

Hak Cipta Diindungi 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 TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, teori merupakan pedapat yaag dikemukakan sebagai keteranga mengenai suatu kejadian, hukum umum yang menjadi dasar aturan untuk melakukan sesuatu. Teori juga didefenisikan seperangkat dalil atau prinsip umum yang kait mengenai (hipotesis yang diuji berulang kali) mengenai aspek-aspek realitas yang berfungsi untuk menerangkan, meramalkan, atau memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta secara sistematis. Oleh karena itu akan diperjelas teori yang berkaitan dengan judul.

Pembahasan Teori ini bertujuan memaparkan dan menjelaskan konsep-konsep teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian. Konsep merupakan sejumlah ciri atau standar umum untuk objek⁹.

1. *Uses and gratification Theory*

Teori ini merupakan salah satu landasan teori yang tepat untuk meneliti tentang kepuasan para pengguna media. Dikarenakan asumsi teori ini adalah pengguna secara aktif memilih media yang dipakai dan kedua adalah media yang digunakannya dapat memberikan servis/gratifikasi terhadap tujuan yang akan dicapai.

Herbert Blumer dan Elihu Katz merupakan orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratification* (pengguna dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1970 dalam bukunya *The Uses on Mass Comunication: Curten Perspectives on Gratification Research*. Teori *uses and grativication* milik *Blumer dan Katz* ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilihn dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi

⁹ Rahmat, *metode penelitian komunikasi*, Jakarta, PT Remaja Rosdakarya. 2002, hal.17.

Hak Cipta Diindungi 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.

kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya¹⁰.

Teori penggunaan dan kepuasan atau *uses and gratification* berfokus kepada audiens, dimana teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan. Mereka merupakan audiens/khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda didalam mengkonsumsi media.

Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratification* salah satu teori dan pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili keseluruhan proses komunikasi, karena sebagian besar perilaku audiens banyak dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media). Pendekatan *uses and gratification* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu¹¹. Pendekatan *uses and gratification* memberikan alternatif untuk memandang pada hubungan antara isi media dan audiens, dan mengkategorikan isi media menurut fungsinya.

Dapat dikatakan bahwa *uses and gratification* bukanlah proses komunikasi linear yang sederhana. Banyak faktor, baik personal maupun eksternal, yang menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang. Littlejohn (1996) mengatakan bahwa kepercayaan seseorang tentang isi media dapat dipengaruhi oleh (1) budaya dan institusi sosial seseorang, termasuk media itu sendiri; (2) keadaan-keadaan sosial seperti ketersediaan media; (3) variabel-variabel psikologis tertentu, seperti introvert-ekstrovert dan dogmatisme. Nilai-nilai dipengaruhi oleh (1) faktor kultural dan sosial (2) kebutuhan-kebutuhan dan (3) variabel-

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2006) hal

¹¹ Effendy dalam Burhan Bungin, *sosiologi komunikasi* (jakarta: Kencana, 2007) hal 286

Hak Cipta Diindungi 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.

variabel psikologis. Kepercayaan-kepercayaan dan nilai-nilai akan menentukan perilaku konsumsi terhadap media seseorang. Tergantung pada apa yang dikonsumsi dan apa alternatif-alternatif media yang diambil, pengaruh media tertentu akan dirasakan, dan pada gilirannya akan memberikan umpan balik kepada kepercayaan seseorang mengenai media¹².

Teori *Uses* dan *Gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak adanya satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh ruah jahat dalam kehidupan¹³.

2. Kepuasan

Kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti enough atau cukup dan fature yang berarti to do atau melakukan. Sebuah kepuasan juga bisa didefinisikan sebagai persepsi terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu seseorang tidak akan puas apabila mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Seseorang akan merasa puas jika pepsipsinya sama atau lebih besar dari yang diharapkan.

Kepuasan adalah sebagai perspektif pengalaman seseorang setelah berkonsumsi atau menggunakan atau menikmati suatu produk atau jasa. Jadi kepuasan atau gratifications dalam menggunakan media adalah situasi atau perasaan puas (enak) pada individu yang ketika tujuannya dalam menggunakan media tersebut tercapai. Dan yang dimaksud kepuasan disini

¹² Rachmat kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (jakarta: Kencana 2010) hal 211

¹³ Nurudin, *pengantar komunikasi massa*,(jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2007) hal

adalah perasaan puas dalam pemahaman seseorang siswa/i dalam menonton program berita di GTV.

Penerapan pendekatan kepuasan menganggap bahwa individu sebagai makhluk sangat relatif, hal ini dapat dibuktikan dengan banyak orang menggunakan berbagai macam media tetapi baik media elektronik atau media cetak, secara psikologi dapat disimpulkan bahwa setiap individu memperoleh kepuasan dari media yang digunakan, betapapun kecilnya pemuasan yang dilakukan oleh media¹⁴.

Adapun kebutuhan manusia dikategorikan berupa kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial dan pelarian. Sedangkan berkaitan dengan penggunaan media, berbagai jenis kebutuhan tersebut oleh Katz dan kawan – kawan didefinisikan sebagai berikut :

1) Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memenuhi dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa keingin tahuan kita.

2) Kebutuhan Afektif

Kebutuhan yang berkaitan dengan keinginan menambah pengalaman estetika, kesenangan dan emosional. Kebutuhan ini mengacu pada kegiatan atau segala sesuatu yang berkaitan dari segi prilaku yang menyenangkan.

3) Kebutuhan Pribadi secara Integratif

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Kebutuhan tersberdasarkan dari dorongan akan harga individu.

¹⁴ Aprilia Prita, jurnal *kesenjangan kepuasan dalam menonton cara televisi*, 2009 terdapat di http://www.academia.edu/10204125/KESENJANGAN_KEPUASAN_DALAM_MENONTON_ACA_RA_TELEVISI .internet:)diakses 25 februari 2018).

Hak Cipta Diindungi 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.

4) Kebutuhan sosial secara integritas

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak bersama keluarga, teman dan orang lain didunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk mengabungkan atau berkelompok dengan orang lain.

5) Kebutuhan pelepasan ketegangan

Kebutuhan yang berhubungan dengan pelarian diri, mengurangi ketegangan dan dorongan untuk memperoleh hiburan¹⁵

Kebutuhan informasi bagi masing – masing individu tidaklah sama Jalaluddin Rakhmat mengatakan, “Latar belakang, kebutuhan, pengalaman dan pendidikan menentukan informasi apa yang diperlukan atau menarik perhatian seseorang”. Ia juga mengatakan bahwa setiap orang mencari informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Pengertian informasi menurut Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm diartikan sebagai “Setiap hal yang membantu kita menyusun pengetahuan dan menukar pandangan kita tentang alam kehidupan atau dengan kata lain informasi akan dapat mengurangi keragu – ragan kita dalam situasi tertentu.

Para pendiri uses and gratifications yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumer dan Michael Gurevitch meneliti asal mula kebutuhan psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lain yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Selain itu mereka juga merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini, yaitu:

- 1) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak menggunakan media massa karena memiliki tujuan tertentu,
- 2) Inisiatif dalam menghubungkann kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.

¹⁵ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), cet,9, hl. 293.

Hak Cipta Diindungi 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) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari keutuhan manusia yang luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- 4) Tujuan pemilihan media berdasarkan kepada kepentingan dan motif-motif tertentu dari khalayak, dan
- 5) Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai dari khalayak¹⁶.

McQuail mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklarifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak yakni, kepuasan informasi (pengawasan), kategori ini berasal dari penggunaan media dan melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan. Berhubungan dengan terpenuhinya kebutuhan mendapat rasa ingin tahu terhadap sesuatu serta mendapat referensi terhadap sesuatu melalui penggunaan media. Kategori kedua, kepuasan identifikasi pribadi (identitas personal) melibatkan cara untuk menekankan nilai individu. Berhubungan dengan kepuasan untuk mengekspresikan diri dan aktualisasi diri sendiri. Kategori ketiga, kepuasan integrasi dan interaksi sosial (hubungan persona) yakni, kepuasan yang melibatkan penggunaan media sebagai ganti teman. Media digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, untuk menjalankan peran sosial serta untuk berpartisipasi. Dan keempat kepuasan hiburan (pengalihan), dalam kaitan ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menggunakan media untuk pengalihan rutinitas atau permasalahan. Berhubungan dengan melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, penyalur emosi dan sebagainya¹⁷.

Jika kebutuhan khalayak seperti dijelaskan dalam teori *Uses and Gratification* dapat terpenuhi dengan menggunakan media massa maka akan timbul kepuasan (*gratification*) dalam diri khalayak tersebut. Setiap khalayak akan selalu mencari kepuasan dalam dirinya sehingga khalayak

¹⁶ Richard, Lynn, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010) hal. 104

¹⁷ *ibid.* hal. 293

Hak Cipta Diindungi 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.

akan selalu menggunakan media massa tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

3. Komunikasi Nonverbal

Kajian pertama komunikasi non verbal di temukan pada zaman *Aristoteles* (400-600SM). Namun studi ilmiahnya yang berkaitan dengan retorika, baru dilakukan pada zaman Yunani dan Romawi Kuno.

Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah bahasa tubuh, gerak isyarat, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol; serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Bentuk komunikasi nonverbal terdiri dari tujuh macam yaitu :

a. Komunikasi visual

Komunikasi visual merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan berupa gambar-gambar, grafik-grafik, lambang-lambang, atau simbol-simbol. Dengan menggunakan gambar yang relevan, dan menggunakan warna yang tepat, serta bentuk yang unik akan membantu mendapat perhatian pendengar. Dibanding dengan hanya mengucapkan kata-kata saja. Penggunaan komunikasi visual ini akan lebih cepat dalam pemrosesan informasi kepada para pendengar.

b. Komunikasi sentuhan

Ilmu yang mempelajari tentang sentuhan dalam komunikasi non verbal sering disebut Haptik. Sebagai contoh : bersalaman, pukulan, mengelus-elus, sentunthan dan lainnya sebagainya merupakan salah satu bentuk komunikasi yang menyampaikan suatu maksud/tujuan tertentu dari orang yang menyentuhnya.

c. Komunikasi gerakan tubuh

Kinesik atau gerakan tubuh merupakan bentuk komunikasi non verbal, seperti melakukan kontak mata, ekspresi wajah, isyarat dan

Hak Cipta Diindungi 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.

sikap tubuh. Gerakan tubuh digunakan untuk menggantikan suatu kata yang diucapkan. Dengan gerakan tubuh, seseorang dapat mengetahui informasi yang disampaikan tanpa harus mengucapkan suatu kata. Seperti menganggukkan kepala berarti setuju.

d. Komunikasi lingkungan

Lingkungan dapat memiliki pesan tertentu bagi orang yang melihat atau merakannya.

e. Komunikasi penciuman

Komunikasi penciuman merupakan salah satu bentuk komunikasi dimana penyampaian suatu pesan/informasi melalui aroma yang dapat dihirup oleh indra penciuman.

f. Komunikasi penampilan

Seseorang yang memakai pakaian yang rapi atau dapat dikatakan penampilan yang menarik, sehingga mencerminkan kepribadiannya.

g. Komunikasi citarasa

Komunikasi citarasa merupakan salah satu bentuk komunikasi, dimana penyampaian suatu pesan/informasi melalui citarasa dari suatu makanan atau minuman. Seseorang tidak akan mengatakan bahwa suatu makanan/minuman memiliki rasa enak, manis, lezat dan lain-lain. Apabila makanan tersebut telah memakan/meminumnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa citarasa dari makanan/ minuman tadi menyampaikan suatu maksud atau makna.

Menurut *Ronald Adler dan George Rodman*, komunikasi nonverbal memiliki empat karakteristik :

- a. Keberadaanya; komunikasi nonverbal akan selalu muncul, di sadari atau tidak.
- b. Kemampuannya menyampaikan pesan tanpa bahasa verbal
- c. Sifatnya ambiguitas yaitu ada banyak kemungkinan penafsiran terhadap setiap perilaku.

Hak Cipta Diindungi 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. Keterikatannya dalam suatu kultur tertentu, maksudnya perilaku yang memiliki makna khusus dalam suatu budaya akan mengekspresikan pesan yang berbeda dalam ikatan kultur yang lain.

Ciri-ciri komunikasi nonverbal

- a. Isyarat nonverbal bersifat komunikatif

Dalam satu interaksi setiap perilaku nonverbal selalu mengkomunikasikan sesuatu. Dengan kata lain, kita tidak mungkin tidak bertingkah laku. Contoh diam, saat diam kita juga sudah mengkomunikasikan sesuatu, duduk diam mendengarkan musik. Apa yang sedang dilakukan atau tidak dilakukan, sengaja atau tidak sengaja, disitu ada pesan yang dapat dibaca atau ditafsirkan oleh orang lain.

- b. Isyarat nonverbal bersifat kontekstual

Artinya pesan yang terkandung salam isyarat non-verbal tergantung pada konteksnya (tempat, waktu dan situasi).

- c. Isyarat nonverbal bersifat paket

Perilaku nonverbal, apakah itu gerakan tangan, mata, otot, tubuh, biasanya bersifat paket. Semua bagian tubuh biasanya bekerja sama untuk mengkomunikasikan makna tertentu. Misalnya kita ingin mengetahui seseorang sedang marah atau tidak. Maka isyarat yang kita lihat adalah apakah kata-kata verbalnya diikuti isyarat nonverbal. Seperti tubuh dan wajah yang memegang, dahi berkerut, dan sikap yang sedang siap untuk berkelahi.

4. Peraga Bahasa Isyarat

Peraga menurut KBBI adalah, orang yang suka memperagakan (diri, pesolek), orang yang suka memperagakan (diri, busana), dan alat media pengajaran untuk memperagakan sajian pelajaran. Dan Peraga bahasa isyarat ialah orang yang memperagakan bahasa isyarat.

Helen Keller adalah pencipta bahasa isyarat tangan. Isyarat tangan digunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang mempunyai cacat pendengaran dengan mengandalkan penglihatan. biasanya isyarat tangan

Hak Cipta Diindungi 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.

tersebut digabungkan dengan gerakan mulut sehingga dapat memperjelas maksud penutur.

Bahasa isyarat di Indonesia ada dua, yaitu sistem isyarat bahasa Indonesia (SIBI) yang diciptakan oleh Alm. Anton Widyatmoko seorang mantan kepala sekolah SLB/B (sekolah luar biasa khusus penyandang tunarungu) di Jakarta dan Surabaya dan bahasa isyarat Indonesia (Bisindo). SIBI diterbitkan oleh pemerintah dan disebar luaskan melalui sekolah-sekolah. Khususnya ke SLB/B sejak tahun 2001. SIBI hanya bisa digunakan sebagai bahasa isyarat disekolah atau dalam keadaan formal. Karena kosakata dalam SIBI dibuat hanya dengan mengubah Bahasa Indonesia menjadi bahasa isyarat.

Televisi Republik Indonesia (TVRI) pertama kali menampilkan peraga bahasa isyarat dengan maksud agar penyandang tuna rungu dapat memahami berita-berita yang telah disajikan. Dengan perkembangan informasi kini tidak hanya TVRI yang menyediakan peraga bahasa isyarat sebagai pedoman tuna rungu, televisi swasta juga telah menampilkan peraga bahasa isyarat, yang salah satunya ialah GTV. GTV adalah televisi swasta yang disetiap program beritanya menampilkan peraga bahasa isyarat.

5. Tunarungu

Dalam masyarakat, terdapat anggapan bahwa apabila seseorang tidak bereaksi terhadap suara, maka orang tersebut pastilah tuli. Anggapan inilah tidaklah selalu benar, karena pengertian tuli itu sendiri masih sangat kabur, dan tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

Berikut adalah batasan yang umum digunakan dikalangan pendidikan luar biasa mengenai definisi tunarungu.

- a) Secara medis tunarungu berarti: kekurangan atau kehilangan kemampuan mendengar yang disebabkan oleh kerusakan atau tidak berfungsinya sebagian atau seluruh alat-alat pendengaran.
- b) Secara pedagogis tunarungu berarti : kekurangan atau kehilangan pendengaran yang mengakibatkan hambatan dalam perkembangan bahasa sehingga memerlukan bimbingan dan pendidikan khusus.

Hak Cipta Diindungi 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.

Sehingga bila disimpulkan, yang dimaksud dengan anak tunarungu adalah anak yang mengalami kekurangan atau kehilangan kemampuan mendengar yang disebabkan oleh kerusakan atau berfungsinya sebagian atau seluruh alat pendengaran, sehingga ia mengalami hambatan dalam perkembangan bahasa¹⁸.

Berbeda dengan fisik, pada segi bahasa anak tuna rungu banyak sekali mengalami hambatan. Hal ini disebabkan perkembangan bahasa banyak memerlukan kemampuan mendengar. Pusat kesadaran bertugas menghubungkan rangsangan suara dan rangsangan penglihatan, sehingga terbentuk pengertian pada manusia. Karena anak tuna rungu tidak mengalami apa yang dinamakan sebagai rangsangan suara. Oleh karena itu, sering terjadi, anak tuna rungu mengetahui suatu benda tetapi tidak mnegetahui apa nama benda tersebut.

Pada umunya dalam segi bahasa anak tunarungu mempunyai ciri sebagai berikut :

- a) Miskin dalam kosa kata
- b) Sulit mengartikna ungkapan0ungkapan bahasa yang mengandung arti kiasan
- c) Sulit mengartikan kata-kata abstrak
- d) Kurang menguasai irama dan gaya bahsa.

Kekurang mampuan dalam menguasai bahasa juga berdampak besar pada alat-alat bicara anak tunarunggu (tunawicara) sulit dipahaminya bicara anak tunarungu merupakan hasil dari berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor tersebut adalah masalah dalam menghasilkan suara, kualitas suara yang buruk, ketidak mampuan dalam membedakan nada. Dan masalah yang berkaitan dengan struktur dan makna dalam bahasa. Hal ini terjadi, karena anak tunarungu tidak terbiasa menggunakan bahasa layaknya orang normal.

¹⁸ Engkus Kuswarno, Etnografi Komunikasi (Bandung: Widya Padjadjaran, 2008) hal.

Hak Cipta Diindungi 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.

Sebenarnya masalah utama penyandang cacat tunarungu adalah masalah komunikasi. Ketidak mampunya untuk berkomunikasi akan menimbulkan dampak yang luas. Baik pada segi keterampilan berbahasa, membaca, menulis, maupun dalam hal sosialisasi dan prestasi disekolah. Dampak yang palilng parah adalah pada aspek sosialisasi dan kepribadian, dua aspek yang justru menjadi inti kehidupan manusia.

Komunikasi merupakan inti kehidupan manusia, karena ia menuntun manusia untuk mengenal lingkungannya, berinteraksi dengan sesamanya, dan sebagai jalan untuk mengembangkan kepribadian dan intelegensinya. Oleh karena itu dengan kekurangan kemampuan dalam berkomunikasi. Anak tuna rungu sangat membutuhkan sarana untuk mengekspresikan perasaannya, pikirannya, dan kehendaknya kepada orang lain, sekaligus menjadi media untuk memahami orang lain dan hal-hal lain yang ada di lingkungannya.

Oleh karena itu, adanya peraga bahasa isyarat dalam program berita di GTV sangatlah membantu para tunarungu untuk dapat mengetahui mengetahui informasi-informasi aktual yang telah disajikan dalam program berita.

Tunarungu mengalami ketidakmampuan untuk mendengar sehingga tidak dapat mengembangkan. Biasanya pada tingkat 70 dB ISO atau tidak lebih besar sehingga mengalami untuk mengerti pembicaraan orang lain melalui pendengaranya sendiri tanpa menggunakan alat bantu denngar. Sehingga dikatakan kurang mendengar adalah ketidak mampuan untuk mendengar sehingga tidak dapat mengembangkan, biasanya pada tingkat 35 sampai 69 Dd ISO tetapi tidak menghalangi untuk menngerti pembicaraan orang lain melalui pendengarannya sendiri tanpa atau menggunakan alat bantu dengar.

B. Kajian Terdahulu

1. Nama pengarang Nadena Siregar dengan judul “ Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau Dalam Menonton Program Acara Talkshow Indonesia Lawywers

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.

Club Di Tvone” penelitian ini menggunakan teori uses and gratification dengan variable Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) yang memiliki indicator yang sesuai dengan konten program Lawyers Club di TVONE. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dimana penulis menggambarkan bagaimana kepuasan yang diperoleh para penonton setelah menonton program Lawyers Club di TVONE¹⁹.

2. Nama pengarang Zesri Rezilindra dengan judul penelitian ”Tingkat Kepuasan Pemirsa Dalam Menonton Siaran Berita Apa Kabar Indonesia Malam di Tv One (Kajian Tentang Pendapat Anggota DPRD Kota Pekanbaru” dengan teori uses and gratification. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dimana penulis menggambarkan bagaimana kepuasan yang diperoleh para penonton setelah menonton program berita Apa Kabar Indonesia Malam di TVONE²⁰.
3. Penelitian berikutnya yaitu dari UIN Suska Riau oleh Dika Hardani pada tahun 2011 dengan judul Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai Pengakses Internet pada Situs Detik.com. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kepuasan mahasiswa komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com. Metode penelitian yang dipakai yakni Kuantitatif dengan metode survei. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Deetik.com adalah cukup memuaskan. Dengan hasil penelitian yaitu kepuasan informasi dengan nilai 65,4%, kepuasan identitas pribadi dengan nilai 65,5%, kepuasan integritas dan interaksi sosial dengan nilai 66%, serta kepuasan hiburan dengan nilai 65,3%.

¹⁹ Nadena siregar,” Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau Dalam Menonton Program Acara Talkshow Indonesia Lawywers Club Di Tvone”. (skripsi program studi ilmu komunikasi uin suska riau).

²⁰ Zesri Rezilindra,”Tingkat Kepuasan Pemirsa Dalam Menonton Siaran Berita Apa Kabar Indonesia Malam di Tv One (Kajian Tentang Pendapat Anggota DPRD Kota Pekanbaru”. (Skripsi program studi ilmu komunikasi uin suska riau).

Hak Cipta Diindungi 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.

4. Nama Pengarang Putri Dwi Cahyani, judul Tingkat kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. Metode penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan studi terhadap empat bank syariah di Yogyakarta, yaitu bank muamalat Indonesia, BNI Syariah, BTN Syariah dan BPD DIY Syariah. Sampel pada penelitian ini adalah sejumlah nasabah dari empat bank tersebut. Penelitian ini menggunakan enam dimensi dan 34 item, dengan total responden nasabah bank 200. Pengambilan sampel dilakukan dengan menyebar kuesioner secara langsung ke empat bank tersebut. Metode yang diperlukan adalah purposive sampling dan convenience sampling.²¹
5. Nama Pengarang Puji Sanyoto dengan judul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal. Penelitian ini menggunakan metode survei, adapun pengumpulan datanya dengan menggunakan angket. Penelitian ini hanya untuk mengungkapkan kondisi yang sesungguhnya tentang kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan lapangan di centro futsal.²²

C. Defenisi konseptual dan Operasional Variabel

1. Defenisi Konseptual

Defenisi konseptual atau teoritis dapat diartikan sebagai defenisi yang menggambarkan konsep dengan penggunaan konsep-konsep lain atau mendefenisikan suatu konstruk dengan menggunakan konstruk-konstruk lain.

Media massa tidak pernah berhenti membuat inovasi untuk masyarakat yang menikmatinya, seperti halnya Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta siaran, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun yang berwarna.

²¹ Putri Dwi Cahyani, "Tingkat kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta". (jurnal bisnis dan manajemen Universitas Muhammadiyah Purwolerto)

²² Puji Sanyoto, "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal". (jurnal program studi ilmu keolahragaan fakultas keolahragaan universitas negeri Yogyakarta).

Hak Cipta Diindungi 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.

Program berita di GTV menerapkan adanya peraga bahasa isyarat dengan maksud masyarakat disabilitas (tuna rungu) mampu atau dapat memahami maksud dari isi berita tersebut. Bahasa Isyarat yang digunakan di televisi dan sekolah sama yaitu Sistem Isyarat Bahasa Indonesia (SIBI)

Kepuasan pemirsa merupakan perbandingan antara harapan yang dirasakan sebelum menonton dan setelah menonton. Jika tontonan sesuai dengan harapan, maka pemirsa tersebut akan merasa puas. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan.

2. Operasionalisasi Variabel

Defenisi operasional merupakan defenisi yang menyatakan seperangkat petunjuk atau kriteria atau operasional yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengamatinya dengan memiliki rujukan-rujukan empiris. Di dalam topic ini, operasional konsep akan berisi dimensi-dimensi yang berkaitan dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian, dan bagaimana konsep tersebut \berhubungan dengan indikator yang dapat menjawab hubungan-hubungan yang akan diteliti didalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, kategori tingkat kepuasan yang diperoleh siswa/i setelah menonton program berita di GTV, yang dijadikan acuan adalah kategori kepuasan menurut McQuail.

Operasional dalam penelitian ini dapat dilihat dari beberapa aspek dibawah ini antaranya :

Gratification Sought (GS) atau kepuasan yang dicari (motif)

1. Kepuasan informasi (pengawasan) program berita GTV memberi informasi tentang peristiwa sekitar, pengetahuan, rasa ingin tahu siswa/i tunarungu dari media massa
2. Kepuasan Identitas pribadi (identitas personal) meliputi kepuasan siswa/i tunarungu dengan adanya penerapan bahasa isyarat pada program berita GTV.

Hak Cipta Diindungi 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. Kepuasan integrasi dan integrasi sosial, program berita GTV ketika ketika ditonton berguna untuk menyampaikan pesan-pesan sosial, mempertahankan norma-norma sosial yang sesuai dipelajari oleh siswa/i tunarungu di sekolah.
4. Kepuasan hiburan, program berita GTV memberi hiburan kepada siswa/i tunarungu, mencoba melepaskan kebosanan dan kejenuhan, serta mengisi waktu luang.

Gratification Obtained (GO) atau kepuasan yang didapat

1. Kepuasan informasi (pengawasan) program berita GTV dapat memberi informasi tentang peristiwa sekitar, pengetahuan, rasa ingin tahu siswa/i tunarungu dari media massa
2. Kepuasan Identitas pribadi (identitas personal) dengan adanya peraga bahasa isyarat di program berita GTV dapat memenuhi kepuasan identitas pribadi pada siswa tunarungu.
3. Kepuasan integrasi dan integrasi sosial, program berita GTV ketika setelah ditonton berguna untuk menyampaikan pesan-pesan sosial, mempertahankan norma-norma sosial yang sesuai dipelajari oleh siswa/i tunarungu di sekolah.
4. Kepuasan hiburan, program berita GTV dapat menghiburan siswa/i tunarungu, mencoba melepaskan kebosanan dan kejenuhan, serta mengisi waktu luang.

Untuk mengukur *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO), pembagian skor digunakan dengan skala likert dengan menggunakan lima alternatif jawaban. Perhitungan hasil dilakukan dengan cara menentukan skor dari setiap jawaban dari tiap-tiap pertanyaan dalam kuesioner.