

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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Respon

a. Pengertian Respon

Respon berasal dari kata *reponse* yang berarti jawaban, menjawab, balasan atau tanggapan (*reaction*)⁸. Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan (*activity*) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat jugadisebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan⁹. Respon adalah pemindahan atau pertukaran informasi timbal balik dan mempunyai efek. Respon merupakan reaksi penolakan atau persetujuan dari diri seseorang setelah menerima pesan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa respon merupakan kecenderungan seseorang untuk memberikan pemusatan perhatian pada sesuatu diluar dirinya karena ada stimuli yang mendorong. Respon bisa juga diartikan sebagai tanggapan, reaksi, atau jawaban. Respon merupakan tanggapan atau umpan balik komunikasi dari menafsirkan respon atau tanggapan dari suatu pesan yang telah disampaikan, baik dari media cetak surat kabar maupun elektronik seperti televisi.

Timbulnya respon disebabkan oleh adanya subjek yang menarik perhatian komunikasi. Hasil dari respon ini ada dua bentuk yaitu rasa senang atau rasa benci. Biasanya respon bisa berbentuk kritikan atau saran.

⁸Sulistyo Anggoro dan Chandra A.P, Kamus Besar Lengkap Inggris-Indonesia, (Solo: Delima, 1998) h. 123.

⁹Jalaludin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999. Hal. 51.

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.

Dalam merespon sesuatu sangat dipengaruhi oleh pendidikan, pengalaman orang merespon.¹⁰ Respon merupakan salah satu factor kejiwaan yang perlu mendapat perhatian. Memahami dan mendalami respon merupakan tugas berat karena respon setiap orang berbeda-beda. Menurut Sertito Eirawan Srawono setiap perbedaan respon ditanggapi oleh:

- 1) Perhatian, biasanya tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada sekitar kita, tetapi tidak akan memfokuskan antara satu orang dengan orang lain menyebabkan perbedaan respon atau tanggapan.
- 2) Kebutuhan, sesaat ataupun menetap pada diri seseorang akan mempengaruhi orang tersebut
- 3) System nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat, berpengaruh pula terhadap respon.
- 4) Ciri-ciri kepribadian dalam kehidupan sehari-hari manusia tidaklah terlepas dari berbagai persoalan, atau pengalaman yang selalu mengikuti hari-hari kita. Rangsangan yang diberikan oleh pengalaman tersebut akan melahirkan sebuah sikap, dalam bahasa inggris disebut attitude adalah suatu cara bereaksi terhadap suatu rangsangan.

Menurut Soenarjo, istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil dalam setelah komunikasi dinamakan efek, adapula yang menulis efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator¹¹.

Respon disini hanya membahas respon dalam bidang komunikasi yang mana respon pada dasarnya adalah efek atau umpan balik yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator setelah menerima pesan yang diberikan. Komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan yang berupa lambang-lambang antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan efek dan

¹⁰SarwonoSarlito W.1991. psikologiremaja Jakarta: rajagrafindopersada. 49 .

¹¹Soenarjo dan Djoenarsih S. Soenarjo, *Himpunan Istilah Komunikasi*, (Yogyakarta: Liberty,1983) h. 25.

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.

beberapa umpan balik. Situasi dalam komunikasi interpersonal memungkinkan adanya interaksi antara komunikator dan komunikasi yang berlangsung secara dialogis, dialog adalah bentuk komunikasi interpersonal yang menunjukkan terjadinya interaksi.¹²

b. Ciri-Ciri Respon

1) Prilaku tertutup (*convert Behavior*)

Seseorang dalam memberikan respon terhadap stimulus masih terselubung atau tertutup (*convert*). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

2) Prilaku terbuka (*Over Behavior*)

Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata dan terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam segi kebutuhan dan merasa puas terhadap pesan yang diterima dalam bentuk praktek (*practice*).

c. Faktor terbentuknya respon

Tanggapan yang dilakukan seseorang dapat terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui supaya individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik, pada proses awalnya individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Tidak semua stimulus itu mendapat respon individu, sebab individu melakukan terhadap stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik dirinya. Dengan demikian maka stimulus akan ditanggapi oleh individu selain tergantung pada stimulus juga bergantung pada individu itu sendiri.

¹²Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003) Cet. Ke-3, h. 60.

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.

Dengan kata lain, stimulus akan mendapatkan pemilihan dan individu akan bergantung pada dua faktor yaitu:¹³

- 1) Faktor Internal: Yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni rohani dan jasmani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipegaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil tanggapan yang berbeda intensitasnya pada diri individu yang melakukan tanggapan atau akan berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan orang lain. Unsur jasmani atau fisiologis meliputi keberadaan, keutuhan dan cara kerja atau alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani dan fisiologisnya yang meliputi keberadaan dan perasaan (feeling), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.
- 2) Faktor Ekternal: Yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau yang menyebutnya dengan faktor stimulus. Bimo walgito dalam bukunya menyatakan bahwa faktor psikis berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus akan mengenai alat indera. Sedangkan menurut Sarlito , respon itu dipengaruhi oleh :¹⁴
 - 1) Perhatian: biasanya perhatian kita tidak mengungkapkan seluruh rangsangan yang ada disekitar secara sekaligus, tetapi kita akan memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Perbedaan focus antara satu orang dan lainnya menyebabkan perbedaan respon antara mereka.
 - 2) Kebutuhan: kebutuhan setiap orang akan menghasilkan perbedaan dalam persepsi yang muncul, perbedaan akan berdampak pada perbedaan respon.

¹³Bimo Walsito, Psikologi Umum, Yogyakarta: UGM. 199. Hal. 55

¹⁴SarwonoSarlito W.1991. psikologiremaja Jakarta: rajagrafindopersada. 49 .

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.

- 3) “*set*”: *set* adalah harapan seseorang akan rangsangan yang akan timbul. Perbedaan *set* menyebabkan perbedaan respon
- 4) System nilai: system nilai yang berlaku dan masyarakat juga berpengaruh terhadap respon.

d. Macam-macam respon

Secara umum akibat atau hasil mencakup tiga aspek, yaitu: Kognitif, Afektif, Konatif. Efek kognitif berhubungan dengan pengetahuan yang melibatkan proses berfikir, memecahkan masalah, dan dasar keputusan. Efek afektif berhubungan dengan rasa suka atau tidak suka, opini, sikap. Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku atau tindakan. Berdasarkan teori yang dikutip dari psikologi komunikasi karangan Jalaluddin Rahmat. Respon di bagi menjadi tiga yaitu:¹⁵

- 1) Respon kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Respon ini berkaitan dengan dengan tranmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
- 2) Respon afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Respon ini ada hubungan dengan emosi, sikap, atau nilai.
- 3) Respon behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan perilaku.

Pembentukan pola hidup (*characterization by a value or value complex*), mencakup kemampuan untuk menghayati nilai-nilai kehidupan sedemikian rupa, sehingga menjadi milik pribadi (internasionalisasi) dan menjadi pegangan nyata dan jelas dalam mengataur kehidupannya sendiri. Dari beberapa respon diatas yang diartikan sebagai tanggapan dapat dibedakan berdasarkan alat indera yang digunakan, menurut terjadinya maupun menurut lingkungannya.

¹⁵Jalaludin Rakhmat, Psikologi komunikasi. Op. Cit., hal 118

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.

2. Teori (Teori S-O-R)

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, Karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (stimulus, S)
- b. Komunikasi (Organisasi, O)
- c. Efek (Response, R)

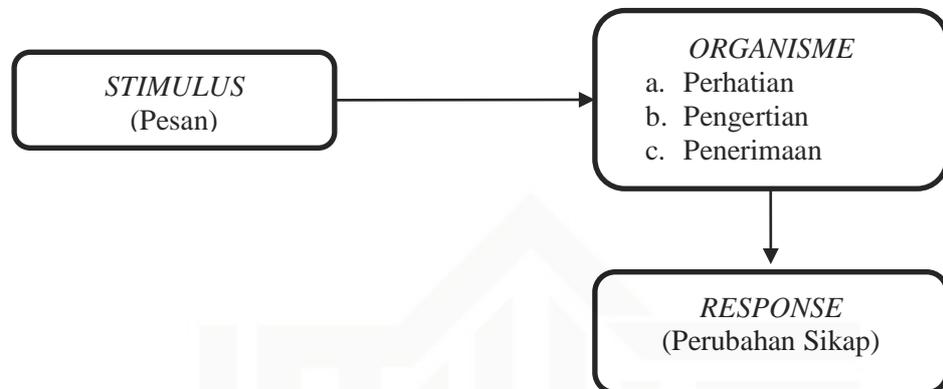
Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelly yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting yaitu :

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

Apabila digambarkan maka teori S-O-R adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1. Teori S-O-R

Gambar di atas menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat juga ditolak, komunikasi akan berlangsung jika komunikan akan menaruh perhatian setelah itu pengertian, lalu kemampuan komunikan menerima dan mengelola inilah yang pada melanjutkan ke proses berikutnya yang kemudian melahirkan respon.¹⁶

Komponen dalam model S-O-R:

a. Pesan (*Stimulus, S*)

Stimulus, yaitu berupa rangsangan yang didalamnya mengandung pesan-pesan atau gagasan.

b. Komunikan (*Organisme, O*)

Organisme, yaitu individu atau komunikan yang akan menjadi objek proses komunikasi persuasif. Organisme merupakan mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).¹⁷

stimulus atau rangsangan yang akan diterima serta dianggap oleh khalayak dan diproses melalui tiga tahapan, yaitu:

¹⁶Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 255

¹⁷<https://hanifrahm.wordpress.com/2012/06/01/teori-behavioral-dan-kognitif/> Di Akses tanggal 5 2017

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) Perhatian (*attention*)

Perhatian merupakan penyesuaian organ-organ penginderaan dan sistem syaraf sentra bagi stimulasi maksimal. Perhatian juga merupakan suatu proses mereaksi secara istimewa terhadap suatu rangsangan atau sederet perangsang.

2) Pengertian (*understanding*)

Pengertian berarti proses memahami atau kemampuan individu memahami makna atau arti. Seperti, perasaan suka terhadap titik pandang orang lain.

3) Penerimaan (*acceptance*)

Penerimaan merupakan pengakuan atau penghargaan terhadap nilai-nilai individual, tanpa menyertakan pengakuan terhadap tingkah lakunya atau tanpa keterkaitan emosional yang terdapat dipihak terapis yang berangkutan dan biasanya ditandai dengan sikap positif atau menolak.

c. Efek (*Response, R*)

Respon, yaitu berupa efek yang akan terjadi sebagai sebuah akibat dari adanya stimulus. Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiapjenis kegiatan (*activity*) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat jugadisebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagaihasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek,peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan¹⁸

Jadi, hubungan antara teori S-O-R dengan respon adalah media massa (televisi) menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi bisa berlangsung secara positif atau negatif.

¹⁸Jalaludin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999. Hal. 51.

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.

3. Program Siaran

Menurut Sunarto, S.Kom mengatakan Program adalah sekumpulan instruksi yang diwujudkan dalam bentuk bahasa, kode skema, ataupun bentuk lain, yang apabila digabungkan dengan media yang dapat dibaca dengan komputer akan mampu membuat komputer bekerja untuk melakukan fungsi-fungsi khusus, termasuk persiapan dalam merancang instruksi-instruksi tersebut.¹⁹

Siaran merupakan padanan dari kata broadcast dalam bahasa Inggris. Undang-undang Penyiaran memberikan pengertian siaran sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.²⁰

Program siaran adalah sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa, dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Sama halnya dengan program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (*daily program*) dan program khusus atau mingguan (*special program, weekly program*). Program regular disiarkan setiap hari dan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali. Umumnya dijadwalkan malam hari dan akhir pekan.

Pada umumnya, program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (*music program*), obrolan atau bincang-bincang (*talkshow*) dan sajian informasi (*news program*).

¹⁹<http://www.seputarpengetahuan.com/2016/06/10-pengertian-program-menurut-para-ahli-lengkap.html> Di Akses pada tanggal 17 maret 2017

²⁰<http://www.mahanani.web.id/2012/06/pengertian-siaran-dan-penyiaran.html> Di Akses pada tanggal 17 maret 2017

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.

a. *Music Program*

Ini merupakan program siaran utama semua radio, kecuali radio khusus berita tanpa ada program pemutaran lagu, seperti Radio Elshinta. Music program meliputi music request, non-request dan tangga lagu.

b. *News Program*

News program disebut juga acara berita dan isu-isu aktual. Penyiar yang membawakan acara ini disebut News Presenter (penyaji berita). Secara internasional, dikenal tiga kategori penyaji berita, yakni pembaca berita (*newsreader*), penyiar berita (*newscaster*), dan jangkar berita (*anchor*). Selain beda istilah, ketiganya juga beda peran dan tanggungjawab.

c. *Siaran Talkshow*

Program talkshow atau obrolan, bincang-bincang, dialog interaktif biasanya mendatangkan narasumber atau bintang tamu untuk bincangbincang tentang sebuah tema atau topik hangat.

Penyiar *talkshow* harus:

- 1) Berwawasan luas, kritis, analitis, dan memahami tema.
- 2) Menyiapkan pertanyaan berupa poin-poin saja.
- 3) Ajukan pertanyaan secara jelas dan singkat.
- 4) Jangan ajukan “Yes-No Questions”!. Tapi gunakan kata Tanya mengapa.
- 5) Tunjukkan perhatian dengan cara mengangguk, tersenyum, dan membuat kontak mata secukupnya.
- 6) Jangan pula terlalu bergegas mengisi sela atau memotong pembicaraan.

4. Program Siaran Suska Fm

Suska fm merupakan salah satu radio komunitas yang ada di pekanbaru dimana radio ini berada dalam lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tepatnya berada dilantai 3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan frekuensi 107,9 fm daya jangkauanya hingga



3-4 Km serta jam siarannya dari jam 08:00 sampai 17:00. Adapun program siaran yang disajikan suska fm diantaranya:²¹

- a. *Suscapucino*: Program siaran informasi menyajikan berita kampus, daerah, nasional dan internasional. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 08:00-09:00.
- b. *Healthy Choice*: Program siaran yang menyajikan informasi tentang kesehatan. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 09:00-10:00.
- c. *SSK (Sosialite Suska)*: Merupakan program siaran Talk show. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 10:00-11:00
- d. *Infopedia*: Program siaran yang menyajikan informasi seputar kampus. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 11:00-12:00.
- e. *Hikmah Suska (Himpunan kata-kata mutiara hari suska)*: Program siaran yang menyajikan siraman rohani atau pencerahan hati. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 12:00-13:00.
- f. *Inspirasi siang*: Program siaran yang menyajikan informasi tentang kisah-kisah inspirasi dan tauladan. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 13:00-14:00.
- g. *Suska Life Style*: Program siaran yang menyajikam informasi tentang pola dan gaya hidup. jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 14:00-15:00.
- h. *Suska Kultura*: Program siaran yang menyajikan tentang kebudayaan indonesia. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 15:00-16:00.
- i. *Suska Request*: Program siaran yang menyajikan tentang request lagu, kirim-kirim salam dan curhatan. Jam siaran setiap hari Senin-Jum'at pukul 16:00-17:00.
- j. *Weekend Walk*: Program siaran yang menyajikan informasi dan hiburan hobi dan komunitas siaran setiap Sabtu pukul 09:00-10:00. Dan hari Jum'at khusus pemutaran lagi religi.

²¹Data Program Radio Suska FM

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.

5. Program Siaran Suskapucino

Pada tahun 2010 program suskapucino ini sudah dibuat tapi sebelumnya nama program ini adalah morning fresh dan Program suskapucino ini masih berjalan sampai sekarang. Asal usul nama program suskapucino ini karena orang dulu membaca koran atau mendengar radio di pagi hari sambil menikmati secangkir kopi di situlah dimana program ini di namakan suskapucino dan juga di suskapucino 107,9 suska fm bisa mendengarkan sambil menikmati capucino sehingga lebih enjoy mendengarkan berita yang di sajikan..

Suskapucino adalah salah satu program siaran radio Suska Fm 107,9 Mhz, yang termasuk dalam kategori siaran berita yang didalamnya ada berita seputar kampus, lokal (Riau), internasional, nasional dan berita olahraga, di dalam berita suskapucino ini tidak meberikan berita politik dan berita kriminal. Program siaran ini disiarkan setiap hari senin-jum'at pukul 08.00-10.00 WIB.²²

B. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu dalam penelitian ini skripsi dari Harfisah mahasiswa Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan ilmu komunikasi dengan judul “*Respon Mahasiswa Jurusan Komunikaai UIN SUSKA RIAU Terhadap Program Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani FM 91,6 MHz Pekanbaru*”tahun 2014. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Komunikasi UIN SUSKA Riau yang mendengarkan Radio Robbani FM yang berjumlah 125 orang. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Kuswana, 2011: 133) Dalam peneletian 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

²²Data program Radio Suska fm.

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.

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%.

Kajian selanjutnya adalah skripsi Anisah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan fakultas dakwah dan komunikasi jurusan ilmu komunikasi dengan judul **“Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU Terhadap Tayangan Acara YKS di Trans TV” Tahun 2015**. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menghasilkan bahwa respon mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN SUSKA RIAU terhadap tayangan acara YKS di Trans Tv adalah respon positif dengan nilai persentase 76.83% hal ini sesuai dengan kategori persentase yang telah ditentukan yaitu : Respon sangat positif apabila 91-100%, respon cukup positif apabila mencapai nilai 71-90% , respon kurang positif apabila mencapai nilai 51-70% dan respon tidak positif apabila mencapai kurang dari 50%.

Kajian yang selanjutnya adalah **jurnal Susanta mahasiswa Jurusan administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta “Respon Konsumen Terhadap Iklan Mie Sedap” tahun 2008**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan data primer dikumpulkan dengan menggunakan questioner dari 100 orang responden. Dengan hasil penelitian yaitu :

1. Kekuatan iklan mie sedap versi titi kamal memiliki skor 1.244 yang berada pada kategori sedang. Dilihat dari frekwensinya ternyata respondeng sering melihat iklan tersebut namun dari segi kemeraikan iklan tersebut di anggap biasa-biasa saja menurut responden.
2. Respon konsumen terhadap iklan mie sedap dengan menggunakan skema AIDCA adalah awareness 99%, interest 93%, desire 91 % , conviction 76%, dan acton 75%. Dengan dibuat indek diketahui bahwa 75% responden melakukan pembelian. Ada responden yang tidak sampai pada tindakan pembelian, yang terbagi dalam responden yang tidak sadar (awareness) sebesar 1%, tidak tertarik 5.94%, tidak menginginkan 1,86%, tidak yakin 6.37%, dan yang tidak membeli 0,75%.

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.

3. Kekuatan respon konsumen nedrada pada skor 22-47, yaitu dari kategori sangat lemah sampai sedang. Kategori lemah rata-rata kekuatan respon konsumen adalah 29.92 berada pada kategori lemah.

C. DEFENISI KONSEPSIONAL

Agar penulisan ini lebih terarah dan dapat di laksanakan di lapangan melalui metode yang ada dan nantinya bisa dijadikan tolak ukur dalam penelitian. Penulis menindak lanjuti definisi konsep operasional yang jelas dan spesifik untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan mengkaji penelitian ini.

Respon yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap program siaran Suskapucino di Radio Suska Fm 107,9 Mhz memberikan berbagai informasi kepada mahasiswa mengenai berita-berita seputar kampus, lokal (Riau), internasional, nasional, dan berita olahraga.

Dari oprasionalisasi variabel, peneliti akan menilai respon mahasiswa jurusan Komunikasi Uin Suska Riau terhadap program siaran Suskapucino di Radio Suska fm 107,9 Mhz Pekanbaru yang meliputi:

1. Stimulus (Pesan)

a. Berita

Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak.

1) Update

Update adalah pembaruan informasi atau yang selalu memberikan informasi terbaru.

2) Lengkap

Lengkap adalah tidak ada kurangnya; genap: tuliskan nama lengkap anda dengan huruf cetak; anggota pengurus telah 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.

- 3) Jelas
Jelas adalah terang, nyata, gamblang atau minta yang jelas tentang hal itu.
 - 4) Akurat
Akurat adalah teliti, tepat, seksama dan cermat.
- b. Penyiari
- Penyiari adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, misalnya acara berita, pemutaran pemilihan lagu, *talkshow*, dan sebagainya.
- 1) Vocal
Vocal adalah suara di dalam bahasa lisan yang dicirikan dengan pita suara yang terbuka.
 - 2) Jelas
Jelas adalah terang, nyata, gamblang atau minta yang jelas tentang hal itu.
- c. Jadwal tayang
- Jadwal tayang adalah jadwal penayangan dalam suatu acara dari televisi mau pun radio.
- 1) Durasi
Durasi adalah rentan waktu atau lamanya sesuatu hal atau sebuah peristiwa berlangsung.
 - 2) Jadwal
Jadwal adalah pembagian waktu berdasarkan rencana pengaturan urutan kerja; daftar atau tabel kegiatan atau rencana kegiatan dengan pembagian waktu pelaksanaan yang terperinci.

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.

D. KONSEP OPERASIONAL

Konsep operasional adalah konsep untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teoritis agar tidak terjadi keasalahpahaman atau pengertian dalam menelaah penelitian dan menjelaskan variabel yang akan disajikan sebagai tolak ukur dalam penelitian di lapangan guna memberikan pertanyaan kepada responden dan memberikan penjelasan bagaimana respon mahasiswa mendengar program siaran Suskapucino di radio Suska fm.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang membuat mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN Suska Riau merespon informasi yang disajikan oleh program Suskapucino di radio Suska fm.

Tabel 2.1
Konsep Operasional

Variabel	Indikator	Instrumen
- Stimulus (pesan)	<ul style="list-style-type: none"> - Berita - Penyiar - Jadwal Tayang 	<ul style="list-style-type: none"> - Update - Lengkap - Jelas - Akurat - Vocal - Jelas - Durasi - Jadwal
Organisme		Mahasiswa
Respon	Perubahan Sikap	

E. HIPOTESIS

Secara asal kata (Etimologi) hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Dari kedua kata itu dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pertanyaan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan kerennya bersifat sementara atau dugaan awal.²³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dalam kuantitatif deskriptif, jadi peneliti akan menggunakan merumuskan hipotesis juga dalam bentuk deskriptif, bentuk hipotesis deskriptif ini adalah dugaan tentang nilai suatu variabel mandiri, tidak membuat perbandingan atau hubungan tertentu.

Uji hipotesis dalam riset kuantitatif lebih banyak berwujud angka-angka. Hal ini wajar mengingat riset kuantitatif menganggap data atau fakta harus dapat dikuantitaskan. Karena lebih banyak berwujud angka-angka maka lebih bersifat matematis, dengan menggunakan rumus-rumus statistik. Sehingga uji hipotesis dalam riset kuantitatif disebut juga dengan uji statistik. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini dengan rumusan masalah: Bagaimana Repon Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Terhadap Program Siaran Suskapucini Di Radio Suska Fm 107,9 Mhz Pekanbaru, dapat dibangun hipotesis yaitu:

H_a : Adanya respon baik mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska terhadap program siaran Suskapucino di radio Suska Fm 107,9 Mhz Pekanbaru.

H_o : Tidak adanya respon baik mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska terhadap program siaran Suskapucino di radio Suska Fm 107,9 Mhz Pekanbaru.

²³Kriyanto Rachmat, *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2007), 28