

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. KAJIAN PUSTAKA

1. Sejarah Perkembangan Radio

a. Pengertian Radio

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

11

Menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.¹² Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan

¹¹ Asep Syamsul dan M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009) hlm. 12

¹² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: ARMICO, 1984), hlm. 81

diterima oleh pesawat penerima dirumah, dimobil, dan lain-lain dan dilepas dimana aja.¹³

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil garis besar bahwa radio merupakan suatu yang menghasilkan suara kemudian dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui *air wave* (udara). Radio dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampaian informasi. Suara yang didengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, lalu diubah melalui penguat suara sehingga mendapatkan hasil bunyi yang bisa kita dengar. Suara yang didengar dari pesawat radio dapat berisi tentang hiburan, misalnya musik, humor serta berita dan berbagai informasi yang dapat diterima. Pengertian radio pertamanya adalah alat/pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi/suara. Sedangkan pengertian lain dari radio adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

Radio adalah media elektromagnetik yang termurah, baik pemancar maupun penerimanya. Berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun radio dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Radio dibandingkan

¹³ HA. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 36

dengan media lainya adalah biaya yang rendah sama artinya dengan akses kepada pendengar yang lebih besar dan jangkauan lebih luas kepada kaum dengan tingkat ekonomi yang rendah. Itu keuntungan dari radio.

Ada keuntungan radio, tapi ada pula dampak negatif dari penggunaan radio. Radio memiliki gelombang yang dapat menimbulkan induksi gelombang elektromagnetik, induksi gelombang elektromagnetik dapat mempengaruhi ion positif dan ion negatif disekeliling pancaran radionya, muatan (ion) positif dan negatif didalam tubuh terjadi keseimbangan apabila tidak mendapatkan pengaruh terutama dari radiasi gelombang elektromagnetik, dan lainnya.

b. Perkembangan Radio

Perkembangan radio dimulai dari penemuan *phonograph* (gramofon), yang juga bisa digunakan memainkan rekaman, oleh Edison pada tahun 1877. Pada saat yang sama James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio. Keduanya menemukan bahwa gelombang radio merambat dalam bentuk bulatan, sama seperti ketika kita menjatuhkan sesuatu pada air yang tenang.¹⁴

¹⁴ Muhammad Mufid. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 25

Sejarah radio adalah sejarah teknologi yang menghasilkan peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinyu baik melalui modulasi amplitudo (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukanlah internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio.

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya itu kemudian dilanjutkan Guglielmo Marconi (1874-1973) dari Italia yang sukses mengirimkan sinyal lorse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirim Marconi itu berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.¹⁵ Pada tahun berikutnya 1906 seorang promoter yang bernama Lee De Forest yang menciptakan *audio tube* (alat yang memungkinkan tranmisi suara) yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke udara. Pada tahun yang sama seorang yang bernama Reginald Fessenden juga menyiarkan acara di radionya untuk pertama kalinya yang memutarakan

¹⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm.

beberapa lagu natal dengan menggunakan operator nirkabel di laut lepas.¹⁶

Stasiun radio pertama kali muncul ketika seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS (1920), secara iseng menyiarkan lagu-lagu, mengumumkan hasil pertandingan olahraga dan menyiarkan instrumen musik yang dimainkan putranya sendiri melalui pemancar radio di garasi rumahnya.¹⁷

Menyusul keberhasilan Frank Conrad, stasiun radio lainnya bermunculan dan mulai menyiarkan program informasi dan hiburan yang diproduksi sendiri. Namun, karena alasan anggaran untuk biaya produksi yang besar maka kondisi ini menimbulkan gagasan untuk mengadakan sistem jaringan. Perusahaan penyiaran *National Broadcasting Company* (NBC) adalah yang pertama kali membangun sistem jaringan pada tahun 1926.¹⁸

Setelah kemunculan sistem jaringan, pada tahun 1930-an Edwin Howard Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan Frekuensi Modulasi (FM). Radio Armstrong berbeda dengan radio kebanyakan yang masih menggunakan frekuensi AM. Keunggulan radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih, dan bebas dari gangguan siaran(static).

¹⁶ Vivian, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 194

¹⁷ Morrison, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 3

¹⁸ *Ibid.* Hal. 4

Namun karena perang dunia II, pengembangan radio FM mulai tersendat.

Kalangan industri lebih memilih untuk mengembangkan televisi. Radio FM baru muncul dimasyarakat pada awal 1960-an, pemutaran musiknya pun terbatas pada musik *rock*, karena dirasa sesuai dengan frekuensi FM. Peran radio mulai menurun dengan munculnya televisi. Namun, salah satu radio di AS bereksperimen dengan mengamati penjualan album rekaman yang banyak dibeli orang. Berkatusahnya itu akhirnya pendengar sangat menyukai lagu-lagu yang disiarkan dan lahirlah format siaran radio pertama, yaitu Top 40. Keberhasilan itu kemudian melahirkan berbagai format siaran lainnya yang ternyata juga sukses.¹⁹

Dasar dari teori perambatan gelombang elektromagnetik pertama di jelaskan pada tahun 1873 oleh James Clecrk Maxell. Dalam papernya di Royal Society mengenai teori donamika mean elektromagnetik, hasil dari penelitian yang dikerjakan antara 1861 dan 1865. Untuk pertama kalinya, Heinrich Rrudolf Hertz telah membuktikan teori Maxwell yaitu antara 1886 dan 1888, dengan melakukan eksperimen. Dia berhasil membuktikan bahwa radiasi gelombang radio memiliki sifat-sifat gelombang dan sekarang disebut dngan gelombang Hertzian. Dia juga

¹⁹*Ibid.* hlm.5-6

menemukan bahwa persamaan elektromagnetik dapat dirumuskan kedalam persamaan gelombang.

Hingga saat ini radio masih mempunyai tempat dihati pendengarnya, didukung dengan beragam masing-masing program yang dimiliki sebuah stasiun serta kecepatan dalam menyajikan berita ataupun informasi yang masih diakui hingga sekarang.

2. Radio Sebagai Media Massa

Masyarakat jaman sekarang membutuhkan suatu media massa seperti surat kabar, majalah, buku, radio, TV, dan film. Media massa memiliki arti yang bermacam-macam bagi masyarakat dan memiliki banyak fungsi, melihat dalam segi politik ekonomi budaya dan kepentingan individu maupun kelompok yang perkembangan dalam masyarakat sekarang ini dan akan datang. Namun selain memiliki fungsi, media juga mempunyai banyak disfungsi, yakni konsekuensi yang tidak diinginkan masyarakat atau anggota masyarakat.

Sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Jelas berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat mekanik optik. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, walaupun ada lambang-lambang

non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda waktu pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik.

Keuntungan radio siaran bagi komunikasi ialah sifatnya yang santai. Orang bisa menikmati acara siaran radio sambil makan, sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil.²⁰

Radio merupakan salah satu media komunikasi sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio mempunyai sifat yang khas yang dapat menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Radio bersifat auditif terbatas pada suara atau bunyi yang menerpa pada indra. Karenanya tidak menuntut khalayak memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. Begitu sederhananya untuk menikmati sajian radio. Seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins mengenai karakteristik media radio yang menguntungkan (1996 : 101) yaitu:

- a. Murah
- b. Waktu transmisi tidak terbatas
- c. Suara manusia dan music

²⁰ Onong Uchyana Effendy. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. (Bandung: Mandar Maju, 1991) hlm. 18

- d. Tidak memerlukan perhatian terfokus
- e. Teman setia

Media dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena media tumbuh dan berkembang seiring dengan timbulnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi. Pertumbuhan media massa saat ini sangat cepat, hal ini juga disertai dengan kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat. Penyiaran Radio yang pada saat ini banyak diminati berbagai kalangan usia, pendidikan dan kelas social sebagai alat penghubung dalam kehidupan sehari-hari sangat berpengaruh dalam kehidupan social.

Radio menurut J.Schupan yang dikutip kembali oleh niken Widiastuti (1992 : 3). “Radio adalah alat untuk melayani tiga tujuan; memelihara, memperluas, dan melancarkan kebudayaan. Ini perlu diperhatikan dengan munculnya nilai, walaupun nilai penyiarannya pada masyarakat tidak dapat mencapai keseimbangan dan kestabilan”. Selain berfungsi sebagai media informasi, hiburan, dan pendidikan radio berfungsi sebagai alat yang memancarkan kebudayaan. Kebudayaan merupakan hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Media radio berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang mencakup ideology, norma, seni, ilmu pengetahuan dan agama (suemarjan 1990 : 189).

3. Radio Sebagai Media Dakwah

Secara etimologis perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti : Seruan – ajakan – panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan panggilan da'i yaitu orang yang menyeru. Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah mubaligh yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (message) kepada pihak komunikan.

Dakwah melalui radio adalah kerja tim produksi bersama narasumber dan penyiar mengkonstruksi suatu realitas sebagai pesan dakwah melalui format musik, format informasi dan format khusus atau format ragam (*variety format*) menerapkan ke tiga format tersebut.²¹

Cara dakwah melalui radio dikelompokkan pada kajian Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) sebagaimana yang ditulis oleh Amrullah Ahmad.²² Sedangkan M. Ali Aziz menganalogikan kajian dakwah dalam teori sistem dakwah. Sub-sistemnya terdiri dari pendakwah yang diumpamakan sebagai kepala, pesan dakwah sebagai dada, metode dakwah sebagai tangan, perut sebagai mitra

²¹ Peter K. Pringle, Star dan Mc. Cavit, *Elektronik Manajement*, Op. Cit. 114

²² Amrullah Ahmad, "Dakwah Islam sebagai Ilmu, Sebuah Kajian Epistemologi dan Struktur Keilmuan Dakwah", *Seminar Nasional* (Jakarta : IAIN Medan, Kesepakatan Parapat, 1996) hlm. 40

dakwah, dan media sebagai kaki. Aziz juga berpendapat bahwa metode dakwah lebih penting daripada materi dakwah.²³

Secara etimologis pengertian dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) pesan-pesan orang lain memenuhi ajakan tersebut. Menurut *Prof. Thoah Yahya Omar MA*, ilmu dakwah secara umum adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi – pendapat – pekerjaan tertentu. Sedangkan dakwah menurut islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

Tim produksi radio menerapkan metode komunikasi sebagai strategi wacana. Metode komunikasi menyiapkan roda jam siar per-menit acara (*run down*) acara siaran langsung, menyiapkan *jingle, bumper, adlib*, spot iklan, lagu, promosi insert al-Qur'an dan al-hadith. Kemahiran tim produksi ini mampu menerapkan *strategi priming*. Pembawa acara mampu menyiapkan kata-kata *lead* sebagai pengarah dan *tease* sebagai penggugah. Narasumber mampu menyesuaikan diri, berkomunikasi satu arah (monolog) tanpa umpan balik atau *feedback* kepada pendengar atau mampu berkomunikasi dua arah(dialog) yang ada umpan balik dari

²³ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009) hlm. 193-205 dan 345.

pendengar. Narasumber dan penyiaran mampu berbahasa rakyat sebagai pengguna strategi *signing*. Pemilihan dan pengaturan tersebut disebut strategi wacana oleh Alex Sobur.²⁴

4. Karakteristik Pendengar Radio

Pendengar radio atau audience media berlaku universal dan secara sederhana dapat diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya.²⁵

Audience media adalah terpaan media yang melibatkan kegiatan melihat, membaca pesan-pesan komunikasi dan mendengarkan radio.

²⁶.

Audience adalah faktor yang paling penting bagi media, karena audience merupakan konsumen media. Kehadiran audience akan menentukan faktor keberhasilan suatu media. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audience. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audience.

Ada beberapa sifat dari pendengar radio yang memang harus diketahui dan difahami oleh seorang *announcer* (penyiar) untuk bisa membantu jalannya proses siaran. Pendengar sendiri mempunyai

²⁴ Alex Sobur. Analisis Teks Media, Opcit, 162

²⁵ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1987) hlm. 203

²⁶ Jalaluddin Rachmad, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 2008) hlm. 16

makna seorang yang mendengarkan siaran radio yang menjadi sasaran dari komunikasi massa melalui media radio. Komunikasi dapat dikatakan efektif ketika pendengar mau mendengarkan siaran tersebut, tertarik untuk mendengarkannya secara berkelanjutan, dan pada akhirnya mau melakukan apa yang telah disiarkan melalui media radio.

Beberapa karakteristik pendengar radio,²⁷ meliputi :

- a. *Heterogen*, massa pendengar terdiri dari orang-orang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial, politik, budaya, dan beranekaragam kepentingan.
- b. *Pribadi*, pendengar adalah individu-individu yang berdiri sendiri, bukanlah tim kelompok. Komunikasi yang berlangsung berusaha menciptakan kedekatan antar pribadi, sehingga pendengar bisa merasa nyaman dan pesan yang disampaikan bisa ditangkap dengan baik oleh pendengar.
- c. *Aktif*, pada mulanya para ahli komunikasi mengira bahwa pendengar radio bersifat pasif. Ternyata tidak demikian ketika dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wilbur Schramm, Paul Lazarsfeld dan Raymond Bauer, ahli-ahli dari Amerika Serikat.

Faktor usia sangatlah mempengaruhi minat dan kesenangan seseorang. Seperti halnya dalam pemilihan program. Seperti halnya anak muda, mereka cenderung lebih

²⁷ Syamsul, Asep, Romli. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. (Bandung: Nuansa) hlm. 21

suka mendengarkan acara yang bernuansa anak muda. Seperti halnya program-program hiburan ataupun program musik. Berbeda dengan mereka yang mempunyai masalah dalam kehidupannya. Terutama mereka yang sudah menginjak dewasa dan juga kehidupan berumah tangga. Mereka ingin sekali mencari solusi dari permasalahan mereka. Salah satu cara yang efektif mereka memilih radio sebagai alternatif mereka, terutama kajian Prof. Ali Aziz. Disinilah mereka menemukan sedikit pencerahan melalui kajian yang disampaikan mengenai terapi dengan sholat.

Kajian ilmu sosial khususnya di bidang psikologi terus berupaya menjelaskan karakteristik manusia dan berbagai perilaku yang muncul. diantaranya adalah melalui Teori Keseimbangan (*Homeostatis*). Teori ini berpendapat bahwa tingkah laku manusia terjadi adanya ketidakseimbangan didalam diri manusia. Dengan kata lain, manusia selalu ingin mempertahankan adanya keseimbangan didalam dirinya. Sebagai contoh, suatu ketika manusia mulai merasakan kejenuhan dalam dirinya (terjadi ketidakseimbangan dalam dirinya) maka segera ia akan mulai mencari cara untuk mengatasi kejenuhan tersebut (mengembalikan keseimbangan).

Dengan adanya pendengar-pendengar dari berbagai usia yang berbeda, terlihat jelas bahwa ada lonjakan yang sangat

berbeda. Rata-rata mereka yang mengikuti program Fajar Syi'ar adalah pendengar kategori usia dewasa dan lebih banyak yang sudah berumah tangga.

Pekerjaan dan status sosial masyarakat sangat beragam. Sebagian besar sikap pendengar dan permasalahan terkadang timbul berdasarkan hal tersebut. Banyak sekali permasalahan yang muncul.

Sekarang pendengar radio, dapat menilai sebuah stasiun radio mampu memberikan siaran program yang baik, dan layak untuk didengarkan. Ada juga yang beranggapan bahwa seorang pendengar dikatakan pendengar yang aktif, jika seorang pendengar ikut serta dalam program acara tersebut baik melalui telepon atau dialog interaktif dan juga via Short Message Service (SMS) ketika program siaran tersebut berlangsung.

- d. *Selektif*, seorang pendengar bebas untuk menentukan gelombang, frekuensi atau stasiun mana, bahkan memilih program siaran mana yang memang sesuai dengan seleranya. Seorang penyiar tidak bisa memaksakan pendengarannya untuk mendengarkan satu program saja, ataupun mendengarkan satu gelombang radio saja.
- e. *Pasif*, pendengar dikatakan pasif ketika seseorang pendengar hanya mendengarkan siaran program radio saja tanpa ikut berpartisipasi dalam program tersebut secara langsung.

Pendengar radio disini, peneliti mengelompokkan pendengar dari segi usia. Bila kita mengamati perjalanan hidup seseorang, sejak dalam kandungan sampai meninggal tua, selalu kita lihat adanya perubahan-perubahan, yang hampir bersamaan antara tubuhnya, sehingga seakan-akan ada batas-batas yang sama pula selama perjalanan tersebut. Hal ini menarik perhatian para ahli psikologi, kemudian mereka mengadakan penyelidikan-penyelidikan.

Sekalipun saat-saat tertentu didalam tiap perjalanan hidup manusia itu ada perbedaan-perbedaan, namun pada umumnya mereka menemukan persamaan-persamaannya pula. Sejak dalam kandungan, perubahan-perubahan yang ada itu dibedakan atas beberapa masa, yaitu .²⁸

- a. Masa pranatal
- b. Masa bayi (0;0 sampai 2;0)
- c. Masa kanak-kanak (3;0 sampai 5;0)
- d. Masa anak (sekolah) (6;0 sampai 12;0)
- e. Masa pemuda (13;0 sampai 22;0)
- f. Masa dewasa (23;0 sampai 45;0)
- g. Masa tua.

5. Respon Pendengar Radio

a. Pengertian Respon

Istilah respon pertama kali diperkenalkan dalam keilmuan psikologi, dalam istilah psikologi, respon merujuk pada proses

²⁸ Agus Sujanto. *Psikologi Perkembangan*. (Surabaya: Aksara Baru), hlm. 173

memunculkan dan membayangkan kembali gambaran hasil pengamatan. Ahmadi menyebutkan bahwa respon merupakan gambaran ingatan dan pengamatan yang mana objek yang diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan. Dapat diketahui bahwa respon muncul setelah adanya pengamatan.

Lebih lanjut mengenai pengamatan, Syah menyatakan bahwa pengamatan adalah proses menerima, menafsirkan dan memberi arti rangsangan yang masuk melalui indera-indera seperti mata dan telinga.²⁹ Singkatnya, respon adalah bayangan yang tinggal dalam ingatan pendengar setelah proses mengamati sesuatu. Dalam pengamatan, respon tidaklah terikat oleh waktu dan tempat. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan pengamatan merupakan modal awal dari adanya respon. Sedangkan penglihatan dan pendengaran merupakan modal bagi pengamatan itu sendiri.

Respon adalah Setiap tingkah laku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respon) terhadap rangsangan atau stimulus (Sarlito, 1995). Menurut Gulo (1996), respon adalah suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut. Individu manusia berperan serta sebagai pengendali antara stimulus dan respon sehingga yang menentukan bentuk respon individu terhadap stimulus adalah

²⁹ Abu Ahmadi. *Psikologi Umum*. (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 21

stimulus dan faktor individu itu sendiri (Azwar, 1988). Interaksi antara beberapa faktor dari luar berupa objek, orang-orang dan dalam berupa sikap, mati dan emosi pengaruh masa lampau dan sebagiannya akhirnya menentukan bentuk perilaku yang ditampilkan seseorang. Respon seseorang dapat dalam bentuk baik atau buruk, positif atau negatif (Azwar, 1988). Apabila respon positif maka orang yang bersangkutan cenderung untuk menyukai atau mendekati objek, sedangkan respon negatif cenderung untuk menjauhi objek tersebut.

Mencermati uraian tentang sikap, maka dapat di pahami bahwa terdapat tiga komponen yang membentuk sikap, yaitu :

a. *Kognisi* (pengetahuan)

Pengertian *Kognisi* (Pengetahuan) Istilah kognisi berasal dari kata *cognoscere* yang artinya mengetahui. Aspek kognisi banyak mempermasalahkan bagaimana cara memperoleh pemahaman tentang dirinya dan lingkungannya, serta bagaimana dengan kesadaran itu ia berinteraksi dengan lingkungannya. Setiap perilaku sadar manusia didahului oleh proses kognisi yang memberi arah terhadap perilaku dan setiap lahiriahnya baik dirasakan maupun tidak dirasakan.

b. *Afeksi* (sikap)

Pengertian *Afeksi* (Sikap) Sikap merupakan kecenderungan untuk bertindak, beroperasi, berfikir dan merasa dalam

menghadapi objek, ide, situasi dan nilai. Sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa sejak lahir tetapi merupakan hasil belajar. Sikap mempunyai daya dorong atau motivasi dan bersifat evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Objek sikap dirasakan adanya motivasi, tujuan, nilai dan kebutuhan. Sayogo dan Fujiwati (1987) mengemukakan bahwa sikap merupakan kecenderungan yang berasal dari dalam diri individu untuk berkelakuan dengan suatu pola tertentu terhadap suatu objek berupa manusia, hewan atau benda akibat pendirian atau persamaannya terhadap objek tersebut.

c. *Psikomotorik (tindakan)*

Pengertian *Psikomotorik (Tindakan)* Jones dan Davis dalam Sarlito (1995) memberi definisi tindakan yaitu keseluruhan respon (reaksi) yang mencerminkan pilihan seseorang yang mempunyai akibat (efek) terhadap lingkungannya. Suatu tindakan dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan dan diarahkan pada pencapaian sesuatu agar kebutuhan tersebut terpenuhi. Tindakan yang ditunjukkan oleh aspek psikomotorik merupakan bentuk keterampilan motorik yang diperoleh peternak dari suatu proses belajar (Samsudin, 1977). Psikomotorik yang berhubungan dengan kebiasaan bertindak yang merupakan aspek perilaku yang menetap (Rahmat, 1989).

b. Macam-macam Respon

Kenangan atau kesan-kesan pengamatan dapat meninggalkan bekas yang dalam, hal-hal tertentu dapat digambarkan kembali sebagai gambaran ingatan atau tanggapan. Untuk mempermudah dalam memahami respon perlu dikemukakan jenis atau macam-macam respon.

Dalam upaya memahami respon itu sendiri, perlu diketahui mengenai jenis respon atau macam-macamnya. Soemanto menyebutkan bahwa respon itu dapat dilihat dari waktu terjadinya respon tersebut, yaitu :

1. Respon masa lampau, yang disebut respon ingatan
2. Respon masa sekarang, yang disebut respon imajinatif
3. Respon masa mendatang, yang disebut respon antipatif

Lebih terinci mengenai macam-macam respon seperti yang di ungkapkan oleh sujanto :³⁰

- 1). Respon menurut indera yang mengamati :
 - a). Respon Auditif, respon terhadap sesuatu yang didengar baik suara, ketukan,dll.
 - b). Respon Visual, respon terhadap sesuatu yang dilihat
 - c). Respon Perasaan, respon terhadap sesuatu yang dialami dirinya.

³⁰ Agus Sujanto. *Psikologi Umum*. (Jakarta: Bumi Aksara) hlm. 24

2). Respon menurut waktu terjadinya :

a). Respon ingatan atau respon masa lampau, yakni respon terhadap kejadian yang telah lalu.

b). Respon fantasi, yaitu tanggapan masa kini yakni respon terhadap sesuatu yang sedang terjadi.

3) Respon pikiran atau respon masa datang yakni respon terhadap sesuatu yang akan datang.

3). Respon menurut lingkungannya :

a). Respon benda, respon terhadap benda yang ada di sekitar pendengar

b). Respon kata-kata, respon terhadap ucapan atau kata-kata yang dilontarkan oleh lawan bicara.

Pembagian respon tersebut, kembali menunjukkan pentingnya penginderaan pada proses pengamatan, karena secara tidak langsung merupakan dasar bagi respon yang muncul. Respon menjadi sesuatu yang sangat penting guna mengetahui gambaran atau pengamatan seseorang terhadap suatu objek. Kaitannya dengan suatu instansi atau seseorang, respon yang muncul bisa menjadi semacam penilaian guna perbaikan dimasa mendatang.

Beberapa indikator yang bisa menunjukkan adanya respon yaitu seperti:

1. Keinginan untuk berpartisipasi aktif
2. Membacakan/mendengarkan
3. Melihat

4. Menimbulkan/membangkitkan perasaan, dan
5. Mengamati

Berdasarkan hal tersebut maka jelas bahwa respon yang muncul terhadap sesuatu hanya ada dua yaitu senang atau tidak. Kaitannya dengan respon tidak senang bisa muncul dalam cara berbeda pada setiap orang. Sebagian mungkin menunjukkan sikap frontal, sebagian lagi bisa jadi tetap simpati dan menghargai, ada pula yang mungkin berkisar antipati. Akhirnya kemauan atau kehendak seseorang menjadi penggerak tingkah lakunya.

B. KAJIAN TEORI

Teori S – R

Teori ini dasarnya mengatakan bahwa mengatakan efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharap sesuatu atau memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini memiliki tiga elemen, yakni (a) pesan(stimulus); (b) penerima (receiver); dan (c)efek (respons).

Prinsip teori stimulus kemudian memunculkan teori turunan yang disebut teori jarum hipodermiks, yaitu teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa. Dalam teori ini, isi media dipandang sebagai obat yang disuntikkan kedalam pembuluh audien, yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan.

Teori stimulus-respons juga memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang

luas. Pesan, karenanya, tidak ditunjukkan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.

Kelemahan teori stimulus-respons adalah penyamarataan individu. Bagaimanapun, pesan yang sama akan dipersepsi secara berbeda oleh individu dalam kondisi kejiwaan yang berbeda. Karenanya, pada tahun 1970, Melvin DeFleur melakukan modifikasi terhadap teori stimulus-respons dengan teorinya dikenal sebagai *individual difference theory*. DeFleur mengatakan bahwa pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda sesuai dengan karakteristik pribadi individu.³¹

Kerangka pikir penelitian bermula dari program Fajar Syi'ar El victor yang pada kenyataannya bahwa radio tidak akan pernah lepas dari pendengar. Bagaimanapun yang dicari seorang pendengar radio adalah kepuasan. Tidak hanya kepuasan dari sisi program-program yang dihadirkan, presentasi penyiar dan narasumber, tapi juga kepuasan dari sisi bagaimana media atau radio bersangkutan menolong dan melayani mereka serta merespon informasi yang mereka sampaikan dengan cepat.

Program Fajar Syi'ar di Radio El victor Surabaya. Program ini menyajikan kajian bernuansa islami dengan menghadirkan seorang

³¹ Sholehuddin, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta Kencana, 2007) hlm. 22

pembicara yang mengkaji ilmu-ilmu mengenai permasalahan dalam islam. Penelitian ini di fokuskan kedalam kajian yang dibawakan oleh Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag. Disamping itu banyak sekali pendengar/masyarakat, sebagian besar memiliki problematika di kehidupan mereka. Mereka memilih radio sebagai alternatif media syi'ar, karena mereka memperoleh pengetahuan agama melalui program Fajar Syi'ar Radio El victor.

Pendengar program Fajar Syi'ar Riset terhadap khalayak merupakan hal yang sangat perlu dilakukan. Tujuannya agar pesan komunikasi yang disampaikan dapat mengena pada target yang kita tuju.³²

Dengan penelitian ini teori yang dominan adalah teori S-R. Teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharapkan sesuatu atau memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini memiliki tiga elemen, yakni pesan(stimulus), penerima(receiver), dan efek (respon).

Prinsip teori stimulus - respon memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang luas. Pesan, karenanya, tidak ditujukan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.

³² Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009) hal. 333

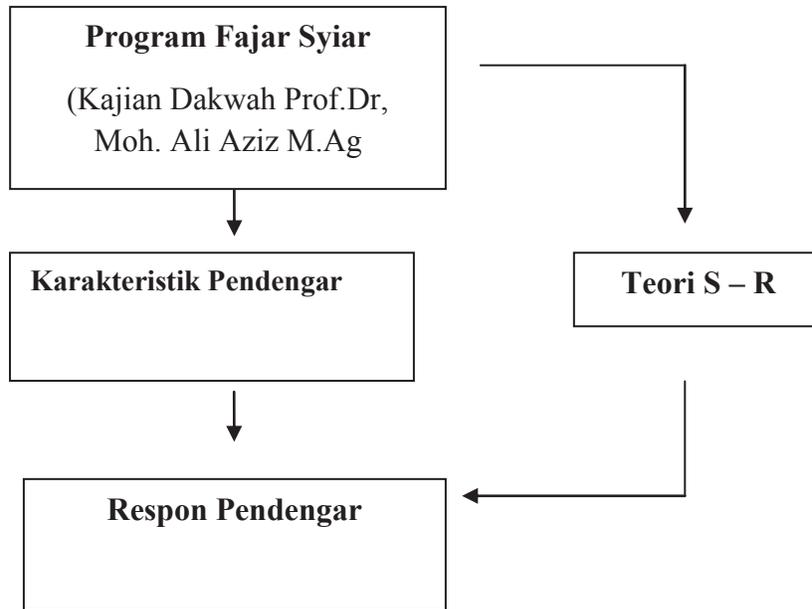
Macam-macam profil khalayak meliputi *profil geografis*, *profil sosiodemografis*, dan *profil gaya hidup (life-style) dan psikografis*. *Profil geografis* merupakan profil khalayak berdasarkan tempat tinggal. Contohnya, orang-orang yang tinggal didaerah yang sama diasumsikan memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama. *Profil Sosiodemografis* membahas tentang data-data demografis meliputi usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, agama, dan faktor-faktor sosial, ekonomi dan budaya lainnya. *Profil gaya hidup dan psikografis* meliputi gaya hidup dan psikografi. Gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Sedangkan psikografi adalah teknik utama yang digunakan oleh peneliti khalaya(pendengar) sebagai ukuran operasional dari gaya hidup. Riset psikografi bisa dilakukan secara kuantitatif dengan sampel besar ataupun kualitatif seperti wawancara kelompok fokus atau wawancara mendalam.

33

Dengan cara demikian ini penerima informasi akan mempersepsikannya sebagai suatu arti yang bermanfaat bagi dirinya dan adanya sanksi jika hak ini dilakukan atau tidak. Dengan sendirinya penguatan ini harus dapat dimengerti, dan diterima sebagai hal yang mempunyai efek langsung terhadap sikap. Terjadilah respon pendengar dengan adanya latar belakang seperti yang dijelaskan diatas. Untuk tercapainya ini perlu cara penyampaian yang efektif dan efisien.

³³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009) hal. 334

Dari uraian diatas, mulai dari latar belakang masalah yang timbul, maka peneliti menemukan kerangka pikir penelitian. Kerangka Pikir Penelitian disimpulkan sebagai berikut :



Bagan 1.1. Kerangka Pikir Penelitian