

# **Tayangan Televisi; Akhlak dan Buruh Industri (Sebuah Tantangan dan Peluang Dakwah Islamiyah)**

**M. Syauki Ali\***

Aktivis HAM

*sauki@gmail.com*

***Abstract:** The mass media that develops in the community have a variety of forms. There are mass media in the form of audio mass media (in the form of sounds), visual mass media (in the form of images, both non-moving images and moving images), and audio-visual mass media (in the form of sounds and images). Nowadays, the mass media which are the most widely owned and used as media of information, entertainment, education, and social controlled by the public are mostly mass media in the form of television. This media (television) has its own advantages where people can enjoy objects of information and communication in the form of audio-visual at the same time. The existence of mass media including television occupies a place that is urgent, because the mass media in addition to being a medium of communication (channel of communication) that functions as a messenger and acts as a source of messages (massage resource). Television excels in building attraction, perception, change and imagination in constructing reality. Through television, people can choose various shows that are needed by them. These shows are news, entertainment, or educational information shows. While other television station programs offer a very physical, materialistic luxury, Trans 7 offers a different alternative. The talk show so-called Empat Mata, which has now changed its name to not four eyes, was delivered by the presenter, as well as comedian Tukul Arwana who presents contextually related to people's interest that is effortlessly undertood, immediatly accepted, and non-complicated interpretation to figure out its purpose. This paper reviews the role of television shows on morals and the role of industrial workers in the world of intertiment.*

**Keyword:** *Effect of Impression of the Eyes, Morals and Industry.*

---

\*Aktifivis Ham Sekalipun Penulis

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat saat ini telah memberikan kemudahan kepada manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, bahkan kebutuhan kontrol sosial seringkali diperoleh manusia melalui kehadiran teknologi informasi dan komunikasi. Media yang menjembatani kebutuhan manusia ini dalam istilah lain dikenal dengan istilah media massa. Media massa sendiri memiliki empat fungsi dalam dan bagi kehidupan manusia. Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi mendidik (*educate*), fungsi hiburan (*entertainment*), fungsi informasi (*inform*), dan fungsi kontrol sosial (*social control*).<sup>1</sup> Keempat fungsi ini, baik secara masing-masing maupun bersamaan senantiasa ada dan hadir dalam setiap layanan media massa.

Tayangan Empat Mata merupakan tayangan hiburan yang menghadirkan sosok Tukul yang humoris yang berani menertawakan bahkan mengolok-olok dirinya sendiri. Dengan cara itu ia mendapat keuntungan materi. Dengan merendahkan diri dia berkomunikasi dengan para selebritis ataupun tokoh masyarakat. Tukul mempresentasikan kehebatan kultur agraris dihadapan kultur industri. Melalui kecerdasannya ia menjual kebodohnya kepada publik. Dari kacamata psikologi berhasil memanfaatkan kelemahan menjadi kehebatannya, biarpun tampang *ndeso* tapi bisa berfikir secara cepat. Sedangkan dari kacamata budaya Tukul telah mampu mempengaruhi masyarakat melalui ucapan-ucapan lucu tapi kasar yang dipengaruhi identitas lokal yang cukup kental.<sup>2</sup> Bahasa-bahasa seperti *katrok*, *ndeso*, *tak sobek-sobek*, *puas-puas*, *kutu kupret* dan sederet sumpah serapah lainnya telah membudaya di masyarakat.

Selain memiliki sisi hiburan, acara Empat Mata juga menawarkan pesan-pesan dakwah, seperti bagaimana kita menghormati dan menghargai tamu, menyambung tali silaturahmi,

---

<sup>1</sup>Onong U Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Cipta Aditya Bakti, 1990), 118-119.

<sup>2</sup><http://suamedeka.com>: 07042007

menumbuhkan motivasi atau semangat hidup, mengajak kepada komunikasi untuk berwawasan yang luas, terutama bagi masyarakat Indonesia di tengah krisis multidimensi. Salah satu contoh tersebut adalah terlihat manakala di sela acara *talk show* ini ada sisipan motivasi yang sengaja disuguhkan untuk menghibur sekaligus mengajak manusia agar tidak putus asa, memandang setiap persoalan secara proporsional, tidak mudah marah, tidak berburuk sangka pada Allah dan berempati pada orang lain, terutama mereka yang hidupnya kekurangan. Kunci menjadi orang sukses tidaklah mudah, perlu ketekunan, kesabaran, dan pembelajaran yang butuh waktu selangkah demi selangkah tidak seperti membalikkan telapak tangan. Dalam peribahasa dikatakan “*barang siapa yang bersungguh-sungguh maka berhasil dia.*”

Pada saat ini, banyak sekali para Dai itu hanya menyampaikan syiar Islam tetapi belum mengamalkan ajaran Islam itu sendiri, akan tetapi Tukul lebih mengutamakan pengamalan, yaitu dalam bentuk perbuatan atau dakwah *haliyyah*. Dakwah *bil hal*, yaitu dakwah dengan keteladanan, dengan perbuatan nyata.<sup>3</sup> Dakwah sendiri, menurut Thoah Yahya Omar, merupakan seruan untuk mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>4</sup> Demikian juga dalam penyampaian pesan agar dapat diterima oleh umat manusia dengan kemauan dan kesadaran hatinya, bukan dengan paksaan dan ikut-ikutan saja. Oleh karena dakwah merupakan proses untuk mengajak manusia kepada jalan Allah yang identik dengan peribadatan, maka model dakwah tidak hanya terpaku pada pemberian materi dakwah secara teoritis semata, namun juga diperlukan adanya bukti riil tentang apa yang telah dilakukan oleh para da'i dalam melaksanakan dakwahnya.

Terlebih lagi, pada saat ini banyak sekali permasalahan yang dialami oleh manusia yang membutuhkan penyelesaian yang tidak hanya dalam konteks teoritis saja. Seperti halnya permasalahan

---

<sup>3</sup>Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), 75.

<sup>4</sup>Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah* (Jakarta: Al Mawardi Prima, 2004), 67.

perekonomian dengan banyaknya pengangguran akibat krisis moneter yang membutuhkan penyelesaian praktis dalam hal pembukaan peluang kerja; permasalahan atau krisis moral yang memerlukan penyelesaian dengan kehadiran sosok yang mampu menjadi panutan dan tuntunan dan bukan menjadi tontonan.

Berbicara masalah yang timbul di kalangan masyarakat, salah satu permasalahan yang dapat diamati adalah permasalahan di sekitar masyarakat buruh industri. Memang sekilas masyarakat buruh industri sedikit terlepas dari permasalahan yang berkaitan dengan pekerjaan sebagaimana dialami oleh masyarakat penganggur. Namun jika ditilik, khususnya pada saat ini, masyarakat buruh industri sarat masalah. Berbagai persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan yang mereka lakukan timbul tenggelam dalam Kehidupan mereka. Beberapa contoh permasalahan tersebut dapat terlihat dari maraknya aksi buruh yang menuntut kelayakan gaji, kelayakan jam kerja, hingga persamaan menikmati libur pada hari libur nasional layaknya tenaga kerja lainnya (disaring dari berbagai media massa periode Oktober-Desember 2007).

Melihat realitas terkait dengan kehidupan masyarakat buruh industri, dapat diketahui bahwasanya masyarakat buruh industry memiliki peluang untuk memiliki karakter pribadi yang berbudaya keras. Aturan-aturan perusahaan yang cenderung membela kepentingan pengusaha dan tidak mempedulikan hak-hak buruh serta tuntutan kebutuhan ekonomi yang kian melambung merupakan sedikit faktor yang dapat menyebabkan terbentuknya karakteristik keras dalam pribadi buruh industri. Oleh karena itu, masyarakat buruh industri sangat membutuhkan sebuah hiburan yang mampu menjadi “penenang” ketegangan mereka. Suguhan tontonan yang tidak memerlukan interpretasi yang rumit sangat digandrungi oleh masyarakat yang memiliki kesibukan ekonomi yang tergolong berat dan berpeluang menimbulkan kestresan. Sisi hiburan yang dapat menjadi “obat” atas ketegangan otak yang seringkali timbul akibat tekanan-tekanan dalam aktivitas kerja masyarakat.

Menurut Donald. K. Robert sebagaimana dikutip oleh Sam Abede Pareno dalam bukunya *Ilmu Komunikasi* menyatakan bahwa

adanya yang beranggapan efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa media massa. Dari asumsi ini dapat diketahui bahwasanya tayangan acara empat mata memiliki pengaruh antara lain: 1) Bentuk tayangan empat mata yang bersifat ringan dan tidak rumit, 2) Bahasa yang digunakan dalam tayangan tersebut juga merupakan bahasa sehari-hari, 3) Banyak mengandung *joke* (lelucon). Oleh karenanya, menurut penulis, tayangan Empat Mata di Trans 7 merupakan tayangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat buruh industri. Kesesuaian tersebut terletak pada adanya sisi hiburan sekaligus nilai-nilai ajaran agama dalam tayangan tersebut. Sisi hiburan akan menjadi hiburan bagi masyarakat buruh industri dari ketegangan hidup yang dialaminya. Sedangkan pada sisi nilai ajaran agama akan menjadi masukan atau bahkan motivasi bagi buruh industri dalam berkehidupan. Sebab, sosok Tukul sendiri memiliki kedekatan proses kehidupan dengan para buruh industri, di mana Tukul sebelu sukses seringkali mengalami kesulitan-kesulitan hidup seperti yang dialami oleh para buruh industri, bahkan lebih.<sup>5</sup>

## Menonton Tayangan Televisi

Kata menonton sama artinya dengan nonton yaitu aktifitas untuk melihat suatu pertunjukan gambar hidup. Aktifitas menonton juga bisa menentukan hakekat televisi yang bersifat domestik dan social ditinjau dari segi pengalaman pemirsa. Kris Budiman mengatakan menonton televisi adalah suatu tindakan tertentu dari adanya alat komunikasi, yakni berupa televisi.<sup>6</sup> Menonton televisi juga dapat diartikan aktifitas yang tidak hanya menyrotkan mata ke arah layar kaca melainkan penonton yang berfikir aktif untuk memilih, memakai dan juga menafsirkan dari tayangan-tayangan televisi tersebut. Dari beberapa uraian di atas, aktifitas menonton itu mencakup tiga unsur yaitu: penonton (yang melihat, memahami,

---

<sup>5</sup><http://suaramedeka.com:07042007>

<sup>6</sup>Kris Budiman, *Menonton Sebagai Praktek Konsumsi*, (Yogyakarta: Galang Press, 2002), vi

dan melakukan tindakan), tontonan (yang dilihat), dan efek atau perubahan yang terjadi (oleh penonton).

Lebih lanjut menonton televisi menurut Kris Budiman<sup>7</sup> dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1 Menonton televisi dapat mempererat atau bisa juga merenggangkan jalinan komunikasi antar pribadi satu dengan yang lain. Contoh dari salah satu tayangan televisi yang dapat mempererat seperti acara KDI (Kontes Dangdut TPI), di mana pesertanya diambil dari berbagai daerah di Indonesia. Sedangkan munculnya kerenggangan komunikasi apabila fanatik atau terlalu mengagungkan kelompok sendiri.
- 2 Menonton televisi berarti mendapatkan beraneka pengalaman, bersantai, belajar, bermain, dan sebagainya. Karena pada hakekatnya televisi adalah media untuk menghibur khalayak pemirsa.
- 3 Dengan kehadiran suaranya sebagai suara latar, tindakan menonton televisi adalah sebagai teman setia.
- 4 Menonton televisi sekaligus sebagai tindakan mengelola kekuasaan. Hal ini memonopoli perangkat *remote control* sesuai selera penonton serta pengguna televisi dalam mengawasi da'i mendisiplinkan orang lain.

Dengan sering menonton televisi secara sadar atau tidak sadar, seseorang akan mengalami perubahan gaya hidupnya dengan mengikuti gaya hidup yang ditawarkan melalui televisi. Tiap kali mempunyai waktu luang akan langsung merebahkan diri di sofa dan menekan, tombol televisi. Dalam banyak keluarga televisi dinyalakan begitu salah satu anggota bangun tidur atau memasuki rumah, tidak peduli ada yang menonton atau tidak. Televisi nyaris seperti radio, peralatan yang memainkan musik sementara anggota keluarga keluar masuk ruangan. Televisi menyala hari demi hari

---

<sup>7</sup>Kris Budiman, *Menonton Sebagai Praktek Konsumsi*, 130.

tanpa disadari).<sup>8</sup>

Menonton dalam pelaksanaannya dapat diimplementasikan secara beragam serta tujuan dari kegiatan menontonpun tidak sama. Ada beberapa faktor orang menonton televisi, mulai dari tertarik tema yang disajikan, suka dan tertarik dengan pembawa acara (*host*), dan pengaruh lingkungan teman menganggap kurang *gaul* alias *kuper* kalau tidak mengikuti acara yang mereka sukai. Orang menonton pada hakekatnya digunakan sebagai alat informasi, kontrol sosial, dan alat pemenuhan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan fungsi komunikasi massa bagi masyarakat yaitu: *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan).<sup>9</sup> Televisi merupakan bentuk budaya, sebuah ekspresi budaya dan sebuah medium dimana budaya dimediasi oleh khalayaknya. Ada bukti bahwa orang yang tidak sekedar duduk dan menonton, mereka melakukan segala sesuatu, mulai dari terpaku di depan televisi hingga berbincang tentang program saat menonton.<sup>10</sup>

Berkenaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka pesan ini juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda oleh penerima. Interpretasi orang tersebut merupakan efek komunikasi. Adapun efek yang ditimbulkan sehubungan dengan menonton televisi diantaranya: efek yang ditimbulkan sehubungan dengan menonton televisi diantaranya efek yang selama ini telah sering dikemukakan dalam berbagai usulan yaitu pertama efek-efek perilaku pemirsa baik secara langsung maupun tidak langsung atau biasa disebut efek *behaviour*. Kedua kemampuan seseorang untuk menyerap dan memahami acar yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa atau disebut efek *kognitif*. Ketiga aspek emosional pemirsa yang terwujud dari peniruan motif, dan sikap atau disebut *afektif*. Hal ini

---

<sup>8</sup>A. Aziz Alimul Hidayat, *Pengantar Ilmu Keperawatan Anak*, (Jakarta: Salemba Medika, 2005), 95.

<sup>9</sup>Elvinaro dan Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Rekatama Media, 2004), 15-19.

<sup>10</sup>Graeme Burton, *Membincangkan Televisi* (Bandung: Jalasutra, 2002), 61.

terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan berkaitan erat dengan motivasi, status sosial, ekonomi, serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat ahli komunikasi bahwa perubahan perilaku yang terjadi karena terpaan media massa disebabkan melalui frekuensi dan intensitas kontakannya terhadap media (berapa lama dan keseriusan mengkonsumsi media).<sup>11</sup>

## Tayangan Televisi

Tayangan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu yang ditayangkan atau dipertunjukkan.<sup>12</sup> Biasanya istilah tayangan berkaitan dengan televisi atau film (media massa audio visual). Media televisi pada hakekatnya merupakan system komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik, yang dipancarkan secara cepat, berurutan dan diiringi unsur audio.<sup>13</sup> Istilah televisi itu sendiri terdiri dari "tele" yang berarti jauh dan "visi" yang berarti penglihatan. Sedangkan secara lebih jauh televisi siaran merupakan media dari jaringan dengan ciri-ciri yang memiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah. Dengan demikian televisi merupakan media audio visual yang disebut juga dengan media pandang dengar atau sambil didengar langsung pula dapat dilihat.<sup>14</sup> Televisi memiliki keunggulan dalam hal menampilkan gambar yang bergerak (*motion picture*), sehingga khalayak pemirsa lebih terlibat secara emosional dibandingkan ketika mereka melihat gambar yang tidak bergerak. Seperti terpampang di koran atau majalah. Ilusi gerakan dalam televisi dihasilkan melalui penampilan tiga puluh gambar fragmen pada setiap detik. Melalui presistensi daya penglihatan dan kemampuan otak menahan setiap gambar sampai

---

<sup>11</sup>Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 127.

<sup>12</sup>WJS Poerwardaminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1985), 107.

<sup>13</sup>Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta: Andi Offset. Handoko, 2001), 1.

<sup>14</sup>Kusnawan, et.al., *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: merah press, 2004),

seterusnya. Seseorang tidak akan menyadari kenyataan bahwa matanya secara nyata melihat rangkaian perubahan demikian cepat dari sejumlah besar perbedaan gambar-gambar fragmen terdiri atas dua ratus lima puluh ribu titik-titik gambar dengan kecemerlangan yang bervariasi seperti melukis diatas layar.<sup>15</sup> Secara universal disepakati oleh pakar komunikasi bahwa televisi berfungsi dalam memfungsikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*) (Ibrahim, 2004: 107).<sup>16</sup>

## Peran Akhlak dalam Pendidikan

Secara etimologi akhlak berasal dari bahasa Arab yang merupakan bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat.<sup>17</sup> Secara terminologi ada beberapa definisi tentang akhlak: Menurut Imam Al-Ghazali akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan yang mudah dengan tidak memerlukan pemikiran dan pertimbangan terlebih dahulu.<sup>18</sup> Sedangkan menurut Ahmad Amin<sup>19</sup> akhlak ialah kebiasaan kehendak artinya kehendak itu apabila membiasakan sesuatu maka kebiasaan itu disebut akhlak. Menurutnya kehendak adalah ketentuan dari beberapa keinginan manusia setelah bimbang, sedang kebiasaan merupakan perbuatan yang diulang-ulang sehingga mudah melakukannya. Masing-masing dari kehendak dan kebiasaan ini mempunyai kekuatan, dan gabungan dari dua kekuatan ini menimbulkan kekuatan yang lebih besar yang disebut akhlak. Dari definisi tersebut diketahui bahwa

---

<sup>15</sup>Alimuddin Tuwu, *Televisi dan Islam*, (Yogyakarta: Citra Media, 2007), 2.

<sup>16</sup>Ibrahim Bafadal, *Dasar-dasar Manajemen dan Supervisi Taman Kanak-kanak*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 107.

<sup>17</sup>Zahrudin, dan Sinaga Hasanuddin, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2004), 1.

<sup>18</sup>Zuhri, Thoha, dan Yahya, *Metode Pengajaran Agama*, (Semarang: Pustaka Pelajar, 1999), III.

<sup>19</sup>Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), 62.

akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia sehingga akan muncul secara spontan bilamana diperlukan, tanpa memerlukan pemikiran atau pertimbangan lebih dulu yang tidak memerlukan dorongan dari luar. Misalnya seorang anak dari kecil sudah terbiasa bekerja keras maka ketika besar dia sudah terbiasa menerapkan jiwa kerja keras dalam kehidupannya. Ruang lingkup akhlak Islam adalah sama dengan ruang lingkup ajaran Islam itu sendiri, khususnya yang berkaitan dengan pola hubungan. Adapun ruang lingkup akhlak yaitu:

1. Akhlak kepada Allah. Akhlak kepada Allah diartikan sebagai sikap atau perbuatan yang seharusnya dilakukan oleh manusia sebagai makhluk kepada Tuhan sebagai *Khaliq*,<sup>20</sup> sedangkan titik tolak akhlak kepada Allah adalah pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan melainkan Allah. Diantara nilai-nilai akhlak manusia kepada Allah yaitu: iman, ikhlas, tawakkal, syukur, sabar dan sebagainya.
2. Akhlak terhadap sesama manusia. Akhlak terhadap sesama manusia ini dapat mencakup akhlak kepada Rasulullah, akhlak terhadap keluarga dan akhlak terhadap sesama atau orang lain.

Terhadap Rasulullah hendaknya kita mengikuti sunnahnya baik dalam ibadah maupun mencontoh akhlak-akhlaknya, pergaulan antar kerabat adalah tidak jauh berbeda dengan ketentuan kepada orang tua, menghormati dan saling menyayangi. Sedangkan akhlak kepada orang lain adab sopan santun dalam bergaul, yaitu saling mengucapkan salam bila bertemu, tidak sombong, saling menolong, mengucapkan perkataan yang baik, dermawan, baik sangka dan sebagainya. Seperti dalam hadits Nabi menjelaskan bahwa sebaik-baik orang Islam adalah siap akhlaknya dan mulia sifat-sifatnya. Rasul bersabda:

أحسنكم خلقاً عن عبد الله عمرو أن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يقول: إن خياركم أحسنكم أخلاقاً. (رواه البخاري) وفي رواية إن من خيركم

---

<sup>20</sup>Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2002), 147.

**Artinya:**

*Dari Abidillah bin Amrin, bahwa sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: sesungguhnya orang-orang yang paling baik diantara kamu adalah yang paling baik akhlaknya. Di dalam suatu riwayat sesungguhnya diantara kamu yang paling baik ialah yang paling baik akhlaknya (H.R. Bukhari).*

Manusia merupakan bagian dari masyarakat tempat ia hidup. Ini menunjukkan bahwa interaksi dengan orang lain merupakan tuntunan dalam syariat Islam dan Allah menjanjikan pahala bagi orang-orang yang berinteraksi dengan masyarakat sekitarnya dengan baik. Lebih dari itu berinteraksi dengan masyarakat sekitar berdasarkan tuntunan syara akan memberikan manfaat dalam kehidupan di dunia dan akhirat, baik bagi individu maupun masyarakat umum.<sup>21</sup> Di samping itu, yang dimaksud lingkungan di sini adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia baik itu binatang, tumbuh-tumbuhan maupun benda-benda tak bernyawa. *Akhlak mahmudah*, yaitu akhlak yang baik dan benar menurut Islam. Sedangkan *Akhlak madzmudah*, yaitu akhlak yang jelek atau tidak benar menurut Islam.<sup>22</sup> Berbagai ragam cara dilakukan oleh masyarakat untuk mengekspresikan segala tindakan dan perbuatan yang memiliki corak berbeda antara satu dengan yang lainnya, pada dasarnya merupakan akibat adanya pengaruh dari dalam diri manusia (insting) dan motivasi yang disuplai dari luar.

**Faktor yang mempengaruhi akhlak****1 Insting (naluri)**

Insting merupakan seperangkat tabiat yang dibawa manusia sejak lahir. Insting berfungsi sebagai motivator penggerak yang mendorong lahirnya tingkah laku, misalnya Naluri bertuhan, naluri berjodoh, naluri keibu-bapakkan, naluri berjuang, naluri

---

<sup>21</sup>Ali Abdul Halim Mahmud, *Akhlak Mulia*, (Jakarta: Gema Insani, 1995), 103.

<sup>22</sup>Abdullah Yatimin, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al Qur'an*, ( Jakarta: Amzah, 2007), 12.

meniru dan naluri bergaul dan sebagainya.

2 Adat (kebiasaan)

Adat atau kebiasaan adalah tindakan dan perbuatan seseorang yang dilakukan secara berulang-ulang dalam bentuk yang sama, sehingga menjadi kebiasaan, misalnya berpakaian, makan, tidur dan sebagainya. Perbuatan yang sudah menjadi adat kebiasaan tidak cukup diulang-ulang saja tetapi harus disertai kesukaan dan kecenderungan hati yang diiringi perbuatan. Jika suatu kebiasaan telah terbentuk, maka ia akan mempunyai ketentuan sifat, yaitu mudah diperbuat serta menghemat waktu dan perhatian, misalnya ketika seseorang sedang menonton televisi dia menyukai acara itu. Sehingga dia akan mengikuti acara tersebut (secara berulang-ulang), akhirnya ia terpengaruh untuk menonton dan meniru apa yang ditayangkan oleh TV tersebut.

3 Keturunan (*wirotsah*).

Keturunan (faktor genetik) secara langsung atau tidak langsung sangat mempengaruhi pembentukan sikap dan watak seseorang. Sifat-sifat azasi anak merupakan pantulan sifat-sifat azasi orang tuanya. Kadang-kadang anak itu menyamai sebagian besar dari salah satu sifat orang tuanya. Sifat yang diturunkan orang tua terhadap anaknya itu bukan sifat yang dimiliki yang tumbuh matang karena pengaruh lingkungan adat dan pendidikan, melainkan sifat bawaan sejak lahir, sifat-sifat tersebut bisa berupa sifat jasmaniah dan rohaniah (seperti kesabaran, kecerdasan, keuletan, dan lain-lain).

## **Buruh Industri**

Ditinjau dari konteks ilmu sosiologi, kumpulan dari buruh industri dapat dikatakan sebagai masyarakat buruh industri. Pengertian masyarakat adalah golongan besar atau kecil terdiri dari beberapa manusia, yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara

golongan dan pengaruh mempengaruhi satu sama lain.<sup>23</sup> Sehingga masyarakat buruh industri dapat diartikan sebagai sekumpulan golongan besar atau kecil dari manusia yang memiliki pekerjaan sebagai buruh di bidang perindustrian yang mana satu dengan yang lainnya memiliki hubungan dan saling pengaruh mempengaruhi. Ditinjau dari hubungan yang terjadi di antara para buruh dalam lingkup sosial, masyarakat buruh industri termasuk tipe kelompok masyarakat sekunder (*secondary group*), yakni kelompok-kelompok yang besar yang terdiri dari banyak orang di mana hubungan di antara mereka tidak harus didasari saling mengenal secara pribadi dan sifatnya tidak selalu langgeng.<sup>24</sup> Hal ini bisa terjadi karena di antara para buruh, umumnya hubungan terjalin karena adanya persamaan lokasi kerja, persamaan lokasi bermukim, dan perasaan persamaan nasib sesama buruh.

Buruh industri sendiri adalah tenaga kerja yang bekerja pada orang lain dengan mendapatkan upah. Adapun dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1957 tentang Penyelesaian Perselisihan Perburuhan dalam pasal 1 ayat 1 bagian (a) dinyatakan bahwa: yang dimaksud buruh ialah orang yang berada dalam usia kerja.<sup>25</sup> Istilah buruh dari waktu ke waktu berubah meskipun pada hakekat pekerjaannya sama yakni orang yang bekerja pada orang lain untuk mendapatkan upah. Rezim orde baru walaupun melakukan perubahan dan penggantian istilah, menyadari istilah buruh atau majikan sebenarnya merupakan istilah teknis biasa saja, yaitu tenaga kerja yang bekerja pada orang lain dengan mendapatkan upah. Tapi penggunaan istilah-istilah yang sangat populer di masa orde lama itu harus diganti karena pertimbangan politis, dengan mengganti istilah buruh dengan istilah pekerja yang diikuti dengan penghapusan hari buruh diganti dengan hari pekerja. Komunitas masyarakat di sini adalah masyarakat yang homogen yang bekerja sebagai buruh baik itu laki-laki maupun

---

<sup>23</sup>Hassan Shadily, *Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia*, (Jakarta: PT Rineka. Cipta, 1993), 47.

<sup>24</sup>Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali, 1982), 126.

<sup>25</sup>Sudjana Eggi, *Buruh Menggugat Perspektif*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 6-7.

perempuan dan masih dalam usia produktif kerja. Tidak dapat disangkal lagi bahwa manusia mempunyai naluri untuk mempertahankan hidup untuk memenuhi kebutuhannya.

Membicarakan sejarah hubungan perburuhan di Indonesia menurut Zaenal Asikin,<sup>26</sup> maka hubungan perburuhan akan dibagi dalam dua bagian yaitu zaman penjajahan dan zaman setelah kemerdekaan. Riwayat hukum perburuhan pada zaman penjajahan dalam berbagai literatur selalu dimulai dengan zaman perbudakan, zaman rodi kerja paksa, zaman *poenale sanctie*, dan zaman penjajahan Jepang. Pada zaman ini orang yang melakukan pekerjaan pada orang lain, yaitu para budak, tidak mempunyai hak apapun, para budak mempunyai kewajiban untuk melakukan segala pekerjaan dan melakukan segala perintah tanpa sekalipun boleh menentangnya. Sedangkan majikan sebagai pihak yang berkuasa mempunyai hak penuh, bukan saja terhadap perekonomian, namun juga terhadap hidup matinya para budak majikan yang berhak mengaturnya. Zaman rodi/kerja paksa ini mulai terjadi bersamaan dengan zaman perbudakan, dan resminya berakhir (untuk Jawa dan Madura) tanggal 1 Februari 1983. Rodi atau kerja paksa pada mulanya merupakan pekerjaan gotong royong oleh semua penduduk suatu desa/anggota suku tertentu untuk kepentingan desa atau suku tersebut, dimanfaatkan oleh penjajah menjadi suatu kerja paksa untuk kepentingan pemerintah Hindia Belanda beserta pembesar-pembesarnya. Zaman perkembangan lebih lanjut dari zaman kerja rodi. Pada zaman ini nasib para buruh sudah lebih baik bila dibandingkan dengan zaman perbudakan dan zaman rodi karena kedudukan buruh sudah diakui sebagai tenaga kerja yang berhak menerima upah (meskipun masih dalam taraf yang minim).

Zaman ini dikenal semacam kerja paksa sejenis rodi yang disebut dengan *romusha*. Kerja paksa yang dilakukan diluar batas kemanusiaan, hanya mementingkan pemerasan tenaga kerja, tanpa memperhatikan keadaan tenaga kerjanya. *Romusha* ini sistem kerja

---

<sup>26</sup>Zainal Asikin, *Dasar-dasar Hukum Perburuhan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 10-25.

yang dilakukan terus menerus, tanpa upah, makanan yang diberikan kepada buruh pun sangat kurang sehingga tidak jarang banyak tenaga kerja yang mati kelaparan atau dibunuh. Pada awal kemerdekaan bangsa Indonesia, keadaan buruh tidaklah berarti karena orientasi atau pemikiran pemerintah dan rakyat Indonesia pada waktu itu ditujukan untuk mempertahankan kemerdekaan Negara yang ingin direbut kembali oleh pemerintah Belanda. Baru kemudian setelah Indonesia mempertahankan kedaulatannya tahun 1948 terlihat keadaan yang berubah dalam hubungan perburuhan. Hal ini terlihat pada usaha pemerintah yang mulai memperhatikan tentang nasib buruh dengan dikeluarkannya berbagai peraturan perundangan.

### **Faktor-Faktor Intern dan Ekstern**

Bagi tenaga kerja ada pengaruh yang dapat mempengaruhi karir sebelum ataupun sesudah masuk dalam sebuah perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi psikis seorang buruh industri atau seorang pekerja di sebuah perusahaan bisa dari dalam atau dari luar perusahaan.<sup>27</sup> Beberapa faktor penting dari luar perusahaan yang bisa mempengaruhi karir seorang pekerja dalam sebuah perusahaan antara lain:

1. Faktor Pendidikan.

Pengaruh pendidikan merupakan pengaruh langsung yang dengan cepat dapat merupakan cara-cara berpikir seseorang, dengan pemahaman ilmu pengetahuan seseorang dapat bersikap simpatik dan berpandangan luas. Betapa pentingnya factor pengaruh pendidikan pada tenaga kerja, dapat dilihat maju mundurnya kehidupan di dalam perusahaan.

2. Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja merupakan pengalaman dalam praktek usaha nyata seseorang dalam praktek usaha nyata seseorang dan merupakan kebutuhan pokok akan kepentingan diri.

3. Lingkungan Budaya

Disadari atau tidak sikap seseorang sedikit banyak

---

<sup>27</sup>Artoyo, *Tenaga Kerja Perusahaan*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), 19-23.

dilatarbelakangi oleh berbagai pengaruh budaya lingkungannya, yakni kebiasaan-kebiasaan laku dan kebiasaan-kebiasaan berfikir dalam keluarga atau masyarakat tempat ia dibesarkan.

Dalam suatu perusahaan masih terdapat banyak tenaga kerja yang berasal dan mempunyai lingkungan berbeda. Proses penyatuan kelompok mempengaruhi sikap perilaku karena latar belakang budaya yang berbeda itu sedikit banyak memang akan mempunyai pengaruh penghambatan di dalam berkomunikasi.

#### 4. Pengaruh Kesehatan

Bagi seseorang yang karena tingkat kesehatan, terutama keadaan gizi yang rendah dapat berakibat pada daya kerja yang melemah. Faktor dari dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi psikis buruh industri yaitu sebagai berikut:

- a. Peraturan Perusahaan. Peraturan perusahaan yang baik dibuat dengan memperhatikan kemampuan dan aspirasi tenaga kerjanya. Seseorang akan bekerja atas dasar penerapan peraturan yang baik, akan membuahkan sikap kerja yang baik pula. Tidak terlalu menekan buruh untuk memenuhi tuntutan-tuntutan atasannya, sehingga memicu stress buruh tersebut.
- b. Kepemimpinan. Kebijakan pimpinan perusahaan dalam berbagai hal mengenai pengaturan perusahaan akan mempunyai pengaruh bagi perilaku tenaga kerja, baik di masa sekarang maupun di masa mendatang.
- c. Lingkungan Kerja. Lingkungan kerja juga mempunyai pengaruh langsung dengan kegiatan sehari-hari tenaga kerja, karena dari tempat dan pelayanan inilah diharapkan dapat menunjang semangat kerja yang senantiasa diperlukan.
- d. Pergaulan Sesama Tenaga Kerja. Pergaulan sehari-hari yang berlangsung dengan para kawan sekerja, jelas membawa pengaruh baik maupun buruk. Pengaruh baik apabila menemukan teman berakhlak baik dan menemukan

kecocokan sehingga suatu kegairahan dalam bekerja tetap tinggi. Sebaliknya dalam pergaulan harian menemukan teman yang kurang baik maka akan mempengaruhi dalam pergaulan sehingga sikap lesu dan menjemukan akan dapat mempengaruhi jalannya pekerjaan.

### **Menonton Tayangan Televisi terhadap Akhlak Masyarakat**

Pengaruh acara televisi sampai saat ini masih terbilang kuat dibandingkan dengan radio dan surat kabar. Hal ini terjadi karena kekuatan audio visual televisi yang menyentuh segi-segi kejiwaan audien (khalayak). Kehadiran televisi menembus ruang dan jarak secara geografis. Mengenai pengaruh disini lebih ditekankan pada media sehingga media memang membutuhkan khalayak. Khalayak yang digambarkan dalam kerangka landasan teoritik yakni model *hypodermic needle theory* (teori jarum suntik) atau *bullet theory* (teori peluru). Dasar pemikiran yang melatarbelakangi model ini adalah keyakinan bahwa khalayak itu bersikap pasif terhadap berbagai macam informasi yang disebarkan melalui media massa, sebaliknya media aktif untuk mempengaruhi audien. Akibatnya, berbagai informasi yang datang dari media kepada khalayak, akan selalu mengenai audien. Jika sebutir peluru dikeluarkan dari katupnya, akan selalu menemukan sasaran. Dan sasaran yang dimaksud dalam teori peluru tak lain adalah khalayak.<sup>28</sup>

Teori ini disamping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar dari audien. Akibatnya audien bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Bahwa media punya dugaan, audien bisa ditundukkan dan dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne bahwa media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung "disuntikkan" ke dalam ketidaksadaran audien.<sup>29</sup> Salah satu

---

<sup>28</sup>Nuruddin, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 148.

<sup>29</sup>Nuruddin, *Komunikasi Massa*, 156.

peneliti yaitu Elizabeth Noelle Neuman<sup>30</sup> menekankan pentingnya konsep efek perkasa media massa. Menurutnya ada tiga faktor penting yang harus diperhatikan sehubungan dengan media massa yaitu:

1. *Ubiquity* (serba ada), berarti media massa ada dimana-mana sehingga orang akan mudah untuk mendapatkannya dan kesulitan untuk menghindari kehadirannya.
2. Akumulasi pesan, berarti pesan yang disampaikan media massa bersifat komulasi, yaitu diterima berkali-kali dan saling berhubungan.
3. Keseragaman wartawan, berarti apa yang disajikan media massa cenderung sama, akibatnya gambaran yang diberikan kepada khalayak oleh pemberitaan media massa cenderung sama.

Berdasarkan teori tersebut, maka dapat diambil asumsi dasar bahwa berbagai perilaku yang ditayangkan dalam acara televisi dapat memberikan rangsangan masyarakat untuk menirunya. Padahal semua tahu, apa yang disajikan itu semua semu dan tidak riil terjadi. Tetapi karena begitu kuatnya pengaruh televisi sehingga penonton tidak kuasa untuk melepaskan diri dari keterpengaruhan itu. Sehingga televisi sering dituduh sebagai agen yang bisa mempengaruhi lebih banyak sikap dan perilaku akhlak masyarakatnya. Hal ini diperkuat dengan pengaruh media televisi, dalam batasan-batasan tertentu yaitu: 1. Siaran televisi bisa menumbuhkan keinginan untuk memperoleh pengetahuan ini berarti bahwa beberapa penonton termotivasi untuk mengikuti apa yang ada di layar televisi. 2. Pengaruh pada cara berbicara, penonton biasanya memperhatikan bukan hanya apa yang diucapkan orang di televisi bahkan bagaimana cara mengucapkannya. 3. Pengaruh pada penambahan kosa kata, hal ini dapat digunakan dengan tepat dan mengembangkannya dalam suatu aktifitas kelompok belajar dan diskusi. 4. Televisi berpengaruh pada bentuk permainan, bahwa dengan menonton televisi ia akan semakin banyak memunculkan ide-

---

<sup>30</sup>Winarni, *Komunikasi Massa* (Malang: UMM, 2003), 120.

ide baru berbagai jenis permainan. 5. Televisi memberikan berbagai pengetahuan yang tidak dapat dari lingkungan sekitar atau orang lain. Seperti pengetahuan tentang kehidupan yang luas, perkembangan ilmu yang sangat pesat dan sebagainya.

## **Penutup**

Perkembangan kegiatan industri di daerah membawa dampak pada masyarakat setempat. Masyarakat yang dulunya menopang kehidupan ekonomi dari mengolah lahan pertanian terpaksa melepas tanah pertaniannya untuk lahan industri. Dari penjualan tanah, banyak penduduk yang memanfaatkan uangnya dengan membeli tanah di daerah lain yang relatif murah harganya untuk di usahakan sebagai lahan pertanian. Namun, ada pula masyarakat yang memanfaatkan uangnya dengan hal-hal yang bersifat konsumtif seperti membeli kendaraan, atau elektronik dan sebagainya. Mereka yang dulunya bekerja sebagai petani, kemudian beralih menjadi buruh industri (buruh pabrik). Bagi petani peralihan pekerjaan ini memberikan keuntungan, antara lain mereka mempunyai pekerjaan tetap dengan hasil yang lebih pasti. Sementara dari status sosial pekerjaan buruh industri di pandang lebih punya gengsi di bandingkan dengan pekerjaan sebagai petani. Pada jam-jam kerja ribuan buruh yang bekerja di pabrik (industri) seolah tumpah ruah ke jalan raya menuju ke tempat tinggal masing-masing, diselingi oleh para buruh yang masuk kerja pada shift berikutnya.

Hal itu dapat terlihat dari keikutsertaan buruh industri dalam setiap kegiatan yang ada di masing-masing daerah. Misalnya saja ketika ada acara-acara seperti peringatan hari-hari besar nasional maupun agama, maka mereka ikut serta dalam pelaksanaan acara tersebut. Begitu pula dengan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial, seperti kerja bakti, pembangunan jalan atau jembatan maupun sarana-sarana umum, maka buruh industri juga ikut membantu dalam pembangunan tersebut. Semua kegiatan sosial dilakukan bersama-sama dengan masyarakat setempat. Meskipun sibuk mereka menyempatkan untuk mengikuti kegiatan sosial. Hal ini dikarenakan selain jam kerja buruh yang tidak sama, juga buruh yang

mempunyai waktu luang yang relatif sempit. Ciri pokok hukum perburuhan Islam adalah sifatnya yang memandang buruh sebagai makhluk beragama, sehingga mutlak harus dijamin dan dilindungi hak-haknya untuk beribadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya. Jaminan dan perlindungan hak dasar ini sesuai dengan fitrahnya sebagai manusia yang rindu pada Tuhan penciptanya. Implementasi dari hak ini adalah kebebasan melaksanakan ibadah, yang salah satu perwujudannya adalah adanya bangunan tempat beribadah dan adanya istirahat saat waktu ibadah tiba. Dari segi ilmu perkembangan jiwa agama, dapat dikatakan bahwa perubahan keyakinan atau perubahan jiwa agama pada orang dewasa bukanlah suatu hal yang terjadi secara kebetulan saja, dan tidak pula merupakan pertumbuhan yang wajar, akan tetapi adalah suatu kejadian yang didahului oleh berbagai proses dan kondisi yang terjadi.

Acara Empat Mata adalah sebuah acara *talk show* yang dibaurkan dengan lawakan dan disisipi tema-tema sederhana untuk memudahkan pemahaman sekaligus menghibur pemirsa. Program Empat Mata merupakan salah satu tontonan yang mampu membalikkan konsep pertelevisian. Selama ini pemirsa terbiasa melihat pembawa acara *talk show* yang *good looking* dan cerdas. Namun, sosok Tukul mengubah itu semua. Pertanyaan pun harus dibantu harus dengan laptop yang dikontrol langsung oleh tim Empat Mata. Kejujuran dan kecerdasan Tukul untuk bersilat lidah dengan kata-kata yang memancing tawa penonton menjadi nilai acara ini. Awal mula acara Empat Mata lahir pada tanggal 28 Mei 2006 diprakarsai Mr. Apollo yang berasal dari Filipina. Mr. Apollo mengamati permainannya, gaya bicaranya, dan juga gerak-geriknya Tukul. Kemudian mengobrol secara empat mata dan akhirnya merasa Tukul orang yang paling pas membawakan acara empat mata, sebuah acara yang sedang dalam perencanaan tayang. Sebuah kesuksesan acara Empat Mata tak lain ada tim kreatif yang *mem-back up* acara tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi Daud, Imam Al-Hafidz Sulaiman bin Ats'ats As-Sijistani,  
*Sunan Abi Daud*, Beirut-Libanon : Dar Al-Kutub Al-'Ilmiah,  
275 H Azis,
- Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Amin, Ahmad. *Etika (Ilmu Akhlak)*. Jakarta: Bulan Bintang, 1995.
- Abuddin, Nata. *Akhlak Tasawuf*. Jakarta: Grafindo Persada, 2002.
- Ahmadi, Wahid. *Risalah Akhlak Panduan Perilaku Muslim Modern*.  
Solo: Era Intermedia, 2004.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,  
*Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Artoyo. *Tenaga Kerja Perusahaan*. Jakarta: Balai Pustaka, 1986.
- Asikin, Zainal. *Dasar-dasar Hukum Perburuhan*. Jakarta: PT. Raja  
Grafindo Persada, 2004.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar,  
1995.
- Bahar, Ahmad. *Kisah Sukses dengan Kristalisasi Keringat*. Jakarta:  
Penebar Swadaya, 2007.
- Budiman, Kris. *Menonton Sebagai Praktek Konsumsi*. Yogyakarta:  
Galang Press, 2002.
- Burhan, Bungin. *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Burton, Greame. *Membicarakan Televisi*. Bandung: Jalasutra, 2002.
- Effendi, Onong U. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.  
Cipta Aditya Bakti, 1990.
- Eggi, Sudjana. *Buruh Menggugat Perspektif*. Jakarta: Pustaka  
Sinar Harapan, 2003.
- Erlina, Noor Lidiastutik. Hubungan Aktifitas Menonton Televisi  
Dengan Perilaku Keagamaan (Studi Analisis Pada Masyarakat  
Kec. Karimunjawa Kab. Jepara). *Skripsi*. Semarang : Fakda  
IAIN Walisongo, 2005.
- Elvinaro dan Erdiyana. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*.  
Bandung: Rekatama Media, 2004.
- Hadi, Sutrisno. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Handoko, Martin. *Motivasi*. Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Iqbal. *Pokok-pokok Materi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta:  
Ghalia Indonesia, 2002.
- Hidayati, Bern. *Mendampingi Anak Menonton TV*. Jakarta:  
Gramedia Pustaka Utama, 1996.

- <http://www.suaramerdeka.com/brev/07/04/2007/bel.html>
- Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa Sebagai Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Mahmud, Ali Abdul Halim. *Akhlak Mulia*. Jakarta: Gema Insani, 1995.
- Mulyana, Dedi, dan Idi Subandana. *Bercinta dan Televisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Muriah, Siti. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000.
- Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Nuruddin. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Grafindo Persada, 2004.
- Omar, Toha Yahya. *Islam dan Dakwah*. Jakarta: Al Mawardi Prima, 2004.
- Poerwardaminto, WJS. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1985.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali, 1982.
- Samiasih. Pengaruh Menonton Program Tolong di SCTV terhadap Sikap Solidaritas Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan KPI (Angkatan 2002-2005) IAIN Walisongo Semarang. *Skripsi*. Semarang : Fakda IAIN Walisongo, 2006.
- Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.
- Syarifah, Fatimah. Pengaruh Menonton Bawang Merah Bawang Putih di RCTI terhadap Perilaku Keagamaan Remaja di Kec. Cepiring Kab. Kendal. *Skripsi*. Semarang : Fakda IAIN Walisongo, 2006.
- Tuwu, Alimuddin. *Televisi dan Islam*. Yogyakarta: Citra Media., 2007.
- Winarni. *Komunikasi Massa*. Malang: UMM, 2003.
- Yatimin, Abdullah. *Studi Akhlak dalam Perspektif Al Qur'an*. Jakarta: Amzah, 2007.
- Zahrudin, dan Sinaga Hasanuddin. *Pengantar Studi Akhlak*. Jakarta: Grafindo Persada, 2004.
- Zuhri, Thoha, dan Yahya. *Metode Pengajaran Agama*. Semarang: Pustaka Pelajar, 1999.