BAB IV

KOMUNIKASI DALAM PENCITRAAN

A. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap di mana data yang diperoleh akan dibahas oleh peneliti baik data yang berasal dari informan (wawancara), pengamatan lapangan (observasi), maupun dokumentasi. Analisis data tentang komunikasi pencitraan Kang Prabu sehingga memunculkan daya tarik pendengar radio Malowopati dapat di gambarkan dengan pola sebagai berikut :

Komunikasi Kang Prabu dengan komunikasi Yang jelas dan mudah dimengerti			
Timbul persepsi atau pemaknaan bahwa sosok Kang Prabu adalah orang yang dekat dengan pendengar, orangnya baik dan tidak membeda-bedakan pendengar dengan menganggap mereka adalah kerabat sendiri.	Sikap pendengar adalah kedekatan emosional yang diterima dari komunikasi Kang Prabu, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya jamaah santri Malowopati dan ketika ada jumpa fans, arisan atau wisata religi banyak yang hadir hanya dengan diberi stimulus lewat siaran Kang Prabu ketika mengudara.	Banyak dari pendengar radio Malowopati, Fans setia ataupun masyarakat Bojonegoro yang selalu Mendengarkan radio siaran Kang Prabu	Ketika siaran Kang Prabu mengajak masyarakat pendengar radio Malowopati untuk berkreatif , hal itu sama halnya yang dikatakan oleh kang Yoto (sebutan Bupati Bojonegoro yang menganjurkan bahwa masyarakat Bojonegoro harus bisa kreatif mandiri, hal itu dibuktikan dengan

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

			banyaknya masyarakat Bojonegoro yang ketika Kang Prabu siaran di radio banyak yang mengirimkan sms tentang usaha, mengiklankan jasa dan lain-lain
Respon atau tanggapan yang aktif menandakan bahwa komunikasi pencitraan Kang Prabu mendapatkan umpan balik yang berhasil.			

Tabel 4.1 pola komunikasi pencitraan Kang Prabu dengan model John S. Nimpoeno

Dalam komunikasi pencitraan Kang Prabu, hal yang membuat komunikasi tersebut mendapatkan respon yang bagus terhadap pendengar dapat disebutkan sebagai berikuti :

1. **Penggunaan Kata Sapa Kang/Kange**

   Kange sendiri merupakan kata sapaan yang sering disebutkan masyarakat Bojonegoro ketika berkumpul, mengobrol, bertemu sessama teman lama atau kegiatan pertemua lainya. Kange dalam bahasa indonesia adalah sebutan untuk kakak tertua, Bupati Bojonegoro sendiri menggunakan kata sapa *Kange* dalam pencitraanya dalam kampanye dan sampai sekarang panggilan kang melekat pada Bupati Bojonegoro saat ini yakni Kang Yoto.

   Kang Prabu juga menggunakan sapaan kang bahkan sebelum kang Yoto menggunakan kata sapaan itu, tepatnya sebelum bersiaran di radio Malowopati yang ketika itu bersiaran di radio menara darusalam

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

dengan nama *Kang Dhim* namun nama itu belum cukup menjadikan mas suprapto (nama asli Kang Prabu) dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan kata Kang dirasa mampu membuat melekat di ingatan masyarakat Bojonegoro. Kata Kang tidak dimaksudkan dengan menjelek-jelekan seseorang, melainkan merupakan kata sapaan yang menghormati kepada orang lain. Kang juga sering digunakan dilingkungan pondok pesantrean yang merupakan sapaan hangat dan sapaan keseharian dilingkungan santri. Sehingga ketika Kang Prabu melakukan siaran di radio akan membawa suasana yang hangat dan merakyat dan terjalin persaudaraan antara pendengar dan penyiar selaku komunikator.

Kata Kang merupakan sebuah simbol yang digunakan oleh Kang Prabu dalam komunikasinya, simbol yang digunakan mengaitkan kebudayaan masyarakat Bojonegoro, sebuah kata yang hanya di temukan di Bojonegoro atau merupakan bahasa lokal saja, simbol dapat mewakili sesuatu dan frekuensi yang paling tinggi adalah dalam bahasa. Dapat dikatakan bahwa kata-kata merupakan sebuah simbol karena mereka mewakili dari suatu objek, peristiwa atau hal yang lain.[70]

2. Pemakaian Bahasa Jonegoroan

Kata *kang* termasuk juga dlaam bahasa dialog *jonegoroan*, tentunya dalam melakukan siaran di radio seorang penyiar perlu menggunakan bahasa-bahasa yang mudah diterima oleh pendengar radio, sehingga menciptakan siaran yang baik, enak didengar dan

[70] Halo liliweri. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya* (yogyakarta: 2007, Elkis Yogyakarta), hal. 113.

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

dimengerti oleh pendengar atau *audience*. Bahasa atau kata yang diungkapkan secara komunikatif auditif melalui radio memiliki unsur dinamis, disesuaikan dengan segmen pendengar yang dituju, diistilahkan dengan pola bahasa tutur atau bahasa informal.

Untuk menggunakan bahasa siaran, Kang Prabu memilih menggunakan bahasa yang mengutamakan bahasa lokal, sederhana, padat, lues dan menarik. Dalam siaran di radio Malowopati Kang Prabu sering dan bahkan selalu menggunakan bahasa *jonegoran* untuk berkomunikasi dan memberikan informasi kepada pendengar dan masyarakat Bojonegoro, banyak sekali macam atau bentuk komunikasi *jonegoroan* yang digunakan oleh Kang Prabu, seperti *Iki poko'e nak angger ora nganggo prodak Tuban kon muleh, hehehe. (guyonan khas kang prabu)* yang artinya ini harusnya kalau setiap tidak menggunakan produk Tuban disuruh pulang. Ketika membawakan sebuah berita Kang Prabu pasti menyelipkan komentar-komentar menggunakan bahasa *Jonegoroan*. Disamping menggunakan bahasa resmi bahasa Indonesia Kang Prabu juga menggunakan bahasa Jenogoroan untuk menjangkau aspek masyarakat yang taraf pendidikanya menengah kebawah yakni masyarakat pelosok pedesaan.

Setelah menanggapi berita yang dibawakan oleh Kang Prabu, kemudian kange melanjutkan lagi dengan gaya pembawaanya. *Pinter tenan Bupati Tuban, joss...jos kang, lamono jonegoro digawe ngunu, jonegoro nduwe Batik Jonegoro. Jonegoro nduwe Batik Bojonegoro.* Dalam penyampaianya Kang Prabu juga menggunakan kata – kata seperti

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

Joss, Matoh dan jika terdapat berita dari lain daerah yang sekiranya sangat *inspiratif*, Kang Prabu tidak ragu-ragu untuk menyinggung kepada pemerintah Daerah dengan menyindir secara langsung.

Dalam siaran, Kang Prabu biasanya mencairkan sebuah siaran dengan menyisipkan argumen atau tanggapan, dengan mengemas bahasa *jonegoroan* yang spontan dan terkadang melakukan sedikit guyonan dan *joke* khas Kang Prabu. Dengan harapan para pendengar mudah memahami dan mudah mencerna pesan yang diberikan oleh Kang Prabu. Joke – joke itu perlu diberikan apalagi melihat pendengar yang mengkonsumsi tidak semua karena mencari informasi, ada yang mencari hiburan saja.

Dalam siaran penyiar bisa dengan berbicara santai, *enjoy*, tanpa beban tekanan, atau sesuai yang 'ada di kepalanya'. Agar mencapai hasil optimal, penggunaan bahasa dalam percakapan atau biasa dikatakan bahasa tutur.[71] Untuk yang satu ini, tiap-tiap penyiar memiliki gaya siaran yang berbeda, dengan ciri khasnya, Kang Prabu menggunakan bahasa *jonegoroan.* Begitu juga ketika banyak dari pendengar mengirimkan sms ke radio Malowopati, kebanyakan menggunakan bahasa *jonegoroan* sebagai mediasi antara penyiar dan pendengar. Tetapi Kang Prabu juga menggunakan bahasa indonesia sebagai bahasa Nasional ketika membaca berita misalnya tetap menggunakan bahasa yang formal, hal itu digunakan untuk memberikan pesan kepada khalayak yang menengah keatas dan bahasa

[71] Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar,Scripwiter dan Reporter Radio,* (Jakarta: 2007, Penerbit Swadaya), Hal.29

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

jonegoroan digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang dari kalangan menengah kebawah atau masyarakat awam, masyarakat yang latar belakang pendidikanya rendah.

Penggunaan bahasa *jonegoroan* mendapat respon yang sangat baik di masyarakat Bojonegoro, hasilnya banyak dari pendengar yang tertarik dan sering mendengarkan siaran Kang Prabu dan menggunakan dialog Bojonegoro dalam kegiatan formal seperti dalam pekerjaan, misalkan kata ”Matoh” kata *matoh* yang berarti “bagus” ini menjadi icon Bojonegoro yaitu “Bojonegoro Matoh”. Dengan siaran Kang Prabu yang menggunakan bahasa lokal dengan penggunaan bahasa *jonegoroan*, maka semakin dikenalnya Kang Prabu sendiri dan dialog *jonegoroan* disekitar Kabupaten Bojonegoro.

3. Pembawaan Berita yang Mudah Dipahami

Sudah menjadi tugas penyiar untuk memberi informasi, pesan yang bernilai edukatif kepada masyarakat dan pendengar radio Malowopati, karena sesuai dengan visi dan misi radio Malowopati yakni Memberikan pelayanan informasi pembangunan, disemua Bidang dan hiburan kepada semua lapisan masyarakat Bojonegoro dan ikut serta mencerdaskan bangsa dan mendorong terwujudnya masyarakat informatif.

Dalam membawakan berita di radio Malowopati, Kang Prabu selain menggunakan bahasa yang mudah dipahami yakni bahasa dialog *jonegoroan*, Kang Prabu dalam memberi pesan informasi kepada pendengar juga menggunakan intonasi, kecepatan membaca,

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

aksentuasi, ritme dan artikulasi yang jelas dan enak didengar. Kang Prabu paham sekali tentang penggalan kalimat, bagaimana membaca ketika titik, koma, tanda tanya, tanda seru atau penggalan kalimat yang lain.

Intonasi adalah langgam suara atau cepat lambat, tinggi – rendah dalam berbicara, bayangkan jika seorang penyiar tidak memahami dan menguasai intonasi dalam komunikasi, pasti pendengar akan merasa bosan dan cenderung akan meninggalkan siaran tersebut, penyiar yang tidak memiliki intonasi terkesan loyo, tidak memiliki gairah, tidak memiliki semangat dan tidak memiliki komitmen yang kuat, sehingga pesan yang disampaikan kepada pendengar tidak maksimal[72]. Kang Prabu dalam membacakan berita memiliki intonasi yang stabil dengan gerakan irama yang naik turun tetapi tidak terlalu curam. Untuk melengkapi intonasi, kecepatan membaca juga memberikan kesan bahwa penyiar tersebut memiliki keseriusan dan semangat dalam siaran, kecepatan dalam berbicara tidak menyebabkan penyiar itu terkesan monoton, ada penyiar yang membawakan berita dengan cepat tetapi menggunakan intonasi yang pas, tetapi ada juga penyiar yang lambat dalam berbicara tetapi memakai intonasi yang tepat akan membuat pendengar betah mendengarkan.[73]

Disamping memperhatikan intonasi dalam melakukan siaran di radio Malowopati, Kang Prabu juga memperhatikan aksentuasi untuk memperoleh kesan yang impresif (mendalam), Kang Prabu memberikan

[72] Agus Wijananto, *Panduan Jurnalis Radio untuk Perdamaian*, (Jakarta: 2013, Search For Common Ground (SFCG) Indonesia), hal.105
[73] *Ibid*, Hal. 106

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

penonjolan dan penguatan kata-kata tertentu yang dianggap penting dan lebih khusus, sehingga pendengar dapat memahami jika itu memang hal yang penting untuk diperhatikan, kalau di media cetak digaris bawah, diberi huruf yang tebal, kapital atau diberi tanda kurung untuk menegaskan hal tersebut penting, jika di media radio maka perlu diberikan aksentuasi kata. Dalam siaran Kang Prabu memiliki ritme yang sistematis, ketukan irama saat Kang Prabu membawakan berita sangat konstan, tidak terpatah-patah dan tidak terpotong-potong.

Artikulasi dalam berbicara juga ditunjukan oleh Kang Prabu, artikulasi merupakan kejelasan ucapan huruf-huruf maupun kata perkata dalam berbicara, mempertimbangkan artikulasi dalam siaran ini sangat penting, pendengar bisa menangkap isi dari pesan yang diberikan oleh Kang Prabu tergantung dengan jelas tidaknya pesan itu diberikan, tinggi rendahnya sudah pas namun jika melafalkan kata-kata tidak jelas, maka pendengar juga sulit untuk mengerti apa yang dimaksud oleh penyiar, hal yang paling tidak diinginkan adalah ketidak jelasan komunikasi yang berdampak dengan ketidaksukaan pendengar pada penyiar yang bersangkutan[74], namun Kang Prabu bisa mengatasi hal tersebut dengan tetap menjaga artikulasi dalam siaran di radio Malowopati. Pemahaman tentang dunia siaran sudah lama dipahami oleh Kang Prabu, dengan bergelut selama kurang lebih 10 tahun didunia penyiaran sejak tahun 2006 sampai sekarang, menjadikan

[74] *Ibid*, hal. 107.

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

komunikasi Kang Prabu sangat mengena baik ke telinga ataupun sampai kehati para pendengar umumnya ke masyarakat Bojonegoro.

4. Mengerti dan Paham Kebutuhan Pendengar

Mayoritas pendengar radio Malowopati adalah masyarakat Bojonegoro yang memiliki taraf menengah kebawah, masyarakat yang memiliki taraf pendidikan dan ekonomi yang serba kecukupan, dan kebanyakan bekerja sebagai petani dan pedagang, tetapi radio Malowopati juga disiapkan untuk menembus dan menjangkau seluruh tingkatan masyarakat Bojoneogoro baik menengah ke bawah sampai menengah keatas, karena memang radio Malowopati adalah radio milik pemerintah dengan dinaungi oleh Dinas KOMINFO yang pastinya melibatkan unsur pemkab dalam kewenanganya.

Ada kategori pendengar radio Malowopati yang mendengarakan di bagi menjadi lima kategori terdapat pendengar yang mencari Informasi, jenis pendengar ini mendengarkan radio untuk menambah wawasan dan informasi yang berkembang pada hari itu, informasi tidak hanya di peroleh dari berita yang disiarkan oleh Kang Prabu, tetapi juga pendengar bisa memberi informasi. Kang Prabu akan menanggapi jika ada yang mencari informasi seperti itu, pendengar dengan karakter seperti ini biasanya adalah pendengar yang bekerja yang mengharuskan mereka untuk mendengarkan radio karena jika melihat televisi tentunya akan menyita waktu mereka.

Pendengar yang memberi informasi, ada yang mencari dan ada yang memberi informasi, dalam hal ini dimaksutkan, seorang

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

pendengar memberi informasi lewat sms di acara Kang Prabu, dengan sms mereka bisa memberikan informasi terkini seputar lingkunganya atau sekedar mengiklankan produk mereka ke radio, dengan begitu masyarakat mendapatkan info tentang hal yang berikan oleh pendengar mengenai kebutuhan mereka.

Pendengar yang mencari lowongan pekerjaan, biasanya mereka adalah pendengar yang baru lulus dari SMA/SMK/Aliyah yang mencari kerja disekitaran Bojonegoro, biasanya Kang Prabu membacakan informasi lowongan dari sumber-sumber terpercaya seperti Harian Pagi Surya, Jawa Pos, Kabar Bojonegoro, Kabar Tuban, Suara Banyu Urip, Blog Bojonegoro , dari sumber internet atau dari pendengar yang memasangkan iklan di radio Malowopati. Kemudian di informasikan kepada pendengar yang membutuhkan pekerjaan.

Pendengar yang mencari hiburan (rekreatif), pendengar dengan karakter ini adalah penggemar berat Kang Prabu, yang hanya mendengarkan suara Kang Prabu saja bisa menghibur hati pendengar radio Malowopati, mereka merasa ada yang kosong jika tidak mendengarkan siaran radio Kang Prabu, tidak dipungkiri jika suara yang dimiliki Kang Prabu membuat hati para pendengar menjadi penasaran untuk berjumpa langsung dengan Kang Prabu, para pendengar setia ini merasa terhibur dengan pembawaan Kang Prabu dalam bersiar di radio apalagi dengan tambahan guyonan, *joke-joke*, bahasa yang familiyar sehingga dapat menarik hati pendengar.

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

Pendengar yang mencari ilmu, ini hampir sama dengan *point* yang pertama namun karakter ini dikhususkan dengan pendengar yang mencari ilmu agama, untuk mencari ketenangan di dunia dan di akhirat, ketika siaran biasanya Kang Prabu selalu menyelipkan kata – kata dakwah didalamnya, dan sering Kang Prabu mendoakan pendengar di sela-sela acara baik di awal, tengah ataupun diakhir, sehingga muncul istilah santri Malowopati. Seperti ketika Kang Prabu membaca sms dari pendengar, kemudian Kang Prabu mengaitkan pesan sms itu kepada pesan-pesan agama.

Ketika siaran biasanya Kang Prabu menyapa para pendengar, misalkan para pendengar yang berada di pasar sebagai pedagang, Kang Prabu akan menyapa mereka, menurut Kang Prabu "mereka akan senang jika dipanggil ketika siaran, *ngeroso diwongne* dan bisa mempererat tali silaturahim"[75]. Dengan mengerti dan memahami karakter-karakter pendengar radio Malowopati di Bojonegoro, Kang Prabu bisa menempatkan bagaimana seharusnya pesan itu disampaikan dan bagaimana kemasan pesan untuk para pendengar di Bojonegoro dengan bermacam-macam karakter tersebut, sehingga nantinya pesan yang disampaikan bisa diterima oleh semua pendengar di Bojonegoro.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

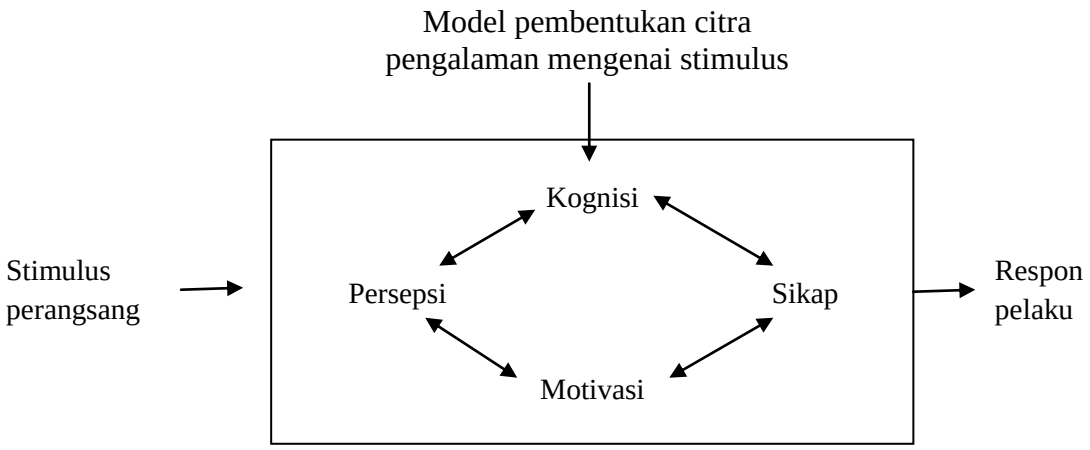
Dari temuan penelitian tentang komunikasi pencitraan Kang Prabu terhadap pendengar radio Malowopati, ada keterkaitan antara temuan dengan teori yang melandasinya.

[75] Wawancara dengan Kang Prabu dikediaman di desa Sukowati tanggal 08 November 2015.

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

Komunikasi pencitraan ini membahas tentang sebuah komunikasi yang digunakan oleh komunikan untuk membentuk sebuah citra menurut Shimp citra merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, sama halnya ketika berpikir tentang orang lain. Asosiasi ini dapat dikonseptualisasi berdasarkan jenis, dukungan, kekuatan, dan keunikan. Jenis asosiasi merek meliputi atribut, manfaat, dan sikap. Atribut sendiri terdiri dari atribut yang tidak berhubungan dengan produk, misalnya harga, pemakai, dan citra penggunaan. Sedangkan manfaat mencakup manfaat secara simbolis dan manfaat berdasarkan pengalaman.

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara untuk mengorganisasikan citra tentang lingkungan. Proses pembentukan citra dalam stuktur kognitif yang tertera dalam pengertian system komunikasi dikemukakan oleh John S. Nimpoeno seperti yang dikutip Danasaputra sebagai berikut:



Tabel 4.2 Tabel model pembentukan citra oleh John S

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

Menurut Soemirat dan Ardianto Corporate Communication digambarkan sebagai input – output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yangdiberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. komponen dalam model pembentukan citra adalah persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang diartikan sebagai citra individu terhadap stimulus atau pesan yang disampaikan oleh *Corporate Communication*. Jika pesan yang disampaikan mendapat respon dari masyarakat, maka masyarakat akan mengerti tentang pesan tersebut. Adapun arti dari komponen tersebut dalam model pembentukan citra tersebut adalah:

1. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.
2. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus.
3. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
4. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai.[76]

Pengertian citra itu sangat abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tapi wujudnya dapat dirasakan baik atau buruk. Penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umunya.

---

[76] Nur Rizky Akil.*Proposal Fungsi dan Peran Corporate Communication dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk*. Makasar. repository.unhas.ac.id.2013.

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

Pada citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dari amanah yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk sustu opini publikasian yang lebih luas, yang sering dinamakan citra (image).[77]

Dalam komunikasi pencitraan Kang Prabu terhadap daya tarik pendengar radio Malowopati dapat diterima dengan baik oleh pendengar, persepsi itu muncul karena citra (image) Kang Prabu yang melekat di benak masyarakat Bojonegoro dengan keunikan siaran, pola komunikasi dan sosok Kang Prabu itu sendiri. Dalam proses pembentukan persepsi pendengar kepada citra Kang Prabu dapat di bagi menjadi :

1. *Selective Attention*

   Dimana pendengar akan mempersepsikan Kang Prabu berdasarkan perhatiannya. Hal ini dapat terjadi mengingat banyak informasi yang diterima pada saat yang bersamaan. Penggunaan kata Kang dan menganggap masyarakat sebagai keluarga sendiri menjadikan persepsi antara pendengar dan penyiar adalah saling ada ikatan sosial yang kuat. Pemanfaatan media Radio yang digunakan oleh Kang Prabu menjadikan penyebaran informasi atau pesan kepada pendengar menjadi maksimal, hal itu ditunjang dengan mayoritas masyarakat Bojonegoro yang mendengarkan radio.

2. *Selective Distortion*

[77] *Ibid.* Hal **

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

Kecenderungan yang dilakukan oleh pendengar Radio di Bojonegoro untuk memilah-milah informasi berdasarkan kepentingan pribadinya, kecenderungan masyarakat Bojonegoro yang dewasa ini haus akan informasi, memaksa audience untuk selektif dan cermat dalam pemilihan konten berita, pembawaan Kang Prabu dalam pemilihan sumber-sumber berita yang dibawanya menjadikan radio Malowopati menjadi pilihan utama untuk mendapatkan informasi.

Ketika siaran Kang Prabu menunjukan sumber yang digunakan, misalnya *"dari Jawa Pos dikabarkan,....."* sehingga masyarakat tahu bahwa sumber informasi itu jelas kebenaranya.

3. *Selective Retention*

Dimana pendengar akan mudah mengingat informasi yang akan dilakukan secara berulang-ulang. Dengan kreativitas yang dimiliki oleh Kang Prabu sebagai seorang penyiar, pengulangan berita dilakukan oleh Kang Prabu untuk menegaskan berita yang disampaikan kepada pendengar. Dengan memberikan penegasan isi berita, penyampaian pesan kepada *audience* akan semakin mudah untuk diterima.

Dikarenakan penyampaian yang mudah dipahami oleh *audience*, tetapi tidak jarang Kang Prabu dalam penyampaian pesan secara informal, seperti membaca pesan singkat (sms) atau hal membutuhkan pengulangan seperti nomor kontak seseorang, akan diulang untuk

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

menegaskan sebuah pesan dengan tidak lupa menghilangkan cirri khas Kang Prabu yakni bahasa Jenogoroan dan guyonan-guyonannya.

Dari komunikasi yang diterpakan oleh Kang Prabu, dengan komunikasi yang diterima oleh pendengar dan mudah dipahami oleh khalayak, maka sesuai dengan firman Allah QS Al-Isra' ayat 28 yang berbunyi :

وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلا مَيْسُورًا

"Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhannya yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka Qaulan Maysura –ucapan yang mudah"

Kata *qaulan maysuran* hanya satu kali disebutkan dalam Al-Quran, QS. Al-Israa': 28. Berdasarkan sebab-sebab turunnya (ashab al-nuzulnya) ayat tersebut, Allah memberikan pendidikan kepada nabi Muhammad saw untuk menunjukkan sikap yang arif dan bijaksana dalam menghadapi keluarga dekat, orang miskin dan musafir.

Secara etimologis, kata *maysuran* berasal dari kata yasara yang artinya mudah atau gampang (Al-Munawir,1997: 158). Ketika kata *maysuran* digabungkan dengan kata *qaulan* menjadi *qaulan maysuran* yang artinya berkata dengan mudah atau gampang. Berkata dengan

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

mudah maksudnya adalah kata-kata yang digunakan mudah dicerna, dimengerti, dan dipahami oleh komunikan.

Salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap berkomunikasi harus bertujuan mendekatkan manusia dengan Tuhannya dan hamba-hambanya yang lain. Islam mengharamkan setiap komunikasi yang membuat manusia terpisah dari Tuhannya dan hamba-hambanya.

Seorang komunikator yang baik adalah komunikator yang mampu menampilkan dirinya sehingga disukai dan disenangi orang lain. Untuk bisa disenangi orang lain, ia harus memiliki sikap simpati dan empati. Simpati dapat diartikan dengan menempatkan diri kita secara imajinatif dalam posisi orang lain.[78] Namun dalam komunikasi, tidak hanya sikap simpati dan empati yang dianggap penting karena sikap tersebut relatif abstrak dan tersembunyi, tetapi juga harus dibarengi denganpesan-pesan komunikasi yang disampaikan secara bijaksana dan menyenangkan.

Dalam bersiar di program cakrawala pagi untuk memberikan informasi kepada para pendengar, perlu di kemas dengan bahasa-bahasa yang mudah diterima oleh khalayak, penggunaan bahasa *Jonegoroan* yang menjadi bahasa yang komunikatif untuk menyampaikan pesan oleh Kang Prabu selaku penyiar radio Malowopati di Bojonegoro.

[78] Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*. Jilid 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2000). Hlm 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