



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Teori Dalam Penelitian

##### 1. Respon

###### a. Pengertian Respon

Respon adalah jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan atau kuesioner; sebarang tingkah laku baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun tersembunyi atau samar; merupakan suatu yang sangat umum sekali dan merupakan istilah yang paling banyak digunakan dalam psikologi, biasanya bersamaan dengan pemberi sifat<sup>10</sup>. 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 juga disebut 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-pesan.<sup>11</sup>

Menurut Soenarjo, istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan memunyai hasil atau setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap suatu pesan yang dilancarkan oleh komunikator<sup>12</sup>. Ahmad Subandi mengemukakan respon dengan istilah balik

<sup>10</sup> Kamus Lengkap Psikologi, 2005. Hal : 432

<sup>11</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999. Hal: 51

<sup>12</sup> Soenarjo dan Djoenarsih S. Soenajo, *Himpunan Istilah Komunikasi*, Yogyakarta: Liberty. 1983. Hal: 25



(feedback) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi.<sup>13</sup>

Respon merupakan bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Kesan tersebut bisa menjadi isi kesadaran yang dapat dikembangkan dengan konteks pengalaman waktu serta antisipasi keadaan untuk di masa yang akan datang. Respon atau tanggapan yang muncul ke alam kesadaran mendapat dukungan atau mungkin juga rintangan dari respon lain. Dukungan terhadap respon akan menimbulkan rasa senang, sedangkan rintangan terhadap respon akan menimbulkan rasa tidak senang.<sup>14</sup>

#### **b. Faktor Terbentuknya Respon**

Tanggapan yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi jika memenuhi 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 sekitarnya. Tidak semua stimulus mendapat respon individu, Karena individu melakukan stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik dirinya. Dengan demikian maka akan dianggapi adalah individu tergantung pada stimulus juga bergantung pada keadaan individu itu sendiri.

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

1. Faktor internal : yaitu faktor yang ada dalam individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni rohani dan jasmani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil tanggapan yang berbeda intensitasnya pada

<sup>13</sup> Ahmad Subandi, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Bulan Bintang. 1982. Hal: 50

<sup>14</sup> Wasty Soemanto, *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003. Hal: 25



diri individu yang melakukan tanggapan atau akan berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan yang lain. Unsur jasmani atau fisiologis meliputi keberadaan, keutuhan dan cara kerja atau alat indra, 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 eksternal : yaitu faktor yang ada pada lingkungan. faktor lingkungan berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera.<sup>15</sup>

### c. Macam-Macam Respon

Menurut Tubbs dan Moss respon dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu respon konfirmasi dan respon diskonfirmasi:

- 1) Konfirmasi ( mempertanggung hubungan interpersonal)
  - a) Pengakuan langsung (direct acknowledgemen): saya menerima pernyataan andadan memberikan respon dengan segera.
  - b) Perasaan positif (Positif feeling): saya mengungkapkan perasaan yang positif.
  - c) Respon meminta keterangan (clarifiying response): saya meminta menerangkan isi pesan anda.
  - d) Respon setuju (agreeing response): saya memperteguh apa yang telah anda katakanan.
  - e) Respon suportif (supportif response): saya mengungkapkan pengertian, dukungan, atau memperteguh anda.
- 2) Diskonfirmasi (merusak hubungan intrpersonal)

<sup>15</sup> Bimo Walgito , 1996, *Pengantar Psikologi Umum* UGM, Yogyakarta. Hal: 55

## 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) Respon sekilas (tangential response): saya memberikan respon pada kenyataan anda, tetapi dengan segera mengalihkan pembicaraan.
- b) Respon Impersonal (impersonal response): saya memberikan komentar dengan menggunakan kata ganti orang ketiga
- c) Respon kosong (impervious response): saya tidak menghiraukan anda sama sekali tidak memberikan sambutan verbal maupun nonverbal.
- d) Respon yang tidak relevan (irrelevant response): seperti respon sekilas saya berusaha mengalihkan pembicaraan tanpa menghubungkan sama sekali dengan pembicaraan anda
- e) Respon interupsi (interrupting response): saya memotong pembicaraan.
- f) Respon rancu (incoherent response): saya berbicara dengan kalimat kalimat yang kacau atau tidak lengkap.
- g) Respon kontraditif (incongruous response): saya menyampaikan pesan verbal yang bertetangan dengan nonverbal.<sup>16</sup>

#### d. Teori Respon (S-O-R)

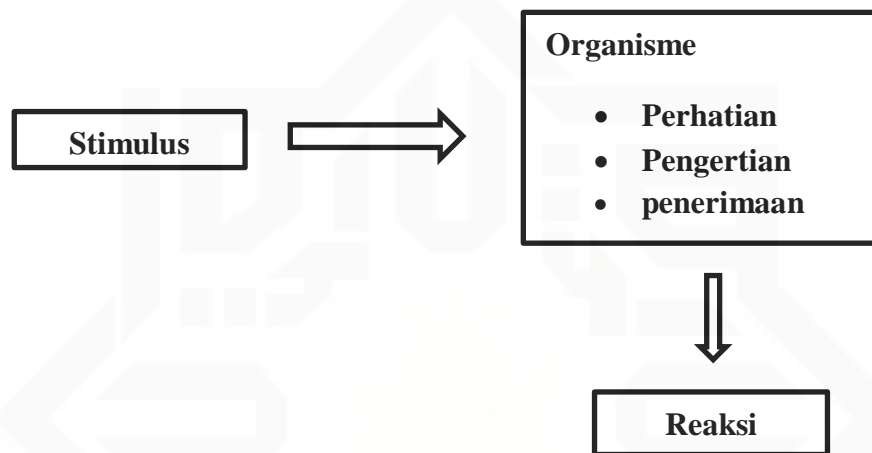
Teori dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yaitu singkatan dari *Stimulus Organism Response* berasal dari psikologi, yang kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek dari psikologi dan komunikasi itu sama yaitu manusia yang memiliki tingkah laku, sikap, opini dan efek. Menurut *stimulus organism response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antar pesan dengan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

<sup>16</sup> Jalaluddin Rahmad. *Psikologi Komunikasi*. Rosda Karya. Bandung: 2005. Hal: 127

## 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.

1. Pesan (*Stimulus, S*)
2. Komunikasi (*Organism, O*)
3. Efek (*Response, R*)

**Teori S-O-R**

Menurut stimulus ini, efek yang timbul adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Proses ini menggambarkan “perubahan sikap” dan tergantung pada proses yang terjadi pada individu.<sup>17</sup>

- 1) Stimulus yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak, maka proses selanjutnya terhenti. Ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam pengaruh organisme. Jika stimulus diterima oleh organisme berarti ada komunikasi atau perhatian dari organisme. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi. Stimulus yang dimaksud dalam hal ini adalah rangsangan dari pesan itu sendiri.

<sup>17</sup> Nawiroh Vera, komunikasi massa. Bogor : Ghalia Indonesia. 2016. Hal: 120



- 2) Langkah selanjutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari komunikan, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus.
- 3) Kemudian, organisme atau komunikan dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan sikap. Dalam proses perubahan sikap ini terlihat bahwa hanya jika rangsangan yang diberikan benar-benar melebihi rangsangan semula.<sup>18</sup>

Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon dimaksud disini adalah sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori unsur respon ini adalah efek atau pengaruh majalah dinamis sebagai bacaan bagi pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Karena secara psikologi sangat jelas bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau juga di tolak. Komunikasi akan berlangsung efektif jika ada perhatian, pengertian, penerimaan dari komunikan.

## 2. Penyebaran Informasi

Informasi merupakan salah satu unsur dalam proses komunikasi, yang sering disebut dengan pesan. Dalam proses komunikasi, pihak yang diajak berkomunikasi akan lebih mempercayai pesan-pesan yang jujur, apa adanya sesuai dengan fakta. Pesan yang demikian itu akan mengembangkan komunikasi yang sedang dibangun. Informasi yang jujur dan terbuka bagi pihak lain, baik di dalam ataupun di luar organisasi, akan menghilangkan kesalah pahaman dan dapat membina hubungan pribadi dan organisasional. Kondisi yang demikian ini menimbulkan reputasi yang bagus, karena tentu akan didukung oleh seluruh jajaran organisasi. Citra organisasi juga akan semakin kukuh dan positif dimata public dan khalayaknya.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Onong Unchana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, rosdakarya, bandung. 2002, Hal: 245-246

<sup>19</sup> Heri Budianto dan farid Hamid (ed). *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. (Jakarta:Kencana, 2011). Hlm. 208



Informasi juga merupakan salah satu sumber daya penting dalam organisasi karena hasil dari pengolahan data menjadi bentuk yang lebih berguna bagi penerima yang menggambarkan kejadian-kejadian nyata. Oleh karena itu, informasi digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Sehubungan dengan hal itu, informasi haruslah berkualitas. Menurut Burch dan Grudnitski, kualitas informasi ditentukan oleh tiga faktor, yaitu: relevansi, tepat waktu, dan akurasi. Informasi ini sebagai penunjang system informasi yang berbasis pada teknologi informasi.<sup>20</sup>

Informasi menurut Abdul Kadir, mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Penyebaran berasal dari kata dasar sebar. Penyebaran memiliki arti dalam kelas *nomina* atau kata benda sehingga penyebaran dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.

Penyebaran informasi adalah persepsi anggota organisasi mengenai jumlah berbagai informasi dalam organisasi yang diterima mereka atau persepsi anggota organisasi mengenai seberapa jauh pesan disebarkan melalui seluruh organisasi atau siapa yang mengetahui sesuatu tentang suatu pesan tertentu.<sup>21</sup>

Menurut sastropetro Penyebaran informasi adalah penyebaran pesan yang berisi fakta (data yang sesuai dengan kenyataan) sehingga menimbulkan penjelasan yang benar dan jelas serta menumbuhkan pengertian yang sama mengenai pesan yang disebarkan. Penyebaran informasi adalah data atau pesan yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan selain itu informasi berguna untuk membuat keputusan karena informasi menurunkan ketidak pastian atau

<sup>20</sup> *Sistem Informasi Dalam Berbagai Perspektif* (Bandung: Informatika Bandung, 2006) Cetakan Pertama, Hlm : 79

<sup>21</sup> Rachmat kriyantono. 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*: Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Hal: 318

meningkatkan pengetahuan informasi menjadi penting sekarang ini, termasuk informasi.

Penyebaran informasi yang efektif memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi:

- Pesan yang disebarakan haruslah disusun secara jelas, mantap, dan singkat agar mudah ditangkap.
- Lambang-lambang yang digunakan haruslah dapat dipahami, dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya jikalau akan menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang dapat dimengerti.
- Pesan disampaikan atau disebarakan hendaknya dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada si penerima pesan untuk melakukan sesuatu.
- Pesan-pesan yang disampaikan atau disebarakan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah, sekiranya ada masalah.

Model dari Katz dan Lazarsfeld lazim disebut dengan two step flow model of communication (model komunikasi bertahap dua), menjelaskan tentang pengaruh penyebaran informasi melalui media massa kepada khalayak. Dengan demikian proses pengaruh penyebaran informasi melalui media massa terjadi dalam dua tahap: pertama, informasi mengalir dari media massa ke para pemuka pendapat. Kedua, pemuka pendapat ke sejumlah orang yang menjadi pengikutnya.

Pola penyebaran informasi tidak selamanya berjalan secara dua tahap, tetapi dapat juga hanya satu tahap, atau lebih dari dua tahap, tergantung dari kondisi individu khalayaknya. Model ini kemudian disebut sebagai multi step flow communication atau komunikasi banyak tahap.

#### 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. Majalah

#### a. Pengertian Media Massa Cetak

Media massa adalah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas<sup>22</sup>. Dalam wikipedia free Encyclopedia, media massa merupakan istilah yang digunakan sebagai kelompok media yang secara khusus dirancang untuk dimanfaatkan oleh publik secara luas. Media massa merupakan media komunikasi yang memberikan kepada publik fakta, berita, opini, hiburan, dan berbagai informasi lainnya. Media ini dapat berbentuk cetak (koran, majalah, tabloid) dan elektronik (internet, televisi, film, radio, CD dan lain-lainnya). Menurut Tsabit, fungsi dari media massa antara lain sebagai berikut<sup>23</sup> :

- a. Kepentingan bisnis, seperti kepentingan penjualan produk, propaganda.
- b. Kepentingan dan komunikasi politik.
- c. Pendidikan.
- d. Hiburan.
- e. Jurnalistik.
- f. Pelayanan publik

Media massa merupakan salah satu saluran yang digunakan dalam komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan kegiatan komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak yang tidak dikenal<sup>24</sup>. Media terutama media massa berfungsi untuk tujuan instruksi di mana informasi yang terdapat dalam media itu harus melibatkan siswa baik dalam benak atau mental maupun

<sup>22</sup> T. May Rusdi, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat Internasional*, (Bandung ; Refika Aditama, 2005) hal: 15

<sup>23</sup> Iwan Hadi Saputro. 2008. *Upaya Meningkatkan Kualitas Pembelajaran PKn Melalui penggunaan Surat Kabar pada Pokok bahasan Pendidikan Antikorupsi di SMK Dr. Tjipto Semarang*. UNNES: Skripsi. Hal.22. (jurnal. Dikases pada tanggal 28 Januari 2018)

<sup>24</sup> Iwan Hadi Saputro. 2008. *ibid* Hal.23



dalam bentuk aktifitas yang nyata sehingga pembelajaran dapat berjalan dengan baik dan lancar.<sup>25</sup>

Media massa adalah suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar heterogen dan anonim melewati media cetak atau media elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Hal ini menunjukkan bahwa ada dua jenis media massa, yaitu: cetak (surat kabar dan majalah) dan media elektronik (televisi dan radio). Media cetak adalah media yang menggunakan alat teknik untuk memproduksi teks yang sama atau hampir sama dan kemudian disalin dalam jumlah yang besar.<sup>26</sup>

Media cetak merupakan jenis media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, atau foto dengan tata warna dan halaman putih. Media cetak merupakan dokumen atas segala yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya. Media cetak yang dipakai untuk memasang iklan adalah surat kabar dan majalah. Dalam media ini dikenal jenis iklan display, iklan baris, dan iklan advetorial.

Banyaknya jenis media cetak dibedakan dari bagaimana menyajikan berita-berita yang aktual, berita yang mengerti dan menjadi jawaban kebutuhan masyarakat sekarang. seperti apa perkembangannya dan bagaimana bentuk informasi yang diperlukan masyarakat pada umumnya. Begitu kuatnya persaingan di era modern membuat munculnya beragam jenis perusahaan media, termasuk yang menggawangi media cetak yang baru dan berusaha

<sup>25</sup> Azhar Arsyad. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005. Hal :19-21

<sup>26</sup> Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Edisi Kedua. Terjemahan oleh Agus Dharma & Aminuddin Ram*. 1994. Jakarta: Erlangga. Hal: 9



menerobos dunia pemasaran dengan penyajian sedemikian rupa yang tentunya memiliki keunggulan keunggulan tersendiri.

### **b. Klasifikasi, karakteristik dan fungsi majalah**

Majalah adalah sejenis surat kabar yang berbentuk buku yang diterbitkan secara berkala<sup>27</sup>. Majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topic aktual yang patut diketahui pembaca dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan dan sebagainya serta menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olah raga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu.<sup>28</sup>

#### 1) Klasifikasi Majalah

Majalah pada umumnya dikategorikan berdasarkan khalayak luas yang mereka layani:

- a) Majalah konsumen yaitu para pengiklan tidak memilih majalah sebagai media sesering yang mereka lakukan dengan produk berdaya tarik.
- b) Majalah bisnis yaitu majalah bisnis diarahkan kepada para pembaca bisnis. Terdapat beberapa tipe majalah bisnis. Majalah industri yang diarahkan kepada para pelaku manufaktur, majalah perdagangan yang diarahkan kepada para perantara, dan majalah professional yang diarahkan kepada profesi spesifik.
- c) Majalah pertanian yaitu majalah yang diarahkan kepada para petani dan keluarga-keluarga mereka atau kepada perusahaan-perusahaan yang memproduksi atau menjual peralatan, pasokan, dan jasa pertanian.

<sup>27</sup> Tim Pandom Media, Kamus lengkap Bahasa Indonesia, 2011. Hal : 249

<sup>28</sup> Tim Pandom Media, ibid. Hal : 698

## 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) Majalah komputer/ internet yaitu majalah yang ditargetkan kepada para pengguna komputer dan internet.
  - e) Majalah online yaitu majalah yang diperluas dari situs web site.
- 2) Karakteristik Majalah

Majalah merupakan media yang paling simple organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap kelompok masyarakat, dimana mereka dapat dengan leluasa dan luwes menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya. Meskipun sama-sama sebagai media cetak, majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik tersendiri, seperti :

- a) *Penyajian lebih dalam*, Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan. Majalah berita biasanya terbit mingguan, sehingga para reporternya punya waktu yang cukup lama untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa. Kuncinya adalah berita-berita dalam majalah disajikan lebih lengkap, karena dibubuhi latar belakang peristiwa atau unsure why dikemukakan secara lengkap, begitu pula peristiwanya unsure how dikemukakan secara kronologis.
- b) *Nilai aktualitas lebih lama*, Apabila nilai aktualisasi surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualisasi majalah bisa satu minggu. Sebagaimana yang kita alami bersama, bahwa dalam membaca majalah tidak pernah tuntas sekaligus. Dengan demikian, majalah mingguan baru tuntas kita baca dalam tempo tiga atau empat hari
- c) *Gambar/foto lebih baik*, Jumlah halaman majalah lebih banyak, serta kualitas kertas yang digunakan juga lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik tersendiri, apalagi

#### 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.

apabila foto tersebut sifat eksklusif. Daya tarik foto sangat besar bagi pembacanya, karena itu promosi majalah edisi terbaru seringkali menonjolkan foto.

d) *Cover (sampul) sebagai daya tarik*, Di samping foto, sampul majalah juag merupakan daya tarik tersendiri. Cover majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik pula. Menari tidaknya cover suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi majalah tersebut dalam menampilkan cirri khasnya.

### 3) Fungsi Majalah

Mengacu pada sasaran khalayaknya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah wanita dewasa *Femina*, meskipun isinya relatif menyangkut berbagai informasi dan tips masalah kewanitaan, lebih sifat menghibur. Fungsi informasi dan mendidik mungkin menjadi prioritas berikutnya.

### c. Majalah Dinamis

Majalah *Dinamis* adalah majalah internal Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau yang terbit sekali sebulan. Majalah ini berdiri pada tahun 2006. Hingga saat ini Majalah *Dinamis* sudah berdiri lebih dari 12 tahun. Melalui Majalah *Dinamis* yang diterbitkan tiap bulan selalu mencoba merangkul segala kegiatan Kementerian Agama yang disajikan dalam bentuk pemberitaan maupun foto berita sebagai kontribusi dalam dinamika Dakwah, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang mendidik dan mencerahkan bagi siapapun. Majalah *Dinamis* untuk saat ini di cetak sebanyak 800 eksemplar dan disebarakan ke Kantor Kementerian Agama Republik Indonesia sebanyak 26 eksampler, seluruh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi se-Indonesia (32 Provinsi) sebanyak 64



eksamplar. Untuk penyebaran di dalam Provinsi Riau diedarkan kepada seluruh Kantor Wilayah Kementerian Agama Kabupaten Kota Provinsi Riau sebanyak 480 eksemplar. Instansi atau Dinas Pemerintahan yang tersebar di Provinsi Riau sebanyak 34 eksemplar, serta Sekolah dan Universitas yang berada dibawah naungan Kementerian Agama sebanyak 50 eksemplar. Majalah Dinamis dikelola oleh Inmas (Informasi dan Humas) Kantor Kementerian Agama Provinsi Riau.

Struktur Majalah Dinamis Berdasarkan Lampiran Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau Nomor Tahun 2018 :

Pengarah :

Drs. H. Ahmad Supardi, MA

Penanggung Jawab :

Drs. H. Mahyudin, MA

Redaktur :

Dedi Sahrul S.Kom, M.SI

Hj. Musdalifah, S.Sos

Vethria Rahmi, S.Sos.I

Belendina Sintiana Simamora, S.Th

Penyunting / Editor :

Ady Yuliandi ST

H. Syariato, S. PdI

Afneti, BA

Nofrian Eka Tresna, ST

Athie Fariza

Desain Grafis dan Fotografer :



H. muliardi, M.Pd  
 Anasri, S. Ag, M.Pd  
 Dra. Rauzaimah Auda  
 Ermiza Novwam SE  
 Namira  
 Sekretariat:  
 Raja Usman  
 Budi Setiawan

## B. Kajian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lela Sari Ritonga (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) dengan judul Respon Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Terhadap Cerpen X- Presi Riau Pos. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan tujuan bagaimana respon mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi terhadap cerpen X-Presi Riau Pos dan faktor apa saja yang mempengaruhi respon mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi terhadap cerpen X-Presi Riau Pos. dengan hasil penelitian bahwa respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap cerpen X-Presi Riau Pos adalah baik, hal ini terbukti dari hasil analisa data yaitu 69,75%.

Dengan demikian sebagai bahan memperkuat penulis menulis judul yang mirip, namun lokasi, objek dan subjeknya berbeda. Peneliti lebih kepada respon Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Terhadap Cerpen X-Presi Riau Pos.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sumaini (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) dengan judul Respon Siswa Man I Pekanbaru Terhadap Halaman X-Presi Harian Riau Pos. Penelitian ini menggunakan metode

## 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.

deskriptif kuantitatif dengan tujuan bagaimana bagaimana respon pasar yang dalam hal ini penulis mengambil responden Siswa MAN I Pekanbaru terhadap halaman X-presi Riau Pos. dengan hasil penelitian bahwa dapat disimpulkan semua indikator  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena nilai chi-square hitung lebih besar dari chi-square tabel. Maka dapat diketahui, terdapat respon yang kuat antara Siswa MAN I terhadap halaman X-Presi Riau Pos, hal ini terlihat dari semua indikator yang diterima.

Dengan demikian sebagai bahan memperkuat penulis menulis judul yang mirip, namun lokasi, objek dan subjeknya berbeda. Peneliti lebih kepada Respon Siswa Man I Pekanbaru Terhadap Halaman X-Presi Harian Riau Pos.

### C. Konseptual dan Operasional

Konsep definisi konseptual dan definisi operasional diperlukan untuk memudahkan penulis dalam meneliti suatu penelitian ilmiah. Definisi konsep itu terbagi menjadi dua yaitu definisi konseptual (konstitutif) dan definisi operasional.

Definisi konsep ini diperlukan untuk pengukuran variabel yang abstrak atau yang tidak mudah terhubung dengan fakta. Bahasan pertama adalah definisi konseptual yang merupakan pernyataan yang mengartikan atau memberi makna suatu konsep atau istilah tertentu. Definisi konseptual merupakan penggambaran secara umum dan menyeluruh yang menyiratkan maksud dari konsep atau istilah tersebut, bersifat konstitutif (merupakan definisi yang disepakati oleh banyak pihak dan telah dibakukan di kamus bahasa), formal dan mempunyai pengertian yang abstrak.

Sementara itu, definisi operasional adalah memberikan pengertian terhadap konstruk atau variabel dengan menspesifikasikan kegiatan atau tindakan yang diperlukan peneliti untuk mengukur atau memanipulasinya. Definisi operasional juga bisa didefinisikan sebagai serangkaian langkah-langkah prosedural dan

## 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.

sistematis yang menggambarkan kegiatan demi mendapatkan eksistensi empiris dari suatu konsep.

Definisi operasional ini merupakan jembatan antara tingkat konseptual yang bersifat teoritis dengan tingkat pengamatan yang bersifat empiris. Sehingga kemudian keduanya bisa dicari titik temunya. Namun dalam penelitian kualitatif, definisi operasional, bahkan dalam model penelitian tertentu, tidak perlu digunakan, karena penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk mengukur variabel. Jika penelitian kualitatif mencantumkan definisi operasional, maka peneliti telah membatasi subjek penelitian, batasan untuk berpendapat atau penggambaran pengalaman dari subjek penelitian. Di posisi ini ia telah menggunakan prespektif etik dan bukanlah prespektif emik (perspektif yang menjadi ciri penelitian kualitatif).

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk menjabarkan dalam bentuk nyata kerangka teoritis, karena kerangka teori masih bersifat abstrak juga belum sepenuhnya dapat diukur di lapangan, untuk itu perlu di operasionalkan agar lebih mudah.

Adapun operasional variabelnya ditunjukkan dengan indikator respon pegawai terhadap penyebaran informasi pada majalah dinamis maka penulis membuat skematis kerangka operasional dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2.1

Tabel Operasional Variabel

Variabel	Sub. Variabel	Indikator	Skala
Respon	Kognitif	pengetahuan pegawai tentang majalah dinamis sebagai media penyebaran informasi	likert

## 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.

	Afektif	perasaan pegawai terhadap majalah dinamis sebagai media penyebaran informasi	Likert
	Psikomotorik	perilaku pegawai terhadap majalah dinamis.	Likert
Penyebaran informasi	Jenis informasi	pegawai mengerti dengan informasi yang disampaikan melalui majalah dinamis	Likert
		Pesan yang disebarkan haruslah disusun secara jelas, mantap, dan singkat agar mudah ditangkap.	Likert
		Lambang-lambang yang digunakan haruslah dapat dipahami, dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya jikalau akan menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang dapat dimengerti.	Likert
		Lambang-lambang yang digunakan haruslah dapat dipahami, dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya jikalau akan	Likert



#### 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.

	menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang dapat dimengerti.	
	Pesan-pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah, sekiranya ada masalah.	Likert

#### D. Hipotesis

Menurut Soeratno dalam Rosady Ruslan, hipotesis (hypothesis) adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya.<sup>29</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ha : Adanya respon positif pegawai terhadap majalah dinamis di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.

Ho : Tidak adanya respon positif pegawai terhadap majalah dinamis di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.

<sup>29</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hal: 159