

Infotainment Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pemikiran Ulama Kontemporer)

M. Thahir Maloko, Anugerah Esawaty Mokoagow, Ulfa Qorina
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
thahir.maloko@uin-alauddin.ac.id

Abstrak

Infotainment dalam perspektif hukum Islam menurut pemikiran ulama kontemporer memiliki sejumlah implikasi etis dan moral. Infotainment, yang sering menyajikan informasi tidak terverifikasi dan cenderung didramatisasi, berpotensi menimbulkan fitnah dan ghibah, yang dilarang dalam Islam. Penyiaran kehidupan pribadi selebriti dan perilaku yang melanggar norma kesusilaan dapat mempengaruhi moral dan perilaku masyarakat, terutama generasi muda. Ulama kontemporer menilai bahwa infotainment dapat memberikan dampak negatif jika tidak dikelola dengan baik dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika Islam. Oleh karena itu, mereka menganjurkan agar konten media, termasuk infotainment, disajikan dengan memperhatikan kebenaran, keadilan, dan kebaikan bagi masyarakat, serta menghindari penyebaran informasi yang menyesatkan atau merusak moral.

Kata kunci: *Infotainment, Perspektif hukum islam, Studi pemikiran ulama kontemporer.*

Abstract

Infotainment in the perspective of Islamic law according to the thinking of contemporary scholars has a number of ethical and moral implications. Infotainment, which often presents unverified information and tends to be dramatized, has the potential to cause slander and ghibah, which are prohibited in Islam. The broadcasting of celebrities' personal lives and behaviors that violate moral norms can affect the morals and behavior of people, especially the younger generation. Contemporary scholars consider that infotainment can have a negative impact if it is not managed properly and is not in accordance with Islamic moral and ethical principles. Therefore, they advocate that media content, including infotainment, be presented with due regard to truth, justice, and goodness for society, as well as avoid spreading misleading or morally damaging information.

Keywords : *Infotainment, Islamic law perspective, Study of contemporary ulama thought.*

Pendahuluan

Kebutuhan akan informasi telah mendorong munculnya berbagai media massa. Media cetak, seperti surat kabar dan majalah, merupakan bentuk media massa pertama yang muncul. Setelah itu, berkembanglah media elektronik seperti radio, televisi, dan internet. Televisi dianggap sebagai media massa yang paling signifikan karena mampu menggabungkan suara dan gambar. Tayangan televisi bisa dinikmati kapan saja, menyajikan berita-berita terbaru, dan yang terpenting, dapat diakses secara gratis. Selain sebagai sarana informasi, media massa, termasuk televisi, juga digunakan untuk menyampaikan pendapat dan gagasan dari individu maupun kelompok tertentu.

Dalam perkembangannya, munculnya media massa lebih banyak terkait dengan peluang bisnis. Di Indonesia, terdapat satu stasiun televisi nasional dan sebelas stasiun televisi swasta dengan jangkauan siaran nasional, serta beberapa stasiun televisi lainnya dengan jangkauan lokal. Banyaknya stasiun televisi memaksa setiap stasiun untuk bersaing dan menyajikan program-program yang menarik perhatian masyarakat. Salah satu jenis acara televisi yang tergolong baru namun sangat diminati saat ini adalah tayangan infotainment.

Profesi sebenarnya punya identitas yang khas. Sehingga profesi tidak bisa hanya diartikan mengenai persoalan ahli atau pintar dalam pekerjaan tertentu, tapi juga punya standar universal seperti organisasi, aturan, dan intelektualitas serta manfaat positif. Orang yang ahli di bidangnya biasanya disebut profesional. Tapi, meskipun mereka punya kemampuan dalam pekerjaan itu, belum tentu mereka termasuk dalam profesi secara keseluruhan. Profesionalisme di tingkat global punya identifikasi yang berbeda-beda.¹

Terkait profesi, ada pekerjaan yang sampai sekarang masih jadi perdebatan di masyarakat, yaitu profesi pekerja infotainment. Selama ini, perhatian umat Islam banyak tertuju pada fatwa haram terhadap infotainment gosip, yang merupakan salah satu program unggulan di banyak stasiun TV di Indonesia. Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI), K.H. Amidhan, mengingatkan pekerja infotainment agar lebih berhati-hati dalam melaksanakan tugasnya. Banyak masyarakat yang mengeluhkan bahwa pekerja

¹B. Siswantoro S, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia (Jakarta: Bumi Aksara,), h. 3.

infotainment seringkali lebih fokus mencari kesalahan orang lain. Walaupun infotainment termasuk produk berita, sebutan jurnalis infotainment masih diperdebatkan. Meskipun mereka berada di bawah naungan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), beberapa organisasi wartawan lain, seperti Aliansi Jurnalis Independen (AJI), menolak menyebut mereka sebagai jurnalis.² Menurut AJI, wartawan infotainment tidak menjalankan fungsi jurnalistik yang melayani publik, melainkan lebih ke arah hiburan. Bahkan, ada pandangan negatif bahwa infotainment telah melanggar hak privasi orang.³

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif terhadap sejumlah literatur pustaka yang memiliki kaitan erat dengan topik masalah. Dengan demikian, pendekatan yang digunakan pada pembahasan ini yakni pendekatan pustaka (*library approach*).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Tinjauan Umum Infotainment

Pembahasan ini berisi Infotainment adalah istilah yang berasal dari gabungan kata "*information*" dan "*entertainment*." Ini mengacu pada program televisi yang mengkombinasikan fitur berita dan hiburan, seperti wawancara, komentar, dan ulasan. Istilah tersebut juga digunakan untuk menggambarkan acara televisi, film, situs web, dan perangkat lunak yang menggabungkan informasi dengan hiburan. Bahkan, beberapa siaran berita dapat dianggap sebagai infotainment jika mereka berusaha menyajikan informasi dengan cara yang menghibur. Infotainment umumnya menyajikan berita mengenai kehidupan selebriti dan lingkungan kerja mereka dalam industri hiburan, seperti aktor, penyanyi, dan sebagainya. Berita semacam ini dikenal sebagai infotainment. Jenis berita ini dianggap sebagai berita keras karena mengandung informasi yang harus

²Kartoyo DS/Ami Herman, Infotainment, Suara Karya, Sabtu, 26 Desember 2009.

³Muhammad Najib, Harian Kedaulatan Rakyat, Sabtu Kliwon 26 Agustus 2006 (1 Ruwah 1939), h. 12.

segera disampaikan. Selain itu, infotainment telah menjadi istilah populer untuk berita ringan yang menghibur atau informasi terkait hiburan.

Di Indonesia, infotainment identik dengan acara televisi yang menyajikan berita selebriti dengan gaya penyampaian yang khas. Meskipun istilah infotainment berasal dari negara Barat dan berarti informasi yang disajikan secara menghibur, di Indonesia istilah ini telah berevolusi menjadi informasi tentang dunia hiburan, terutama mengenai kehidupan pribadi para artis. Informasi tersebut mencakup berbagai hal tentang selebriti, baik kabar baik seperti prestasi, pernikahan, ulang tahun, kelahiran, maupun kabar buruk seperti kematian, perceraian, dan masalah hukum.

Infotainment merupakan jenis tayangan televisi yang sangat populer. Kepopulerannya terlihat dari banyaknya variasi nama infotainment. Program infotainment termasuk dalam kategori jurnalistik, meskipun tidak semuanya. Ada infotainment yang termasuk dalam program artistik. Infotainment yang tergolong program jurnalistik berada di bawah divisi berita karena sifatnya yang memberitakan dan termasuk *hardnews*. Menurut Masduki (2008), liputan infotainment biasanya hanya menonjolkan unsur gosip, sensasionalisme, dan tidak berorientasi pada kepentingan publik yang lebih luas. Terkadang, infotainment juga menyangkan tentang gerakan sosial, peristiwa, atau bencana, namun subjek utama dan narasumbernya tetap selebriti.

Terkait dengan dampak infotainment sudah mafhum diketahui bersama bahwa sebenarnya tidak bisa dipisahkan dari pengaruh media massa itu sendiri. Televisi sebagai media yang menyangkan realitas sosial menjadi sangat penting bagi manusia untuk memantau kehidupannya. Pemantauan ini bisa berupa pengamatan terhadap perilaku, mode, bahkan sikap terhadap ideologi tertentu. Hal ini sangat bergantung pada kesiapan individu dalam menerima informasi dari televisi. Infotainment memiliki dua jenis dampak bagi masyarakat, yaitu dampak positif dan negatif. Hingga kini, infotainment cenderung memberikan lebih banyak dampak negatif, terutama bagi anak-anak dan remaja. Pendidikan adalah salah satu solusi utama untuk menyaring dan mencegah efek negatif dari tayangan televisi. Selain itu, informasi yang disajikan oleh televisi juga digunakan sebagai tolok ukur untuk menilai sejauh mana informasi tersebut

benar-benar memiliki nilai penting bagi kehidupan manusia, baik dari segi moral maupun edukasi.

2. Infotainment dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam ranah media televisi, budaya telah mengalami proses mediasi dan dikerumuni oleh pekerja media, kemudian dikomodifikasi sehingga menjadi berita yang dapat dinikmati dan dikonsumsi oleh khalayak luas. Dalam konteks ini, budaya percakapan mendapat perhatian khusus dari industri budaya media sebagai aspek yang terbuka untuk dieksplorasi. Rezim media hiburan memastikan bahwa informasi dikemas sedemikian rupa sehingga menarik perhatian konsumen yang lebih luas, sehingga gosip pun dikomodifikasi menjadi program infotainment.

Gosip, atau yang sering disebut ghibah dalam istilah agama, adalah bagian integral dari kehidupan masyarakat di seluruh dunia dan sepanjang zaman. Kebiasaan bergosip seakan menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya percakapan kita. Oleh karena itu, komodifikasi gosip, terutama yang membahas dunia selebriti yang sedang mengalami masalah atau berada di puncak popularitas, menjadi proses penyebaran budaya baru di dunia pertelevisian kita, yaitu program infotainment yang semakin diminati dan mendapatkan perhatian luas dari penonton. Selain itu, berita yang disiarkan dalam infotainment belum tentu benar, dan publik tidak memiliki cara untuk memverifikasi kebenaran berita tersebut. Keterbatasan akses publik terhadap kehidupan pribadi selebriti membuat infotainment menjadi satu-satunya sumber informasi tentang mereka, meskipun berita yang ditayangkan sering kali tidak sepenuhnya akurat dan cenderung didramatisasi oleh media.

Pada dasarnya, menyangkan, menyiarkan, menonton, atau mendengarkan acara apa pun yang mengungkap keburukan seseorang adalah haram. Islam melarang acara infotainment karena jelas melanggar etika dan mengandung ghibah. Seharusnya, sejak awal kemunculannya, kita sudah mengantisipasi dampak negatif yang ditimbulkan. Kita seharusnya bertindak proaktif, bukan membiarkan kemungkaran terjadi dan baru bertindak setelah ada korban. Sayangnya, masyarakat sudah terbiasa dengan kemungkaran yang dibiarkan begitu saja.

Berdasarkan pemikiran fungsional, gosip dapat dianggap sebagai bentuk teknologi komunikasi yang sangat lekat dengan wanita, meskipun pria juga diam-diam melakukannya. Baik pria maupun wanita cenderung menikmati bergosip, baik secara terbuka maupun tersembunyi. Ketika dua orang atau lebih berkumpul atau berhubungan, budaya obrolan atau gosip sering kali muncul. Dalam konteks ini, bergosip sering menjadi aktivitas utama. Meskipun banyak pengamat menilai bahwa wanita yang paling sering melakukannya, pada kenyataannya pria juga tidak kalah aktif dalam bergosip. Aktivitas ini bisa dilakukan di mana saja di kantor, di rumah, sambil minum teh, menonton TV, atau di waktu senggang lainnya.

Jika gosip memang lebih sering dikaitkan dengan wanita, Tannen (1990: 96-97) memberikan pandangan bahwa gosip dianggap sebagai indikasi bahwa wanita cenderung banyak bicara dalam berbagai situasi pribadi. Namun, ia menolak anggapan bahwa gosip selalu bersifat merusak. Tannen berpendapat bahwa gosip memiliki fungsi penting dalam membangun keintiman dan persahabatan (*in gossip begins friendship*), meskipun kadang-kadang dapat berupa rumor atau kabar angin. Citra negatif gosip muncul ketika rumor-rumor destruktif dan tidak berdasar menyebar (Tannen, 1990: 104).

Televisi sebagai salah satu media massa, tentu memiliki peran dan fungsi yang serupa dengan media massa lainnya. Awalnya, media dakwah lebih sering menggunakan media tradisional, tetapi seiring berjalannya waktu, media dakwah telah berkembang dengan memanfaatkan teknologi media massa modern. Kini, dakwah menggunakan berbagai variasi media, baik media cetak seperti buku, koran, majalah, dan tabloid, maupun media elektronik seperti radio, televisi, film, media seluler (HP/SMS), internet, dan lainnya.

Salah satu acara yang sangat digemari oleh masyarakat saat ini adalah infotainment, yang banyak mempublikasikan kehidupan pribadi dan karir selebriti. Acara ini menjadi peluang bisnis yang luar biasa karena tingginya minat masyarakat, sehingga ditayangkan setiap hari. Namun, aspek moralitas acara sering kali diabaikan. Pelaku industri media tidak memikirkan dampak negatif terhadap penonton, terutama remaja dan anak-anak. Masyarakat, khususnya kalangan muda, menjadi target empuk media informasi. Bahkan orang dewasa sering kali kesulitan membedakan mana acara yang baik

untuk ditonton, apalagi remaja dan anak-anak. Secara psikologis, remaja dan anak-anak cenderung menyerap dan meniru apa yang mereka lihat, termasuk adegan yang disiarkan melalui program infotainment di televisi.

Program infotainment di televisi bukanlah program Islami, namun jika diteliti lebih dalam, infotainment masih memiliki sisi baik meskipun sisi buruk, terutama terkait dengan ghibah, lebih dominan dan melekat pada infotainment.

Infotainment awalnya hanyalah media informasi tentang dunia hiburan, namun kini telah bertransformasi menjadi berbagai jenis acara seperti reality show dan stand-up comedy. Menurut artikel yang ditulis oleh Popi Andiyansari, acara infotainment pertama kali muncul di salah satu stasiun televisi pada tahun 1994. Hingga kini, acara-acara tersebut tidak berkurang dan terus berkembang dengan berbagai format baru. Maraknya acara infotainment membuat sebagian kalangan merasa resah. Beberapa pelaku dunia hiburan merasa tidak nyaman dengan berbagai pemberitaan tentang diri dan keluarga mereka. Namun, banyak juga yang justru memanfaatkan pemberitaan ini untuk mendongkrak popularitas atau sekadar mencari sensasi. Sehingga, acara infotainment memiliki dampak positif dan negatif. Keresahan ini mendorong berbagai pihak untuk merespons acara-acara tersebut, termasuk organisasi masyarakat seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam Musyawarah Alim Ulama NU pada Juli 2006 di Surabaya, diputuskan bahwa infotainment haram jika mengandung ghibah, gosip, dan memecah belah antar individu atau keluarga.

Bahkan menurut Hasyim Muzadi, acara tersebut berkontribusi pada pembunuhan karakter yang merusak kerukunan dan ketenangan dalam keluarga. MUI juga mengeluarkan fatwa serupa, menyatakan bahwa infotainment haram baik bagi penonton maupun penyelenggaranya. Dampak negatif lain dari media massa, terutama tayangan infotainment, adalah kemampuannya untuk mengubah dan membentuk gaya hidup individu.

Dari sudut pandang seorang muslim, ghibah itu haram dan mungkar. Haram untuk dilakukan dan wajib dihilangkan, suka atau tidak suka. Selain menyakiti orang yang digosipkan, tidak ada seorang pun yang mau diperlakukan seperti itu. Oleh karena itu, Allah melarang ghibah secara mutlak dan bahkan menyamakannya dengan memakan

daging saudara sendiri.⁴ Hal ini sudah disebutkan di dalam surah Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 12.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Terjemahnya:

"Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kalian yang menggunjing sebagian yang lain. Sukakah salah seorang di antara kalian memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang."⁵

Ayat di atas sangat relevan dalam konteks infotainment, terutama yang berhubungan dengan gosip, fitnah, dan mengumbar aib orang lain. Berikut beberapa poin penting yang bisa diambil dari ayat ini dalam kaitannya dengan hukum Islam dan praktik infotainment: Pertama, ayat ini menekankan pentingnya menghindari prasangka buruk, yang seringkali menjadi dasar bagi gosip dan berita sensasional dalam infotainment. Prasangka buruk dapat mengarah pada fitnah dan merusak reputasi seseorang tanpa dasar yang jelas. Kedua, Ayat ini menekankan pentingnya menghindari prasangka buruk, yang seringkali menjadi dasar bagi gosip dan berita sensasional dalam infotainment. Prasangka buruk dapat mengarah pada fitnah dan merusak reputasi seseorang tanpa dasar yang jelas. Ketiga, menggunjing atau membicarakan keburukan orang lain di belakang mereka adalah salah satu dosa besar dalam Islam. Banyak konten infotainment yang melibatkan ghibah, yang jelas-jelas dilarang dalam ayat ini. Keempat, Ayat ini mengajarkan etika sosial yang tinggi, di mana umat Islam diharapkan untuk menjaga kehormatan dan martabat satu sama lain. Konten infotainment harus mengikuti prinsip ini dengan

⁴Abu Ubaidah Yusuf as-Sidawi. "Infotainment Dalam Tinjauan Islam." Majalah Al Furqon. 2014.

⁵Kementrian Agama Republik Indonesia, "Al-Qur'an Al-Karim Terjemahan dan 319 Tafsir Tematik," h. 517.

memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan tidak merugikan atau merendahkan martabat individu.

Surah Al-Hujurat ayat 12 memberikan panduan yang jelas tentang etika sosial dalam Islam, yang sangat relevan dengan praktik infotainment. Dalam perspektif hukum Islam, konten infotainment harus dihindari jika mengandung prasangka buruk, fitnah, mencari-cari kesalahan orang lain, atau menggunjing. Sebaliknya, media harus digunakan untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat, mendidik, dan menjaga etika serta moralitas yang tinggi sesuai dengan ajaran Islam.

Salah satu efek dari media massa, khususnya televisi, adalah kecenderungan masyarakat untuk meniru apa yang ditampilkan. Jika yang ditayangkan adalah prestasi positif seorang selebriti, hal ini bisa menjadi pelajaran bagi penggemarnya. Namun, jika yang ditayangkan adalah perilaku yang melanggar norma kesusilaan, tentu akan berdampak buruk bagi masyarakat. Ironisnya, tayangan infotainment sering kali lebih menekankan pada gaya hidup selebriti, mulai dari pakaian minim, model rambut, hingga pergaulan mereka yang banyak mengadopsi gaya hidup Barat.

Masalah timbul ketika banyak orang meniru perilaku selebriti yang ditampilkan di televisi. Contohnya, di masyarakat saat ini, terutama di kalangan remaja, banyak yang berpakaian seksi dan menjalani pergaulan bebas, yang merupakan dampak dari tayangan yang tidak mendidik. Ketika infotainment ramai menayangkan kasus perceraian, statistik perceraian di masyarakat meningkat. Saat infotainment mempopulerkan isu perselingkuhan, banyak terjadi perselingkuhan di masyarakat. Meskipun belum ada penelitian serius mengenai hubungan antara infotainment dan perilaku masyarakat, secara kasat mata terlihat adanya hubungan yang erat antara tayangan televisi dan perilaku masyarakat. Dari berita-berita infotainment, berbagai gosip kehidupan dari berbagai kalangan menyebar luas di televisi.

Infotainment sering mengulas kehidupan selebriti secara mendetail, mulai dari kehidupan pribadi, percintaan, pernikahan, hingga perceraian. Hal-hal ini sebenarnya tidak perlu diketahui publik karena bersifat pribadi. Namun, karena infotainment sangat diminati dan menjadi tontonan utama masyarakat, informasi pribadi selebriti dikejar hingga detail terkecil. Selebriti menjadi objek utama infotainment, dan segala hal yang mereka lakukan

pasti terekspose. Bahkan ada tayangan infotainment yang mengupas habis kehidupan pribadi mereka. Infotainment adalah acara televisi yang menggabungkan unsur informasi dan hiburan.

Pandangan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) terhadap infotainment tampaknya memang cukup beralasan. Program infotainment seringkali lebih banyak membahas masalah pribadi seseorang, sehingga isinya cenderung penuh dengan gosip, isu, rumor, dan bahkan bisa dianggap ghibah. Menanggapi hal ini, salah satu organisasi Islam terbesar, Nahdlatul Ulama (NU), mengeluarkan fatwa haram terhadap infotainment. NU berpendapat bahwa acara infotainment didominasi oleh perbuatan ghibah dan menyebarkan berita yang belum tentu benar, yang dilarang dalam agama.⁶

Kesimpulan

Dalam perspektif hukum Islam, infotainment adalah fenomena yang harus dievaluasi secara kritis. Ulama kontemporer menawarkan berbagai pandangan yang umumnya menekankan pentingnya memastikan kebenaran informasi, menghindari konten yang berbau ghibah dan fitnah, dan memilih konten yang memberikan manfaat positif. Penggunaan media sebagai sarana dakwah juga diakui, asalkan dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Studi pemikiran ulama kontemporer menunjukkan bahwa meskipun ada pandangan yang berbeda, keseluruhannya sepakat bahwa etika dan moralitas harus menjadi landasan utama dalam produksi dan konsumsi konten infotainment.

Dalam perspektif hukum Islam, infotainment adalah fenomena yang harus dievaluasi secara kritis. Ulama kontemporer menawarkan berbagai pandangan yang umumnya menekankan pentingnya memastikan kebenaran informasi, menghindari konten yang berbau ghibah dan fitnah, dan memilih konten yang memberikan manfaat positif. Penggunaan media sebagai sarana dakwah juga diakui, asalkan dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Studi pemikiran ulama kontemporer ini menunjukkan bahwa meskipun ada pandangan yang berbeda, keseluruhannya sepakat bahwa etika dan

⁶ Iswandi Syahputra, *Jurnalistik Infotainment* (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), h. 66.

moralitas harus menjadi landasan utama dalam produksi dan konsumsi konten infotainment.

Daftar Pustaka

As-Sidawi, Abu Ubaidah Yusuf. "Infotainment Dalam Tinjauan Islam." *Majalah Al Furqon*. 2014.

B. Siswantoro S, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia* Jakarta: Bumi Aksara.

Kartoyo DS/Ami Herman, *Infotainment*, Suara Karya, Sabtu, 26 Desember 2009.

Kementrian Agama Republik Indonesia, "*Al-Qur'an Al-Karim Terjemahan dan 319 Tafsir Tematik*,"

Najib, Muhammad. *Harian Kedaulatan Rakyat*, Sabtu Kliwon 26 Agustus 2006, 1 Ruwah 1939.

Syahputra, Iswandi. *Jurnalistik Infotainment* Yogyakarta: Pilar Media, 2006.