

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II KAJIAN TEORI

A. KONSEP TEORITIS

Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.

Fungsi teori dalam riset adalah membantu periset menerangkan fenomena sosial atau fenomena alami yang menjadi pusat perhatiannya. Teori mempunyai peranan penting dalam riset karena teori mengandung tiga hal: yang *pertama*, teori adalah serangkaian proposisi atau konsep yang saling berhubungan. *Kedua*, teori menerangkan secara sistematis suatu fenomena sosial dengan cara menentukan hubungan antar konsep. *Ketiga*, teori menerangkan fenomena tertentu dengan cara menentukan konsep mana yang berhubungan dengan konsep lainnyadan bagaimana bentuk hubungan-hubungannya.

Jadi, teori membantu periset dalam penentuan tujuan dan arah risetnya dan dalam memilih konsep-konsep yang tepat guna pembentukan hipotesis-hipotesisnya. Teori bukanlah pengetahuan yang sudah pasti, akan tetapi harus dianggap sebagai petunjuk hipotesis.¹⁷

1. Respon

Respon adalah reaksi terhadap stimuli. Respon adalah sekumpulan reaksi, jawaban, pengaruh atau akibat. Respon pada dasarnya adalah reaksi terhadap suatu timulus. Stimulus adalah segala sesuatu yang dapat ditangkap oleh panca indra (penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan, dan perasa).

Respon merupakan tanggapan atau umapan balik komunikasi dari menafsirkan pesan atau tanggapan dari suatu pesan yang telah disampaikan, baik dari media cetak seperti surat kabar maupun media

¹⁷Rachmat Kriyanto, Ph.D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta : Kencana, 2006).
Hlm. 43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

elektronik seperti televisi. Timbulnya respon disebabkan oleh adanya subjek yang menarik perhatian komunikan. Hasil dari respon bisa berbentuk kritikan atau saran. Dalam merespon sesuatu sangat dipengaruhi oleh pendidikan, pengalaman orang yang merespon.¹⁹

Respon atau tanggapan adalah gambaran ingatan dari pengamatan, misalnya berupa kesan pemandangan alam yang baru kita lihat, melodi indah yang menggema dll²⁰.

Tanggapan atau respon sebagai salah satu fungsi jiwa yang pokok, dapat diartikan sebagai gambaran ingatan dari pengamatan, dalam mana objek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan²¹.

a. Respon Secara Konseptual

Respon merupakan bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Kesan tersebut bisa menjadi isi kesadaran yang dapat dikembangkan dengan konteks pengalaman waktu antisipasi keadaan untuk dimasa yang akan datang. Respon yang muncul ke alam kesadaran mendapat dukungan atau mungkin juga rintangan dari respon lain. Dukungan terhadap respon akan menimbulkan rasa senang, sedangkan rintangan terhadap respon akan menimbulkan rasa tidak senang²².

Munculnya respon memerlukan beberapa unsur yang meliputi unsur pribadi, kelompok atau masyarakat kemudian adanya interaksi dan adanya jenis kegiatan tertentu disertai dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab.

¹⁹Bimo Walgito, *Psikologi Umum*, (Bandung : Bandar Maju, 1987). Hlm. 54

²⁰Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Bandung: Mandar Maju, 1996). Hlm. 56

²¹Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999). Hlm. 64

²²Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003). Hlm. 255

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Macam-macam Respon

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang diberikan oleh komunikator. Menurut M. Chaffe respon dibedakan menjadi tiga bagian :

a. Kognitif

Respon yang berkaitan dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu.

b. Afektif

Respon yang berkaitan dengan emosi, sikap, dan nilai seseorang terhadap sesuatu respon. Ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang disenangi khalayak terhadap sesuatu.

c. Konatif atau behavioral

Respon yang berkaitan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.²³

Sedangkan menurut Tubbs dan Moss Respon dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu respon konfirmasi dan respon diskonfirmasi :

1) Konfirmasi (mempertanggung hubungan interpersonal)

a) Pengakuan langsung (*direct acknowledgement*)

Saya menerima pernyataan anda dan memberikan respon dengan segera misalnya, “saya setuju. Anda benar”.

b) Perasaan Positif (*Positif feeling*)

Saya mengungkapkan perasaan yang positif.

c) Respon meminta keterangan (*clarifying response*)

Saya meminta menerangkan isi pesan anda misalnya, “ceritakan lebih banyak tentang itu”.

²³Jalaluddin Rakhmad, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : Rosda Karya, 2005).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Respon setuju (*agreeing response*)

Saya mempertanggung apa yang telah anda katakan misalnya, “saya setuju iya memang bintang saat ini”

e) Respon Suportif (*supportif response*)

Saya mengungkapkan pengertian, dukungan atau memperteguh anda misalnya “saya mengerti apa yang anda rasakan”.

2) Diskonfirmasi (merusak hubungan interpersonal)

a) Respon sekilas (*tangential response*)

Saya memberikan respon pada kenyataan anda, tapi dengan segera mengalihkan pembicaraan.

b) Respon impersonal (*impersonal response*)

Saya memberikan komentar dengan menggunakan kata ganti orang ketiga.

c) Respon kosong (*impervious response*)

saya tidak menghiraukan anda sama sekali tidak memberikan sambutan verbal maupun nonverbal

d) Respon yang tidak relevan (*irrelevant response*)

Seperti respon sekilas saya berusaha mengalihkan pembicaraan tanpa menghubungkan sama sekali dengan pembicaraan anda.

e) Respon interupsi (*interrupting response*)

Saya memotong pembicaraan anda sebelum anda selesai dan mengambil alih pembicaraan .

f) Respon rancu

Saya berbicara dengan kalimat-kalimat yang kacau, rancu, dan tidak lengkap.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g) Respon kontadiktif (*incongruous response*)

Saya menyampaikan pesan verbal yang bertentangan dengan nonverbal²⁴.

c. Ciri-ciri Respon

Menurut Notoatmodjo dilihat dari bentuk respon stimulus ini maka perilaku dapat ini maka perilaku dapat dibedakan menjadi 3 yaitu :

1) Perilaku tertutup (*convert behavior*)

Respon atau reaksi terhadap stimulus ini memberikan perhatian, tanggapan, dan persepsi yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan dapat diketahui dengan pertanyaan.

2) Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam segi kebutuhan dan merasa puas terhadap pesan yang diterima.

3) Perilaku mendalam (*deep behavior*)

Dalam hal ini penerima stimulus mendapatkan pemahaman dari pesan yang diterima.²⁵

Sedangkan menurut Denis MC Quail tidak semua jawaban merupakan respon. Respon bernilai lebih dari pada jawaban bisa. Respon merupakan reaksi, artinya peng-iya-an atau penolakan, sikap acuh tak acuh terhadap apa yang disampaikan oleh komunikor dalam pesannya.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Respon

1) Faktor Perhatian

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian-rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lain mulai melemah. Perhatian terjadi apabila

²⁴Jalaluddin Rakhmad, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : Rosda Karya, 2005).Hlm.127

²⁵Notoatmodjo, *Promosi Ilmu Kejiwaan dan Prilaku*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2007).Hlm.46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kita mengkonsentrasikan memlai alat indera yang lain. Ada dua faktor yang menentukan perhatian, yaitu :

a. Faktor eksternal

Adalah penarik perhatian. Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol antara gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perluangan.

b. Faktor internal

Adalah pengaruh perhatian. Perhatian timbul karena disebabkan oelh faktor-faktor internal dalam diri kita. Antara lain faktor biologis, sosiopsikologis, dan sosiogenesis.

2) Faktor Struktural Fungsional

Adalah faktor yang mempengaruhi respon lazim disebut sebagai kerangka tujuan. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lampau dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.

3) Faktor struktural

Adalah faktor yang berasal dari stimuli fisik dan efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu. Jika ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat meneliti fakta-fakta terpisah, kita harus memangdangnya dalam hubungan keseluruhan.

Sedangkan menurut Sarlito respon itu dipengaruhi oleh :

a) Perhatian

Biasanya perhatian kita tidak menangkap seluh rangsangan yang ada disekitar kita secara sekaligus. Tetapi kita akan memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Perbedaan fokus antara satu orang dan yang lainnya menyebabkan perbedaan respon antara mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Kebutuhan

Kebutuhan setiap orang akan menghasilkan perbedaan dalam persepsi yang muncul, perbedaan persepsi akan berdampak pada perbedaan respon.

c) “Set”

Adalah harapan seseorang akan rangsangan yang akan timbul. Perbedaan set menyebabkan perbedaan respon.

d) Sistem nilai

Sistem nilai yang berlaku dan masyarakat juga berpengaruh terhadap respon.

e) Serta ciri-ciri kepribadian mempengaruhi respon²⁶.

2. Teori Respon (S-O-R)

Dalam penelitian ini menggunakan teori yang sangat kuat yaitu :

Teori S-O-R

Teori S-O-R yaitu singkatan dari *Stimulus Organism Response* berasal dari psikologi, yang kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek dari psikologi dan komunikasi itu sama yaitu manusia yang memiliki tingkah laku, sikap, opini dan efek²⁷.

Menurut *Stimulus Organism Response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (*Stimulus, S*)
- b. Komunikan (*Organism, O*)
- c. Efek (*Response, R*)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*How*” bukan “*Who*” dan “*Why*”, jelasnya *How to*

²⁶Sarwono Sarlito Wirawan, *Teori-teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1991). Hlm. 49

²⁷Dennis MC Quail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta : Erlangga, 1989). Hlm. 243

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

communicate, dalam hal *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan, *stimulus* atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak, setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadinya kesediaan untuk mengubah sikap.

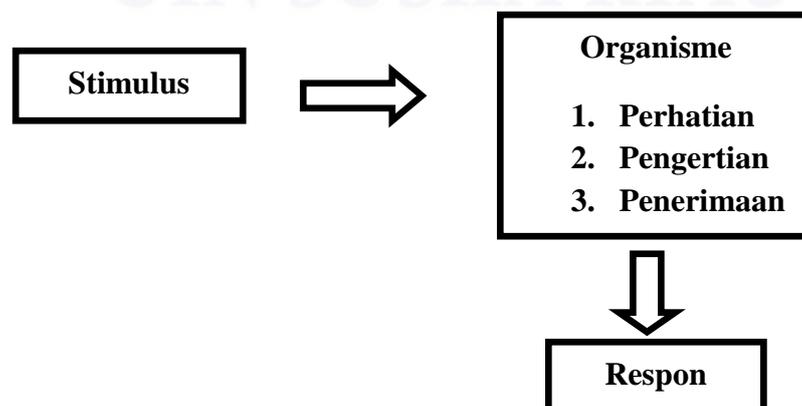
Prof Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat pendapat Hovloand, Janis dan Kelly yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk merubah sikap.

Respon merupakan timbal balik dari apa yang dikomunikasikan terhadap orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi. Komunikasi menampakan jalinan sistem yang utuh dan signifikan, sehingga proses komunikasi hanya akan berjalan dengan efektif apabila unsur-unsur didalamnya terdapat keteraturan.

Gambar Teori S-O-R





Menurut stimulus respon ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Proses ini digambarkan “perubahan sikap” dan bergantung pada proses yang terjadi pada individu:

- a. Stimulus yang diberikan pada organisme dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti. Ini berarti bahwa stimulus tidak efektif dalam mempengaruhi organism. Jika stimulus diterima oleh organisme maka berarti adanya komunikasi dan adanya perhatian dari organism. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi.
- b. Langkah berikutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dan organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus.

Pada langkah selanjutnya adalah bahwa organisme dapat menerima secara baik apa yang telah dioalah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan sikap. Dalam proses perubahan sikap ini sikap berubah, hanya terlihat jika rangsangan yang diberikan benar-benar melebihi rangsangan semula²⁸.

3. Talkshow Dr. OZ Indonesia Trans Tv

Talkshow merupakan suatu sajian perbincangan yang cukup menarik yang biasanya mengangkat isu-isu yang tengah hangat di masyarakat. Tema yang diangkat juga bermacam-macam. Mulai dari persoalan budaya, ekonomi, politik, kesehatan sampai olahraga²⁹.

Banyak orang berasumsi bahwa program talkshow adalah program berbincang-bincang dan lebih fokus pada wawancara, hal itu dikuatkan dengan pendapat dari Pane berikut: Talkshow adalah suatu acara

²⁸Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: CitraAditya Bakti, 2003). Hlm. 255

²⁹Hanum Salma, *Sukses Meniti Karir Sebagai Presenter*, (Yogyakarta : Absolut, 2005).Hlm. 233

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbincangan yang dapat dilihat melalui siaran televisi. Wawancara tetap menjadi sentral dalam talkshow dengan segala tipenya. Acara ini biasanya diproduksi oleh sekelompok pekerja khusus. Para pengisi acara didaftar atau dicatat terlebih dahulu, kemudian para anggota staf melakukan riset dengan hati-hati terhadap latar belakang tamu mereka dan melengkapi foto-foto atau film atau apa saja yang perlu diperagakan dalam acara ini. Sementara music director mempersiapkan musik pengiring. Akhirnya produser acara yang selalu bergerak cepat, dengan tenang dan hangat mempertunjukkan talkshow yang menjadi tanggung jawabnya untuk menghibur dan menyenangkan hati para penonton televisi.

Banyak masyarakat yang mulai menggemari tayangan format talkshow karena merupakan tayangan yang langsung dan penonton dapat berinteraksi langsung dengan pembicara dan langsung memberikan komentarnya. Talkshow dewasa ini merupakan program primadona. Sebab bisa disiarkan secara langsung atau interaktif atau atraktif. Entertainment sebenarnya bukan hanya sekedar berarti menghibur melainkan dinamis dan hidup. Oleh karena itu, peran pemandu acara atau moderator sangat menentukan sukses tidaknya acara ini. Tugas seorang pembawa acara talkshow tidaklah terlalu banyak, tetapi sangat menuntut banyak latihan dan penuh tantangan. Acara seperti ini membutuhkan usaha keras dan kemampuan menyesuaikan diri dengan seluruh anggota tim. Sudah tentu sebagai pembawa acara talkshow diharapkan mampu mengembangkan keahlian dalam membawakan acara, sehingga sebuah tayangan talkshow akan dapat berjalan sukses dan lancar walaupun tanpa adanya naskah atau latihan sekalipun³⁰.

"The Success of talkshow is largely dependent upon the personality of the host, and upon the time of day that the

³⁰ Pane Teddy Remisari, *Panduan Praktis dan Jitu Memasuki Dunia Broadcasting dan Public Speaking*, (Jakarta : PT, Ikrar Mandiriabadi, 2004)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program airs, "better" guest, a better set and studio locations".

Kesuksesan talkshow sebagian besar tergantung dari personality pembawa acara dan waktu pengudaraan program, tamu yang terbaik, serta mengatur lokasi studio. Secara unsur dari talkshow memiliki peranan yang besar agar sebuah acara berjalan dengan lancar.

Salah satu acara talkshow yang mempunyai manfaat yang berguna bagi pemirsanya yaitu Program acara Dr.Oz Indonesia yang di tayangkan di stasiun televisi Trans Tv. Dr. Oz Indonesia adalah acara yang bertema tentang kesehatan. Acara ini tayang setiap hari Jum'at pukul 09.30 WIB dan setiap hari Sabtu-Minggu pukul 15.30 WIB. Acara ini diisi oleh dr. Ryan Thamrin dan dr. Reisa Broto Asmoro. Acara ini mengadopsi sebuah acara kesehatan di luar negeri, The Dr. Oz Show. Dr. OZ Indonesia memiliki sebuah konsep talkshow yang fokus pada topik mengenai dunia kesehatan dan gaya hidup yang sehat. Tujuan dari konsep acara ini ialah dapat memberikan wawasan baru mengenai kehidupan yang sehat dan bahagia³¹.

Topik-topik yang diangkat dalam Dr. OZ Indonesia ialah mengenai gaya hidup yang sehat dan berbagai isu terkini berdasarkan pengalaman para narasumber maupun opini dari para pakar. Salah satu narasumbernya adalah para pakar dibidangnya yang akan memberikan informasi pengobatan, mulai dari bagaimana mencegahnya sampai mengobati penyakit³².

Program ini terdiri dari 6 segmen yaitu *Story of The Day* mengupas langsung dalam sebuah diskusi bersama para pakar dan memberikan solusi sebagai penutupnya. *The Truth Tube* membahas pengalaman dari seorang narasumber tentang pengalaman medis mereka, yang berbeda-beda setiap episodenya. *Lab Session* mengungkapkan problema kesehatan dalam konsep laboratorium yang dikemas atraktif

³¹<http://www.transtv.co.id/program/22/dr--oz-indonesia>

³²https://id.wikipedia.org/wiki/Dr._OZ_Indonesia | diakses 21-03-2012 pukul 09:20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan fun. Pada segmen *Activities*, dr. Ryan Thamrin akan mengajak audience di studio untuk terlibat langsung dalam sebuah topik yang diangkat. Audience di studio dan di rumah pun berkesempatan bertanya langsung kepada dr. Ryan Thamrin mengenai kesehatan dalam *Ask The Doctor*. Di akhir segmen akan ditutup dengan Doctor's Order berbagai tips kesehatan Dr. OZ Indonesia.

4. Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata “Televisi” merupakan gabungan dari kata tele (jauh), dari bahasa Yunani dan visio (penglihatan) dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan³³.

Televisi merupakan daun radio dari segi penyiaran (*broadcasting*) dan film (*moving picture*) dari segi gambar geraknya. Para pemirsa tidak akan mungkin bisa menangkap siaran, dan tidak mungkin melihat gambar bergerak atau hidup, jika tidak ada unsur film yang memvisualisasikannya. Maka televisi adalah panduan audio dan video³⁴.

Dalam penemuan televisi (TV) terdapat banyak pihak, penemu maupun inovator yang terlibat, baik perorangan maupun badan usaha. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun. Menurut Skomis, dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan lain sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa.

Munculnya televisi sebagai salah satu alat komunikasi manusia jarak jauh menandakan bahwa dunia teknologi komunikasi massa yang

³³ Sutisno, *Pedoman Praktis Penulisan : Skenario Televisi dan Radio*, Cet ke-1, Hlm. 1

³⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003). Hlm. 21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telah diciptakan memeberikan suatu fenomena sosial dalam kehidupan manusia dalam tinjauan interaksi sosial.

Perkembangan media tersebut tentu memiliki efek-efek yang positif dan negatif sesuai dengan acara-acara yang dikemas oleh media itu sendiri. Televisi yang merupakan salah satu produk kemajuan peradaban adalah ibarat pisau yang bermata dua yang bisa dipakai untuk hal yang bermanfaat dan bisa digunakan untuk hal yang membawa kemudharatan bagi manusia.

Dampak televisi televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari dampak terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan dampak terhadap kehidupan masyarakat indonesia, sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya.

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa televisi merupakan gabungan dari audio dan visual yang menyiarkan berbagai kegiatan dengan menggunakan pemancar atau satelit, sehingga segala kegiatan yang disiarkan tersebut dapat diterima pesawat televisi dirumah.

a. Fungsi Media Televisi

Berdasarkan karakteristik, media televisi mengandung tiga fungsi umum, yaitu :

1. Sebagai Pendidikan (*the education*)

Media massa televisi dalam banyak hal memang dapat juga berfungsi sebagai sarana pendidikan bukan saja karena informasi dan beritanya. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, baik itu pendidikan formal maupun informal. Stasiun televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika, elektronika, kesehatan, dan lain-lain.

2. Sebagai Informasi (*the information*)

Informasi saat ini menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting. Mengumpulkan, menyimpulkan data, fakta, pesan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional. Informasi diperlukan untuk mencapai kemajuan pada dasarnya berita-berita yang dimuat dalam media massa tersebut mengandung informasi yang sangat kaya.

3. Sebagai Hiburan (*the entertainment*)

Penayangan film cerita/ sinetron, acara musik, drama komedi, situasi, acara olahraga, kuliner, dan banyak lagi. Dalam dunia hiburan, peran media massa yang utama justru terletak pada kemampuannya dalam menyajikan program hiburan yang sekaligus mendidik dan mengenbangkan kebudayaan bangsa yang sangat kaya³⁵

b. Keunggulan dan Kelemahan Televisi

Adapun keunggulan televisi antara lain :

- 1) Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang dan penglihatan manusia.
- 2) Dapat menghadirkan objek yang amat kecil atau besar dan berbahaya atau langka.
- 3) Menyajikan pengalaman langsung pada penonton.
- 4) Melintasi jarak dan waktu.
- 5) Dapat menyajikan warna, gerak, bunyi dan proses dengan baik.
- 6) Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan media lain seperti film, foto dan gambar dengan baik.
- 7) Dapat menyimpan berbagai data serta menyebarkanluaskannya dengan cepat.
- 8) Mudah disaksikan dimana saja³⁶.

Sedangkan kelemahan televise antarlain :

- 1) Televisi hanya mampu menyajikan komunikasi satu arah

³⁵Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*,(Jakarta: Raja Grafindo, 2007). Hlm. 90

³⁶Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*,(Jakarta: Raja Grafindo, 2007). Hlm. 40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa.
- 3) Singkat.
- 4) Jangkauan pemirsa massal.

B. KAJIAN TERDAHULU

Penelitian pertama yang diteliti oleh Harfisah tahun 2014 dengan judul “Respon Mahasiswa Jurusan Komunikaai UIN SUSKA RIAU Terhadap Program Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz Pekanbaru”. Dalam penelitian ini yang menjadi rumusan masalah yaitu bagaimana Respon Mahasiswa Jurusan Komunikaai UIN SUSKA RIAU Terhadap Program Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz Pekanbaru?, dan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil temuan yaitu Dari penyajian data dan hasil dari analisa data, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa respon mahasiswa jurusan Komunikasi UIN SUSKA Riau terhadap program siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 Mhz Pekanbaru adalah respon sangat baik dengan skor 80,30%, karena nilainya terdapat dalam kategori 76%-100%³⁷.

Penelitian kedua diteliti oleh Anisah tahun 2014 dengan judul “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU Terhadap Tayangan Acara YKS di Trans TV”. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU Terhadap Tayangan Acara YKS di Trans Tv?, dan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa respon mahasiswa fakultas dakwah dan

³⁷Skripsi Harfisah, “*Respon Mahasiswa Jurusan Komunikaai UIN SUSKA RIAU Terhadap Program Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz Pekanbaru*” (Skripsi Program Strata Satu Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU, Pekanbaru 2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi UIN SUSKA RIAU terhadap tayangan acara YKS di Trans Tv adalah respon positif dengan nilai persentase 76.83%³⁸.

Penelitian yang ketiga dari Rani Carolina Pesoth tahun 2014 dengan judul “Respon Masyarakat Pada Tayangan Kick Andy Di Metro Tv (Studi Pada Masyarakat Desa Paslaten 1 Kecamatan Tatapan Kabupaten Minahasa Selatan)”. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana respons masyarakat pada tayangan Kick Andy di Metro Tv, yang dilihat dari segi episode-episode yang ditayangkan, dan bagaimana setingan dari penyangan acara tersebut?. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, menjalankan questioner, angket. Hasil dari penelitian ini secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai bagaimana respons masyarakat pada tayangan Kick Andy Metro TV adalah sangat baik dari sisi pengetahuan, wawasan, ide dan motivasi, namun perlu diperhatikan beberapa hal mengenai intensitas tayangan, penampilan presenter untuk lebih ditingkatkan agar bisamenjadi acara yang favorite dinilai dari semua aspek entertaining yang edukatif dan informatif³⁹.

Penelitian yang ke lima dari Muchtar tahun 2011 dengan judul “Respon Masyarakat Terhadap Tayangan Infotainment di Televisi Kota Tangerang Provinsi Banten”. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk respon MUI (pemerintah) terhadap permasalahan tayangan Infotainment yang dianggap dapat merusak masa depan anak-anak dan kurang sesuai dengan ajaran agama dan budaya bangsa Indonesia?. Penelitian inimenggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara dengan informan antara lain pejabat pemerintah MUI, ulama tokoh agama/kyai dan tokoh masyarakat. Hasil dari penelitian di Kota Tangerang Provinsi Banten ini

³⁸Skripsi Anisah, “*Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU Terhadap Tayangan Acara YKS di Trans TV*” (Skripsi Program Strata Satu Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU, Pekanbaru 2014)

³⁹Jurnal Rani Carolina Pesoth, “*Respon Masyarakat Pada Tayangan Kick Andy Di Metro Tv (Studi Pada Masyarakat Desa Paslaten 1 Kecamatan Tatapan Kabupaten Minahasa Selatan)*”(Journal “Acta Diurna” Volume III. No.2. Tahun 2014
)<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/viewFile/5190/4706%20%7C%20diakses%2021-03-%202012%20pukul%2009:20>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan para responden, yang mengusung respon baik di masyarakat maupun di MUI dan beberapa tokoh agama Islam dan pimpinan pengurus organisasi Islam terhadap tayangan Infotainment dapat dikemukakan beberapa hal, MUI Kota Serang Provinsi Banten memberikan respon serius, Infotainment yang ditayangkan di televisi dinilai banyak mengandung madhorot bila dibandingkan dengan manfaatnya.⁴⁰

C. DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL VARIABEL

1. Definisi Konseptual

Konsep adalah abstraksi yang dibentuk menggeneralisasikan hal-hal yang bersifat khusus. Kerangka konsep merupakan definisi untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial atau alami.

Respon adalah tanggapan atau umpan balik komunikasi dari menafsirkan pesan atau tanggapan dari suatu pesan yang telah disampaikan, baik dari media cetak seperti surat kabar maupun media elektronik seperti televisi. Timbulnya respon disebabkan oleh adanya subjek yang menarik perhatian komunikasi. Hasil dari respon bisa berbentuk kritikan atau saran.⁴¹

Jadi yang berkaitan dengan respon masyarakat terhadap tayangan Talkshow Dr. Oz Indonesia di Trans Tv yaitu :

a. Perhatian

Adanya perhatian dari masyarakat terhadap tayangan talkshow untuk diterima dan dinikmati oleh audiens, perhatian dalam penelitian ini adalah melihat sejauh mana perhatian audiens dalam menyaksikan tayangan Talkshow Dr. Oz Indonesia di Trans Tv itu sendiri, dengan indikator :

⁴⁰Jurnal Muchtar, “Respon Masyarakat Terhadap Tayangan Infotainment di Televisi Kota Tangerang Provinsi Banten” (Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. X tahun 2011). jurnal.balitbangdiklat.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/download/247/pdf

⁴¹Bimo Walgito, *Psikologi Umum*, (Bandung : Bandar Maju, 1987). Hlm. 54

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Mengetahui waktu tayang Dr. Oz Indonesia
Yakni waktu penyiaran talkshow “Dr. Oz Indonesia” di Trans Tv setiap episodenya, yakni setiap hari Jum.at jam 08.30 WIB dan Sabtu-Minggu jam 15.00 WIB.
 - 2) Pembawa acara program Dr. Oz Indonesia
Adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara dari awal sampai akhir. Keberhasilan sebuah program acara utamanya ditentukan oleh kepiawaian host atau pembawa acara dalam membawakan acara tersebut.
 - 3) Durasi acara
Adalah waktu penyiaran talkshow “Dr. Oz Indonesia” di Trans Tv setiap episodenya, yakni 1 jam.
 - 4) Tema acara
Yakni materi acara yang diangkat dalam talkshow Dr. Oz Indonesia.
 - 5) Narasumber
Yakni narasumber dihadirkan setiap episodenya oleh talkshow Dr. Oz Indonesia.
- b. Pengetahuan
Adanya kebutuhan masyarakat akan pengetahuan serta manfaat yang akan dijadikan motivasi atau mendidik, dengan indikator :
- 1) Pengetahuan yang belum didapatkan sebelumnya mengenai kesehatan.
- c. Kepuasan
Adanya kepuasan masyarakat dalam menyaksikan tayangan talkshow Dr. Oz Indonesia di Trans Tv
- 1) Materi yang dibahas
Yaitu material cara yang diangkat setiap episodenya oleh talkshow Dr. Oz Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Tata panggung

Yaitu penataan atau tampilan panggung atau set panggung pada saat tayangan berlangsung.

3) Kualitas gambar

Yaitu kualitas gambar yang dihasilkan oleh talkshow Dr. Oz Indonesia.

4) Kualitas suara

Yaitu suara yang dihasilkan oleh tayangan Dr. Oz Indonesia Trans Tv.

2. Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya, agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya⁴².

⁴²Imam Chourmain, *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Jakarta: Al-Haramain Publishing House, 2008). Hlm.36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator
1.	Stimulus (S)	1) Perhatian Adanya perhatian apabila stimulus diterima oleh masyarakat. <ol style="list-style-type: none"> a. Mengetahui waktu tayang Dr. Oz Indonesia b. Pembawa acara c. Durasi acara d. Tema Acara e. Narasumber 2) Pengetahuan Adanya pengetahuan baru yang belum didapatkan atau diketahui sebelumnya. Kepuasan 3) Kepuasan Kepuasan masyarakat terhadap tayangan Dr. Oz Indonesia. <ol style="list-style-type: none"> a. Materi yang dibahas b. Tata panggung c. Kualitas gambar Kualitas suara
2.	Organisme (O)	Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan
3.	Respon (R)	<ul style="list-style-type: none"> • Positif • Negatif • Netral