BAB II

PERSPEKTIF TEORITIS

A. Kajian Kepustakaan

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu da'a, yad'u, da'watan, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Pada tataran praktik dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur, yaitu: penyampai pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktifitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia.[19]

Dakwah adalah yang menekankan proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran Islam). Tokoh penggagasnya adalah Syeikh Ali Mahfudz. Dia mengungkapkannya dakwah adalah mendorong manusia pada kebaikan dan petunjuk, memerintahkan pada perbuatan yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak

[19] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dakwah adalah yang menekankan pada proses penyebaran pesan dakwah (ajaran Islam) dengan mempertimbangkan penggunaan metode, media, dan pesan yang sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u (khalayak dakwah). Penggagasnya adalah Ahmad Ghalwusy. Dia mengungkapkannya dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan berbagai metode dan media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah.[20]

Dakwah adalah yang menekankan pengorganisasian dan pemberdayaan sumber daya manusia (khalayak dakwah) dalam melakukan berbagai petunjuk ajaran Islam (pesan dakwah), menegakkan norma sosial budaya (ma'ruf), dan membebaskan kehidupan manusia dari berbagai penyakit sosial (munkar). Pengertian ini diungkapkan oleh Sayyid Mutawakkil yang dikemukakan oleh Ali Ibn Shalih Al Mursyid. Dakwah adalah mengorganisasikan kehidupan manusia dalam menjalankan kebaikan, menunjukkannya ke jalan benar dengan menegakkan norma sosial budaya dan menghindarkannya dari penyakit sosial.[21]

Menurut Abdul Rosyad Sholeh, dakwah adalah proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan

[20] Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektis Al Qur'an*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002) , h. 32
[21] Ibid, h. 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mentaati Allah *(amar ma'ruf)* perbaikan dan pembangunan masyarakat, dan *(nahi munkar)* yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai Allah.[22]

Dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam di dalam kehidupan sehari-hari.[23]

Dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memotivasi orang dengan basirah, supaya menempuh jalan Allah SWT dan meninggikan agamanya. Dakwah Islam adalah dakwah basirah, maknanya berarti dakwah yang disebarluaskan dengan cara damai dan bukan dengan kekerasan, serta mengutamakan aspek kognitif (kesadaran intelektual), dan afektif (kesadaran emosional). Dakwah demikian ini disebut sebagai dakwah persuasif (membujuk).[24]

Definisi-definisi di atas terlihat dengan redaksi yang berbeda, namun dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik. Lebih dari itu, istilah dakwah mencakup pengertian antara lain:

---

[22] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 13-14
[23] Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 7
[24] Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah Islam*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 29-30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Dakwah adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam.
b) Dakwah adalah suatu proses penyampaian ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sengaja.
c) Dakwah adalah suatu aktivitas yang pelaksanaannya bisa dilakukan dengan berbagai cara atau metode.
d) Dakwah adalah kegiatan yang direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan dasar keridhaan Allah.
e) Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

b. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.[25]

Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:[26]

[25] Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Masalah Akidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan.

2) Masalah Syariah

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam.

Kelebihan dari materi syariah Islam antara lain, adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. Syariah ini bersifat universal, yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim, bahkan hak seluruh umat manusia.

3) Masalah Mu'amalah

Islam merupakan agama yang menekankan urusan mu'amalah lebih besar porsinya daripada urusan ibadah. Islam lebih banyak memerhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan seluruh bumi ini masjid, tempat mengabdi kepada Allah SWT.

[26] Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24-31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ibadah dalam mu'amalah disini diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdi kepada Allah SWT.

4) Masalah Akhlak

Pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi manusia. Materi akhlak ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik dan buruk, akal, dan kalbu berupaya untuk menemukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat.

c. Tujuan Dakwah

Menurut Asmuni Syukir tujuan dakwah dibagi menjadi dua bagian yaitu:[27]

1) Tujuan Umum Dakwah

Tujuan umum dakwah *(major objective)* merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti tujuan dakwah yang masih bersifat umum dan utama, di mana seluruh gerak langkah proses dakwah harus ditujukan dan diarahkan kepadanya. Manusia memiliki akal dan nafsu, akal senantiasa mengajak ke arah jalan kebahagiaan dan sebaliknya nafsu selalu mengajak ke arah yang menyesatkan. Disinilah dakwah berfungsi memberikan peringatan kepadanya, amar ma'ruf

[27] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983) h. 51-60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nahi ‘anil munkar dan sebagainya agar mereka itu dapat bahagia sejahtera di dunia maupun di akhirat.

2) Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah *(minor objective)* merupakan perumusan tujuan sebagai perincian dari pada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara bagaimana dan sebagainya secara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lainnya yang hanya disebabkan karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai. Tujuan khusus dakwah adalah:

a) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT. Artinya mereka diharapkan agar senantiasa mengerjakan segala perintah Allah dan selalu mencegah atau meninggalkan perkara yang dilarangNya.
b) Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih mualaf. Mualaf artinya bagi mereka-mereka yang masih mengkhawatirkan tentang keislaman dan keimanannya (baru beriman). Penanganan terhadap masyarakat yang masih mualaf jauh berbeda dengan kaum yang sedang beriman kepada Allah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(berilmu agama), sehingga rumusan tujuan kepadanya tidak sama, artinya disesuaikan dengan kemampuan dan keadaannya.

c) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam). Tujuan ini berdasarkan atas firman Allah:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ ٱعۡبُدُواْ رَبَّكُمُ ٱلَّذِي خَلَقَكُمۡ وَٱلَّذِينَ مِن قَبۡلِكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَتَّقُونَ ٢١

Artinya : "Hai manusia, sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakanmu dan orang-orang yang sebelummu, agar kamu bertakwa, (QS. Al Baqarah : 21)[28]

d) Mendidik dan mengajak anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya. Menurut Ali Aziz, dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Dakwah,* tujuan dakwah adalah untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun.

2. Penggunaan Radio sebagai Media Dakwah

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam arti sempit media dakwah dapat

[28] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Surabaya: Mekar Surabaya), h. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diartikan sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat. [29]

a. Pengertian Radio

Radio adalah salah satu media massa yakni sarana atau saluran komunikasi massa *(channel of mass communication),* seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengar.

Media radio dipandang sebagai "kekuatan kelima*" (the fifth estate)* setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Disebut kekuatan kelima karena radio dianggap "adiknya" surat kabar.[30]

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim 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).[31]

[29] Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 32
[30] Asep Syamsul Romli, *Broadcast Journalism*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2004), h. 19
[31] Hasan Oramahi, *Jurnalistik Radio*, (Jakarta: Erlangga,2012), h 120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Karakteristik Pendengar

Pendengar radio merupakan sasaran siaran radio. Siaran radio dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpikat perhatiannya, mengerti, serta tergerak hatinya untuk melakukan kegiatan yang diinginkan penyiar.

Ada beberapa sifat pendengar radio siaran yang menentukan gaya bahasa, yaitu: [32]

1) Heterogen, pendengarnya adalah massa. Massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial-politik-budaya, dan kepentingan.
2) Pribadi, pendengar adalah individu (personal), bukan tim atau organisasi. Karenanya komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antarpribadi), yakni penyiar dengar pendengar dengan gaya ngobrol. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran.
3) Aktif, adalah pendengar radio yang tidak pasif tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi, dan menilai apa yang didengarnya.
4) Selektif, adalah pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, atau stasiun radio mana saja sesuai selera.

[32] Asep Syamsul Romli, *Broadcast Journalism*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2004), h. 26-27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penyiar tidak bisa memaksa pendengar stay tune di gelombang yang sama setiap hari.

c. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain, media massa radio mempunyai karakteristik khas sebagai berikut: [33]

a) Audiotori

Radio adalah "suara" untuk didengar, karenanya isi siaran bersifat "sepintas lalu" dan tidak dapat diulang.

b) Transmisi

Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).

c) Mengandung gangguan

Seperti timbul tenggelam (fading) dan gangguan teknis "channel noise factor".

d) *Theatre of Mind*

Radio menciptakan gambar *(makes pictures)* dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarnya sendiri.

[33] Asep Syamsul Romli, *Broadcast Journalism*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2004), h. 22-26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Identik dengan musik

Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

Menurut Aep Kusnawan efektivitas siaran di radio ditunjang oleh beberapa faktor, yaitu:

1) Daya langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni para pendengar, tidak mengalami proses yang kompleks. Setiap informasi atau berita yang terjadi, saat itu pun dapat disiarkan secara "stop press" (langsung) di tengah-tengah siaran apa saja secara berulang kali. Bahkan, suatu peristiwa dapat diikuti oleh pendengar pada saat peristiwa berlangsung.

2) Daya tembus

Daya tembus yang dimaksud adalah siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun bagi radio siaran tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, dengan radio siaran dapat dicapai.

3) Daya tarik

Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni:

- Musik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Kata-kata
- Efek suara *(sound effects)*[34]

d. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Radio sebagai media dakwah memiliki beberapa kelebihan antara lain:

1. Cepat dan langsung

   Sarana tercepat, lebih cepat dari koran maupun TV. Dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV.

2. Dekat

   Suara penyiar hadir dirumah atau di dekat pendengar. Pembicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi.

3. Hangat

   Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali berfikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.

4. Sederhana

   Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.

5. Tanpa Batas

[34] Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah, 2004), h. 51-52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antar golongan), dan kelas sosial.

6. Murah

Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengarkan radio.

7. Fleksibel

Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktifitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku.

Sementara kelemahan radio sebagai media dakwah antara lain yaitu:

1. Selintas

Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan.

2. Global

Informasi yang disajikan oleh radio bersifat global, tidak detail, karenanya angka-angka pun di bulatkan. Misalnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyiar akan menyebutkan "seribu orang lebih" untuk angka 1.053 orang.

3. Batasan Waktu

   Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari. Berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas.

4. Beralur Linier

   Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Beda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir atau langsung ke rubrik yang ia sukai.

5. Mengandung Gangguan

   Seperti timbul-tenggelam *(fading)* dan gangguan teknis "channel noise factor".

e. Fungsi Radio Bagi Masyarakat

Fungsi artinya peran atau sesuatu yang diperankan oleh suatu hal dalam kegiatan pihak lain. Fungsi itu dapat dirasakan baik terhadap diri orang secara individual, maupun bagi kelompok anggota masyarakat, serta terhadap masyarakat secara keseluruhan. Harold D. Lasswell mengemukakan fungsi atau peran komunikasi dalam masyarakat yakni : [35]

1. Pengawasan *(Surveillance)*

[35] Winarni, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Malang: UMM Press, 2003), h. 44-45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengawasan yang terjadi di lingkungan. Komunikasi akan terus menerus mencari tahu, menyelidiki, mengumpulkan informasi lalu menyebarluaskan kepada masyarakat. Fungsi yang dimaksud adalah fungsi pemberitaan dari komunikasi massa. Bagi individu dan masyarakat, fungsi pemeberitaan berperan sebagai peringatan (warning).

2. Korelasi *(Correlation)*

   Berfungsi untuk membantu mobilitasi yaitu menggerakkan masyarakat untuk suatu tujuan bersama. Bagi individu fungsi ini memberikan efisiensi, yaitu dengan membaca media berarti individu akan tertolong untuk mendapatkan berbagai informasi tanpa harus susah-susah terjun ke lapangan.

3. Transmisi Kultural

   Fungsi pewarisan budaya atau fungsi pendidikan dari komunikasi massa ini berperan meningkatkan keutuhan sosial dan mengurangi ketidakpastian ditengah masyarakat.

4. Hiburan *(Entertainment)*

   Fungsi ini merupakan sarana pelepas lelah baik bagi individu maupun masyarakat. Sedangkan disfungsi dari fungsi penghiburan bagi masyarakat adalah publik yang cenderung menghindari aksi-aksi sosial karena hiburan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disajikan media menyebabkan masyarakat menjadi lebih individualistik.

3. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah sejenis aktivitas pengelolaan informasi yang menghubungkan seseorang dengan lingkungannya. Persepsi sosial individu merupakan proses penyampaian pengetahuan dan proses berfikir tentang orang lain, misalnya berdasarkan pada ciri-ciri fisik, kualitas, bahkan pada kepribadiannya.

Secara umum persepsi sosial didefinisikan sebagai suatu proses pemahaman oleh seseorang terhadap orang lain atau proses pemahaman seseorang terhadap suatu realitas sosial.

Persepsi adalah usaha-usaha seseorang untuk memahami orang lain , dalam kerangka memperoleh gambaran menyeluruh tentang intensi, kepribadian, dan motif-motif yang melingkupi diri orang lain tersebut.

Persepsi adalah proses dalam diri seseorang yang menunjukkan organisasi dan interpretasi terhadap kesan-kesan inderawi, dalam usaha untuk memberi makna terhadap orang lain sebagi objek persepsi.[36]

Definisi yang lain menyebutkan bahwa persepsi adalah kemampuan membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan

[36] Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial,* (Bandung: Rosdakarya, 2010), h. 34-35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perhatian terhadap satu obyek rangsangan. Dalam proses pengelompokan dan membedakan ini persepsi melibatkan proses interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap satu peristiwa atau obyek.[37]

b. Proses Persepsi

1) Proses kealaman (fisik)

Obyek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor.

2) Proses fisiologi

Stimulus yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak.

3) Proses Psikologis

Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya.[38]

c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Hal-hal yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi adalah:

1. Motif dan kebutuhan
2. Preparatory Set (kesiapan seseorang untuk berespon terhadap suatu input sensori tertentu, tetapi tidak pada input yang lain).

[37] Bimo Walgito,*Pengantar Ilmu Psikologi* (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), h. 53
[38] Su'adah, *Pengantar Psikologi*, (Malang: Bayu Media, 2003), h. 32-33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Minat *(interest)*

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi potensi adalah:

1) Intensitas dan ukuran *(intensity and size),* misalnya semakin keras suatu bunyi semakin menarik perhatian seseorang, semakin besar iklan di suatu surat kabar semakin menarik perhatian seseorang.
2) Kontras dan hal-hal yang baru *(contrast and novelty),* misalnya suatu bentuk yang dimunculkan pada suatu latar belakang (yang sangat kontras dengan latar belakangnya) akan dapat lrbih menarik perhatian seseorang.
3) Pengulangan *(repetition),* pengulangan dapat mempengaruhi munculnya perhatian melalui kontras dan hal-hal yang baru, tetapi dapat juga secara langsung mempengaruhi perhatian seseorang misalnya pada dunia iklan pesan *(message)* yang sama diberikan secara berulang-ulang agar menarik perhatian seseorang.
4) Gerakan *(movement),* suatu gerak juga akan menarik perhatian seseorang, karena itu dalam dunia periklanan, iklan yang bergerak relatif lebih efektif dibandingkan dengan iklan yang tidak bergerak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Beberapa syarat yang perlu dipenuhi agar individu dapat menyadari mengadakan persepsi:

1. Adanya obyek yang dipersepsikan, obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor.
2. Alat indera atau reseptor, yaitu alat untuk menerima stimulus.
3. Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi sesuatu diperlukan pula adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi.[39]

B. Kajian Teoretik

Dalam penelitian kualitatif, teori yang diajukan memang bukanlah sebagai jawaban terhadap fenomena yang diangkat, melainkan lebih sebagai perspektif. Karena itu teori yang ditawarkan semula bisa saja berubah atau diganti dengan teori lainnya yang lebih relevan ketika fakta atau temuan di lapangan mengisyaratkan hal itu.[40]

Teori yang akan digunakan oleh peneliti sebagai alat analisis dalam penelitian ini adalah model *uses and gratifications*, komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek atau perubahan-perubahan yang diharapkan komunikator. Variabel efek diukur pada segi kognitif (perubahan pendapat), afektif (sikap, peranan, kesukaan) dan behavioral (perilaku atau kecenderungan perilaku).[41]

---

[39] Su'adah, *Pengantar Psikologi*, (Malang: Bayu Media, 2003), h. 32
[40] Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Grafindo Persada,2003), h. 45
[41] Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi,* (Bandung: Rosdakarya,1994), h. 64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uses and gratifications Model (model kegunaan dan kepuasan) model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan *(uses)* media untuk mendapatkan kepuasan *(gratification)* atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan *(needs)* dan kepentingan individu.[42]

Tabel 2.1

Model "*Uses and Gratifications*"

Anteseden ⟶ Motif ⟶ Penggunaan Media ⟶ Efek

- Variabel individual	- Personal	- Hubungan	- Kepuasan
	- Diversi	- Macam isi	- Pengetahuan
- Variabel lingkungan	- Personal identity	-Hubungan dengan isi	- Kepuasan

Konsep dasar model ini diringkas oleh para pendirinya yaitu Katz, Blumer, dan Gurenvich. Teori Uses and Gratifications meneliti asal mula kebutuhan sebagai berikut:[43]

1) Sumber sosial dan psikologis
2) Kebutuhan yang melahirkan

[42] Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Ediasi Revisi*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007), h. 73-74
[43] Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi,* (Bandung: Rosdakarya,1994), h. 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Harapan-harapan dari

4) Media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan

5) Perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), dan menghasilkan

6) Pemenuhan kebutuhan dan

7) Akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki.

Mereka juga merumuskan asumsi-asumsi dasar teori ini, [44]

1) Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.

2) Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatf-inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.

3) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak bersangkutan.

4) Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi tertentu.

[44] Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi,* (Bandung: Rosdakarya,1994), h. 205

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Syiar Islam Radio KOTA FM (Persepsi Pendengar tentang Program Keagamaan di Radio KOTA FM) oleh Indayana Iksanti , NIM: B01300160, S1 - Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Sunan Ampel Surabaya tanggal 26 Juli 2004. Pada skripsi ini peneliti menjelaskan bahwa radio Kota FM merupakan radio yang didominasi acaranya tentang keagamaan. Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah sama-sama menggunakan media radio, sama-sama mengangkat tentang persepsi, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun juga terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian. Skripsi diatas memilih lokasi penelitian di radio Kota FM Surabaya, sedangkan penelitian yang saya lakukan berlokasi di Mojosari. Perbedaan berikutnya terletak pada subjek penelitian, penelitian diatas memilih pendengar radio Kota FM sedangkan penelitian yang saya lakukan memilih pendengar radio Angkasa FM.
2. Dakwah Melalui Media Radio (Persepsi Pendengar terhadap Program Acara Dakwah "Kajian Rutin'' di Radio DAFA FM Mojosari Mojokerto) oleh Mursilaturohmi , NIM : B01206006, S1 - Komunikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Sunan Ampel Surabaya tanggal 22 Juli 2010. Pada skripsi ini peneliti menjelaskan bahwa Radio Dafa FM merupakan radio yang bernuansa islami dan bisa digunakan sebagai tempat informasi yang lebih cepat. Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah sama-sama menggunakan media radio, sama-sama mengangkat tentang persepsi, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun juga terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian. Skripsi diatas memilih lokasi penelitian di radio Dafa FM Mojosari, sedangkan penelitian yang saya lakukan berlokasi di radio Angkasa FM Mojosari. Perbedaan berikutnya terletak pada subjek penelitian, penelitian diatas memilih pendengar radio Dafa FM sedangkan penelitian yang saya lakukan memilih pendengar radio Angkasa FM.

3. Dakwah Melalui Radio (Studi tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah terhadap Keberadaan Radio SUFADA FM di IAIN Sunan Ampel Surabaya) oleh Soiq Angga Maggala, NIM: B01397078, S1 - Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Sunan Ampel Surabaya tanggal 11 Januari 2002. Pada skripsi ini peneliti menjelaskan bahwa radio Sufada merupakan radio kampus yang mempunyai fungsi sebagai media praktek mahasiswa, berfungsi sebagai media dakwah dan dapat diketahui persepsi mahasiswa terhadap keberadaan radio

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sufada. Penyiaran melalui media radio merupakan hal yang sangat penting dalam menyampaikan dakwah Islam dimana peranan radio Sufada disini sebagai media dakwah selain berfungsi sebagai media hiburan, pendidikan, serta informasi dan penerangan. Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah sama-sama mengunakan media radio, sama-sama mengangkat tentang persepsi, dan sama-sama meneliti tentang keberadaan suatu radio. Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Namun juga terdapat perbedaan yang terletak pada lokasi penelitian, skripsi diatas memilih lokasi di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel, sedangkan penelitian kali ini berlokasi di Mojosari-Mojokerto, perbedaan berikutnya terletak pada subyek penelitian, peneliti diatas memilih mahasiswa fakultas dakwah sedangkan penelitian yang saya lakukan memilih pendengar radio Angkasa FM.

4. Persepi Masyarakat Kelurahan Tambak Kemeraan Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo tentang Program "Siraman Rohani" di Radio Barronk FM leh Sona Dwi Ayu Ariyatni, B01304045, Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2008. Pada skripsi ini peneliti menjelaskan bahwa radio Barronk FM merupakan radio yang memiliki syiar tentang keagamaan. Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah sama-sama menggunakan media radio, sama-sama mengangkat tentang persepsi, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, sama-sama menggunakan teknik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun juga terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian. Skripsi di atas memilih lokasi penelitian di radio Barronk FM Krian, sedangkan penelitian yang saya lakukan berlokasi di Mojosari. Perbedaan berikutnya terletak pada subjek penelitian, penelitian di atas memilih masyarakat Kelurahan Tambak Kemeraan Kecamatan Krian, sedangkan penelitian yang saya lakukan memilih pendengar radio Angkasa FM.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id