

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Deskripsi Pustaka

#### 1. Respon

##### a. Pengertian Respon

Respon adalah akibat atau dampak berupa reaksi fisik terhadap stimulus. Respon adalah pemindahan atau pertukaran informasi timbal balik dan mempunyai efek. Respon merupakan reaksi penolakan atau persetujuan dari diri seseorang setelah menerima pesan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa respon merupakan kecenderungan seseorang untuk memberikan pemusatan perhatian pada sesuatu diluar dirinya karena ada stimuli yang mendorong.

Respon bisa juga diartikan sebagai tanggapan, reaksi, atau jawaban. Tanggapan adalah bayangan atau kesan kesenangan dari apa yang pernah diamati atau dikenali. Reaksi merupakan segala bentuk aktivitas individu yang dibangkitkan oleh stimulus. Sedangkan jawaban adalah sesuatu yang muncul karena adanya suatu pertanyaan. Tanggapan sebagai salah satu fungsi jiwa yang pokok dan dapat diartikan sebagai gambaran ingatan dalam obyek yang telah diamati dan tidak berada dalam ruang waktu pengamatan. Jadi jika proses pengamatan sudah berhenti yang ada hanyalah kesannya saja.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa respon muncul dari adanya proses berpikir dan memperhatikan terhadap obyek, adanya proses tersebut maka menimbulkan kesadaran individu terhadap objek. Pada tahap ini individu akan memberikan perhatian lebih tentang sesuatu yang disukainya sesuai dengan pengalaman yang di dapatkan, dan ia sadar terhadap objek yang dihadapi tersebut. Perhatian disini artikan sebagai proses mental ketika atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Setelah individu menangkap stimulus, maka proses selanjutnya adalah menyimpan dalam ingatan mereka. Proses

psikologi ini lazim dikenal sebagai memori, yang merupakan system yang sangat berstruktur yang dapat menyebabkan organism sanggup merekam fakta. Secara secara singkat memori melewati tiga proses, yaitu: perekam, penyimpan, dan pemanggil.

- 1) Perekam adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera sikrit sarap internal.
- 2) Penyimpanan merupakan proses menentukan beberapa lama informasi itu berada dalam ingatan.
- 3) Pemanggil merupakan proses mengingat kembali informasi yang telah di simpan.

Pada tahap akhir, ia menyimpan dalam ingatannya dan dijadikan pengetahuan. Proses selanjutnya akan timbul perasaan suka atau tidak saja terhadap obyek. Kemudian individu akan menyeleksi dan memilih untuk kemudian diyakini dari apa yang sudah dipilih

#### **b. Macam-macam Respon**

Secara umum akibat atau hasil mencakup tiga aspek, yaitu: Kognitif, Afektif, Konatif. Efek kognitif berhubungan dengan pengetahuan yang melibatkan proses berfikir, memecahkan masalah, dan dasar keputusan. Efek afektif berhubungan dengan rasa suka atau tidak suka, opini, sikap. Sedangkan efek kognitif berhubungan dengan perilaku atau tindakan.

Berdasarkan teori yang dikutip dari psikologi komunikasi karangan Jalaluddin Rahmat. Respon di bagi menjadi tiga yaitu :

- 1) Respon kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Respon ini berkaitan dengan dengan tranmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
- 2) Respon afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Respon ini ada hubungan dengan emosi, sikap, atau nilai.

- 3) Respon behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan perilaku.

Dari beberapa respon diatas yang diartikan sebagai tanggapan dapat dibedakan berdasarkan alat indera yang digunakan, menurut terjadinya maupun menurut lingkungannya. Agus Sujanto mengemukakan macam-macam tanggapan sebagai berikut :

- 1) Tanggapan menurut indera yang mengamati antara lain:
  - a) Tanggapan audit yaitu tanggapan terhadap apa-apa yang telah di dengarkan, baik berupa suara, ketukan.
  - b) Tanggapan visual yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dilihatnya.
  - c) Tanggapan perasa yaitu tanggapan sesuatu yang dialami oleh dirinya.
- 2) Tanggapan menurut terjadinya, antara lain:
  - a) Tanggapan ingatan adalah ingatan masa lalu, artinya tanggapan terhadap sesuatu yang sudah terjadi
  - b) Tanggapan fantasi adalah tanggapan rasa masa kini, artinya tanggapan terhadap sesuatu yang sudah terjadi.
  - c) Tanggapan pikiran adalah tanggapan rasa masa datang atau tanggapan terhadap sesuatu yang sudah terjadi.

## 2. Radio

### a. Pengertian Radio

Radio merupakan sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Melalui udara, gelombang elektromagnetik ini merambat lewat ruang angkasa yang hampa udaranya, dikarenakan gelombang ini

tidak memerlukan sebuah medium pengangkut seperti halnya molekul udara.<sup>1</sup>

Anwar Arifin menjelaskan bahwa dalam bahasa Inggris radio juga dikenal sebagai *broadcasting* (broad: luas) yang mana dapat dipahami sebagai pemancaran. Dengan begitu, masyarakat dapat mendengarkan segala sesuatu yang disiarkan oleh radio, baik itu program berita, musik, pidato, puisi, drama dan dakwah. Oleh karena itu dapat menyentuh khalayak yang luas sesuai dengan sifatnya yang. Radio juga tergolong dalam media komunikasi massa atau biasa disebut dengan media massa, karena merupakan pesawat penerima siaran radio.<sup>2</sup>

Sebuah stasiun penyiaran radio, tentunya terdapat suatu konsep yang digunakan dalam operasionalnya. Salah satu konsep tersebut adalah konsep *radio for society* yang mengemban peranan sosial sesuai dengan kapasitas media public melalui beberapa tingkatan. Tingkatan pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Kedua, radio juga sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. Ketiga, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Keempat, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. Fungsi tersebut dapat dijalankan secara masif, namun ada pula yang hanya beberapa saja, yang mana tujuan akhirnya melahirkan konsistensi dan peran yang optimal.<sup>3</sup>

Jadi menurut Peneliti, Radio merupakan sebuah pesawat penerima pancaran gelombang siaran baik *frequency modulation* maupun *amplitude modulation*, yang berguna untuk mendapatkan informasi, hiburan, maupun pengetahuan dari suatu stasiun dan memiliki

---

<sup>1</sup> Asep Syamsul M Romli, *Basic Announcing: Dasar- Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), 12.

<sup>2</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 108.

<sup>3</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2006), 3.

ciri khas yaitu auditif, dapat dikonsumsi telinga atau pendengar.

**b. Jenis Stasiun Radio**

Sekretaris Negara Republik Indonesia mengundangkan undang-undang tentang penyiaran no. 32 Tahun 2002 dan disetujui oleh presiden Indonesia kala itu, membagi jenis stasiun penyiaran menjadi empat jenis yang berlaku dalam penyiaran radio maupun televisi. Diantara jenis stasiun penyiaran tersebut yaitu; stasiun penyiaran swasta, stasiun penyiaran berlangganan, stasiun penyiaran publik, serta stasiun penyiaran komunitas.<sup>4</sup> Stasiun penyiaran tersebut memiliki fungsi masing-masing yang diterapkan dalam operasionalnya. Selain itu stasiun penyiaran tersebut bersifat berbeda terhadap yang lain, yaitu komersial dan non-komersial, yang mana stasiun penyiaran swasta dan berlangganan merupakan stasiun yang mencari keuntungan (komersial), sementara stasiun penyiaran public dan komunitas termasuk dalam kategori tidak mencari keuntungan (non-komersial) yang menjadi bagian penting dalam system penyiaran di Indonesia.

1) Stasiun Swasta

Sesuai dengan ketentuan dalam perundang-undangan penyiaran telah disebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran dengan kategori komersial dalam bentuk badan hukum Indonesia, yang mana bidang tersebut hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan televisi. Stasiun penyiaran ini didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dalam hal penayangan iklan dan usaha sah yang berhubungan dengan penyelenggaraan penyiaran.

2) Stasiun Berlangganan

Stasiun penyiaran berlangganan hanya terdapat pada televisi. Konsepsi pembiayaan media penyiaran berlangganan hampir menyerupai

---

<sup>4</sup> Pasal 13, *Undang-Undang Penyiaran* No. 32 Tahun 2002.

dengan stasiun penyiaran swasta. Yaitu dengan menyelenggarakan penyiaran tentang iklan, serta usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.<sup>5</sup>

### 3) Stasiun Komunitas

Sebuah stasiun penyiaran yang berstatus sebagai radio komunitas, harus memiliki badan hukum Indonesia yang independen dan tidak bersifat komersial. Selain itu daya yang dipancarkan juga rendah sehingga jangkauan wilayahnya juga terbatas dalam melayani anggota komunitasnya. Komunitas ini terdiri dari sekumpulan orang-orang atau kelompok yang bermukim atau bertempat tinggal dan berinteraksi di lingkungan komunitas atau wilayah tertentu. Stasiun penyiaran komunitas didirikan bukan karena untuk mencari keuntungan, baik itu dari penyiaran iklan atau usaha sah, melainkan bertujuan untuk mendukung kegiatan komunitas yang dibentuk.

### 4) Stasiun Publik

Kategori stasiun penyiaran yang keempat adalah stasiun publik. Stasiun publik itu sendiri juga terbentuk dalam badan hukum Indonesia, stasiun ini bersifat independen, objektif, tidak bersifat komersial, dan berfungsi menyediakan layanan untuk kepentingan masyarakat. Pembiayaan stasiun penyiaran ini langsung ditangani oleh pemerintah, dan siarannya ditujukan untuk masyarakat Indonesia. Stasiun penyiaran publik terdiri Radio Republik Indonesia (RRI).

### 5) Sifat Pendengar Radio

Pendengar radio merupakan obyek yang menjadi target radio dalam menyiarkan program acaranya. Kegiatan memancarkan gelombang radio dalam menyiarkan program dikatakan efektif, jika pendengar merasa tertarik perhatiannya,

---

<sup>5</sup> Morisan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), 88-105.



mengetahui dan terdorong hatinya untuk melaksanakan suatu hal yang diinginkan oleh penyiar. Ada beberapa sifat pendengar radio siaran yang menentukan gaya bahasa, yaitu:

- a) Heterogen, yaitu mana pendengar adalah publik, atau sejumlah orang banyak dan terdiri dari berbagai unsure yang berbeda sifat atau jenis, serta beraneka ragam. Dalam hal ini pendengar radio diklasifikasikan menjadi berbagai golongan, dari mulai jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan.
- b) Pribadi, sifat pendengar ini muncul dikarenakan pendengar berada dalam kondisi yang beraneka ragam, berpencar-pencar, dan umumnya dirumah, maka suatu pesan yang diterima dari radio akan mudah dimengerti kalau sifatnya pribadi (personal) sesuai dengan situasi dimana pendengar berada.
- c) Aktif, sifat aktif pendengar ini muncul setelah mendengarkan pesan yang disampaikan penyiar melalui pesawat radio. Pendengar mulai terbiasa mengetahui pesan yang disampaikan dan memahamkan dirinya sendiri maupun untuk orang lain.
- d) Selektif, sifat ini muncul ketika pendengar sudah mulai mengetahui program acara atau pesan yang disajikan oleh penyiar radio. Dalam hal ini pendengar mulai memilah-milah program siaran yang disukai entah itu dari segi penyajian program oleh penyiar, stasiun radio, maupun program acara itu sendiri. Maka dari itu manajemen penyiaran sangat penting untuk stasiun radio manapun dalam penyajian program-program terbaiknya demi menarik perhatian pendengarnya.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Onang Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1991), 85-86.

Jika melihat jenis radio diatas, maka radio Yespeace FM merupakan radio komunitas. Radio komunitas berfungsi untuk mencukupi kebutuhan atau kepentingan komunitasnya, sesuai pasal 21 ayat 1 UU No. 32 tahun 2002 tentang radio komunitas yang harus berbadan hukum, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, berdaya pancar rendah, jangkauan terbatas dan melayani kepentingan komunitasnya. Pengertian senada tentang radio komunitas, radio komunitas adalah suatu stasiun radio yang beroperasi di suatu lingkungan, wilayah atau daerah tertentu yang diperuntukkan khusus bagi warga setempat, berisi acara dengan dengan ciri utama informasi daerah setempat (*local content*), diolah dan dikelola warga setempat. Wilayah yang dimaksud bisa didasarkan atas faktor geografi (kategori teritori, Kota, Desa), Wilayah kepulauan, bisa juga berdasarkan kumpulan masyarakat tertentu yang bertujuan sama dan karenanya tidak harus tinggal di suatu geografis tertentu.

Secara sederhana radio komunitas dapat didefinisikan sebagai “Masyarakat berbicara kepada masyarakat.” Radio Komunitas memiliki tiga ciri yaitu: Pertama, keikutsertaan Komunitas, dalam arti, keterlibatan warga dapat dilihat pada proses pendirian, pengelolaan serta evaluasi dan *monitoring* sebuah stasiun radio komunitas. Awal mula radio komunitas ini lahir dari sebuah kelompok atau komunitas yang membutuhkan sebuah ruang untuk menyalurkan bakat kesenian, berbincang-bincang, maupun menyampaikan pendapat untuk kepentingan dari komunitasnya. Kedua, kejelasan komunitasnya, ciri ini mengacu pada radio komunitas memiliki khalayak yang jelas, yaitu warga yang berdiam di wilayah tertentu. Pasal 21 UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran menjelaskan salah satu dasar keberadaan suatu stasiun radio komunitas adalah adanya pelayanan terhadap warga yang berdiam di suatu wilayah



tertentu. Ketiga, wilayah cakupan terbatas, artinya, radio komunitas melakukan siaran untuk melayani kepentingan komunitas yang berada dalam jangkauan siarannya. Tentang wilayah tertentu tidak menunjuk pada wilayah administratif.

Wilayah jangkauan dari siaran radio komunitas, sedikit banyak harus memperhatikan kemungkinan-kemungkinan yang muncul dari keterlibatan aktif anggota komunitasnya. Jangkauan yang luas seringkali menyulitkan partisipasi komunitas. Pembatasan wilayah harus dilihat sebagai cara untuk memperbesar peluang partisipasi komunitas dalam pengelolaan radio komunitas. Keberadaan media komunitas memiliki beberapa fungsi, yaitu :

- 1) Menyuguhkan dan mendukung budaya maupun identitas lokal
- 2) Menciptakan pertukaran opini secara bebas di media
- 3) Menyajikan program yang variatif
- 4) Merangsang demokrasi dan dialog
- 5) Menjunjung pembangunan dan perubahan sosial
- 6) Memperkenalkan masyarakat madani
- 7) Mendorong hadirnya pemerintahan yang baik (*good governance*)
- 8) Merangsang partisipasi melalui penyebaran informasi dan inovasi
- 9) Menyediakan kesempatan bersuara bagi yang tidak memiliki kesempatan
- 10) Berfungsi menghubungkan komunikasi di komunitas (*community telephone service*)
- 11) Memberi kontribusi pada variasi kepemilikan penyiaran
- 12) Menyediakan SDM bagi industry penyiaran

Selain fungsi tersebut, radio juga berfungsi sebagai informasi, pendidikan, pengarah, kontrol sosial dan hiburan.<sup>7</sup>

### c. Karakteristik Radio

Radio sebagai media massa memiliki beberapa keunikan tersendiri. Adapun keunikan radio sebagai media massa adalah sebagai berikut:

- a) Publisitas. Dalam hal ini radio bersifat advertensi dan dapat diakses oleh siapapun, seperti khalayak maupun individu. Kebebasan pengaksesan radio tidak dikenai batasan antara yang boleh dan tidak boleh mendengarkannya.
- b) Universalitas. Radio sebagai media massa memiliki keumuman dalam menyiarkan program. Mulai dari pesan moral yang disampaikan, sampai dengan nilai yang dapat diambil dari sebiah kehidupan, terjadinya peristiwa, yang bersifat sebagai kepentingan khalayak ramai.
- c) Periodisitas. Suatu manajemen dengan system yang berkala maupun tetap. Hal ini berhubungan dengan jadwal siaran suatu radio, yang dikelompokkan dalam waktu harian maupun mingguan. System ini nantinya akan ditetapkan dan disajikan sesuai dengan peraturan yang telah diputuskan, misalnya mengenai waktu mengudara dari radio itu sendiri. Misalnya radio yang mengudara 20 jam setiap hari..
- d) Kontinuitas. Berarti suatu radio memiliki kelangsungan dalam mengudara, dan bersifat terus menerus mengudara, selama tidak ada suatu permasalahan.
- e) Aktualitas. Suatu stasiun penyiaran radio harus mengedepankan informasi yang *up to date*, terhadap peristiwa maupun proram yang disiarkan kepada masyarakat. Hal tersebut merupakan bentuk respons yang cepat mengenai informasi yang

---

<sup>7</sup> Ratih Siti Aminah, Peran Radio Komunitas Dalam Komunikasi Pembangunan (Ruang Terbatas Di Langit Terbuka), (*Journal Wahana*, Vol. 1, No. 10), 63-64.

beredar dan disampaikan kepada masyarakat, tentunya harus sesuai dengan kode etik dan kaidah penyiaran.<sup>8</sup>

#### d. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Lembaga penyiaran seperti radio tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri dalam menyampaikan informasi. Hal tersebut erupakan konsekuensi yang harus diterima selama beroperasi. faktor-faktor kelebihan untuk menyampaikan beragam informasi termasuk tentang ajaran Islam.

- a) Radio bersifat langsung. Untuk mencapai target yang diinginkan, dengan sasaran pendengar, radio tidak mengalami proses yang berbelit-belit dalam menyampaikan informasi. Lain halnya dengan penyebaran informasi dengan media cetak seperti pada majalah, surat kabar, pamphlet, dan lain sebagainya.
- b) Radio menembus jarak dan rintangan. Siaran radio baik itu komunitas maupun komersial, memanfaatkan pemancaran gelombang melalui udara. Sehingga pemancaraan tersebut tidak terhalangi oleh jarak, selama terdapat wilayah jangkauan siaran yang telah ditentukan oleh pemerintah. Sesuai dengan jangkauan wilayah siaran radio tersebut, maka pemancarannya pun juga tidak mengenal kontur tanah maupun letak geografisnya.
- c) Radio memiliki daya tarik yang kuat. Salah satu upaya yang dilakukan oleh stasiun penyiaran radio yakni bagaimana dapat menarik perhatian dan minat dengar masyarakat. Maka dari itu supaya radio menjadi menarik, perlu dilakukan upaya untuk memberikan sajian music, penyampaian bahasa yang mudah dipahami, serta *effect* suara yang dapat dikenal oleh masyarakat. Hal itu dilakukan karena sebagian dari masyarakat mendengarkan siaran radio sambil bersantai,

---

<sup>8</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: NUANSA, 2009), 18-19.

misalnya duduk, bercengkrama dengan keluarga, makan, dan lain sebagainya.<sup>9</sup>

Radio, di samping memiliki kelebihan juga mempunyai kelemahan. Adapun diantara kelemahannya:

- a) Selintas, *at once*. Siaran radio dapat didengarkan dengan seketika, artinya siaran tersebut tidak dapat diulang atau dihentikan, karena melalui penyiaran langsung oleh seseorang. Sehingga mengaksesnya tidak seperti membaca surat kabar atau majalah yang dapat dibaca dan diulang sesuai dengan keinginan hati.
- b) Global, informasi tentang suatu peristiwa yang disampaikan juga bersifat umum. Artinya apa yang disampaikan oleh penyiar tidak mendetail seperti yang ada pada surat kabar, sehingga dapat menimbulkan kesalahpahaman atau informasi yang kurang akurat.
- c) Batasan waktu, waktu *on air* sebuah radio komunitas relatif terbatas, hal itu mengingat statusnya sebagai stasiun penyiaran komunitas. Waktu siaran dari radio komunitas sesuai dengan jadwal siaran yang telah ditentukan atau sesuai dengan periodisitas. Seperti siaran yang kurang dari 24 jam, tentu berbeda dengan surat kabar yang dapat menambah halaman sesuai yang diinginkan oleh pimpinan redaksi. Akibatnya program acara yang disukai oleh masyarakat terbentur oleh waktu, sehingga penyiarannya pun juga dianggap kurang lama.
- d) Linier (urutan), program siaran yang tersaji harus berdasarkan urutan yang telah disusun, sehingga tidak bisa untuk meloncat-loncat kontennya seperti yang tertuang dalam surat kabar. Dalam surat kabar pembaca bebas untuk memulai dari mana saja yang mereka sukai.

---

<sup>9</sup> Onang Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 145.

- e) Mengandung gangguan, seperti timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis “*channel noise factor*”.
- f) Lokal, media radio ini bersifat lokal, yang mana hanya di daerah yang ada frekuensinya.<sup>10</sup>

### 3. Kegamaan

#### a. Pengertian Kegamaan

Pengertian agama sendiri berasal dari bahasa Sanskerta yang mempunyai arti “tidak kacau”. Sedangkan kata agama itu sendiri diambil dari dua akar suku kata, yaitu “a” yang berarti tidak, dan “gama” yang berarti kacau.<sup>11</sup> Jika mengacu pengertian dari kata agama, maka dapat diketahui bahwa arti dari agama yang sesungguhnya yaitu aturan atau tatanan untuk mencegah kekacauan dalam kehidupan manusia.<sup>12</sup> Sedangkan kata “keagamaan” berasal dari kata dasar “agama” yang mendapat awalan “ke-“ dan akhiran “-an”. Agama itu sendiri mempunyai arti kepercayaan kepada Tuhan, ajaran kebaikan yang bertalian dengan kepercayaan.<sup>13</sup> Jadi keagamaan mempunyai arti segala sesuatu dalam kehidupan yang didasarkan pada nilai-nilai agama, yang diyakini agar tidak terjadi kekacauan. Di dalam kehidupan sehari-hari, yang dimaksud dengan keagamaan ialah suatu kegiatan yang dilaksanakan berdasarkan dengan tuntunan agama dan disampaikan oleh tokoh yang mengerti tentang agama, dalam kehidupan masyarakat dan dijalankan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>14</sup>

#### b. Siaran Kegamaan

Ditinjau dari segi teoritis, siaran keagamaan merupakan program dari media penyiaran yang

---

<sup>10</sup> Asep, *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*, 21.

<sup>11</sup> Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002) 13.

<sup>12</sup> Harun Nasution, *Islam; Ditinjau dari Berbagai Aspek*, (Jakarta: UI, 1979) 9.

<sup>13</sup> Dewi S. Baharta, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Bintang Terang, 1995) 4.

<sup>14</sup> Jalaluddin, *Pengantar Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta : Kalam Mulia, 1993) 56.

terkhusus menyiarkan siaran keagamaan yang bertujuan untuk lebih mendekatkan para pendengarnya kepada Allah swt. Sebelum lebih jauh membahas mengenai siaran keagamaan, terlebih dahulu perlu kita ketahui mengenai pedoman perilaku penyiaran. Adapun dijelaskan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 BAB V pasal 48 tentang pedoman perilaku penyiaran bahwa:

- a) Pedoman perilaku penyiaran bagi penyelenggaraan siaran ditetapkan oleh KPI
- b) Pedoman perilaku penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) disusun dan bersumber pada :
  - 1) Nilai-nilai agama, moral dan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
  - 2) Norma-norma lain yang berlaku dan diterima oleh masyarakat umum dan lembaga penyiaran
- c) KPI wajib menerbitkan dan mensosialisasikan pedoman perilaku penyiaran kepada Lembaga Penyiaran dan masyarakat umum.
- d) Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang sekurang kurangnya berkaitan dengan:
  - 1) Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan
  - 2) Rasa hormat terhadap hal pribadi
  - 3) Kesopanan dan kesusilaan
  - 4) Pembatasan adegan seks, kekerasan dan sadisme
  - 5) Perlindungan terhadap anak-anak, remaja dan perempuan
  - 6) Penyiaran program dalam bahasa asing
  - 7) Ketepatan dan kenetralan program berita
  - 8) Siaran langsung
  - 9) Siaran iklan
- e) KPI memfasilitasi pembentukan kode etik penyiaran. Pembentukan kode etik penyiaran merupakan suatu hal yang sangat penting, karena akan menjadi pedoman oleh anggota penyiaran



dalam menyiarkan suatu program. Poin di atas disebutkan agar setiap lembaga penyiaran untuk tetap berlandaskan kepada nilai-nilai agama dan moral dalam membuat program yang disiarkan.<sup>15</sup>

**c. Siaran Radio dalam Membangun Citra Keagamaan**

teknologi informasi telah berkembang dengan pesat di era industry 4.0, hal itu hndaknya menjadikan media massa mampu menyuguhkan informasi, hiburan, atau pengetahuan yang positif untuk masyarakat sebagai sasaran media dalam membentuk citra yang positif. Media massa berupa radio dalam penyiarannya akan dapat membentuk citranya tersendiri, baik dari khalayak sasaran maupun masyarakat umum. Program acara yang bernilai positif meliputi pendidikan keagamaan, seperti pengajian umum, maupun ceramah agama, akan turut menciptakan citra yang baik dari pendengar asalkan yang disampaikan sesuai dengan tuntunan yang ada. Jika dalam penyajian siaran keagamaan tersebut, maka dapat dipastikan masyarakat akan mengetahui bahwa media radio itu merupakan radio yang menyiarkan program acara religi.

Ketika melihat di negara Barat, maka akan banyak menemukan radio atau televisi yang memiliki siaran misi religi dan diselenggarakan oleh perkumpulan keagamaan. Seperti siaran yang ada di Philipina, ada radio yang menyiarkan program acara yang dapat dikatakan sebagai misi agama Islam, radio tersebut yaitu; Attahiriyah dan Assyafiyah. Kemudian bila melihat di Indonesia, sudah terdapat stasiun radio yang menyiarkan program tentang agama tertentu. Seperti radio Dakta, dan radio MQ FM. Radio tersebut, mulai merambah di berbagai kota hingga kini, dan

---

<sup>15</sup> Masduki, *Regulasi Penyiaran: dari Otoriter ke Liberal* (Yogyakarta: LKiS, 2007), 256.

termasuk radio yang menyajikan program acaranya seratus persen sarat akan nilai-nilai Islam.<sup>16</sup>

Hampir seluruhnya radio yang ada di Indonesia menyajikan program siaran yang berbentuk informasi, pendidikan, pengetahuan, dan hiburan. Tercatat dalam sejarah bahwa siaran keagamaan terbentuk pada masa kebangkitan orde baru, ketika radio republik Indonesia divisi Jakarta, menyajikan program acara “kuliah subuh” yang diselenggarakan oleh Alm. Buya Hamka. Program acara tersebut dapat dikenal oleh masyarakat, karena radio swasta juga turut menyajikan program tersebut, demi membangun citra sebagai radio religi di mata masyarakat.

Bentuk siaran keagamaan menurut Wahyudi mengemukakan bahwa ketika menyampaikan pesan dakwah melalui radio dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1) Siaran Tunda

Siaran ini dilakukan oleh manajemen radio secara tidak langsung kepada khalayak atau masyarakat, namun isi pesan tersebut akan disampaikan pada waktu yang telah ditentukan setelah masuk pada proses *editing* terlebih dahulu.

2) Siaran Langsung

Siaran ini dilakukan secara langsung kepada khalayak atau masyarakat pada waktu yang sama, komunikator atau pengisi acara dapat menyampaikan pesan secara langsung dengan pendengar. Seperti komunikator memberikan penjelasan atau pesan dengan menggunakan media telepon layaknya dialog interaktif. Sehingga manajemen radio tersebut menyediakan pesawat telepon sebagai penunjangnya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, scriptwriter, & Reporter Radio*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2007), 12.

<sup>17</sup> JB, Wahyudi, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, (Jakarta: Pustaka Utma, 1996), 93.

## B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu diambil dari beberapa skripsi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Diantaranya yaitu:

Yang pertama pengambilan hasil penelitian Eka Widawarti mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA yang berjudul “Respon Masyarakat Kelurahan Perwira terhadap Siaran Dakwah Kamis Qolbu di Radio M2 88.2 FM Bekasi Tahun 2008. Hasil penelitiannya bahwa masyarakat Kelurahan Perwira Rw 06 ternyata banyak yang mengikuti siaran dakwah Kamis Qolbu di radio M2 dan merespon positif baik terhadap materi, metode, dan personality da'i. Tidak adanya perbedaan masyarakat antar usia remaja, dewasa, hingga dewasa madya dalam merespon materi, bahasa, metode dan waktu yang digunakan dalam acara dakwah Kamis Qolbu di radio M2. Selain itu format siaran dakwah Kamis Qolbu berupa dialog interaktif, dengan berisikan materi-materi yang berkenaan dengan kehidupan sehari-hari, dengan menggunakan penjelasan yang ringan dan santai namun penuh makna dan berbobot. Penelitian ini memiliki persamaan dengan yang akan dikaji oleh peneliti yaitu mengenai respon masyarakat terhadap acara dakwah di suatu radio, dalam hal ini radio M2. Perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan peneliti kaji, penelitian ini mengambil rumusan masalah salah satunya mengenai format siaran dakwah Kamis Qolbu yang ada di radio M2 FM, sedangkan penelitian yang akan diteliti yaitu salah satunya mencakup mengenai upaya menjaga respon dari masyarakat terhadap siaran keagamaan di radio Yespeace FM.

Yang kedua pengambilan hasil penelitian Teguh Nurrohman mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN PURWOKERTO yang berjudul “Respon Mahasiswa Dakwah terhadap Siaran Radio Komunitas STAR FM IAIN Purwokerto” Tahun 2015. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat dua jenis respon yang didapatkan ketika melakukan penelitian ini, yaitu berupa positive feedback (respon positif) yang menjelaskan bahwa mahasiswa Dakwah IAIN Purwokerto menganggap bahwa program siaran radio yang ada di STAR FM cukup bagus dan

telah memenuhi fungsi dari dibentuknya radio komunitas di kampus. Sedangkan respon selanjutnya berupa negative feedback (respon negatif) yang mengungkapkan bahwa mahasiswa Dakwah IAIN Purwokerto beranggapan program siaran radio yang ada di STAR FM masih belum berjalan dengan baik, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti minimnya publikasi, jangkauan siaran yang terlalu sempit dan sebagainya. Penelitian Teguh Nurrohaman memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti kaji yaitu tentang respon actors atau pelaku, dalam hal ini respon mahasiswa Dakwah terhadap siaran radio, yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang respon dari sebuah siaran program acara radio. Namun perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan dikaji, yang mana penelitian Teguh Nurrohaman membidik tentang respon yang ditunjukkan oleh mahasiswa Dakwah dalam bentuk respon positif dan negatif terhadap suatu program siaran. Sedangkan penelitian yang akan peneliti kaji salah satunya mencakup tentang upaya menjaga respon dari masyarakat terhadap siaran keagamaan di radio Yespeace FM

Yang ketiga pengambilan hasil penelitian Kadarina Wastuti mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA yang berjudul “Respon Masyarakat Badegan terhadap Siaran Dakwah KH. Mabarun di Radio Persatuan Bantul” tahun 2010. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa presentase masyarakat Badegan tidak terlalu sering mendengarkan siaran dakwah K.H Mabarun sebesar 66,1% , masyarakat Badegan yang mendengarkan siaran K.H. Mabarun kadang-kadang saja mulai dari awal hingga akhir sekitar 54,8%. Dengan begitu dapat diambil kesimpulan bahwa masyarakat Badegan mendengarkan siaran dakwah K.H. Mabarun antara 3-4 kali dalam satu minggu. Kemudian sikap yang ditunjukkan oleh masyarakat Badegan terhadap siaran dakwah K.H Mabarun di radio Persatuan Bantul berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut diperoleh dengan banyaknya masyarakat yang setuju dengan keberadaan siaran dakwah K.H Mabarun. Penelitian Kadarina Wastuti memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti kaji, yaitu mengenai respon masyarakat tentang program siaran suatu radio. Namun perbedaannya terletak pada

pendekatan dan metode yang digunakan oleh peneliti. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam pengambilan data, dan termasuk ke dalam penelitian lapangan atau *field research*.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>18</sup> Dari teori-teori di atas, maka dapat diambil kerangka berfikir. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan dalam mengkaji permasalahan tentang “Respon Masyarakat Sedan-Rembang Terhadap Siaran Keagamaan di Radio Yespeace FM”.

Radio merupakan salah satu sarana informasi yang dapat dijangkau masyarakat secara luas. Radio sebagai media massa elektronik tentunya lebih mudah untuk sarana informasi. Perkembangan radio yang beridentitaskan keagamaan saat ini dibidang cepat pertumbuhannya, karena radio keagamaan mengusung semangat peradaban Islam untuk menyampaikan informasi baik itu berita, hiburan, dan bisa juga untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Di sinilah pentingnya teknologi informasi yang dapat digunakan berbagai keperluan, salah satunya sebagai penyampai pesan-pesan ajaran agama Islam. Dengan terbentuknya radio komunitas yang merefleksikan sebagai siaran keagamaan, peran masyarakat sangat dibutuhkan untuk eksistensi dari sebuah radio yang program siarannya menyiarkan agama Islam.

Radio Yespeace FM merupakan radio komunitas yang tergolong sebagai pendatang baru, sehingga respon serta partisipasi masyarakat masih di pertanyakan. Respon yang baik merupakan faktor utama yang menjadi ukuran sebuah keberhasilan dari perusahaan penyiaran untuk membangun komitmen antara perusahaan dengan pelanggan. Oleh karena itu peran masyarakat sangat penting untuk eksistensi sebuah radio yang terbentuk untuk dan oleh masyarakat. Selain itu kekuatan kepercayaan terbesar dari sebuah radio komunitas berada di tangan masyarakat atau komunitas itu sendiri.

Akan tetapi faktanya di masyarakat Sedan-Rembang radio ini belum menampakan sisi keagamaanya, masyarakatnya

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 47.

menganggap radio ini hanya memberi program-program hiburan saja yang dapat dinikmati masyarakat. Sehingga diperlukan sebuah tindakan atau upaya peningkatan partisipasi masyarakat terhadap siaran keagamaan radio Yespeace FM. Dan memperoleh respon yang positif dari masyarakat terhadap siaran keagamaan, dengan melakukan audiensi dan penjelasan tentang program siaran keagamaan radio Yespeace FM. Dengan upaya tersebut, proses internalisasi merupakan proses peningkatan partisipasi masyarakat yang rendah terhadap siaran keagamaan masyarakat serta untuk menanggapi respon masyarakat terhadap siaran keagamaan di radio Yespeace FM.

