

**DAMPAK TAYANGAN ACARA RUMAH UYA
TERHADAP PERILAKU BERKOMUNIKASI
MAHASISWA LAMPUNG BARAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapat Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

ResiSuyanti

NPM: 1641010208



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H / 2020 M**

**DAMPAK TAYANGAN ACARA RUMAH UYA
TERHADAP PERILAKU BERKOMUNIKASI
MAHASISWA LAMPUNG BARAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapat Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Resi Suyanti

NPM: 1641010208

Pembimbing I: prof.Dr. H. khomsarial Romli, M.Si

Pembimbing II:M. Apun Syaripudin, S.Ag, M.Si

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H / 2020 M**

ABSTRAK

Perkembangan media massa pada saat ini semakin pesat. Seperti halnya dengan televisi yang mengalami kemajuan mulai dari program hingga jangkauannya. Saat ini televisi memiliki banyak sekali program mulai dari sinetron, berita, acara musik, komedi, drama hingga acara talk show. Semua program yang ditayangkan di televisi tentunya memiliki dampaknya masing-masing sama dengan halnya acara talk show rumah Uya yang diduga memberikan dampak terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat sehingga membuat penulis ingin meneliti hal tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh acara talk show rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat. Jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 9 responden dengan menggunakan tehnik non probability sampling dengan jenis purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria-kriteria tertentu. Temuan dilapangan bahwa dampak tayangan rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat tidak sesuai dengan hakikat makhluk sosial yang semestinya. Dimana mahasiswa yang menggemari tayangan rumah Uya akan cenderung mengabaikan orang yang sedang berbicara dengannya sehingga komunikasi yang seharusnya berjalan dengan baik dan adanya feedback tidak terjadi, lebih mengesampingkan keperluan yang lebih penting karena terlalu asik menonton acara rumah Uya, dan suka membuka privasi orang lain yang terutama orang-orang yang berada disekitarnya. karena hal tersebut tentunya tidak mencerminkan mahasiswa yang sejatinya makhluk sosial dan merupakan agen perubahan



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Dampak Tayangan Acara Rumah Uya Terhadap Perilaku
Berkomunikasi Mahasiswa Lampung Barat
Nama : Resi Suyanti
NPM : 1641010208
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UTN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 196104091990031002

Pembimbing II

M. Apun Syarifuddin, S.Ag, M.Si
NIP. 196202281997031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

M. Apun Syarifuddin, S.Ag, M.Si
NIP. 196202281997031001



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

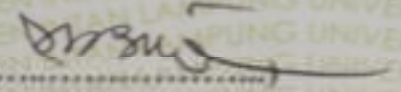
Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

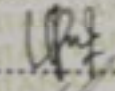
Skripsi dengan judul "Dampak Tayangan Acara Rumah Uya Terhadap Perilaku Berkomunikasi Mahasiswa Lampung Barat" disusun oleh: **Resi Suyanti NPM. 1641010208**, Prodi: **Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Selasa, 22 September 2020

TIM MUNAQASAH

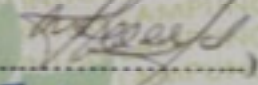
Ketua Sidang : Khairullah, S. Ag, MA


(.....)

Sekretaris : Umi Rojiati, M. Kom. I


(.....)

Penguji I : Hj. Mardiyah, S.Pd, M.Pd

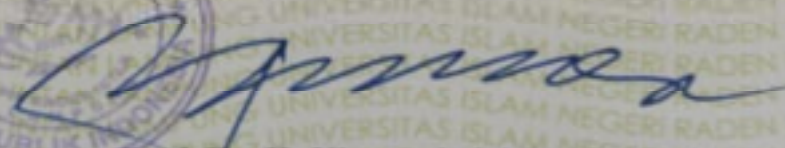

(.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, S.Ag., M.Si


(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi





Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si

NIP. 196104091990031002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resi Suyanti
NPM : 1641010208
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ DAMPAK TAYANGAN ACARA RUMAH UYA TERHADAP PERILAKU BERKOMUNIKASI MAHASISWA LAMPUNG BARAT” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung,
Penulis

Materai
Rp.6000,-

MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفُحْشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا
وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“Sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman bagi mereka azab yang pedih di duniadan di akhirat, dan Allah mengetahui, sedang, kamu tidak mengetahui”.

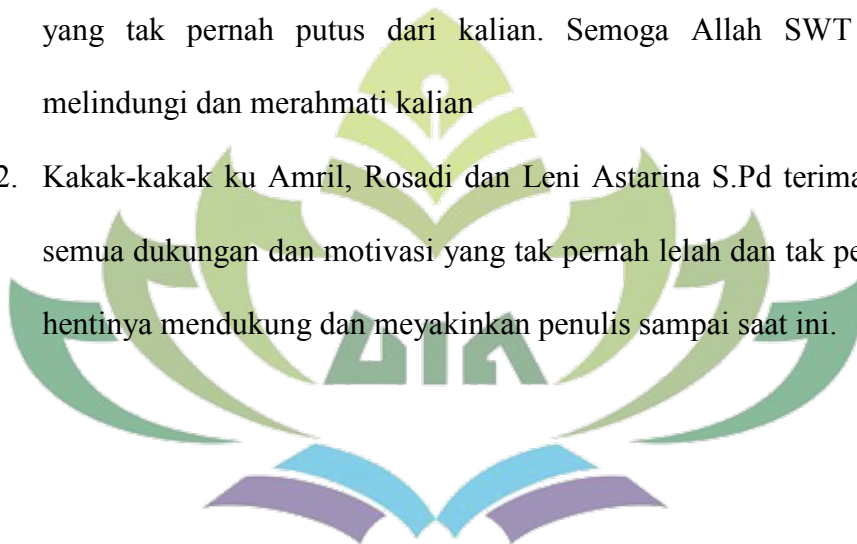
(Qs. An-Nur :19)



PERSEMBAHAN

Dengan mengharapkan Rahmat, Hidayah, dan Ridho Allah SWT, Sang pencipta, Sang Penguasa, dan Maha Segalanya, Sebagai rasa Syukur dan terima kasih yang tulus mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Orang yang paling berjasa dalam hidupku kedua orang tua ku tercinta, Ayahanda Mazkur dan Ibunda Romziah, Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah kalian berikan serta do'a-do'a yang tak pernah putus dari kalian. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan merahmati kalian
2. Kakak-kakak ku Amril, Rosadi dan Leni Astarina S.Pd terima kasih atas semua dukungan dan motivasi yang tak pernah lelah dan tak pernah henti-hentinya mendukung dan meyakinkan penulis sampai saat ini.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Resi Suyanti, lahir di Kembahang, kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat pada tanggal 02 Maret 1997, anak bungsu dari pasangan bapak Mazkur dan ibu Romziah. Pendidikan dimulai dari SDN 01 Kembahang Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat selesai pada tahun 2011, Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Liwa, kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat diselesaikan pada tahun 2013, Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 1 Liwa, kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat selesai pada tahun 2016 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester I tahun akademik 2016/2017



Bandar Lampung,
Yang membuat,

Resi Suyanti

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Tayangan Rumah uya Terhadap Perilaku Berkomunikasi Mahasiswa Lampung Barat” dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak, sehingga segala kesulitan dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati , penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sangat dalam kepada:

1. Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag. M.Si selaku ketua jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.i selaku sekertaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
3. Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si selaku pembimbing I yang telah membimbing, memberikan banyak saran dan dengan penuh kesabarannya mengarahkan penulisan skripsi ini. Serta bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag. M.Si selaku pembimbing II yang dengan kesabarannya telah membimbing, membantu, mendidik, dan memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Para dosen jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yang telah berbagi ilmu semoga menjadi amal ibadah yang terus mengalir hingga akhirat.

5. Para Staf Akademik dan petugas Perpustakaan yang ada dilingkungan UIN Raden Intan Lampung yang sudah membantu dalam proses perkuliahan
6. Keluarga Asosiasi Mahasiswa Penerima Bidik Misi (AMPIBI) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Terimakasih sudah menjadi keluarga dalam masa kuliahku dan semoga kita akan tetap menjadi keluarga serta selalu menjalin silaturahmi yang baik.
7. Teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam Kelas D 2K16 yang telah memberikan keceriaan dari awal perkuliahan hingga sekarang. Semoga semua ini terjaga sampai kapan pun.
8. Keluarga KKN Dani Rahmansyah, Denis Irwin, Dio Ade, Eliyah, liya, Nurul Iman, Risky Pratama, Patmiyati, Siti Aminah, Yolanda Cahyani, dan Yulinar Anggraini yang sudah bersama-sama selama 40 hari melakukan pengabdian di Desa Pulau Apus, Pulau Panggung Tanggamus.dengan penuh keceriaan sehingga menjadi sahabat penulis.
9. Untuk Sahabatku Feni Miyarti, Dwi Febriska, Aprilia liyana, Era safitri, Nia Peramitha, Sari Indaryanti, Wika Apriyana, Riswanda Imawan Eka Putra, dan Dedi Saputra terimakasih sudah menemaniku hingga sekarang, terimakasih sudah menghiburku selama ini, dan terimakasih karena tidak bosan untu berteman dengan ku. Semoga persahabatan kita tidak akan pernah putus walaupun jarak memisahkan kita.
10. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu semua masukan, kritik, dan saran yang bersifat membangun, sangat penulis harapkan untuk perbaikan pada penulisan yang selanjutnya. Akhir kata penulis berrharap semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pembaca dan khususnya bagi penulis. Amin.



Bandar lampung,
Penulis

Resi Suyanti
1641010208

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ix
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang.....	4
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
F. Metodologi Penelitian.....	8
BAB II TEORI KOMUNIKASI MASSA DAN PERILAKU BERKOMUNIKASI	16
A. Komunikasi Massa.....	16
B. Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	16
C. Fungsi Komunikasi Massa.....	19
D. Efek atau Pengaruh Media Massa.....	20
E. Dampak Tayangan.....	23
1. Pengertian Dampak.....	23
2. Jenis –jenis Dampak.....	23
F. Perilaku Berkomunikasi.....	25
1. Perilaku.....	25
a. Pengertian Perilaku.....	25
b. Jenis Perilaku.....	26
c. Pembentukan Perilaku.....	27
2. Pengertian Berkomunikasi.....	28
3. Etika Komunikasi.....	30
4. Hambatan Komunikasi.....	31
5. Tujuan Berkomunikasi.....	32
6. Faktor Penentu Tujuan Berkomunikasi.....	36
7. Faktor yang mempengaruhi perilaku komunikasi.....	37

G. Tinjauan Pustaka.....	38
BAB III PROFIL PERSATUAN MAHASISWA LAMPUNG BARAT DAN TAYANGAN ACARA RUMAH UYA..... 40	
A. Profil Persatuan Mahasiswa Lampung Barat (PERMA LAMBAR).....	40
1. Profil Perma Lampung Barat.....	40
a. Sejarah Perma Lambar.....	40
b. Pendiri Perma Lambar.....	41
c. Kondisi Anggota Organisasi Perma Lambar.....	42
B. Profil Trans 7 dan Tayangan Acara Rumah Uya.....	43
1. Profil Trans 7.....	43
a. Sejarah Berdirinya Trans 7.....	43
b. Logo Trans 7.....	44
c. Visi dan Misi Trans 7.....	45
d. Profil TRANS7.....	46
2. Profil Rumah Uya.....	46
a. Deskripsi Tayangan Rumah Uya.....	46
b. Kontak Media Rumah Uya.....	48
c. Dampak Tayangan Rumah Uya.....	48
BAB IV NALISIS..... 54	
A. Dampak Tayangan Acara Rumah Uya Terhadap Perilaku Berkomunikasi Mahasiswa Lampung Barat.....	52
B. Strategi Antisipasi Dampak Tayangan Talkshow Rumah Uya Terhadap Perilaku Berkomunikasi Mahasiswa Lampung Barat.....	60
BAB V PENUTUP..... 63	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.	

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul ini untuk menghindari kesalah pahaman makna yang terkandung dalam memahami judul skripsi yang penulis ajukan, maka dipandang perlu untuk dijelaskan beberapa pengertian yang terdapat pada judul skripsi ini. Judul skripsi ini adalah: **“DAMPAK TAYANGAN ACARA RUMAH UYA TERHADAP PERILAKU BERKOMUNIKASI MAHASISWA LAMPUNG BARAT”**.

Dampak merupakan pengaruh atau akibat yang bisa terjadi baik berupa dampak negatif dan dampak positif.¹ Dari uraian diatas penulis mengartikan bahwa dampak meruakan suatu pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang telah diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak negatif maupun dampak positif.

Tayangan acara rumah uya adalah program acara televisi swasta milik anak perusahaan Transcorp7. Program rumah uya adalah program yang mengupas atau membahas fenomena realita yang terjadi di masyarakat yang mengalami permasalahan kehidupan seperti percintaan dan hubungan keluarga yang di produksi oleh televisi swasta nasional Trans7. Program rumah uya di tayangkan setiap hari senin hingga jum'at pada pukul 17.00 WIB sampai dengan pukul18.00 WIB.

¹ pengertian dampak menurut para ahli” (Online), tersedia di: <https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-dampak-menurut-para-ahli/> .

Program yang di bawakan oleh host uya kuya yang di pandu juga oleh kru tim produksi ini ditujukan untuk kalangan penonton 13 tahun ke atas tergolong remaja.²

Perilaku adalah reaksi atau respon seseorang terhadap rangsangan dari luar (stimulus). Perilaku muncul sebagai akibat dari beberapa hal, diantaranya karena adanya hubungan timbal balik antara stimulus dan respons yang lebih dikenal dengan rangsangan atau tanggapan.³

Berkomunikasi adalah suatu usaha yang dilakukan untuk menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonness*) dengan seseorang yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide, atau sikap.⁴ Berkomunikasi bisa dikatakan proses penyampain informasi dari komunikator kepada komunikan.

Mahasiswa adalah orang yang sedang belajar di perguruan tinggi.⁵ Baik di Universitas, Institut, dan Akademi. Mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa yang berada di Bandar Lampung dan menjadi anggota Persatuan Mahasiswa Lampung Barat (Perma Lambar).

Lampung Barat adalah salah satu kabupaten di provinsi Lampung, Indonesia. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan undang-undang nomor 6 tahun 1991 tanggal 16 agustus 1991 yang merupakan hasil pemekaran dari

² <http://Trans7.co.id>

³ Zaraz Obella Nur Adliyani, “*pengaruh perilaku individu terhadap hidup sehat*”. Jurnal Majority, Vol. 4 No 7 (juni 2015), h. 112.

⁴ Pupung Puspa Ardini, “*Pengaruh Dongeng dan Komunikasi Terhadap Perkembangan Moral Anak Usia 7-8 tahun*”. Jurnal Pendidikan Anak, Vol. 1 edisi. 1, (juni 2012), h. 49.

⁵ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*,(Bandung :Remaja Rosda,1996), h 51.

kabupaten Lampung Utara dan merupakan sentra produksi kopi di provinsi Lampung.⁶

Berdasarkan penegasan judul diatas yang penulis maksud adalah dampak tayangan acara rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat. Penelitian ini mengkaji tentang efek atau dampak tayangan acara rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat (Persatuan Mahasiswa Lampung Barat). Maka penulis akan meneliti lebih mendalam bagaimana tayangan acara rumah Uya memberikan dampak terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa yang menjadi anggota organisasi Persatuan Mahasiswa Lampung Barat (Perma Lambar).

B. Alasan Memilih Judul

Terbentuknya judul dalam penelitian ini dikarenakan adanya sebuah masalah atau problem sehingga tergerak untuk melakukan penelitian. Adapun alasan penulis dalam memilih judul ini adalah sebagai berikut:

1. Karena dalam tayangan acara rumah Uya banyak mengandung unsur negatif seperti konflik antara keluarga dan teman, serta kisah percintaan remaja, dimana semua itu sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa.
2. Dalam tayangan rumah Uya mereka mempertontonkan sebuah kebohongan dan mengumbar privasi seseorang yang berdampak

⁶Meilia Anggraini, *ketahanan pangan rumah tangga petani kopi dikabupaten lampung barat* , jurnal ilmu (universitas Lampung 2014), h 124.

pada perilaku mahasiswa Lampung Barat contohnya mereka suka membuka Aib/privasi orang lain.

C. Latar Belakang

Perilaku berkomunikasi yaitu suatu tindakan yang dilakukan seseorang untuk menciptakan dan menyampaikan informasi kepada orang lain dengan tujuan-tujuan tertentu.⁷ Perilaku komunikasi akan menampilkan tehnik dan keterampilan dari seseorang untuk mencapai tujuan komunikasinya. Salah satu contoh dari perilaku komunikasi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang yang ada dalam lingkungan kita sehari-hari. Mulai dari fenomena-fenomena yang ada di sekeliling kita hingga segala apapun yang ada dalam aspek kehidupan kita seperti kebiasaan seseorang dalam melakukan respon atau tindakan saat sedang berkomunikasi dengan orang disekitarnya atau saat sedang menonton suatu acara tayangan di televisi.

Seiring berkembangnya teknologi informasi penyebaran informasi di dunia semakin mudah di akses dan cepat. Salah satu media yang saat ini digunakan untuk menyampaikan informasi adalah televisi. Televisi merupakan suatu sarana dalam sebuah komunikasi massa. Tayangan-tayangan di stasiun televisi tidak hanya berupa informasi tapi juga berisi acara hiburan seperti talk show.

Talk show merupakan program acara televisi yang melibatkan seseorang atau grup untuk mendiskusikan berbagai topik dengan suasana

⁷ Emilsyah Nur, "Perilaku Komunikasi Antara Guru dengan Siswa Broken Home". Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 20 No. 2 (Desember 2017), h. 166.

santai tapi serius yang dipandu oleh host serta menghadirkan bintang tamu yang ingin berbagi masalah hidupnya. Dalam hal ini penulis akan meneliti sebuah talk show yang tayang di stasiun televisi Trans7 yaitu acara rumah Uya.

Program talk show rumah uya merupakan program acara talk show yang berbaur dengan tayangan hiburan dimana setiap kali acara ini tayang selalu mempertontonkan kebohongan dimana adegan-adegan yang dilakukan seolah-olah benar terjadi. Tayangan rumah Uya juga sering mengumbar privasi bintang tamunya dan menjadi konsumsi publik. Hal ini lah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh tayangan acara rumah Uya ini melihat fenomena yang terjadi didalam acara rumah Uya terjadi juga di lingkungan penulis dalam hal ini didalam organisasi persatuan mahasiswa Lampung Barat seperti saling membuka privasi sesama anggota sehingga saling bully antara anggota organisasi, selalu mengumbar privasi seseorang atau mungkin didalam Islam dikenal dengan membuka Aib seseorang ini yang di khawatirkan sangat berbahaya terhadap perkembangan pola pikir masyarakat terutama remaja dan mahasiswa.

Setiap orang pasti mempunyai privasi atau Aib dalam kehidupannya dan orang tersebut mempunyai hak untuk menutupi privasi tersebut. Tetapi apabila privasi itu dijadikan konsumsi publik sedangkan privasi itu merupakan sebuah Aib tentu akan menimbulkan bullying. Aib memiliki arti kemaluan atau hal-hal yang dimiliki seseorang yang harus ditutupi dan tidak

perlu diketahui orang lain yang tidak ada hubungan apapun dengan dia. Didalam Al-Qur'an dan hadits, Islam sebagai agama yang baik tidak hanya melarang umatnya untuk melakukan perbuatan dosa besar seperti pembunuhan, pemerkosaan, dan lain-lain. Namun, Islam juga melarang kita untuk menyakiti hati orang lain dengan lisan kita, karena hukum menyakiti orang lain dalam Islam adalah dilarang dan berdosa. Bagaimana lisan dapat menyakiti hati seseorang? Misalnya, membuka Aib seseorang didepan orang lain atau dimuka umum, itu pun dapat mempermalukan seseorang dan melukai hatinya. Lalu bagaimana hukum membuka Aib orang lain dalam Islam?

Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Hujurat Ayat 12

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ
 ۞ إِنَّكُمْ وَ لَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بََعْضُكُم بَعْضًا أَيُّحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا
 فَكَرِهْتُمُوهُ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa, dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain. Apakah ada diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah Maha Penerima Taubat, Maha Penyayang.”

Aib diibaratkan seperti sebuah aurat, harus dijaga dan tidak boleh diumbar kepada orang lain. Karena dengan membuka Aib orang lain secara tidak langsung kita sama seperti melakukan ghibah. Telah dikatakan oleh Rasulullah SAW. bahwa Allah akan membuka aib seseorang yang suka

membicarakan aib orang lain meskipun orang tersebut menyimpannya didalam lubang sekalipun.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana dampak tayangan rumah uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat?

E. Tujuan Dan Mafaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah: Untuk mendeskripsikan dampak tayangan acara Rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengembangan pemikiran dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- 2) Dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

b) Manfaat praktis

- 1) penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan bagi mahasiswa Lampung Barat.
- 2) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain dan untuk memenuhi syarat-syarat yang diperlukan untuk mencapai gelar S1 jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung.

F. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah proses atau cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian.

metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemahamannya memerlukan pengumpulan data dan penafsiran fakta-fakta.⁸

1. Jenis Dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Agar mendapatkan data yang akurat dan lengkap dalam hasil penelitian yang akan di laksanakan nantinya, maka jenis penelitian yang

⁸ Chalid Nurboko dan Abu Ahmadi, *Metodologi penelitian*, (jakarta : Bumi Aksar, 1997), hal 1.

digunakan adalah penelitian lapangan *field research*, yang mana penelitian dilakukan secara terperinci terhadap subjek dan objek penelitian yaitu dampak tayangan rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat. Ide pentingnya adalah bahwa penelitian ini dari hasil pengamatan tentang suatu fenomena dilapangan dalam suatu keadaan.⁹ Sedangkan menurut Cholid Nurboko dan Abu Ahmadi penelitian lapangan *field research* yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu kelompok sosial, individu, lembaga atau masyarakat.¹⁰ Dalam prosesnya, penelitian ini mengangkat data dan permasalahan yang ada di lapangan yang dalam hal ini adalah bagaimana tayangan acara Rumah Uya memberikan dampak perilaku berkomunikasi pada mahasiswa Lampung Barat.

b. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan mendeskripsikan dan menjelaskan suatu hal seperti kondisi apa adanya yang ada di lapangan.¹¹

Menurut Suharsimi Arikunto apabila penelitian bermaksud untuk mengetahui keadaan mengenai apa dan bagaimana, beberapa banyak

⁹ Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h 2.

¹⁰ Cholid Nurboko dan H.Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h 46.

¹¹ Prastya Irawan, *Logika Dan Prosedur Penelitian, Setiawan Pers*, (Jakarta, 1999), h 60.

dan sejauh mana dan sebagainya, maka penelitian bersifat deskriptif, yaitu menjelaskan atau menerangkan suatu peristiwa.¹²

Jadi sifat penelitian ini adalah deskriptif dan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu tentang dampak tayangan acara Rumah Uya terhadap perilaku berkomunikasi mahasiswa Lampung Barat.

c. Sumber data

yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh.¹³ Sumber data ialah unsur utama yang dijadikan sasaran dalam penelitian untuk memperoleh data-data yang kongkrit dan yang dapat memberikan informasi untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian yang akan dilakukan.¹⁴

1. Data primer, yaitu hasil wawancara dengan 9 mahasiswa yang menjadi anggota organisasi persatuan mahasiswa Lampung Barat.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis, foto-foto dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

Dalam hal ini sumber data yang digunakan *no random* sampling. Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1989), h 117.

¹³ Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h.195

¹⁴ E.Kristi Purwandari, *Pendekatan Kualitatif dalam penelitian Psikologi*, (Jakarta: Lembaga pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi, LPSP3 UI, 1983), h.29

sampel yang akan dijadikan sebagai objek penelitian, sampel yang di ambil terdiri dari mahasiswa lampung barat yang sedang berada di Bandar Lampung dan bergabung dalam organisasi Persatuan Mahasiswa Lampung Barat (PERMA LAMBAR) yang berjumlah 9 orang.

Untuk lebih jelasnya penulis menggunakan jenis purposive sampling yaitu metode penelitian yang di dasarkan pada ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun pertimbangan sampel penelitian ini adalah:

- 1) Merupakan anggota aktif organisasi persatuan mahasiswa Lampung Barat.
- 2) Pernah menonton acara rumah Uya

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator untuk melihat lebih dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.

Dalam hal ini penulis menggunakan metode observasi partisipan, yaitu penulis juga berfungsi sebagai partisipan, ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan kelompok yang diteliti, apakah kehadirannya diketahui atau tidak. Kemudian peneliti menggunakan jenis observasi partisipan yang dimana partisipan sebagai periset, yaitu periset adalah orang dalam (*insider*) dari kelompok yang diamati yang melakukan

pengamatan terhadap kelompok itu¹⁵

b. Metode wawancara (Interview)

Wawancara adalah percakapan antara periset yang berharap mendapatkan informasi penting tentang suatu objek. Atau dengan kata lain, wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung dari sumbernya.

Adapun menurut jenisnya, metode ini dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

1) Interview Tak Terpimpin

Interview tak terpimpin adalah proses wawancara dimana interview tidak mengarah. Tanya jawab dari pokok-pokok persoalan dari fokus penelitian dan interview (objek yang di wawancarai)

2) Interview Terpimpin

Wawancara ini juga di sebut dengan interview guide yaitu wawancara yang menggunakan panduan dari pokok-pokok masalah yang di teliti.

3) Interview Bebas Terpimpin

Interview bebas terpimpin yaitu kombinasi antara wawancara tak terpimpin dan terpimpin, jadi pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan di teliti, selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung mengikuti

¹⁵Sugoyino, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cv, 2015), h. 110-113.

situasi, pewawancara harus pandai mengarahkan yang di wawancarai apabila menyimpang.¹⁶

Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan metode wawancara bebas terpimpin, yaitu wawancara dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu. Dalam hal ini, penulis ingin menggali data tentang seberapa besar pengaruh tayangan program televisi Rumah Uya dalam memberikan dampak perilaku komunikasi bagi mahasiswa Lampung Barat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data, tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.¹⁷

d. Analisis Data

Analisis adalah proses penyusunan data agar data tersebut dapat ditafsirkan.¹⁸ Jadi yang dimaksud dengan analisis data adalah suatu proses pengolahan data sedemikian rupa sehingga akan didapatkan

¹⁶ Kartini Kartono, *pengantar Metodologi Riset*, (Bandung: Mundur Maju, 1996), h 32.

¹⁷ *Ibid*, h. 120.

¹⁸ K, ahmad Dadang, *Metode Penelitian Agama*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000), h. 102 .

suatu pemahaman atau pengertian yang seksama dalam objek yang diteliti.

Dalam proses ini peneliti menggunakan analisis kualitatif dengan tidak menghitung atau menggunakan angka-angka. Data bermuatan kualitatif tersebut yaitu berupa catatan lapangan, rekaman kata-kata, kalimat atau paragraf (dari wawancara) atau pemaknaan peneliti dari dokumen. Untuk memperoleh data semacam ini melalui interpretasi data, digunakan analisis data kualitatif

Data yang bermuatan kualitatif tersebut dianalisis dengan menempuh tiga langkah utama, yaitu:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan disusun dalam bentuk uraian yang lengkap dan banyak. Data tersebut direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, dan difokuskan pada hal-hal penting dan berkaitan dengan masalah.

b. Display Data

Analisis data dilakukan mengingat data yang terkumpul itu sangat banyak. Jika bertumpuk dapat menimbulkan kesulitan dalam menggambarkan rincinya secara keseluruhan dan sulit pula untuk mengambil kesimpulan. Kesukaran ini dapat diatasi dengan cara membuat model, matriks atau grafis sehingga keseluruhan data dan bagian-bagian detailnya dapat dipetakan dengan jelas.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Data yang sudah dipolakan, kemudian difokuskan dan disusun secara sistematis, baik melalui penentuan tema maupun model grafik atau juga matrik. Kemudian melalui induksi data tersebut disimpulkan hingga makna data dapat ditentukan. Namun, kesimpulan itu baru bersifat sementara dan masih bersifat umum. Supaya kesimpulan diperoleh secara lebih dalam maka perlu dicari data lain yang baru. Data ini berfungsi melakukan pengujian terhadap berbagai kesimpulan tentatif tadi.¹⁹



¹⁹*Ibid*, h. 103.

BAB II TEORI KOMUNIKASI MASSA DAN PERILAKU BERKOMUNIKASI

A. Komunikasi Massa

secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.¹ Komunikasi massa juga merupakan komunikasi yang ditujukan bagi masyarakat luas, tentu saja berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya untuk satu orang, atau kelompok yang hanya beberapa orang, bahkan juga berbeda dengan organisasi yang sudah mempunyai keunikan-keunikan tersendiri yang tidak dapat disamakan dengan bentuk komunikasi lainnya.²

Komponen-komponen komunikasi massa berbeda dari jenis komunikasi lainnya. Hiebert, Ugrun, dan Bohn mengemukakan komponen-komponen komunikasi massa meliputi: media, regulasi, filter, *audience*, dan timbal balik dapat kita lihat bahwa dari komponen di atas ada beberapa komponen sedikit asing ditelinga kita, karena komponen-komponen ini berbeda dengan komponen komunikasi umum.³

B. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa adalah komunikasi menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi

¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 187.

² Khomsarial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Pt. Grasindo, 2016), h. 9.

³ *Ibid*, h. 10.

kelompok. Apabila pesan itu disampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal maupun nonverbal dan nyata. Adapun ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:⁴

a) Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu, komunikasi massa bersifat umum.

b) Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dikelompokkan berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

c) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan media massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu,

⁴ *Ibid*, h. 4.

komunikasikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

d) Komunikasi Lebih Mengutamakan Isi daripada Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99). Dimensi ini menunjukkan muatan atau isi komunikasi. Yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya.

e) Komunikasi Massa Yang Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, yang bersifat satu arah, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

f) Stimulasi Alat Indra Yang Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif *audience* hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film *audience* menggunakan indra penglihatan dan pendengar.

g) Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Dalam dunia komunikasi, komponen umpan balik atau yang populer disebut dengan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Tanggapan khalayak (*audience*) bisa diterima lewat telpon, e-mail, Twitter, Facebook. Dengan demikian proses penyampaian feedback komunikasi massa bersifat indirect.

C. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas memiliki dua aspek, yaitu:⁵

- a) Fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan.
- b) Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata (*manifest function*) dan fungsi tidak nyata (*latent function*), setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (*beiring function*) fungsi-fungsi sosial

⁵ *Ibid*, h. 6.

lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna, sehingga setiap fungsi sosial dianggap membahayakan dirinya, walau ia akan mengubah fungsi-fungsi suasana yang ada.

D. Efek atau Pengaruh Media Massa

Menurut McLuhan media adalah perluasan dari alat indra manusia. Telepon adalah perpanjangan telinga, dan televisi adalah perpanjangan mata. McLuhan berpendapat bahwa media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindak manusia. (McLuhan, 1964:23-24).

Walaupun kita tidak setuju sepenuhnya dengan McLuhan misalnya bahwa isi pesan tidak mempengaruhi khalayak, kita sepakat dengan adanya efek media massa dari kehadirannya sebagai benda fisik. Steven H. Chaffee menyebutkan lima hal efek dari media massa, yaitu:⁶

1) Efek Ekonomis

Kita mengakui bahwa kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi jasa media massa. Kehadiran televisi disamping menyedot energi listrik, dapat memberikan nafkah para juru kamera, juru rias, pengarah acara, dan belasan profesi lainnya.

⁶ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 218.

2) Efek Sosial

Efek sosial berkenaan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Sudah diketahui bahwa kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemiliknya. Di pedesaan, televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi sosial yang baru. Pemilik televisi sekarang menjadi pusat jaringan sosial, yang menghimpun disekitar tetangga dan penduduk desa.

3) Efek Penjadwalan Kembali Kegiatan Sehari-hari

Dalam penelitian tentang efek televisi pada masyarakat desa di Sulawesi Utara, Rusdi Muchtar (1979) melaporkan bahwa sebelum ada televisi, orang biasanya pergi tidur malam sekitar pukul 8 dan bangun pagi sekali karena harus berangkat kerja di tempat yang jauh. Sesudah ada televisi, banyak di antara mereka, terutama muda mudi yang sering menonton televisi sampai malam, telah mengubah kebiasaan rutin mereka. Penduduk desa yang tua-tua mengeluh karena mereka merasa anak-anak menjadi malas dan lebih sukar tidur bekerja atau berangkat ke sekolah pada waktu dini. Televisi telah mengubah kegiatan penduduk desa.

4) Hilangnya Perasaan Tidak Enak

Sering terjadi, orang juga menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa dan sebagainya. Media digunakan tanpa mempersoalkan isi pesan yang disampaikan. Gadis kesepian memutar radio tanpa

mempersoalkan program yang disiarkan, pemuda yang kecewa menonton televisi kadang-kadang tanpa menaruh perhatian pada acara yang disajikan.

5) Tumbuhnya Perasaan Tertentu Terhadap Media Massa

Kehadiran media massa bukan saja menghilangkan perasaan, tapi juga menumbuhkan perasaan tertentu. Kita memiliki perasaan negatif atau positif pada media tertentu. Di Amerika orang melihat kecintaan anak-anak pada televisi, yang ternyata lebih sering menyertai mereka daripada orang tua mereka. Televisi juga terbukti lebih dipercaya daripada keduanya, itu di Amerika. Di Indonesia penelitian penulis pada tokoh-tokoh politik membuktikan buku sebagai media terpercaya, disusul radio, dan surat kabar, dan yang paling tidak dapat dipercaya adalah televisi. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada media massa tertentu mungkin erat kaitannya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut. Boleh jadi faktor isi pesan mula-mula amat berpengaruh, tetapi kemudian jenis media itu diperhatikan, apapun yang disiarkannya.

Pengaruh media massa terasa lebih kuat lagi karena pada masyarakat modern orang memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa.

Pada saat yang sama mereka sukar mengecek kebenaran yang disajikan media.⁷

E. Dampak Tayangan

1. Pengertian Dampak

Dampak adalah pengaruh atau akibat yang bisa terjadi baik berupa dampak negatif dan dampak positif.⁸ Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.

Secara sederhana dampak bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dimana dalam setiap keputusan yang di ambil oleh seseorang pasti mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif.⁹

2. Jenis –jenis Dampak

a. Pengertian Dampak Positif

Dampak merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan

⁷*Ibid*, h. 225.

⁸ pengertian dampak menurut para ahli” (Online), tersedia di:<https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-dampak-menurut-para-ahli/>

⁹ M. Hafiz Al-Ayuby, “*Dampak Penggunaan Gadget Pada Anak Usia Dini*”. (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2017), h. 10 .

positif itu sendiri adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.¹⁰

Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

b. Pengertian Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk. Berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya¹¹.

¹⁰ Yustika Sari, “*Dampak Drama Korea My Secret Romance Terhadap Akhlakul Karimah*”, (Skripsi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2018), h.20.

¹¹ *Ibid*, h.21

Jadi pengertian dampak negatif dapat disimpulkan yaitu keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

F. Perilaku Berkomunikasi

1. Perilaku

a. Pengertian Perilaku

Perilaku atau aktivitas-aktivitas dalam pengertian luas yaitu perilaku yang menampak (*over behavior*) atau perilaku yang tidak nampak (*inert behavior*). Sebagaimana diketahui perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisasi itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal. Namun demikian sebagian besar dari perilaku organisasi itu sebagai respon terhadap sudut pandang yang belum menyatu antara para ahli. Ada ahli yang memandang bahwa perilaku sebagai respon terhadap stimulus, akan sangat ditentukan oleh keadaan stimulusnya, dan individu atau organisme seakan-akan tidak mempunyai kemampuan untuk menentukan kemampuan perilakunya.¹²

¹² Abu Ahmadi, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2005), h. 43.

Menurut DR. WA. Gerungan dalam buku psikologi sosial mengatakan attitude adalah sikap terhadap objek tertentu, berupa sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut memiliki kecenderungan dalam bertindak sesuai dengan objek itu.¹³

Dari hasil penjelasan di atas menunjukkan bagaimana perilaku itu muncul, dimana perilaku itu muncul karena adanya interaksi antara stimulus dan organisme. Bagaimana pengaruh perilaku belum nampak dalam formula tersebut. Menurut Bandura (1997) dikutip Bimo Walgito mengemukakan suatu formulasi mengenai perilaku, dan sekaligus dapat memberikan informasi bagaimana peran perilaku itu terhadap lingkungan dan terhadap lingkungan dan terhadap individu atau organisme yang bersangkutan. Ini berarti bahwa perilaku individu dapat mempengaruhi individu itu sendiri, disamping itu perilaku juga berpengaruh pada lingkungan, demikian pula lingkungan dapat mempengaruhi individu, demikian sebaliknya.¹⁴

b. Jenis perilaku

Pada manusia perilaku psikologi inilah yang dominan, sebagian terbesar perilaku manusia merupakan perilaku yang dibentuk, perilaku yang diperoleh, perilaku yang dipelajari melalui proses belajar.

¹³ WA. Gerungan, *Psikologi sosial*, (Bandung : PT Refika Aditama, 2004), h 160.

¹⁴ Abu Ahmadi, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2005), h.53.

Menurut pendapat Skinner (1976) dikutip Bimo Walgito, membedakan perilaku menjadi 2 yaitu perilaku yang alami (innate behavior) dan perilaku operan (operant behavior). Perilaku alami yaitu perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan, yaitu yang berupa refleks-refleks dan insting-insting. Sedangkan perilaku operan yaitu perilaku-perilaku yang dibentuk melalui proses belajar.¹⁵

Perilaku yang refleksif merupakan perilaku yang pada dasarnya tidak dapat dikendalikan. Hal ini karena perilaku refleksif adalah perilaku yang alami, bukan perilaku yang dibentuk, dipelajari, dan dapat dikendalikan, karena itu dapat berubah melalui proses belajar. Disamping perilaku manusia itu dapat dikendalikan, perilaku manusia juga merupakan perilaku integrated, yang berarti bahwa keseluruhan individu atau organisme itu terlibat dalam perilaku yang bersangkutan.

c. Pembentukan Perilaku

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa perilaku manusia sebagian terbesar ialah berupa perilaku yang terbentuk dan perilaku yang dipelajari. Berkaitan dengan hal tersebut maka salah satu persoalan ialah bagaimana cara membentuk perilaku itu sesuai dengan yang diharapkan.

1) Cara membentuk perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan

¹⁵Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (suatu pengantar), (Yogyakarta, CV Andi Offset, 2007), h. 15-17

Salah satu cara pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan kondisioning atau kebiasaan. Dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut.

2) Pembentukan perilaku dengan pengertian (insight)

Disamping pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan, pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pengertian atau insight.

3) Pembentukan perilaku dengan menggunakan model

Disamping cara-cara pembentukan perilaku seperti tersebut diatas, pembentukan perilaku masih dapat ditempuh dengan menggunakan model atau contoh. Kalau orang bicara bahwa orang tua sebagai contoh anak-anaknya, pemimpin sebagai panutan yang dipimpinya. Hal tersebut menunjukkan pembentukan perilaku dengan menggunakan model cara ini didasarkan atas teori belajar sosial (social learning theory atau observational learning theory).¹⁶

2. Pengertian berkomunikasi

Hakikat komunikasi adalah proses ekspresi antarmanusia. Setiap manusia mempunyai kepentingan untuk menyampaikan pikiran atau perasaan yang dimilikinya.¹⁷ pengertian komunikasi sendiri Menurut Stuart (1983) yaitu berasal dari kata *communico* (berbagi). Kemudian

¹⁶ *Ibid*, h. 17

¹⁷ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2009), h. 98.

berkembang ke dalam bahasa latin, communis (membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih).¹⁸ Perspektif mekanis memperlihatkan bahwa proses komunikasi adalah aktivitas mekanik yang dilakukan oleh komunikator, yang sangat bersifat situasional dan kontekstual. Dari proses komunikasi yang begitu kompleks dan tidak sederhana tersebut, refleksi komunikasi diperlukan untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas dan komprehensif. Refleksi proses komunikasi tersebut sering dimasukkan dalam disiplin filsafat komunikasi.¹⁹

Bidang komunikasi, meliputi komunikasi sosial. Organisasional, bisnis, publik, internasional, dan lain-lain. Sifat komunikasi, meliputi verbal, dan nonverbal, tatanan komunikasi, meliputi intrapribadi, antarpribadi, kelompok, massa, dan media. Sementara itu fungsi komunikasi adalah menginformasikan, mendidik, dan mempengaruhi.²⁰

Seseorang bisa dikatakan berkomunikasi jika ada pesan yang disebarkan pada pihak lain. Tentu saja, pesan itu harus bisa memahami orang lain atas pesan yang disebarkan. Jika pesan yang disebarkan tidak memahami berarti tidak terjadi komunikasi sebagaimana tujuan komunikasi yang berarti kegagalan komunikasi.²¹

¹⁸ Nurudin, *Ilmu Komunikasi*, (ilmiah dan populer),(jakarta : PT Raja Grafindo, 2016), h. 8.

¹⁹ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2009), h. 83.

²⁰ *Ibid*, h. 84.

²¹ Nurudin, *Ilmu Komunikasi*, (ilmiah dan populer),(jakarta : PT Raja Grafindo, 2016), h. 9.

Dengan demikian, kata komunikasi dalam praktiknya akan selalu melibatkan ; (a) adanya pesan sebagai alat untuk tukar menukar informasi, (b) terciptanya kebersamaan antara komunikator (pengirim pesan) dengan komunikan (penerima pesan).

3. Etika Komunikasi

Etika komunikasi mencoba untuk mengelaborasi standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuh perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan.²²

a. Perspektif politik

Dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi, dan menanamkan penghargaan atas perbedaan

b. Perspektif sifat manusia

Sifat manusia yang paling mendasar adalah kemampuan berfikir dan kemampuan menggunakan simbol.

c. Perspektif Dialogis

Komunikasi adalah proses transaksi dialogal dua arah. Sikap dialogal adalah sikap partisipan komunikasi yang

²² Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2009), h. 185.

ditandai oleh kualitas keutamaan, seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan, intensitas, dan lain-lain.

d. Perspektif Situasional

Faktor situasional adalah relevansi bagi setiap penilaian moral. Ini berarti bahwa etika memerhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, tingkat urgensi, pelaksanaan komunikator, tujuan, dan nilai khalayak.

e. Perspektif Religius

Kitab suci atau habit religius dapat dipakai sebagai standar mengevaluasi etika komunikasi

f. Perspektif Utilitarian

Standar utilitarian untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.

g. Perspektif Legal

Perilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis.

4. Hambatan Komunikasi

Untuk memaksimalkan efektivitas komunikasi, maka sejumlah hambatan harus diperhatikan, yakni:²³

²³ *Ibid*, h. 144.

- a. Gangguan komunikasi, baik bersifat mekanistik seperti alat penerahan suara yang mati maupun gangguan semantik seperti penggunaan kiasan yang tidak tepat.
- b. Kepentingan (interest), menyebabkan kita selektif dalam menanggapi suatu pesan/rangsangan, yakni selektif dalam bentuk sikap, pikiran, dan tingkah laku. Karenanya komunikasi harus dibangkitkan terlebih dahulu interest yang sama dengan komunikator.
- c. Motivasi terpendam, motivasi mendorong seseorang berbuat sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar keberhasilan komunikasi.
- d. Prasangka, komunikasi belum dilakukan orang sudah curiga terlebih dahulu.

5. Tujuan Berkomunikasi

Joseph A. Devito (2011) mengatakan setidaknya ada empat tujuan seseorang dalam berkomunikasi yakni:²⁴

1) Menemukan

Penemuan diri ini bisa dilakukan jika seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Dengan berkomunikasi dengan orang lain ia akan melihat siapa dirinya, apa yang dikehendaki oleh lingkungannya, dan

²⁴ Nurudin, *Ilmu Komunikasi*, (ilmiah dan populer),(jakarta : PT Raja Grafindo, 2016), h. 105.

bagaimana ia harus bersikap. Itulah yang dinamakan penemuan diri. Penemuan diri ini sebagian besar dipelajari selama kita berkomunikasi dengan orang lain.

2) Berhubungan

Salah satu motivasi kita dalam berkomunikasi itu untuk berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain). Kita merasa dicintai dan disukai, begitu juga ingin menyintai dan menyukai. Sering orang harus menghabiskan waktunya dalam waktu yang agak lama dalam rangka memelihara hubungan dengan orang lain dan secara sosial. Lihat bagaimana seorang pengusaha rela menghabiskan waktu berjam-jam dengan orang lain untuk makan siang agar usahanya tetap sukses.

3) Meyakinkan

jarang ada komunikasi (khususnya antar pribadi) yang tak punya maksud untuk meyakinkan. Semua produk iklan, berita itu semua juga berusaha untuk meyakinkan. Seorang calon kepala daerah atau presiden berpidato dengan memakai data-data konkret atau dengan gaya bicara yang menggebu-gebu. Itu semua dilakukan untuk meyakinkan audiensinya.

Tak jarang juga seseorang meyakinkan pesan yang dikirimkan ke orang lain dengan menambahinya dengan cerita fiktif tertentu. Ada juga orang berusaha meyakinkan orang lain dengan cerita bohong.

Artinya pesannya biasa, hanya agar orang yang diberi informasi itu mendukung pendapatnya.

4) Bermain

Seseorang biasanya lebih banyak menggunakan perilaku berkomunikasi untuk bermain dan menghibur diri. Sebagian dari kita melihat tayangan televisi untuk mencari hiburan. Libur penempatan jam prime time (18.00-21.00), semua acara hiburan bukan.

Seseorang berkomunikasi dengan orang lain juga tidak akan melulu serius, bahkan seseorang sengaja menyelipkan cerita jenaka untuk bumbu-bumbu pembicaraan. Maka, banyak di antara perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain (lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, mengaitkan dengan cerita-cerita menarik), tak jarang hiburan itu menjadi tujuan akhir dari komunikasi, tetapi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian atas pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, orang akan bercerita secara jenaka terlebih dahulu sebelum masuk ke pesan yang sesungguhnya ingin disampaikan.

5) Membentuk Citra Diri

Saat menjelang pemilihan anggota legislatif atau presiden, para kandidat selalu menginformasikan banyak hal tentang dirinya. Lihat saja baliho, spanduk, leaflet, brosur dan semacamnya dalam media komunikasi itu, seorang kandidat mencerminkan dirinya tentang sesuatu

yang ideal. Tujuannya apalagi jika bukan agar masyarakat tertarik, untuk tak mengatakan terbuai, untuk memilihnya.

Tak terkecuali, seseorang mencoba untuk mengomunikasikan dirinya ke orang lain secara sengaja atau tidak telah mencerminkan siapa dirinya. Ada orang yang dituduh sebagai pecundang, sang pejuang keadilan, tukang serobot, pemimpin yang jujur sampai pemimpin yang melindungi. Semua julukan ini berkaitan dengan bagaimana seseorang mengomunikasikan siapa dirinya. Dalam ilmu komunikasi itu bisa disebut dengan citra diri. Bagaimana seseorang membangun personal branding, ingin dipersepsikan seperti apa oleh orang lain bagian dari membentuk citra diri. Citra diri bisa disebut dengan watak kepribadian yang kita rasa pada diri kita sendiri (setia, jujur, bersahabat, peduli, empati, judes). Ini semua contoh bagaimana citra diri kita dibangun oleh diri kita sendiri agar dinilai orang lain. Jadi citra diri itu melekat pada seseorang berdasarkan komunikasi yang dilakukan.

Frank Jefkins (2000) pernah mengatakan bahwa citra sebuah penampilan yang ada pada diri seseorang. Citra penampilan yakni citra yang ditujukan pada subjek yang ada pada sebuah lembaga.

6) Mempersuasi

Mempersuasi ada kalanya berhubungan dengan tujuan komunikasi lain, yakni meyakinkan. Semua yang dikatakan biasanya untuk mempersuasi agar ia dipilih oleh para simpatisannya.

Dalam pembicaraan sehari-hari, seorang komunikator lihai dan ahli dalam persuasi sering mengungkapkan dengan bahasa yang hiperbola. Padahal sebenarnya tidak sedramatis sebagaimana yang dikatakan. Lihat para pelawak, ia sering akan berbicara dengan mendramatisasi fakta-fakta yang sebenarnya biasa saja. Tujuannya tentu saja untuk mempersuasi. Jika pesan yang dipersuasikan itu positif tidak jadi soal. Masalahnya tidak ada jaminan bahwa pesan-pesan persusi itu selalu positif.

6. Faktor Penentu Tujuan Berkomunikasi

Dalam kenyataannya, tujuan komunikasi tidak banyak sebagaimana dikemukakan diatas. Tujuan komunikasi sangat banyak karena tergantung dari siapa orangnya, apa latar belakangnya, apa kepentingannya, dan bagaimana kondisi lingkungannya. Seseorang yang berada dalam lingkungan mayoritas tentu berbeda dengan mereka yang minoritas.²⁵

Disamping itu, tidak ada tujuan komunikasi tunggal, artinya seseorang berkomunikasi bukan semata-mata hanya untuk tujuan berhubungan saja, tetapi kenyataannya ia di dorong oleh banyak tujuan. Karena didunia ini tidak ada motivasi tunggal dalam berkomunikasi.

²⁵ *Ibid*, h. 114.

Seseorang yang berkomunikasi dengan melibatkan satu orang tentu berbeda jika melibatkan beberapa orang, apalagi jutaan orang, meskipun pesannya sama.

7. Faktor yang mempengaruhi perilaku komunikasi

Menurut Mangkunegara ada dua tinjauan faktor yang mempengaruhi perilaku komunikasi, yaitu :²⁶

- 1) Faktor dari pihak sender (pengirim) antara lain:
 - (1) keterampilan pengirim, (2) sikap pengirim, (3) pengetahuan pengirim, (4) media saluran yang digunakan oleh pengirim.
- 2) Faktor dari pihak receiver (penerima) antara lain:
 - (1) keterampilan penerima, (2) sikap penerima, (3) pengetahuan penerima, (4) media saluran komunikasi, (5) komunikasi yang efektif, (6) kualitas komunikasi.

Tim ahli who (1984), menganalisis bahwa yang menyebabkan seseorang itu berperilaku ada empat alasan pokok, yaitu :

- 1) Pemikiran dan perasaan, bentuk pemikiran dan perasaan ini adalah pengetahuan, kepercayaan, sikap dan lain-lain.
- 2) Orang penting sebagai referensi apabila itu penting bagi kita, maka apapun yang ia katakan dan lakukan cenderung untuk kita.

²⁶ Dini Afianti, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Kepala Bidang Dikmenti Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat", Jurnal Adpend, h. 30.

- 3) Sumber-sumber daya yang termasuk adalah fasilitas-fasilitas misalnya: waktu, uang, tenaga kerja, keterampilan, dan pelayanan, pengaruh sumber daya terhadap perilaku dapat bersifat positif maupun negative.
- 4) Kebudayaan perilaku normal, kebiasaan, nilai-nilai dan pengadaan sumber daya dalam suatu masyarakat akan menghasilkan suatu pola hidup yang disebut kebudayaan. Perilaku yang normal adalah satu aspek dari kebudayaan dan selanjutnya kebudayaan mempunyai pengaruh yang dalam perilaku.²⁷

G. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan suatu telaah kepada kepustakaan, penulis menemukan skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi tersebut antara lain :

1. Pada tahun 2019, Syamsul Khoeron, NPM 121211095, Universitas Islam Negeri Walisongo dengan judul Analisi Muatan Program Talk Show Rumah Uya di Trans7 Dalam Perspektif Islam. Membahas tentang bagaimana muatan program yang terdapat didalam rumah uya menurut perspektif islam dan fokus penelitian ini hanya pada konteks namimah dan ghibah.

²⁷ Nurudin, *Ilmu Komunikasi*, (ilmiah dan populer),(jakarta : PT Raja Grafindo, 2016), h. 32.

2. Pada tahun 2017, Anugrah Septian Putra, NPM 13310015, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamter Wartawan Surabaya dengan judul Pengaruh Program Reality Show Rumah Uya Trans7 Terhadap Perubahan Sikap Remaja. dan didapatkan kesimpulan bahwa acara rumah uya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sikap remaja.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005
- Ahmadi, C. N, *Metodologi penelitian*, jakarta : Bumi Aksar, 1997.
- arikunto, S, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Arikunto, S, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta: Jakarta, 1989.
- Ashari, I, *Suatu Petunjuk Praktis Metodologi Penelitian*, Surabaya: Usaha Nasional, 1983.
- Brata, S. S, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.
- Dadang, K, *Metode Penelitian Agama*,. Bandung: CV Pustaka Setia, 2000.
- Gerungan, W, *Psikologi sosial*, Bandung: PT Refika Aditama 2004.
- Irawan, P, *Logika Dan Prosedur Penelitian*, Jakarta: Setiawan Pers 1999
- Jalaludin Rahmati, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosda, 1996
- Kartono, K, *pengantar Metodologi Riset*, Bandung: Mundur Maju, 1996.
- Khomsarial Romli, *Komunikasi Massa*, Jakarta: Pt. Grasindo, 2016
- Moeloeng, L. J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004
- muhammad mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Pt. Prenamedia Group, 2009.
- Nurudin, *Ilmu Komunikasi (ilmiah dan populer)*, jakarta: PT Raja Grafindo, 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cv 2015.
- Tim penyusun, *Kamus Besar bahasa Indonesia Cet XI*, Jakarta: Balai Pustaka 1995
- Walgito, B, *Psikologi Sosial (suatu pengantar)*, Yogyakarta : CV Andi Offset , 2007.
- Purwandari, E, *Lembaga pengembangan sarana pengukuran dan pendidikan psikologi*, Jakarta: LPSP3 UI, 1983.
- Sholeh, B, *Kekerasan Verbal dalam Program Televisi Rumah Uya di Trans 7, Skripsi Program Studi Ilmu Knsomunikasi 2018.*

Badrus Sholeh, Kekerasan Verbal dalam Program Televisi Rumah Uya di Trans 7, *Skripsi Program Studi Ilmu Knsomunikasi*, 2018.

Dini Afianti, Pengaruh Komunikasi Interpersonal Kepala Bidang Dikmenti Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat, *Jurnal Adpend*.

E.Kristi Purwandari, Pendekatan Kualitatif dalam penelitian Psikologi, *Lembaga pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi, LPSP3 UI*, Jakarta 1983.

Emilsyah Nur, Perilaku Komunikasi Antara Guru dengan Siswa Broken Home, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 20 No. 2 Desember 2017.

Meilia Anggraini, ketahanan pangan rumah tangga petani kopi dikabupaten lampung barat ,*jurnal ilmu*, Universitas Lampung 2014.

M. Hafiz Al-Ayuby, Dampak Penggunaan Gadget Pada Anak Usia Dini, *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung*, Bandar Lampung, 2017.

Pupung Puspa Ardini, Pengaruh Dongeng dan Komunikasi Terhadap Perkembangan Moral Anak Usia 7-8 tahun, *Jurnal Pendidikan Anak*, Vol. 1 edisi. 1, Juni 2012.

Yustika Sari, Dampak Drama Korea My Secret Romance Terhadap Akhlakul Karimah, *Skripsi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, Bandar Lampung, 2018.

Syamsul Khoeron, Analisis Muatan Program Talkshow “Rumah Uya” di Trans7 Dalam Perspektif Islam, *Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2019.

Zaraz Obella Nur Adliyani, pengaruh perilaku individu terhadap hidup sehat, *Jurnal Majority*, Vol. 4 No 7, Juni 2015.

di:<https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-dampak-menurut-para-ahli/>