

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Teori

1. Penyiaran

Penyiaran adalah kegiatan penyelenggaraan siaran radio maupun televisi, yang diselenggarakan oleh organisasi penyiaran radio atau televisi. Arti istilah (terminologi) penyiaran menurut J.B. Wahyudi (1996) adalah proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Penyiaran yang merupakan padanan kata *broadcasting* yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkanluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.⁷

2. Persepsi

Setiap individu tidak terlepas dari lingkungan dimana senantiasa beriteranksi dengan lingkungannya. Setiap perangsang/stimulus yang masuk dari lingkungan terhadap individu yang diterima melalui pancaindra akan menimbulkan tanggapan serta penilaian terhadap rangsangan yang diterimanya dan dapat berpengaruh terhadap tindakan yang diambil oleh invidu yang bersangkutan. Semua yang diamati oleh individu, dapat berupa objek disekitarnya atau terhadap fenomena sehari-hari disebut sebagai persepsi.

Persepsi diawali dengan suatu proses inderawi yang meliputi penerimaan, pemilihan, pengorganisasian serta pemberian arti terhadap suatu rangsang yang berasal dari lingkungannya. Dibawah ini akan diberikan beberapa definisi yang dikemukakan para ahli :

⁷ Abdul Rachman, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Unri Press, 2009), 15



a. Menurut Brian Fellows, defisini tentang persepsi yaitu proses memungkinkan seuatu organism menerima dan menganalisis informasi. ⁸

- b. Menurut Jalaludin Rackhmat persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁹
- c. Sedangkan menurut Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului penginderaan yaitu proses stimulus oleh individu melalui proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan diproses selanjutnya merupakan proses persepsi. 10

Dari beberapa pendapat di atas, persepsi timbul dari sebuah tayangan terlebih dahulu akan melalui berbagai macam indikator. Sedangkan persepsi itu sendiri didefinisikan sebagai proses internal yang akan kita lakukan untuk memilih, mengevaluasikan dan mengasumsikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menimbulkan informasi dan menafsirkan pesan yang kemudian dikenal dengan persepsi. Persepsi kita sering tidak cermat, salah atau penyebabnya adalah asumsi atau pengharapan kita. Kita mempersepsikan sesuatu atau seseorang dengan pengharapan kita. ¹¹

Jac C. Plano dan kawan-kawan mengemukakan bahwa "Persepsi mencakup dua proses kerja yang saling berkaitan, yaitu pertama memberikan kesan melalui penglihatan, sentuhan, dan indrawi lainnya; kedua penafsiran dan penetapan arti atau kesan-kesan indrawi dengan struktur pengertian (keyakinan relevan yang muncul dari pengalaman masa lalu) seseorang dengan struktur evaluatif (nilai-nilai yang dipegang seseorang). Persepsi bukan suatu proses

of Sult

arif Kasim Riau

⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya., 2007), 180.

⁹ Jalarudin Rackhmat, *Persepsi Komunikasi* (Pustaka Utama: 2011), 50.

¹⁰ Bumi Walgito, *Persepsi public* (tt:tp.,tth.),72.

¹¹ Ibid, 51.



yang sama sekali tersurat, karena sambutan penilaian berbagai isyarat indra dapat terjadi dibawah ambang kesadaran. 12

Dengan demikian, persepsi adalah suatu proses dimana individu terekspos oleh informasi, memperhatikan dan memahami informasi tersebut. Dalam penelitian ini, persepsi yang dimaksud adalah persepsi terhadap kredibilitas penyiar yang diterima oleh indra individu, yang menghasilkan atensi untuk selanjutnya diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah arti. Sehingga informasi dalam persepsi diartikan sebagai pesan. Proses persepsi diawali dengan masuknya stimulus ke dalam pancaindra.

3. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Mulyana proses persepsi terbagi menjadi dua tahap yaitu atensi dan tahap interpretasi: tahap atensi tahap dimana kita memperhatikan stimuli (tahap penyaringan perhatian) yang didahului oleh tereksposnya seseorang pada rangsangan tertentu. Oleh karena itu proses ini terjadi dalam alam sadar, maka sebelumnya ia harus menyadari adanya rangsangan itu melalui mekanisme panca indera. Atensi atau perhatian sebelum manusia merespon atau menafsirkan objek atau kejadian tau rangsangan apapun. Manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan-rangsangan tersebut menjadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi termasuk orang lain atau diri sendiri. 13

Faktor-faktor didalam perhatian yaitu eksternal penarik perhatian, faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (*attention getter*). Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, diantaranya yaitu:

- a. Gerakan, seperti organisme yang lain, manusia secara visual tetarik pada objek-objek yang bergerak.
- b. Intensitas stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.

rit.

¹² Wirawan Sarlito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2002), 40.

¹³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2007), 181.



- Kebaruan (novelty), hal-hal yang baru, yang luar biasa yang berbeda, menarik perhatian.
- Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, yang disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. 14

Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang lain yang termasuk apa yang disebut faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli tertapi karakteristik orang yang memberikan respons, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli tersebut.

Faktor struktural yang menentukan persepsi. Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu.

Interpretasi adalah tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atau informasi yang sampai kepada kita melalui pancaindra. Menurut Rakhmat, persepsi ditentukan oleh beberapa faktor yang berasal dari stimulus, yaitu:

a. Perhatian

Perhatian sangat erat hubungannya dengan kesadaran jiwa terhadap suatu objek yang direaksi pada suatu waktu. Mengenai perhatian, para ahli mendefinisikan menjadi dua macam, yaitu:

- 1. Perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa sikis yang tertuju pada suatu proses.
- 2. Perhatian adalah sedikit banyaknya kesadaran yang menyertai suatu aktivitas yang dilakuakan.

Selain dua pengertian diatas, pengertian juga didefinisikan dengan persiapan sebelum kita sampai pada pengamatan, memperhatikan berarti mengkonsentrasikan diri.

Proses mental stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Sedangkan atensi yang

¹⁴ Rahmat Jalaluddin(, Op. Cit), 51.

Hak cipta mil

ta Dilindungi Undang-Undang

dipengaruhi oleh faktor eksternal, yakni atribut-atribut objek yang dipersepsikan seperti gerakan, kontras kebaruan, perulangan objek yang dipersepsikan.

b. Penafsiran

Penafsiran merupakan proses dimana penerima member arti terhadap pesan-pesan yang diterimanya, mengorganisasikan stimuli dengan konteksnya, dan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsikan.

Pengetahuan

Pengatahuan terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan khalayak. Kognitif terjadi pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Persepsi sosial atau persepsi orang terhadap orang lain adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Oleh akrena itu manusia mempunya aspek emosi, maka persepsi atau penilaian kita terhadap orang akan mengandung resiko. Persepsi saya terhadap anda merupakan persepsi anda terhadap saya, dan pada gilirannya persepsi anda terhadap saya juga mempengaruhi persepsi saya terhadap anda. ¹⁵

4. Audiens

Istilah audiens berlaku universal secara dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa berbagai media atau komponen isinya.

Pada hakikatnya audiens bersifat dualitas, dalam arti ia merupakan koletivitas yang terbentuk baik sebagai tanggapan terhadap isi media dan didefinisikan berdasarkan perhatian pada isi media itu, sekaligus merupakan sesuatu yang sudah ada dalam kehidupan sosial yang kemudian berhubungan dengan media tersebut. Dengan demikian, penggemar dari para penulis, kelompok musik, atau serial televisi tertentu disebut audiens, tetapi yang tidak mudah dialokasikan menurut waktu dan tempat mungkin tidak memiliki

rsity of Sultan Syarif Kas

¹⁵ Ibid. Hal. 51



eksistensi disebut kelompok sosial. Pada ekstrem yang lain, anggota suatu masyarakat mungkin memiliki surat kabar lokal sendiri yang memenuhi kebutuhan mereka tetapi tidak memainkan peran dalam mewujudkan komunitas atau dalam menentukan kontiniunitasnya. ¹⁶

a. Karakteristik Audiens

Kegunaan umpan balik juga dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang perencanaan, implementasi dan evaluasi bagi komunikator. Proses evaluasi dari pihak radio harus memperhatikan karakteristik pendengar, seperti yang diungkapkan oleh Romli, diantaranya yaitu:

- 1. Heterogen (massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata, sosial, dan latar belakang)
- 2. Bersifat pribadi (individu-individu bukan tim atau organisasi.
- 3. Aktif (pendengar radio siaran tidak aktif, tetapi berfikir dapat melakukan interpretasi dan menilai apa yang didengarkannya).
- 4. Selektif (pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, atau stasiun radio mana saja sesuai selera).¹⁷

5. Kredibilitas

Secara umum komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Untuk menyampaikan pesan dengan baik seorang komunikator harus memiliki kredibilitas, sehingga disebut sebagai krebilitas komunikator. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator. Ditinjau dari komponen komunikator, untuk melaksanakan komunikasi yang efektif terdapat dua faktor penting yang ada pada diri komunikator, yaitu kepercayaan pada komunikator (source credibility) dan daya tarik komunikator (source attractiveness). 18

¹⁶ Widyanti, Persepsi Audiens Tentang Program Happy Weekend Sebagai Informasi Wisata di Kabupaten Pandeglang (Survei Program Di Radio Berkah FM di Desa Cigadung Kecamatan Karang Taruna), (Skripsi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang – Banten, 2011), .35.

¹⁷ Effendy, Kredibilitas Kerja (Solo: Pustaka, 2003), 43.



a. Hasrat seseorang untuk memperoleh suatu pernyataan yang benar, jadi komunikator mendapat kualitas komunikasinya sesuai dengan kualitas sampai dimana ia memperoleh kepercayaan dari komunikan, dan apa yang dinyatakannya.

b. Hasrat seseorang untuk menyamakan dirinya dengan komunikator atau bentuk hubungan lainnya dengan komunikator yang secara emosional memuaskan, jadi komunikator akan sukses dalam komunikasinya, bila berhasil memikat perhatian komunikasi.

Kredibilitas menurut Aristoteles, bisa dipengaruhi jika seorang komunikator memiliki ethos, pathos dan logos. Ethos adalah kekuatan yang dimiliki pembicara dari karakter pribadinya sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. Pathos adalah kekuatan yang dimiliki seorang pembicara dalam mengendalikan komunikan. Sedangkan logos adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya.

Tingkat kredibilitas seseorang ditentukan oleh pengaruh komunikan sebagai pelaku. Kredibilitas adalah persepsi sehingga kredibilitas seseorang belum tentu sama pada masing-masing individu. Jadi kredibilitas bukan pada diri komunikator tetapi terletak pada persepsi komunikan. Oleh karena itu kredibilitas dapat berubah atau diubah. Kredibilitas seseorang dapat berubah bila terjadi perubahan komunikan, topik dan waktu. Kredibilitas seseorang di satu tempat belum tentu sama di tempat lain jika komunikasinya berubah, demikian pula bila terjadi perubahan topik dan waktu, artinya seorang komunikator yang menguasai suatu topik tertentu belum tentu pula menguasai topik yang lainnya.

Seorang komunikator dikatakan memiliki kredibilitas tinggi apabila memenuhi syarat-syarat sebagai komunikator yang kredibel. Dua diantara syarat yang penting adalah keahlian (expertise) dan kepercayaan (trustworthness). Keahlian adalah kesan yang dibentuk oleh komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai memiliki keahlian yang tinggi adalah yang cerdas, mampu, ahli,



banyak tahu, berpengalaman dan terlatih. Sedangkan kepercayaan adalah kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan watak. Komunikator yang dapat dipercaya adalah yang dianggap jujur, tulus dan bermoral. Kesan yang ditimbulkan dari komponen kepercayaan meliputi moral yang baik.¹⁹

Berlo seorang pakar komunikasi menambahkan bahwa kredibilitas seorang komunikator bisa diperoleh bila komunikator tersebut memiliki keterampilan berkomunikasi secara lisan dan tertulis (communications skill), pengetahuan yang luas tentang apa yang dibahas (knowledge), sikap jujur dan bersahabat (attitude) serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial dan budaya (social and culture system) dimana khalayaknya berada.

Kredibilitas adalah alasan yang masuk akal untuk bisa dipercaya. Seorang yang memiliki kredibilitas berarti dapat dipercayai, dalam arti dapat mempercayai karakter dan kemampuannya. Sokrates mengatakan, "Kunci utama untuk kejayaan adalah membuat apa yang nampak dari diri kita menjadi kenyataan. "Istilah "integritas" dan "kejujuran" membantu dalam mengartikan kredibilitas. Citra diri (image) lebih penting daripada karakter. Kredibilitas akan berkembang bila karakter lebih dipentingkan dari citra diri. Kredibilitas akan rusak tanpa integritas. Dapat berpura-pura jujur, tulus, dan kompeten untuk sementara waktu, namun adanya tekanan dan masalah-masalah akan mengungkapkan karakter yang sebenarnya.

Faktor yang memengaruhi kredibilitas adalah tentang kepercayaan. Kepercayaan bersifat rapuh dan peka, juga tidak datang dengan mudah maupun cepat. Kita tidak akan memercayai seseorang sampai kita merasa nyaman berada di dekatnya dan dihargai. Kita menginginkan orang lain untuk membuktikan dirinya sebelum kita menaruh kepercayaan pada mereka. Dan kepercayaan itu dapat hancur hanya dengan satu kesalahan. Membangun kepercayaan dan meningkatkan kredibilitas, bila menganggap seseorang tidak bisa dipercaya,

¹⁹ Rakhmat, *Piskologi Komunikasi* (Rosdakarya, 2007), 260



kecil peluangnya bagi suatu hubungan yang berdasarkan kepercayaan untuk berkembang.

Faktor pendukung lainnya, yaitu kepekaan terhadap keperluan dan minat orang lain. Dengan cara menanyakan secara langsung apa yang pengikut butuhkan, mendengarkan nada suara mereka, dan mengajukan pertanyaan sebagai tanda kepedulian, orang akan menilai bahwa pemimpin mereka tulus dalam memberi perhatian.

Hovland dan Weiss juga menemukan sumber kredibilitas yaitu:

- a. Komunikator dengan kredibilits tinggi lebih produktif dan atraktif, setelah mempresentasikan pesan.
- b. Kredibilitas sumber tidak mempengaruhi revisi pesan
- c. Keahlian memperbesar efek penyimpangan. Sumber ahli tidaklah menilai untuk menjadi yang diinginkan, hanyalah efek penyimpangan yang lebih besar untuk sumber dari keahlian lebih besar. Secara umum, sumber yang dibiaskan adalah lebih sedikit nampaknya akan dipercaya jika mereka adalah juga dirasa untuk menjadi ahli.
- d. Sumber yang dibiasakan akan dipercaya jika pujian/rekomendasi mereka mendapatkan kepercayaan dari penerima. Secara ringkas, Birnbaum dan Stegner, menyediakan bukti bahwa orang yang ahli menjadi sumber lebih berpengaruh dibanding non expert sumber.²⁰

Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) cukup kredibel. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus. Kita akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya. Kredibilitas memang tidak hanya berupa orang, tetapi bisa juga sumber-sumber yang lain misalnya jenis produk, atau jenis kelembagaan

²⁰ Janis Kelley, teori kredibilitas (tt:tp.,tth.), 76.



tertentu yang bukan orang secara perorangan. Setidaknya terdapat tiga model guna mempersempit ruang lingkup teori kredibilitas sumber (source credibility theory) ini, juga sebagai strategi dalam memfokuskan studi komunikasi, yakni, faktor model (suatu pendekatan) membantu menetapkan sejauh mana pihak penerima menilai suatu sumber itu kredibel. Sementara model fungsional, memandang kredibilitas sebagai tingkat di mana suatu sumber mampu memuaskan kebutuhan-kebutuhan individu penerima. Sedangkan constructivist model menganalisis apa yang dilakukan penerima dengan adanya usulan-usulan sumber.

komunikator dipersepsi sebagai suatu kepercayaan dan kemampuan oleh penerima. Hovland dalam penelitiannya mengatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh kepada perubahan sikap dalam penerimaan pesan daripada jika disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya rendah.²¹

6. Penyiar dan Radio

suatu informasi, pendidikan, hiburan, dan sebagai teman dekat bagi khalayak pendengarnya. Seorang penyiar merupakan ujung tombak buat radio siaran. Dengan kebebasan dunia informasi sekarang ini, kematangan suatu penyampaian pemikiran, gagasan, dan ide dari sebuah pemikiran seorang penyiar sangat dibutuhkan untuk menjadi penyiar yang handal. Karena kemampuan berbicara secara langsung dan spontan yang baik dan berkualitas merupakan suatu keharusan dimiliki sorang penyiar yang akan didengarkan secara langsung oleh masyarakat:

a. Penyiaran dalam teori komunikasi

Perkembangan komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini

²¹ Ni Made Herma Kristiana Chandra, *Pengaruh Kredibilitas Customer Service London Beauty Centre Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Kantor Pusat London beauty Centre Yogyakarta)*, (Skripsi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" – Yogyakarta, 2011), 1.34-43.



© Hak Cipta milk olv Suska

dimungkinkan karna adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaraan, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efesien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karnanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa.²²

Radio merupakan salah satu jenis dari jenis-jenis media massa lainnya. Berikut ini penjelasan dari Palapah dan Syam dalam "Studi Ilmu Komunikasi" mengenai radio adalah sebagai berikut:

"Istilah "radio" dimaksudkan adalah "Keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun dan yang dapat diterima oleh pesawat-pesawat penerima dirumah, dimobil, dikapal, dan sebagainya."

Romli dalam bukunya menerangkan bahwa yang menjadikan radio sebagai kekuatan kelima antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik tersendiri, seperti kekuatan suara, musik dan efek suara.²³

Dari pernyataan tersebut, salam suatu siaran radio, suara merupakan instrument penting yang dikembangkan dengan imajinatif. Sebagai unsur dari media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan; kalaupun ada lambanglambang nirverbal yang dipergunakan jumlahnya sangat minim. Dikarenakan sifatnya auditori, untuk didengarkan, lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik. Penyajian hal yang menarik dalam rangka penyampaian pesan adalah penting, karena publik sifatnya selektif.

ersity of Sultan

 $^{^{22}}$ Abdul Rachman, Dasar-dasar penyiaran (Unri Press 2010), 14.

²³ M. Asep Syamsul Romli, 2004, *Broadcast Jounalism (Panduan Menjadi Penyiar, Reposter, dan Script Writer)*, Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia, Hal, 19.



Hak cipta milik utn su

b. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Pada umumnya kita telah mengetahui bahwa sekarang ini radio merupakan salah satu media untuk komunikasi dan juga hiburan yang tidak dapat dipungkiri lagi keberadaan serta perkembangan staiun-staiun radio. Meskipun demikian radio tersebut memiliki beberapa kelemahan-kelemahan disamping tentunya terdapat kelebihan-kelebihan menurut W. Daniels Handoyo Sunyoto dalam bukunya seluk beluk program radio mengungkapkan:

- 1. Kelebihan- kelebihan sebuah programa radio
- 2. Programa radio merupakan cara yang tercepat untuk menyampaikan berita dibandingkan dengan surat yang dikirimkan melalui kantor pos, dan programa televisi yang lebih sempit jangkauannya sehingga programa itu harus disampaikan melalui alat pemancar lain dalam bentuk video-tape. Hal ini semua berarti membutuhkan waktu untuk pengangkutannya.
- 3. Programa radio mempunyai daerah jangkauan yang luas.
- 4. Berita-berita melalui radio dapat dilengkapi dengan acara-acara yang menarik, misalnya musik atau efek suara dan sebagainya.
- 5. Radio merupakan sarana komunikasi yang paling akrab. Dimana radio dapat menjadi teman bila sedang mengadakan perjalanan dengan kereta api, mobil, ataupun ketika berada dirumah.
- 6. Kekurangan-kekurangan sebuah programa radio
 - a. Program radio tidak dapat dilihat, sehingga seolah-olah pendengar menjadi buta.
 - b. Radio lebih mahal daripada surat kabar.
 - c. Tidak semua hal dapat diberitakan, karena:
 - 1. Waktu sangat berharga

Hak Cipta Dilindungi Und

Pendengar hanya mengkonsentrasikan diri pada saat tertentu saja.

B. Kajian Terdahulu

Dari penelitian sebelumnya ditulis oleh :

- Happy Weekend Sebagai Informasi Wisata di Kabupaten Padeglang", dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa persepsi sebagian besar masyarakat di Desa Cigadung Kecamatan Karang Tanjung menyatakan bahwa program Happy Weekend memberikan daya tarik atau minat masyarakat dalam mendengarkan program tersebut dinilai tinggi, dengan persentase setuju mencapai 60,4%.
- 2. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2016, Aris Santoso dengan judul "Pesepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa di Metro TV". Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa secara keseluruhan persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa adalah positif dengan mean 3.22 hal ini menunjukan bahwa persepsi responden terhadap program ini adalah baik. Dimensi waktu penayangan menempati posisi tertinggi dari dimensi lainnya dengan mean sebesar 3.27, nilai tersebut masuk dalam kategori sangat positif. Sedangkan dimensi yang terendah adalah dimensi pembawa acara dengan mean 3.19 masuk dalam kategori positif. Hasil ini didukung oleh penelitian Martanto (2014) yang menunjukan bahwa secara keseluruhan persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS 2010/2011 tentang talkshow Show Imah di Trans TV mendapat respon 78,50 % masuk dalam kategori positif. Hal tersebut diliat dari persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara rata-rata menyatakan sudah cukup menarik dan sangat menghibur dengan nilai ratarata sebesar 78,68%, sedangkan persepsi terhadap kualitas program acara meliputi materi acara, waktu penayangan, dan setting acara rata-rata dianggap sudah cukup menarik untuk dijadikan sebagai tanyangan hiburan yang dikemas dalam bentuk acara talkshow komedi dengan nilai rata-rata sebesar 78,34%.



C. Definisi Konsepsional dan Oprasional Variabel

Sesuai dengan masalah dalam penelitian ini, yang akan dicari adalah persepsi audiens terhadap kredibilitas penyiar radio bharabas fm Pekanbaru. Dengan kerangka teoritis diatas penulis melanjutkan ke konsep oprasional. Dalam konsep oprasional terdapat indikator-indikator sebagai tolak ukur dalam penelitian.

Definisi oprasional merupakan bagaian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara dapat dilihat dengan dimensi (indikator) dari suatu konsep variabel. Dimensi atau indikator dapat berupa: perilaku, aspek, atau sifat karakteristik. Definisi oprasional bukanlah definisi teoritis, tetapi definisi yang berisikan ukuran dari suatu variabel. Untuk mengetahui oprasional variabel dari persepsi audiens terhadap kredibilitas penyiaran radio bharabas Pekanbaru maka dilakukanlah peningkatan kinerja penyiaran yang dilihat dari pendapat Rahmat tentang persepsi.

Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, diantaranya yaitu:

- 1. Gerakan, seperti organisme yang lain, manusia secara visual tetarik pada objek-objek yang bergerak.
- 2. Intensitas stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.
- 3. Kebaruan (novelty), hal-hal yang baru, yang luar biasa yang berbeda, menarik perhatian.
- 4. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, yang disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. ²⁴

Selanjutnya dilihat pendapat kredibilitas yang mengacu kepada pendapat Hovland dan weiss:

1. Komunikator dengan kredibilits tinggi lebih produktif dan atraktif, setelah mempresentasikan pesan.

²⁴ Rahmat Jalaluddin(, Op. Cit), 51.



© Hak cipta milik UIN Susk

- 2. Kredibilitas sumber tidak mempengaruhi revisi pesan
- 3. Keahlian memperbesar efek penyimpangan. Sumber ahli tidaklah menilai untuk menjadi yang diinginkan, hanyalah efek penyimpangan yang lebih besar untuk sumber dari keahlian lebih besar. Secara umum, sumber yang dibiaskan adalah lebih sedikit nampaknya akan dipercaya jika mereka adalah juga dirasa untuk menjadi ahli.
- 4. Sumber yang dibiasakan akan dipercaya jika pujian/rekomendasi mereka mendapatkan kepercayaan dari penerima. Secara ringkas, Birnbaum dan Stegner, menyediakan bukti bahwa orang yang ahli menjadi sumber lebih berpengaruh dibanding non expert sumber



UIN SUSKA RIAI



Table 1 Konsep oprasional

Variabel	Indikator	Dimensi
Persepsi	1. Perhatian	a. Pemusatan atau kekuatan jiwab. Kesadaran yang menyertai suatu aktivitasc. Proses dimana menerima memberi arti terhadap pesan-pesan yang diterimanya
ska Riau	2. Penafsiran	 a. Mengorganisasikan stimulasi dengan konteksnya b. Mengisi dengan interprestasi yang konsisten dengan rangkaian stimulasi dipersiapkan.
	3. Pengetahuan	a. Pengetahuan terjadi bila ada peubahan pada apa yang diketahuib. Kognitif terjadi pada diri komunikan yang sifatnya informatif
Kredibilitas te Islamic Unive	 Komunikator Sumber Keahlian 	 a. Produktif setelah mempersentasikan pesan b. Atraktif setelah mempersentasikan pesan a. Tidak mempengaruhi revisi pesan a. Menyediakan bukti bahwa orang yang ahli menjadi sumber yang lebih berpengaruh

D. Hipotesis Penelitian

Dari uraian diatas maka peneliti menyimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Persepsi audiens mempengaruhi kredibilitas penyiar radio.

 \mathbf{H}_1 : Persepsi audiens tidak mempengaruhi kredibilitas penyiar radio.