

## **BAB V**

### **TEORI DAN MODEL PENELITIAN**

Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala, (Kerlinger, 1973:9). Sedangkan model adalah gambaran yang dirancang untuk mewakili kenyataan. Model didefinisikan pola (contoh, acuan, ragam, dsb) dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan (Departemen Pendidikan Nasional, 2001:751). Sementara Fisher, 1978:64 berpandangan bahwa model adalah *“an analogy that abstract or selects parts from the whole, the significant elements or properties or components of that phenomenon that is being modeled”*. Jadi model adalah tiruan gejala yang akan diteliti; menggambarkan hubungan di antara variabel-variabel atau sifat-sifat atau komponen-komponen gejala tersebut. Tujuan utama model ialah mempermudah pemikiran yang sistematis dan logis.

#### **I. Teori Behavioral**

Pendekatan behavioral merupakan sebuah pendekatan dalam konseling yang secara umum masih dipergunakan oleh para konselor. Tokoh pendekatan ini antara lain adalah Bandura, Pavlov, Skinner dan masih banyak yang lainnya. Pendekatan ini berasumsi bahwa perilaku manusia merupakan serangkaian hasil belajar. Apa yang dilakukan oleh seseorang merupakan hasil produksi dari lingkungan yang dominan seperti orang tua, sekolah, masyarakat atau orang lain yang berpengaruh (*significant other*). Manusia dianggap sebagai makhluk yang tidak mempunyai daya apa-apa (*determinitif*). Manusia identik dengan robot, yang tidak memiliki inisiatif dan hanya bisa melakukan sesuatu karena merespon sebuah perintah.

Walaupun teori ini (klasik) sudah banyak ditentang oleh aliran-aliran baru dalam konseling, tetapi teori ini tetap saja eksis

dengan melakukan beberapa modifikasi. Skinner (dalam Soedarmadji dan Sutujono, 2005) menyatakan bahwa pandangan teori behavioristik terhadap manusia adalah (1) perilaku organisme bukan merupakan suatu fenomena mental, lebih ditentukan dengan belajar, sikap, kebiasaan dan aspek perkembangan kepribadian, (2) perkembangan kepribadian bersifat deterministik, (3) perbedaan individu karena adanya perbedaan pengalaman, (4) dualisme seperti pikiran dan tubuh, tubuh dan jiwa bukan merupakan hal yang ilmiah, tidak dapat diperkirakan dan tidak dapat mengatur perilaku manusia dan (5) walaupun perkembangan kepribadian dibatasi oleh sifat genetik, tetapi secara umum lingkungan dimana individu berada mempunyai pengaruh yang sangat besar. Sehingga, tujuan konseling dalam pendekatan ini adalah mengajak konseli untuk belajar perilaku baru, yaitu perilaku yang dikehendaki oleh lingkungan yang dominan. Terapi perilaku sangat berbeda dengan pendekatan-pendekatan konseling yang lain. Perbedaan mencolok ditandai pada (a) pemusatan perhatian pada bentuk perilaku yang nampak dan spesifik, (b) kecermatan dan penguraian tujuan *treatment*, (c) perumusan prosedur *treatment* yang spesifik yang sesuai dengan masalah dan (d) penafsiran yang obyektif terhadap hasil terapi (Corey, 2005).

*The task of cognitive-behaviour therapy is to relieve emotional disturbance by helping people change their maladaptive beliefs and behaviours. Tugas terapi perilaku kognitif adalah untuk meringankan gangguan emosional dengan membantu orang mengubah keyakinan maladaptif dan perilakunya. Whilst the cognitive-behavioural approach to anxiety and depression and other emotional disorders has concentrated on changing cognitions and behaviours there has been a shift to include emotions as a part of entry when it comes to the treatment of personality disorders* (Ray Woolfe and Windy D. Dimana pernyataan di atas, dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 5.1**  
*The cognitive-behavioural paradigma*  
**cognition**

**physiology**

**emotions**

**behaviour**

### **I. Teori Manajemen**

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata (George R. Terry, 2010:1). Sedangkan fungsi-fungsi manajemen pandangan George R. Terry, (2010:9-10) sebagai berikut :

1. *Planning* atau perencanaan ialah menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu.
2. *Organizing* atau pengorganisasian meliputi pembagian dan pengelompokkan kegiatan, penyusunan staf untuk melaksanakan kegiatan, motivasi, dan pengarahan. Pengorganisasian berhubungan erat dengan manusia, sehingga pencaharian dan penugasannya ke dalam unit-unit organisasi dimasukan sebagai bagian dari unsur organizing. Di dalam setiap kejadian pengorganisasian melahirkan peranan kerja dalam struktur formal dan dirancang untuk memungkinkan manusia bekerja sama secara efektif guna mencapai tujuan bersama.

3. *Staffing* menentukan keperluan-keperluan sumber daya manusia, pengerahan, penyaringan, latihan, dan pengembangan tenaga kerja.

4. *Motivating* yaitu mengarahkan atau menyalurkan perilaku manusia kearah tujuan-tujuan. Dikenal dengan *Actuating* atau pelaksanaan disebut juga “gerakan aksi” mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. *Actuating* mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusia dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi kompensasi kepada mereka.

5. *Controlling* atau pengawasan mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat tercapai dengan baik. Menyangkut juga tentang inovasi, koordinasi, dan pelayanan.

## **I. Teori S-O-R**

Teori Stimulus Organisme Response yang menitikberatkan pada penyebab sikap yang mengubahnya tergantung kepada kualitas rangsangan yang berkomunikasi dengan organisme, sampai menjelaskan pada mulanya perilaku digambarkan sebagai sebuah rangkaian Stimulus-Respon, kemudian dimodifikasi dengan memberikan tekanan terhadap Organisme sehingga menjadi S-O-R yang menegaskan bahwa manusia sebagai organisme adalah subjek yang aktif dan bukan semata-mata penerima pasif. Pendekatan teori S-O-R bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisa dari stimuli yang diberikan dan dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukuman atau penghargaan sesuai

dengan reaksi yang terjadi. Menurut Mar'at (1981:27) untuk mempelajari sikap yang baru, ada tiga variabel penting dalam menunjang proses belajar yaitu : "1. Perhatian, 2. Pengertian, dan 3. Penerimaan." Apabila digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 5.2**  
**Teori S-O-R**

## **I. Teori Komunikasi**

Menurut Harold Lasswell (1972) dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan yaitu : Who says What in channel to Whom with What effect ? Paradigma Lasswell di atas, menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu yakni : (1) Komunikator (*communicator, source, sender*); (2) Pesan (*message*); (3) Media (*channel, media*); (4) Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*); (5) Efek (*effect, impact, influence*).

Maka komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi dijadikan objek studi ilmiah, bahwa setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan control analysis; penyelidikan mengenai pesan dinamai content analysis; audience analysis adalah studi khusus tentang komunikan;

sedangkan *effect analysis* merupakan penelitian mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi.

## **I. Teori Pemberdayaan**

Pemberdayaan (*empowerment*) menurut Djohani dalam Oos M. Anwas, (2014:49) adalah suatu proses untuk memberikan daya/kekuasaan (*power*) kepada pihak yang lemah (*powerless*), dan mengurangi kekuasaan (*disempowered*) kepada pihak yang terlalu berkuasa (*powerful*) sehingga terjadi keseimbangan. Adapun pemberdayaan masyarakat menurut Edi Suharto, (2010:57) yaitu: (1) Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga memiliki kebebasan, dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan. (2) Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang jasa yang mereka perlukan. (3) Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka. Pemberdayaan merupakan proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan. Kehidupan dan realitas dalam masyarakat sangat heterogen. Begitu pula dalam masyarakat, keragaman karakter akan mempengaruhi terhadap keberhasilan proses dan hasil dari kegiatan pemberdayaannya. Dalam hal ini, Brenda Dubois dan Karla Krogsrud Miley (1992) menjelaskan empat cara dalam melakukan pemberdayaan masyarakat yaitu: (1) Membangun relasi pertolongan yang diwujudkan dalam bentuk merefleksikan respon rasa empati terhadap sasaran, menghargai pilihan dan hak klien/ sasaran untuk menentukan nasibnya sendiri (*self determination*), menghargai perbedaan dan keunikan individu, serta menekankan klien (*client*

*partnerships*). (2) Membangun komunikasi yang diwujudkan dalam bentuk menghormati dan harga diri klien/ sasaran, mempertimbangkan keragaman individu, berfokus pada klien, serta menjaga kerahasiaan yang dimiliki oleh klien/ sasaran. (3) Terlibat dalam pemecahan masalah yang dapat diwujudkan dalam bentuk; memperkuat partisipasi klien dalam semua aspek proses pemecahan masalah, menghargai hak-hak klien, merangkai tantangan-tantangan sebagai kesempatan belajar, serta melibatkan klien/ sasaran dalam membuat keputusan dan kegiatan evaluasinya. (4) Merefleksikan sikap dan nilai profesi pekerjaan sosial yang diwujudkan dalam bentuk; ketaatan terhadap kode etik profesi; keterlibatan dalam pengembangan profesional, melakukan riset, dan perumusan kebijakan; penerjemahan kesulitan-kesulitan pribadi ke dalam isu-isu publik, serta penghapusan segala bentuk diskriminasi dan ketidak setaraan kesempatan.

### **I. Model Jarum Hipodermik**

Model secara sederhana adalah gambaran yang dirancang untuk mewakili kenyataan. Model menurut Runyan (1977:57) "*a replica of the phenomena it attempts to explain*". Sementara Burch dan Strater (1974:117) "*a verbal or mathematical expression describing a set of relationships in a precise manner*". "*An analogy that abstract or selects parts from the whole, the significant elements or properties or components of that phenomenon that is being modeled*" Fisher (1978:64). Maksudnya bahwa model adalah tiruan gejala yang akan diteliti, model menggambarkan hubungan di antara variabel-variabel atau sifat-sifat atau komponen-komponen gejala tersebut. Dengan demikian model bukan teori walaupun bisa menerapkan atau melahirkan teori. Model hanyalah taxonomy yang merinci komponen-komponen secara cermat. Adapun tujuannya untuk mempermudah pemikiran yang

sistematis dan logis, di samping membantu orang berfikir rasional.

Adapun menurut Burch dan Strater (1974:120) menyebutkan keuntungan dan kerugian model.

Keuntungannya : (1) Model memberikan informasi yang berorientasi pada tindakan, (2) Model menyajikan informasi yang berorientasi ke masa depan, (3) Model menunjukkan alternatif arah tindakan untuk dievaluasi sebelum dilaksanakan, (4) Model menyajikan pemberian situasi masalah yang kompleks secara formal dan berstruktur, (5) Model mencerminkan pendekatan ilmiah untuk tidak menggantungkan diri pada intuisi dan spekulasi. Kerugiannya : (1) Yang menggunakan model sering kali lupa bahwa model hanyalah abstraksi kenyataan, bukan kenyataan itu sendiri, (2) Faktor kuantitatif seperti pengalaman dan penilaian diminimalkan atau dihilangkan, (3) Proses membuat model sering sukar dan mahal, (4) Yang menggunakan model sering enggan mengubah modelnya sehingga mengalami kesukaran dalam melaksanakannya, (5) Banyak model yang menganggap situasi dunia nyata itu selalu “*linier*”.

Penelitian model jarum hipodermik ini dilakukan Hovland dkk., untuk meneliti pengaruh propaganda sekutu dalam mengubah sikap. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model jarum hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi “disuntikan” langsung ke dalam jiwa komunikan. Sebagaimana obat disimpan dan disebarkan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis. Model ini sering disebut “*bullet theory*” (teori peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima berondongan pesan-pesan komunikasi. Bila kita menggunakan komunikator yang tepat, pesan yang baik, atau media yang benar, komunikan dapat diarahkan sekehendak kita. Karena behaviorisme amat



mempengaruhi model ini, DeFleur menyebutnya sebagai "the mechanistic S-R theory" DeFleur (1970). Model komunikasi dari Hovland, dkk (1959) tentang jarum hipodermik bisa digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 5.3**  
**Model Jarum Hipodermik**

- |                         |               |                         |
|-------------------------|---------------|-------------------------|
| 1. Variabel Komunikator | 1. Perhatian  | 1. Perubahan Kognitif   |
| - kredibilitas          | 2. Pengertian | 2. Perubahan Afektif    |
| - daya tarik            |               |                         |
| - kekuasaan             | 3. Penerimaan | 3. Perubahan Behavioral |
| 2. Variabel Pesan       |               |                         |
| - struktur              |               |                         |
| - gaya                  |               |                         |
| - appeals               |               |                         |
| 3. Variabel Media       |               |                         |

**Operasionalisasi.** Model jarum hipodermik ini umumnya diterapkan dalam penelitian eksperimental. Peneliti memanipulasikan variabel-variabel komunikasi, kemudian mengukur variabel-variabel antara dan efek. Variabel-variabel komunikator ditunjukkan dengan kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas terdiri dari dua unsur: keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dengan sejauhmana komunikator dianggap mengetahui jawaban yang "benar", sedangkan kejujuran dioperasionalkan sebagai persepsi komunikator tentang sejauhmana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya. Daya tarik diukur dengan kesamaan, familiaritas dan kesukaan. Kekuasaan

(*power*) dioperasionalkan dengan tanggapan komunikan tentang kemampuan komunikator untuk menghukum atau memberi ganjaran (*perceived control*), kemampuan untuk memperhatikan apakah komunikan tunduk atau tidak (*perceived concern*), dan kemampuan untuk meneliti apakah komunikan tunduk atau tidak (*perceived scrutiny*).

Variabel pesan, terdiri dari struktur pesan, gaya pesan, *appeals* pesan. Struktur pesan ditunjukkan dengan pola penyimpulan (tersirat atau tersurat), pola urutan argumentasi (mana yang lebih dahulu, argumentasi yang disenangi atau yang tidak disenangi), pola objektivitas (satu sisi atau dua sisi). Gaya pesan, menunjukkan variasi linguistik dalam penyampaian pesan (perulangan, kemudahdimengertian, perbendaharaan kata). *Appeals* pesan, mengacu pada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (*rational-emosional, fear appeals, reward appeals*).

Variabel media boleh berupa media elektronik (radio, televisi, video, tape recorder), media cetak (majalah, surat kabar, buletin), atau saluran interpersonal (ceramah, diskusi, kontak, dan sebagainya). Variabel antara ditunjukkan dengan perhatian dan pengertian oleh McGuire (1968) disebut *receptivity* faktor serta penerimaan diurai ke dalam *yielding, retention, dan action*. Parameter yang digunakan dapat diukur dengan sejauhmana komunikan menyadari adanya pesan; pengertian diukur dengan sejauhmana komunikan memahami pesan; penerimaan dibatasi pada sejauhmana komunikan menyetujui gagasan yang dikemukakan komunikan.

Variabel efek diukur pada segi kognitif (perubahan pendapat), penambahan pengetahuan, perubahan kepercayaan), segi afektif (sikap, perasaan, kesukaan), dan segi behavioral (perilaku atau kecenderungan perilaku). Contoh penelitiannya, pengaruh film "Si Unyil" pada perilaku anak-anak, pengaruh siaran Bahasa Indonesia pada kemampuan berbahasa Indonesia, dan lainnya. Semua penelitian ini, bertolak dari anggapan dasar

bahwa komponen-komponen komunikasi menimbulkan efek pada diri komunikan.

### **I. Model Difusi Informasi**

Penelitian difusi adalah satu jenis penelitian komunikasi yang khas, tetapi penelitian ini dimulai di luar bidang komunikasi, (Rogers, 1978:207). Penelitian difusi informasi berasal dari sosiologi. Rogers, tokoh difusi yang kemudian menjadi peneliti komunikasi, membuat disertasinya dalam sosiologi pedesaan. Tidak mengherankan bila terjadi beraneka ragam tradisi penelitian difusi dengan fokus penelitian yang berlainan juga. Difusi adalah suatu proses komunikasi yang menetapkan titik-titik tertentu dalam penyebaran informasi melalui ruang dan waktu dari satu agen ke agen yang lain. Menurut Savage (1981:103) *“We may define diffusion as the adoption of communicable element, symbolic or artifactual, over time by decision-making entities linked to some originating source by channls of communication within some sociocultural systems”*. Salah satu saluran komunikasi yang penting ialah media massa. Karena itu, model difusi mengasumsikan bahwa media massa mempunyai efek yang berbeda-beda pada titik-titik waktu yang berlainan, mulai dari menimbulkan tahu sampai mempengaruhi adopsi atau rejeksi (penerimaan atau penolakan). Untuk lebih jelasnya Savage (1981) menggambarkan difusi informasi sebagai berikut :

#### **Gambar 5.4 Model Difusi Informasi**

**Operasionalisasi.** Dengan menggunakan model difusi informasi, peneliti meneliti bagaimana inovasi atau informasi baru tersebar pada unit-unit adopsi (penerima inovasi). Inovasi berupa berita, peristiwa, pesan-pesan politik, gagasan baru dan sebagainya. Seauhmana media massa atau saluran interpersonal mempengaruhi efek difusi ditentukan oleh variabel antara, yang dalam model ini disebut anteseden. Dimensi inovasi menunjukkan faedah relatif, komtabilitas, kompleksitas dan lain-lain. Faedah relatif menunjukkan tingkat kelebihan inovasi dibandingkan dengan gagasan yang mendahuluinya. Komtabilitas (*compability*) adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai-nilai yang ada. Kompleksitas berarti tingkat kesukaran untuk memahami atau menggunakan inovasi. Variabel efek difusi dapat berupa temporal, spasial, struktural, dan fasal. Istilah temporal menunjukkan pola adopsi gagasan-gagasan baru dalam jangka waktu. Ini biasanya digambarkan dengan kurva S: dimulai dengan jumlah kecil adopter, sejumlah besar adaptor di tengah-tengah, dan sejumlah kecil lagi di belakang. Istilah spasial menunjukkan keteraturan tertentu dalam pola sapsial distribusi inovasi. Misalnya, inovasi itu mula-mula dikenal di pusat, kemudian ke daerah-daerah yang berdekatan, selanjutnya ke daerah-daerah yang jauh. Istilah struktural menunjukkan penyebaran informasi melalui struktur-struktur komunikasi: bisa jadi dua tahap (*two-step*) atau banyak tahap (*multistep*). Istilah terakhir fasal mengacu pada fase-fase dalam proses adopsi; yang terkenal ada lima fase: pengenalan, informasi, evaluasi, percobaan, dan keputusan Bohlen (1977).

Contoh penelitian The Saucio Study adalah penelitian yang pertama kali menerapkan metode penelitian difusi di Amerika pada negara berkembang. Deutschman dan Fals Borda melakukan penelitian adopsi enam macam cara bertani di Saucio, sebuah desa di Columbia. Dari 79 petani lokal,

orang diwawancarai untuk mengetahui sejarah adopsi keenam cara bertani yang ditanyakan. Indeks perilaku inovatif dibuat dengan menggunakan analisis skala Guttman. Di antara penemuan penelitian ini adalah 1. Sumber-sumber interpersonal adalah yang paling efektif untuk menyebarkan informasi dan pengaruh—hanya 17 % menyebutkan media massa sebagai sumber informasi; 2. Sejumlah besar petani memutuskan melakukan adopsi (penerimaan cara bertani) segera setelah mendengarnya; 3. Sikap inovatif petani seperti diukur dengan skala inovatif, berkorelasi tinggi dengan kepemimpinan adopsi, ukuran tanah pertanian, pendidikan, kedinihan pengenalan, terpaan media massa, dan sikap kosmopolit; 4. Adapter awal lebih cenderung menggunakan semua media massa (radio, surat kabar, buku) dari pada adopter terakhir. Penelitian yang menggunakan model difusi informasi pada umumnya merupakan studi korelasional karena mengambil sampel dari masyarakat. Studi ini pernah merupakan “paradigma” yang paling populer baik kalangan ilmu komunikasi maupun ilmu-ilmu sosial yang lain.

### **I. Model Agenda Setting**

Model agenda setting menghidupkan kembali model jarum hipodermik, tetapi dengan fokus penelitian yang telah bergeser kepada efek pada sikap, efek pada kesadaran dan pengetahuan; dari efek afektif ke efek kognitif (Jalaluddin, 2002:68). Pandangan Cohen (1963:13) bahwa “*agenda setting adalah the press is significantly more than a surveyor of information and opinion. It may not be successful much of the time in telling the people what to think, but it is stunningly successful in telling readers what to think about*”. *To tell waht to think about* artinya membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Dengan teknik pemilihan dan penonjolan, media memberikan cues tentang mana issue yang lebih penting (Becker, 1982:530). Karena itu, model agenda

setting mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan itu. Singkatnya apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat. **Operasionalisasi.** Efek media massa diukur dengan membandingkan dua pengukuran. Pertama, peneliti mengukur agenda media dengan analisis isi yang kuantitatif atau peneliti menentukan batas waktu tertentu, mengkodekan berbagai isi media, dan menyusun (meranking) isi itu berdasarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan ukuran *headline*, lokasi dalam surat kabar, frekuensi pemunculan, posisi dalam surat kabar, dan konflik (cara penyajian bahan). Selanjutnya peneliti mengukur agenda masyarakat dengan menganalisis *self-report* khalayak. Ia menghitung topik-topik yang penting menurut khalayak, merankingnya, dan mengorelasikannya dengan ranking isi media. Ia juga menganalisis kondisi-kondisi antara (*contingent conditions*) yang mempengaruhi proses agenda setting dengan meneliti sifat-sifat stimulus dan karakteristik khalayak. Kedua, variabel yang baru saja disebut, berikut efek dan efek lanjutan, perlu diterangkan lebih rinci sebagaimana pendapat Becker (1982) pada gambar di bawah ini yaitu :

**Gambar 5.5**  
**Model Agenda Setting**

Variabel Media Massa	Variabel Antara	Variabel Efek	Variabel Efek lanjutan
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Panjang</li> </ul>	- Sifat	- Pengenalan	- Persepsi
Stimulus			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Penonjolan</li> </ul>	- Sifat	- Saliience	- Aksi
Khalayak			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Konflik</li> </ul>		- Prioritas	

Sifat-sifat stimulus menunjukkan karakteristik issues, termasuk jarak issue (apakah issue itu langsung atau tidak langsung dialami oleh individu), lama terpaan (apakah issue itu baru muncul atau mulai pudar), kedekatan geografis (apakah issue itu bertingkat lokal atau nasional) dan sumber (apakah disajikan pada media yang kredibel atau media yang tidak kredibel). Sifat-sifat khalayak menunjukkan variabel-variabel psikososial, termasuk data demografis, keanggotaan dalam sistem sosial, kebutuhan, sikap, diskusi interpersonal, dan terpaan media. Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi apa yang dipikirkan orang (intrapersonal), apa yang dibicarakan orang itu dengan orang lain (interpersonal), dan apa yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai (*community salience*). Efek langsung berkaitan dengan issues: Apakah issues itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak (pengenalan); dari semua issues, mana yang dianggap paling penting menurut khalayak (*salience*); bagaimana issues itu di ranking oleh responden dan apakah rankingnya itu sesuai dengan ranking media (prioritas). Efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan (seperti memilih kontestan pemilu atau melakukan aksi protes).

### **I. Model *Uses and Gratification***

Model ini, tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota tertarik khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratification*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*)

(Blumler, 1979:265). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologi, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Konsep dasar model ini diringkas oleh para pendirinya (Katz, Blumler, dan Gurevitch, 1974:20).

Dengan model ini yang diteliti ialah 1. sumber sosial dan psikologis, 2. Kebutuhan yang melahirkan, 3. Harapan-harapan, 4. Media massa atau sumber-sumber yang lain yang menyebabkan, 5. Perbedaan pola terpaan media (keterlibatan dalam kegiatan lain) dan menghasilkan, 6. Pemenuhan kebutuhan dan 7. Akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki.

Operasionalisasi. Ketika sampai pada operasionalisasi, model ini telah menimbulkan berbagai macam penjabaran. Di bawah *uses and gratifications, grand theory*, bermacam-macam teori berlindung dan berdebat satu sama lain, maka (Blumler, 1980:203) menjelaskannya dengan gambar sebagai berikut :

**Gambar 5.6**  
***Model Uses and Gratification***

Anteseden	Motif	Penggunaan Media	Efek
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Variabel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hubungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepuasan</li> </ul>
<b>Individual</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Variabel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Macam isi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan</li> </ul>
<b>Lingkungan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hubungan dg isi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepuasan</li> </ul>	

Dengan menggunakan model ini, peneliti berusaha menemukan hubungan di antara variabel-variabel yang diukur.



Sering kali ia hanya meneliti sebagian dari komponen-komponen dalam gambar di atas.

Anteseden meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi, serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial. Motif dapat dioperasionalkan dengan berbagai cara: unifungsional (hasrat melarikan diri, kontak sosial atau bermain), bifungsional (informasi-edukasi, fantasistescapist atau gratifikasi segera-tertanggihkan), empat-fungsional (diversi, hubungan personal, identitas personal, dan *surveillance*; korelasi, hiburan, transmisi budaya dan multifungsional (Katz, Blumler, Gurevitch, 1974; Greenberg, 1974).

Daftar motif memang tidak terbatas. Tetapi operasionalisasi Blumler (1980:209) agak praktis untuk dijadikan petunjuk penelitian. Blumler menyebutkan tiga orientasi : orientasi kognitif (kebutuhan bukan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas), diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), serta identitas personal (yakni, menggunakan isi media untuk memperkuat/ menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri).

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren, 1974:277). Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan, misalnya; sampai sejauhmana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah; sebagai dependensi media, misalnya: kepada media mana atau isi yang bagaimana responden amat bergantung untuk tujuan informasi; dan sebagai pengetahuan, misalnya: apa yang diketahui responden perihal persoalan tertentu.

## **I. Model Skema Kerangka Berpikir dari Panduan Penyusunan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung 2013**

### **1. Model BKI (Bimbingan Konseling Islam)**

Penelitian mengenai pengaruh Kepribadian Seorang Penyuluh terhadap Keberhasilan Bimbingan dan Penyuluhan Islam di Desa Jatisari. Sistem penyuluhan terdiri dari : 1. Kelompok penyuluh yang terdiri dari para penyuluh di Desa Jatisari; 2. Masyarakat yang merupakan kelompok sasaran (mad'u); 3. Materi penyuluhan; 4. Tujuan dari penyelenggaraan penyuluhan; 5 waktu penyuluhan; 6. Metode penyuluhan yang ditetapkan; 7. Media penyuluh yang digunakan. Maka dapat digambarkan menurut Panduan Skripsi (2013:64) sebagai berikut:

#### **Gambar 5.7 Skema Sistem Dakwah**

Pertama, sistem merupakan suatu keseluruhan dan suatu kesatuan yang terintegrasi terdiri atas beberapa komponen : Penyuluh, materi, metode, waktu, tujuan, media, dan mad'u.

Kedua, masing-masing komponen menempati kedudukan tersendiri, dan memiliki fungsi tertentu dalam seluruh kesatuan sistem. Komponen manusia di dalam sistem ini penyuluh dan masyarakat Desa Jatisari.

Ketiga, antarkomponen memiliki hubungan secara fungsional baik antar manusia, maupun antara manusia dengan yang lainnya. Di samping itu, antara komponen yang satu dengan yang lainnya saling bergantung. Jika salah satu komponen kurang berfungsi, maka akan berpengaruh terhadap komponen lainnya.

Keempat, komponen penyuluh berpeluang menjadi penunjang dan penghambat terhadap keseluruhan sistem. Hal tersebut terkait dengan kepribadiannya. Penelitian dibatasi pada aspek

kepribadian penyuluh yang dihubungkan dengan keberhasilan kegiatan penyuluhan. Sedangkan kepribadian meliputi : aspek rohani, akal, emosional, sosial, dan jasmani. Maka, untuk lebih jelasnya menurut Panduan Skripsi (2013:65) dapat dilihat dalam gambar di bawah ini :

## **2. Model KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam)**

Penyiaran Islam yang juga disebut tabligh terdiri dari beberapa komponen yaitu: Mubaligh disampaikan melalui bahasa. Bahasa yang baik dalam proses tabligh adalah bahasa yang efektif digunakan sesuai dengan bahasa mubalagh, situasi dan kondisi. Sehingga bahasa tersebut bisa menghantarkan terjadinya kesepahaman antara mubaligh dengan mubalagh. Dengan demikian, bahasa yang digunakan dapat mempengaruhi efek yang dihasilkan dari proses tabligh. Oleh karena itu penting bagi seorang mubaligh untuk memperhatikan aspek bahasa yang akan digunakan ketika tabligh. Jika tidak diperhatikan, maka bahasa bisa jadi hambatan yang kemudian dikenal sebagai hambatan semantis. Untuk lebih jelasnya, uraian di atas menurut Panduan Skripsi (2013:66) terlihat dalam gambar di bawah ini sebagai berikut :

### **Gambar 5.9**

#### **Hambahan Semantis dan Efeknya terhadap Proses Penyiaran Islam**

### **3. Model MD (Manajemen Dakwah)**

Masjid sebagai pusat kegiatan umat Islam, ditunjang oleh beberapa sumber daya yang merupakan elemen penting dalam perwujudan fungsinya. Elemen sumber daya tersebut adalah : 1. Sumber daya Jamaah, 2. Sumber daya pengurus, 3. Sumber daya program, 4. Sumber daya administrasi, 5. Sumber daya prasarana, 6. Sumber daya dana, dan 7. Sumber daya sarana. Seluruh sumber daya tersebut terintegrasi dalam mewujudkan kegiatan masjid, yang merupakan wujud berfungsinya suatu masjid. Proses integrasi tersebut jika digambarkan menurut Panduan Skripsi (2013:67) maka akan tampak seperti dalam gambar di bawah sebagai berikut :

### **Gambar 5.10**

#### **Integrasi Sumber Daya dan Kegiatan Masjid**

#### **4. Model PMI (Pengembangan Masyarakat Islam)**

Karakteristik suatu masyarakat merupakan hasil pergulatan kreatif masyarakat dengan realitas. Setiap masyarakat memiliki paradigma tersendiri. Paradigma dipengaruhi oleh “prasangka-prasangka” yang melatari suatu kehidupan masyarakat. Prasangka itu berupa prasangka keagamaan, intelektual dan cultural (Rahman, 1985:193). Prasangka keagamaan mengacu kepada doktrin teologis yang diyakini masyarakat yang berfungsi memilah dan memilih nilai, yang akhirnya menentukan pandangan dunianya. Pandangan hidup mengacu pada tradisi intelektual sebelumnya.

Suatu masyarakat lahir dalam suatu lingkungan intelektual tertentu dan tidak bisa lepas dari mata rantai sebelumnya. Mata rantai intelektual dimaksud mengacu kepada guru-guru dari masyarakat, rujukan yang diacu, metode-metode, pendekatan-pendekatan, serta wacana-wacana yang

berkembang pada masa sebelumnya. Sedangkan praduga cultural mengacu kepada sistem budaya, sistem sosial, dan entitas kehidupan tempat masyarakat itu hidup dan berinteraksi. Sistem budaya dan sistem sosial suatu masyarakat mempunyai kecenderungan tertentu yang diseleksi dan diadopsi oleh suatu masyarakat. Semua itu kemudian mempengaruhi kepada pandangan hidup. Sementara pandangan hidup itu, berpengaruh pada pembentukan karakteristik masyarakat itu sendiri. Proposisi-proposisi tersebut dapat dikerangkakan menurut Panduan Skripsi (2013:68) sebagai berikut :

### **Gambar 5.11**

#### **Orientasi Hidup dan Karakteristik Masyarakat Islam**

## **5. Jurnalistik**

Teori dasar S-O-R (Stimulus-Organism-Response) yang berasal dari psikologi komunikasi. Objek material dari teori ini yaitu manusia pada aspek sikap, opini, perilaku, afektif dan konasi. Menurut teori ini bahwa : Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga



seseorang dapat mengharapkan dan kognisi memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Ketika teori S-O-R dikaitkan dengan penelitian, maka stimulus dalam penelitian ini adalah pesan atau informasi yang terdapat dalam Majalah Media Pembinaan yang keberadaannya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi karyawan Kemenag. Sedangkan Organismenya adalah Karyawan Kankemenag. Adapun responnya tanggapan dari karyawan Kankemenag berkaitan dengan karakteristik majalah Media Pembinaan yang biasa mereka terima. Untuk lebih jelasnya menurut Panduan Skripsi (2013:69) dapat dilihat gambar di bawah ini sebagai berikut :

### **Gambar 5.12**

#### **Teori S-O-R**

//

## **6. Humas (Hubungan Masyarakat)**

Penelitian Hubungan Klarifikasi terhadap opini publik dengan sikap konsumen terhadap produk, memakai teori model S-M-C-R-E dari Everett M. Rogers. Model tersebut merupakan singkatan dari istilah *source*, *massage*, *chanel*, *receiver*, dan *effect*. Dengan kata lain, model ini melibatkan kegiatan komunikasi dengan unsur sumber, pesan, media, komunikasi dan efek.

Dalam penelitian ini terdapat sumber jalur pemberi pesan. Jalur pertama, *source* salah satunya adalah FPI kemudian membentuk pesan tentang anti Amerika yaitu memboikot produk-produk Amerika menggunakan media massa cetak maupun elektronik serta selebaran-selebaran. Pesan itu disampaikan kepada komunikannya, yaitu public sehingga menimbulkan efek yaitu berkurangnya pemasaran produk-produk PT. Coca Cola.

Jalur kedua, dipihak lain selanjutnya PT. Coca-Cola, yang diwakili oleh humasnya melakukan klarifikasi.

Humas PT. Coca-Cola sebagai *source*, pesannya klarifikasi atas anjuran pemboikotan, disampaikan melalui berita berbentuk release maupun adventorial, serta membuat even-event tertentu, ditujukan kepada public, serta efek-nya baru hendak diketahui melalui penelitian ini. Jika uraian di atas menurut Panduan Skripsi (2013:70) dapat digambarkan sebagai berikut :

### **Gambar 5.13**

#### **Teori S-M-C-R-E**

### **I. Latihan-latihan**

1. Apakah yang dimaksud dengan teori Manajemen, SOR, dan komunikasi ?
2. Coba pilihlah satu teori atau model yang cocok dengan penelitian Saudara dan bagaimana tanggapan Saudara terhadap teori tersebut ?
3. Apakah kelebihan dan kelemahan dari model Jarum Hipodermik, Agenda Setting, dan Difusi Informasi ?
4. Apa yang Saudara ketahui tentang teori model S-M-C-R-E ?
5. Buatlah model skema kerangka berpikir yang Saudara mampu sesuai dengan judul penelitian Saudara ?