

### **BAB III**

#### **TINJAUAN TEORITIS**

##### **A. Pengertian Media Audio Visual**

Sebelum beranjak ke pengertian media audio visual maka terlebih dahulu kita mengetahui arti kata media, audio, dan visual itu sendiri. Apabila dilihat dari etimologi “kata media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar, maksudnya sebagai perantara atau alat menyampaikan sesuatu”<sup>1</sup>

Menurut Wina Sanjaya secara umum media merupakan kata jamak dari medium, yang berarti perantara atau pengantar. Kata media berlaku untuk berbagai kegiatan atau usaha, seperti media dalam penyampaian pesan, media pengantar magnet atau panas dalam bidang teknik. Istilah media juga digunakan dalam bidang pengajaran atau pendidikan sehingga istilahnya menjadi media pendidikan atau media pembelajaran<sup>2</sup>

Sedangkan media audio yaitu media yang berkaitan dengan indera pendengaran. Pesan yang akan disampaikan dituangkan dalam lambang-lambang auditif, baik verbal (kedalam kata-kata/bahasa lisan) maupun non verbal. Beberapa jenis media yang termasuk dalam kelompok ini adalah radio, dan alat perekampita magnetik.<sup>3</sup>

Selain itu Sudjana dan Rivai mengemukakan bahwa media audio visual adalah sejumlah peralatan yang dipakai oleh para pengusaha dalam

---

<sup>1</sup> Amir Hamzah, *Media Audio Visual*, (Jakarta: Gramedia, 1998), Cet. Ke-3, h.128

<sup>2</sup> Biagi Shirley, *Pengantar Media Massa*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 251

<sup>3</sup> Apriadi Tamburaka, *Literasi Media*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 83

menyampaikan konsep, gagasan dan pengalaman yang ditangkap oleh indera pandang dan pendengara berdasarkan pengertian-pengertian yang telah diberikan, maka media audio visual adalah media penyalur pesan dengan memanfaatkan indera pendengaran dan penglihatan.

## **B. Jenis-Jenis Media Audio visual**

Adapun jenis-jenis media audio visual adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

### **1. Audio-Visual Murni**

Audio-visual murni atau sering disebut dengan audio-visual gerak yaitu media yang dapat menampilkan unsur suara dan gambar yang bergerak, unsur suara maupun unsur gambar tersebut berasal dari suatu sumber.

#### **a. Film Bersuara**

Film atau gambar hidup merupakan gambar-gambar dalam frame di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu hidup.

Film merupakan alat yang ampuh untuk menyampaikan suatu maksud kepada masyarakat dan juga anak yang lebih banyak menggunakan aspek emosinya di banding aspek rasionalitasnya. Besarnya kegunaan media ini dapat pula dirasakan dalam dunia usaha dalam hal untuk meninarik minat pelanggan.

---

<sup>4</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Multimedia>

Film bersuara ada berbagai macam jenis, ada yang digunakan untuk hiburan seperti film komersial yang diputar di bioskop-bioskop. Akan tetapi, film bersuara yang dimaksud dalam pembahasan ini ialah siaran sepakbola yang dapat menarik para pelanggan untuk berdatangan.

b. Video

Video sebagai media audio-visual yang menampilkan gerak, semakin lama semakin populer dalam masyarakat kita. Pesan yang disajikan bisa bersifat fakta maupun fiktif, bisa bersifat informative, edukatif maupun instruksional. Sebagian besar tugas film dapat digantikan oleh video, tapi tidak berarti bahwa video akan menggantikan kedudukan film. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual, selain film yang banyak dikembangkan untuk keperluan pembelajaran.

c. Televisi

Televisi dalam pengertiannya berasal dari dua kata, yaitu *tele* (bahasa Yunani), yang berarti jauh, dan *visi* (bahasa Latin), berarti penglihatan.

*Television* (bahasa Inggris) bermakna melihat jauh. Kata melihat jauh mengandung makna bahwa gambar yang diproduksi pada satu tempat (stasiun televisi) yang dapat dilihat di tempat lain melalui sebuah perangkat penerima yang disebut televisi minitor atau televisi set.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Werner J Severin, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 228

Televisi suatu perlengkapan elektronik yang pada dasarnya sama dengan gambar hidup yang terdiri dari gambar dan suara. Dengan demikian peranan TV baik sebagai gambar hidup atau radio yang dapat menampilkan gambar yang dapat dilihat dan menghasilkan suara yang dapat didengar pada waktu yang sama

## 2. Audio-Visual tidak murni

Audio Visual tidak murni yaitu media yang unsur suara dan gambarnya berasal dari sumber yang berbeda. Audio-visual tidak murni ini sering disebut juga dengan audio-visual diam plus suara yaitu media yang menampilkan suara dan gambar diam seperti.<sup>6</sup>

### a. Sound slide (Film bingkai suara)

Slide atau filmstrip yang ditambah dengan suara bukan alat audio-visual yang lengkap, karena suara dan rupa berada terpisah, oleh sebab itu slide atau filmstrip termasuk media audio-visual saja atau media visual diam plus suara. Gabungan slide (film bingkai) dengan tape audio adalah jenis system multimedia yang paling mudah diproduksi.

### b. Slide tape (film rangkai suara)

Gabungan slide dan tape dapat digunakan pada berbagai lokasi dan untuk berbagai tujuan pembelajaran dan meningkatkan suatu usaha yang melibatkan gambar-gambar guna menginformasikan atau mendorong lahirnya respon emosional. Slide bersuara merupakan

---

<sup>6</sup> Nuruddin, *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*,(Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 122.

suatu inovasi yang dapat digunakan sebagai media baik dalam suatu usaha atau dalam pembelajaran.

### **C. Karakteristik Media Audio Visual**

Karakteristik media audio-visual adalah memiliki unsur suara dan unsur gambar. Alat-alat audio visual merupakan alat-alat “audible” artinya dapat didengar dan alat-alat yang “visible” artinya dapat dilihat. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi dua jenis media yaitu media audio dan visual.<sup>7</sup>

Pengajaran melalui audio-visual jelas bercirikan pemakaian perangkat keras selama proses belajar, seperti mesin proyektor film, tape recorder, dan proyektor visual yang lebar. Karakteristik atau ciri-ciri utama teknologi media audio-visual adalah sebagai berikut:

1. Mereka biasanya bersifat linier.
2. Mereka biasanya menyajikan visual yang dinamis.
3. Mereka digunakan dengan cara yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perancang/pembuatnya.
4. Mereka merupakan representasi fisik dari gagasan real atau gagasan abstrak.
5. Mereka dikembangkan menurut prinsip psikologis behaviorisme dan kognitif.
6. Umumnya mereka berorientasi kepada guru dengan tingkat pelibatan interaktif murid yang rendah.

---

<sup>7</sup>[http://agung030492.blogspot.com/2011/06/media-audio\\_14.html](http://agung030492.blogspot.com/2011/06/media-audio_14.html).

## **D. Konsep Kepuasan Pelanggan**

### **1. Pengertian Pelanggan**

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksiesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Pelanggan juga diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan adalah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Pelanggan tersebut merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk.<sup>8</sup>

### **2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat cara:

#### **a. Sistem keluhan dan usulan**

Artinya seberapa banyak keluhan dan komplain yang dilakukan pelanggan dalam suatu produk. Makin banyak berarti kurang baik begitu juga sebaliknya.

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andik 2001), h.101-102

b. Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat pelanggan melakukan transaksi selama ini.

c. Konsumen samaran

Perusahaan dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk mensurvei guna untuk melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani pelanggan sesungguhnya.

d. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan pelanggan yang pernah menjadi pelanggan guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi pelanggan perusahaan itu lagi.

Sementara itu menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Mempelajari perspsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan
- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada
- 4) Memeriksa apakah peningkat mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak

- 5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus<sup>9</sup>

### **3. Sifat-sifat pelanggan**

#### **a. Pelanggan adalah raja**

Petugas harus menganggap pelanggan adalah raja, artinya seorang harus dipenuhi keinginan dan kebutuhan. Pelayanan yang diberikan haruslah melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan perusahaan atau petugas sendiri.

#### **b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya**

Kedatangan pelanggan adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi ataupun keluhan-keluhan.

#### **c. Tidak mau didebat dan disinggung**

Sudah menjadi hukum alam bahwa pelanggan paling tidak suka dibantah atau didebat. Usahakan setiap pelayanan yang dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks

---

<sup>9</sup> *Ibid*, h.240



d. Pelanggan mau diperhatikan

Jangan sesekali membiarkan pelanggan dan menyepelekan pelanggan, berikan perhatian penuh kepada pelanggan sehingga ia merasa diperhatikan.

e. Nasabah merupakan sumber pendapatan perusahaan

Pendapatan utama perusahaan adalah transaksi yang dilakukan oleh pelanggan. Oleh karena itu jika membiarkan pelanggan berarti menghilangkan pendapatan, pelanggan adalah sumber pendapatn yang harus dijaga.

## **E. Pengertian Usaha**

Dalam kehidupan kita sehari-hari kita sering menyaksikan orang beraktifitas ataupun melakukan suatu usaha. Seorang atau kelompok orang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli sejumlah barang, kemudian barang tersebut dipajang disuatu lokasi untuk dijual kembali kepada konsumennya. Ataupun seseorang yang membuka suatu usaha jasa, dan menunggu kedatangan konsumen yang membutuhkan pelayanan dengan balas jasa tertentu.<sup>10</sup>

Kita juga pasti sering mendengar kata usaha dalam kehidupan kita sehari-hari. Kata usaha memang sangat umum digunakana dalam masyarakat. Namun demikian, pengertian dan defenisi usaha dalam kehidupan sehari-hari dan dalam dunia sains memiliki perbedaan yang sangat berarti.

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta:P.T Raja Grafindo Persada,2009), h.15

Usaha dalam pengertian secara bahasa yang berarti daya upaya, proses atau cara perbuatan. Secara istilah usaha adalah suatu sistem atau keseluruhan dari segala bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga dan mempromosikan pendistribusian barang-barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan bagi pihak pembeli yang sudah ada maupun pembeli yang potensial.<sup>11</sup>

Menurut kamus lengkap bahasa Indonesia, usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran atau badan untuk mencari suatu maksud, atau mencari keuntungan.<sup>12</sup> Dalam undang-undang No 3 tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang telah dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.<sup>13</sup>

Menurut Hughes dan Kapoor usaha ialah *Business is organized efforts of individuals to produce to self a profit, the goods and service that satisfy society's needs*. Maksudnya usaha atau bisnis adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan suatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>14</sup>

Usaha dalam Islam dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas)

---

<sup>11</sup> Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jakarta: Prdnya Paramitha, 1990), h.35

<sup>12</sup> Lukman Ali, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Op Cit*

<sup>13</sup> Ismaili Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Study Kasus*, (Jakarta: Balai Kencana, 2006), h. 27

<sup>14</sup> Buhkari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung, Alfabeta, 2003), h.89

kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam perolehan dan pendayagunaan hartanya ( ada aturan halal dan haram).

Pendirian suatu usaha akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Disamping itu, keuntungan dan manfaat lain dapat pula dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha. Misalnya bagi masyarakat luas, baik yang terlibat langsung dalam usaha tersebut maupun yang tinggal disekitar usaha, termasuk bagi pemerintah.<sup>15</sup>

#### **F. Landasan Tentang Usaha**

Bekerja merupakan pondasi dasar dalam produksi, sekaligus sebagai pintu pembuka rezeki. Menurut Ibnu Khaldun, bekerja merupakan unsur yang paling dominan dalam proses produksi dan sebuah ukuran standar dalam sebuah nilai. Proses produksi akan sangat bergantung terhadap usaha atau kerja yang dilakukan oleh karyawan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Menurut Imam As-Syaibani, seperti dikutip oleh Euis Amalia, kerja atau usaha merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan, karna menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah swt, dan karenanya hukum bekerja adalah wajib.<sup>16</sup>

Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai sumber fundamental dalam islam banyak sekali memberikan dorongan dalam bekerja dan berusaha. Dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah (9):

---

<sup>15</sup> Kasmir dan jakfar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta:Kencana, 2003), h 10

<sup>16</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*.(Depok: Gramata Pulishing, 2010), h.



Artinya: Mereka menukarkan ayat-ayat Allah dengan harga yang sedikit, lalu mereka menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Sesungguhnya amat buruklah apa yang mereka kerjakan itu.

## G. Prinsip-prinsip Usaha Dalam Islam

### 1. Prinsip Tauhid

Pada prinsipnya usaha yang kita tekuni tidak terlepas dari ibadah kita kepada Allah, tauhid merupakan prinsip yang utama dalam kegiatan apapun dalam dunia ini. Secara etimologis tauhid berarti mengesakan, yaitu mengesakan Allah. Tauhid adalah prinsip umum islam. Prinsip ini menyatakan bahwa semua manusia ada dibawah suatu ketetapan yang sama, yaitu ketetapan tauhid yang dinyatakan dalam kalimat “La ilaaha illallah” (tidak ada tuhan selain allah)

Menurut Harun Nasution seperti dikutip Akhmad Mujahiddin bahwa al-Tauhid merupakan mensucikan Allah dari persamaan dari persamaan dari makhluk (al-sirk). Berdasarkan prinsip ini, maka pelaksanaan hukum islam ibadah. Ibadah berarti penghambaan manusia dan penyerahan diri kepada allah sebagai manifestasi pengakuan atas kemaha Esaan Nya dan manifestasi kesukuran pada Nya. Dengan tauhid aktifitas usaha yang kita jalani untuk memenuhi kebutuhan hidup dan keluarga hanya semata-mata untuk mencapai tujuan ridha-Nya.<sup>17</sup>

### 2. Prinsip Keadilan

<sup>17</sup> Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam, Edisi I (Jakarta:P.T Grafindo Press, 2007),h.124

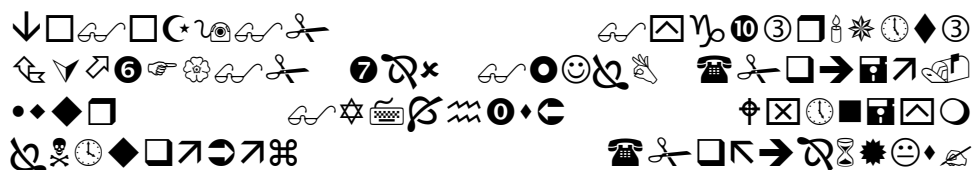
Keadilan dalam hukum islam berarti pula keseimbangan antara kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia untuk menunaikan kewajiban itu. Dibidang usaha untuk meningkatkan ekonomi, keadilan merupakan nafas dalam menciptakan pemerataan dan kesejahteraan, karna itu harta jangan hanya beredar pada segelintir orang kaya, tetapi juga pada orang yang memerlukan.

### 3. Prinsip al-Ta'awun (tolong menolong)

Prinsip al-Ta'awun berarti bantu membantu antara sesama anggota masyarakat. Bantu membantu ini diarahakan sesuai dengan tauhid, terutama dalam upaya meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah. Prinsip ini menghendaki kaum muslimin saling tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan. Memberikan untuk berkarya dan berusaha membrikan suatu yang kita usahakan atau kita hasilkan dari usaha kita kepada yang membutuhkan seperti zakat dan sedekah.

### 4. Usaha yang halal dan barang yang halal.

Islam dengan tegas mengharuskan pemeluknya untuk melakukan usaha atau kerja. Usaha atau kerja harus dilakukan dengan cara yang halal, guna memperoleh rizki yang halal, memakan makanan yang halal dan menggunakan rizki yang halal pula. Sebagaiman diisyaratkan dalam al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:





Aritinya: *hai sekalian manusia makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaiton karna sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu.*<sup>18</sup>

Islam selalu menekankan agar setiap orang mencari nafkah dengan halal. Semua sarana dalam mendapatkan kekayaan secara tidak sah dilarang, karna pada akhirnya dapat membinasakan suatu bangsa. Pada tahap manapun tidak ada kegiatan ekonomi yang bebas dari beban pertimbangan moral.

#### **5. Berusaha sesuai dengan batas kemampuan**

Tidak jarang manusia berusaha dan bekerja mencari nafkah untuk keluarga secara berlebihan karena mengira itu sesuai dengan perintah, padahal kebiasaan seperti itu berakibat buruk pada kehidupan rumah tangga. Sesungguhnya Allah telah menegaskan bahwa bekerja dan berusaha itu hendaknya sesuai dengan batas-batas kemampuan manusia.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Departemen Agama *Op Cit* h. 25

<sup>19</sup> Husein Syahata, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*, (Jakarta:Gema Insani, 2004),h.67