2018, dan sekarang menjabat sebagai Ketua Konstitusi di Dewan Pertimbangan Anggota Cabang Hipermaawa cabang Parepare. Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Kel. Batu Kec. Pitu Riase Kab. Sidrap pada tahun 2018 dan melaksanakan Praktik Pengalaman lapangan PPL di Radio Peduli

Parepare pada tahun yang sama. Penulis mengajukan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sinetron Orang Ketiga pada SCTV terhadap Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga di Kel. Gilireng Kab. Wajo”**

