

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Radio merupakan salah satu media massa elektronik yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Media ini mampu memberikan informasi dan hiburan bagi masyarakat. Kelebihannya yaitu mudah dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas karena harganya yang relatif murah dan cara penggunaannya yang mudah (Ma'arif 2010: 163).

Setiap radio yang tersebar di berbagai belahan Indonesia pasti memiliki program siaran tersendiri yang menjadi sebuah ciri khas radio tersebut. Program siaran radio yang disuguhkan pun bermacam-macam, mulai dari musik, berita, hiburan hingga program siaran keagamaan.

Beberapa radio memiliki program siaran keagamaan, khususnya program siaran keislaman, seperti pengingat waktu shalat, kumandang adzan, dan ceramah keislaman. Biasanya, program tersebut di jadwalkan sesuai waktu ibadah yang telah ditentukan, terkhusus untuk ceramah keislaman, biasanya di jadwalkan setiap waktu subuh dan setelah maghrib.

Salah satunya, sesuai dengan judul penelitian penulis, di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung yang berlokasi di Jalan Dipatiukur No. 103, Bandung, memiliki program siaran keagamaan yakni Mutiara Pagi. Mutiara Pagi adalah sebuah program siaran di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung yang rutin mengudara setiap hari mulai pukul 04.00 s/d 05.00 WIB. Disiarkan dengan gaya anak muda dan mengedepankan materi-materi

ringan dalam hal dakwah agama Islam. Dengan target pendengar anak muda di kota Bandung, 103,9 FM Hits Unikom Radio melalui siaran program rohani Mutiara Pagi, mencoba mengajak anak muda di kota Bandung untuk lebih memahami kajian-kajian keislaman dengan penyampaian yang mudah dipahami dan menarik. Hal ini juga yang membuat Sobat Hits (*panggilan pendengar 103,9 Hits Unikom Radio*) mendapatkan sarana informasi lain dari sisi diluar dunia hiburan.

Setiap Radio pasti memiliki komunitas pendengar nya masing-masing sebagai kumpulan orang-orang yang menyukai suatu hobi yang sama dan menjadi pendengar setia radio tersebut. Keberadaan komunitas pendengar radio pula yang membuat sebuah media menjadi kuat dan memiliki identitas serta karakter tersendiri dimata para pendengarnya. Salah satunya komunitas Hits Makers Bandung sebagai komunitas Sobat Hits 103,9 FM Hits Unikom Radio. Komunitas Hits Makers terbentuk atas inisiatif beberapa Sobat Hits yang ingin menyatukan semua pendengar 103,9 FM Hits Unikom Radio dalam sebuah wadah komunitas. Berbagai aktifitas mereka lakukan mulai dari bersinergi dengan *team* program di 103,9 FM Hits Unikom dalam membuat konten on air agar lebih memunculkan rasa memiliki terhadap stasiun radio tersebut.

Selain itu, untuk memperkuat judul pada penelitian ini, penulis mengajukan penelitian yang relevan terkait judul penulis. Yang pertama dari jurnal karya Rocky Prasetyo dan Mira Herlina yang berjudul “Hubungan Antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan

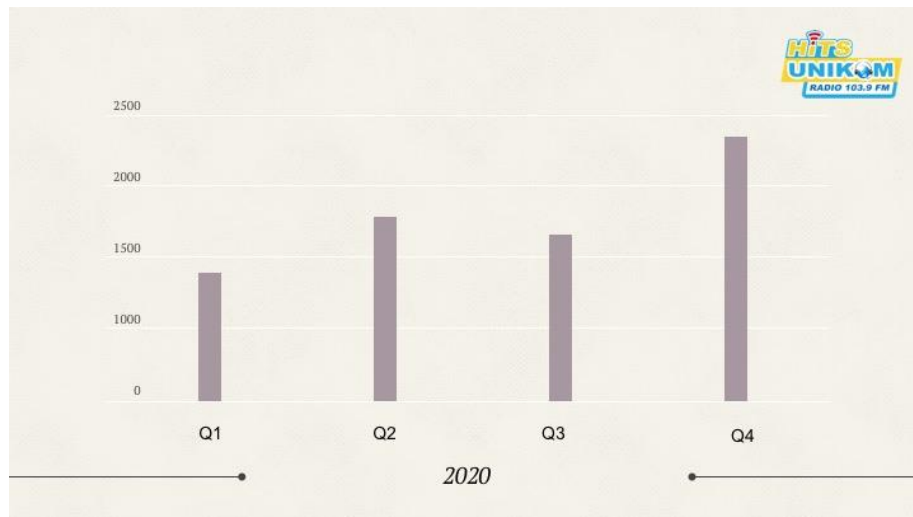
Audiens di Pt. MNC Skyvision Jakarta” dengan hasil analisis bahwa hubungan antara radio streaming dengan persepsi dan kepuasan audiens berada di tingkat lemah yang menggunakan analisis korelasi *rank-Spearman* dan uji tabel sebagai uji nilai koefisien hubungan antara variabel. Adapun karya Ni Made Adi Novayanti dan Ni Nyoman Astri Ariesta Damayanti berjudul “Persepsi para guru SMA Dwijendra terhadap Kualitas Program Radio Komunitas Dwijendra 107.7 FM” dengan hasil dari persepsi beberapa guru SMA Dwijendra terhadap radio komunitas tersebut memiliki kualitas yang baik.

Selanjutnya dari karya Shabrina Pramudita Pavitasari, Efi Fadilah, Ika Merdekawati Kusmayadi berjudul “Persepsi Khalayak Terhadap Radio Komunitas Kampus 107.8 Mandalla FM” dengan hasil bahwa pola konsumsi khalayak pendengar terhadap Radio Mandalla, baik dari segi frekuensi, curahan waktu, maupun intensitas mendengar, dapat digolongkan pada kategori kurang. Adapun karya Maria Mega Mustika Jima dan Sugeng Rusmiwari berjudul “Persepsi Pendengar tentang Citra RRI Pro 1 Stasiun Ende Flores sebagai Radio Siaran Pedesaan” dengan hasil bahwa persepsi pendengar terhadap radio tersebut sudah terbangun. Selain itu, ada dari karyanya Julia, Abdullah Karim dan Andik Riyanto berjudul “Persepsi Pendengar Radio Anggota Forum Komunikasi Pemerhati terhadap Siaran Opini Publik “Selamat Pagi Kaltim” di Pro 1 Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Samarinda” dengan hasil persepsi pendengar anggota FKP mengatakan bahwa siaran tersebut sangat menarik untuk

didengar dan diikuti setiap harinya karena menyajikan isu-isu atau masalah yang hangat terjadi di masyarakat.

Dari sumber penelitian yang relevan tersebut, dapat dipahami bahwa adanya kesamaan dengan tema judul penulis, akan tetapi tentunya memiliki pembeda antara judul penulis dengan sumber penelitian tersebut, yakni dari lokasi penulis berada di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung, objek penelitiannya tertuju pada Komunitas Hits Makers Bandung, dan subjeknya tentang program siaran keagamaan “Mutiara Pagi”.

Pengaruh dari keberadaan Hits Makers membuat 103,9 FM Hits Unikom Radio semakin kuat dan solid. Loyalitas para anggota Hits Makers memberikan pengaruh yang cukup kuat dalam setiap aktifitas siaran dan off air. Bahkan hal-hal diluar rencana kerja tim program 103,9 FM Hits Unikom Radio banyak dilakukan oleh komunitas Hits Makers. Diantara banyaknya Sobat Hits yang setia mendengarkan program-program siaran di 103,9 FM Hits Unikom Radio. Komunitas Hits Makers adalah komunitas pendengar yang punya sisi kritis dalam menyikapi setiap program siaran yang mengudara di radio tersebut.



(Gambar 1.1 Grafik Pendengar Program Siaran Mutiara Pagi)

(Sumber: Dokumen Hits Unikom Radio Bandung)

Menurut grafik yang terdapat di gambar tersebut yang bersumber dari data pendengar program siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung pada tahun 2020, dapat diketahui bahwa Q1 adalah waktu lamanya program siaran tersebut dari bulan Januari sampai Maret mencapai 1375 pendengar, Q2 yakni dari bulan April sampai Juni berjumlah 1750 pendengar, Q3 yaitu dari bulan Juli sampai September sebanyak 1625 pendengar, dan Q4 yakni bulan Oktober hingga Desember mencapai 2375 pendengar. Dari grafik tersebut, dapat dijelaskan bahwa dari bulan Januari hingga September tahun 2020, para Sobat Hits (julukan pendengar radio Hits Unikom) dapat meningkat sebanyak 1000 pendengar program siaran Mutiara Pagi.

Salah satu yang paling signifikan dari program tersebut adalah pandangan mereka terhadap program siaran tersebut, dan penulis memilih objek penelitiannya ke komunitas Hits Makers sebagai pendengar setia

radio tersebut. Pengaruh dari antusias Hits Makers untuk program siaran Mutiara Pagi berhasil memberikan pandangan bahwa konten kajian agama Islam bukanlah sesuatu yang berat dan menjemukan. Stigma tentang agama Islam menjadi lebih menarik dan membuat rasa penasaran kalangan anak muda di kota Bandung menjadi meningkat dengan adanya program Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio.

Islam adalah agama yang diturunkan di muka bumi untuk menyeru, mengajak umat manusia di muka bumi. Salah satunya dakwah, Dakwah menurut buku *Manajemen Dakwah* karya Wahyu Ilaihi, dakwah adalah sebuah aktifitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran islam. Dakwah adalah suatu aktifitas yang pelaksanaannya bisa dilakukan dengan berbagai cara dan metode (Wahyu Ilaihi, 2006: 21).

Dalam prosesnya, unsur utama yang tak akan terpisahkan adalah komunikasi antara penyiar dakwah (*Da'i*) dan pendengar (*Mad'u*). Komunikasi tersebut tidak hanya bersifat informatif, namun juga persuasif. Dengan komunikasi tersebut, komunikator atau *Da'i* dapat mempengaruhi perubahan sikap, perilaku seseorang atau *Mad'u* kepada hal yang lebih baik.

Aktivitas dakwah masa kini tidak cukup dengan media tradisional, seperti lewat pidato, gamelan, wayang, dan sebagainya. Maka dari itu, media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya fikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah islam lebih mengena sasaran. Sedangkan media modern merupakan media yang

menggunakan alat-alat canggih dan mengikuti perkembangan zaman, seperti Televisi, internet, dan radio. Dengan menggunakan media tersebut aktivitas dakwah akan lebih efektif dan efisien. Maka dari itu, penulis memilih radio sebagai fokus dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan judul **“Persepsi Komunitas Hits Makers Terhadap Program Siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, maka penulis merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Program Siaran Dakwah Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio dapat menarik perhatian komunitas Hits Makers Bandung?
2. Bagaimana pandangan komunitas Hits Makers terhadap program siaran dakwah Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio?
3. Apa pengaruh program siaran Mutiara Pagi di 103,9 Hits Unikom Radio terhadap komunitas Hits Makers Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka penulis merumuskan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana Program Siaran Dakwah Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio dapat Menarik perhatian komunitas Hits Makers Bandung.
2. Mengetahui bagaimana pandangan komunitas Hits Makers terhadap program siaran dakwah Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio.
3. Mengetahui Apa pengaruh program siaran Mutiara Pagi di 103,9 Hits Unikom Radio terhadap komunitas Hits Makers Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Secara akademis, diharapkan dapat menarik peneliti lain khususnya mahasiswa untuk mengembangkan penelitian lanjutan dalam memperkaya wawasan keilmuan dakwah, khususnya di media komunikasi radio.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman bagi para penyiar dakwah dalam pengembangan program siaran radio, terutama siaran keagamaan di radio.

E. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

Psikologi Komunikasi berawal dari bahasa Yunani “*Psyche*” yang artinya jiwa dan “*Logos*” yang berarti ilmu pengetahuan. Komunikasi ialah suatu proses memberi signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan di ubah. Pada definisi tersebut komunikasi juga dilihat sebagai proses. Maksud dari kata signal yaitu signal yang berupa verbal dan non-verbal yang memiliki aturan tertentu. (Ahmadi: 1998).

Raymond S. Ross menjelaskan komunikasi sebagai “*a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the sources*” (Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau responses yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber). (Jalaludin Rakhmat, 2015: 3)

Fisher menjelaskan ada empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi yaitu penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantari stimulus dan respon

(*internal meditation of stimuli*), prediksi respons (*prediction of response*), dan penguatan respons (*reinforcement of responses*).

Psikologi memandang komunikasi berawal dengan dikenainya masukan kepada organ-organ penginderaan yang berupa data. Stimuli berupa orang, pesan, suara, warna dan apapun yang dapat mempengaruhi diri. Selain itu, psikologi pun memandang bagaimana respon yang terjadi pada masa lampau dapat memprediksi respon yang akan datang. Dari hal itulah, muncul perhatian pada gudang memori (*memory storage*) dan *set* (penghubung masa lampau dan masa sekarang). Salah satu unsur sejarah respon ialah *peneguhan*. Peneguhan adalah respon lingkungan (atau orang lain pada respon organisme yang asli). (Rakhmat, 2015: 8)

Selain itu, adapun turunan dari psikologi komunikasi yang disebut dengan Sistem Komunikasi Intrapersonal. Sistem Komunikasi Intrapersonal menguraikan bagaimana orang mendapatkan informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali. Proses pengolahan informasi (Sistem Komunikasi Intrapersonal) melingkupi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sensasi ialah proses menangkap stimuli. Persepsi adalah proses memberi maksud pada sensasi sehingga manusia mendapatkan pengetahuan baru. Dengan sebutan lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori yaitu proses

menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berpikir ialah mengolah dan memanipulasi informasi untuk melangkahi kebutuhan dan memberikan reaksi. (Jalaludin Rakhmat, 2015: 48).

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa.

DeFleur dan Dennis (1985) mengartikan komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang ditandai oleh penggunaan media bagi komunikator nya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan terus-menerus diciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara.

Karakteristik Komunikasi Massa Karakteristik komunikasi massa dibatasi pada lima jenis media massa yang dikenal sebagai The Big Five of Mass Media. Media massa ini terdiri dari koran, majalah, radio, televisi, dan film. Karakteristik komunikasi massa secara konsepsional adalah:

- 1) Komunikasi media massa diperuntukkan bagi khalayak luas heterogen dan tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural.

- 2) Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum.
- 3) Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah.
- 4) Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi.
- 5) Penyampaian pesan melalui media massa, dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
- 6) Isi pesan yang disampaikan melalui media massa mencakup berbagai aspek kehidupan manusia seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lainnya yang mencakup di sekitar lingkungan manusia.

Komunikasi massa merupakan suatu ilmu yang ditujukan kepada audien dengan melalui media massa. Apabila dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Menurut Effendy, adapun ciri-ciri dari komunikasi massa adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi massa berlangsung satu arah (*one-way communication*) berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan dari para pembacanya terhadap pesan dan

berita yang disiarkan. Demikian pula terjadi pada penyiar televisi, radio, dan sutradara film yang tidak mengetahui tanggapan dari para khalayak yang menjadi sasarannya. Yang dimaksud dengan “tidak mengetahui” adalah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi berlangsung. Konsekuensi dari situasi komunikasi ini adalah komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan agar pesan yang disampaikan pada komunikasi harus bersifat komunikatif sehingga dengan mudah dapat dipahami.

2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikator nya melembaga. Komunikator tidak mempunyai kebebasan individual karena dalam menyebarkan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan nama stasiun televisi yang diwakilinya. Konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga adalah peranannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang lain. Kemunculan nya dalam media komunikasi tidak sendirian, tetapi bersama dengan orang lain.

3) Pesan komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarluaskan melalui media massa bersifat umum karena pesan yang disampaikan atau disebarkan media

massa bersifat umum (publik), ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, sehingga tidak ditujukan kepada perseorangan atau sekelompok tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

4) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Media massa mempunyai ciri mempunyai kemampuan yang dapat menimbulkan keserempakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarakan.

5) Komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpecah dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, mempunyai perbedaan dalam berbagai hal seperti jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup dan sebagainya. Heterogenitas khalayak seperti itu yang menjadi kesulitan seorang komunikator dalam menyebarkan pesannya melalui media massa karena setiap individu dan khalayak menghendaki keinginannya terpenuhi. Cara untuk mengatasi heterogenitas

adalah mengelompokkan menurut jenis kelamin, usia, agama, dan lainnya berdasarkan perbedaan.

Proses produksi konten media massa berlangsung dalam suatu organisasi formal yang menghabiskan biaya sangat besar dan melibatkan banyak orang. Proses produksi dan reproduksi lembaga media massa memenuhi prinsip-prinsip pembiayaan dan manajemen modern dalam perusahaan. Meskipun demikian, lembaga media massa memproduksi sesuatu yang khas, yakni berupa kemasan informasi dan hiburan yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (khalayak).

Informasi yang diproduksi dan didistribusikan media massa bukanlah cerminan dari realitas yang hendak disampaikan kepada khalayak. Proses produksi berita sebagai mekanisme yang berlangsung dalam ruang-ruang redaksi media massa mencakup penyeleksian atau penyaringan bahan-bahan informasi tersebut. Dalam praktiknya, proses seleksi redaksi berupa pemberian perhatian atau penonjolan, pengurangan, dan pengabaian isu-isu tertentu. Hal tersebut didasarkan pada berbagai pertimbangan, baik yang berkaitan dengan internal redaksi, maupun menyangkut faktor eksternal seperti kepentingan ekonomi (komersial) dan politik media. Berbagai media massa melaporkan isu-isu yang sama, namun memberi penonjolan dan format pemberitaannya bisa saja berbeda

karena kepentingan-kepentingan lembaga media bersangkutan yang berbeda.

Pekerja media seperti wartawan, editor, atau fotografer, menghasilkan konten media yang berpotensi mempengaruhi berbagai sisi kehidupan khalayaknya. Karena itu, para pekerja media perlu menyadari posisi mereka dalam hal relasi antara khalayak dan media-nya. Hal ini dimaksudkan agar mereka tetap mempertimbangkan kemaslahatan atau kemanfaatan produk atau karyanya bagi khalayak. Media massa dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan kemanusiaan yang mulia untuk menciptakan suasana kehidupan sosial yang harmoni dan damai. Para wartawan, penulis lepas di media cetak, dan komentator televisi dan radio dapat menggunakan potensi dan keterampilannya (Effendy, 2006:22).

Selain Teori Komunikasi Massa yang menyangkut pada penelitian yang penulis teliti, juga dalam komunikasi massa dapat menimbulkan sebuah persepsi.

Menurut Slameto persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia yang secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya (Slameto, 2010:102).

Menurut Kotler yang dikutip oleh Maulana pada buku Psikologi Komunikasi dan Persuasi, *Perception is the process of how people select, organize, and interpret input information input to create an overall picture that is meaningful*. Mangkunagara berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini, persepsi mencakup penafsiran objek, penerimaan stimulus(*Input*), pengorganisasian stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap (Maulana, 2013:44).

Menurut Robbins yang dikutip oleh Herdian Maulana dalam bukunya Psikologi Komunikasi dan Persuasi (2013:49) mengemukakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu persepsi:

1) Faktor dari pelaku persepsi

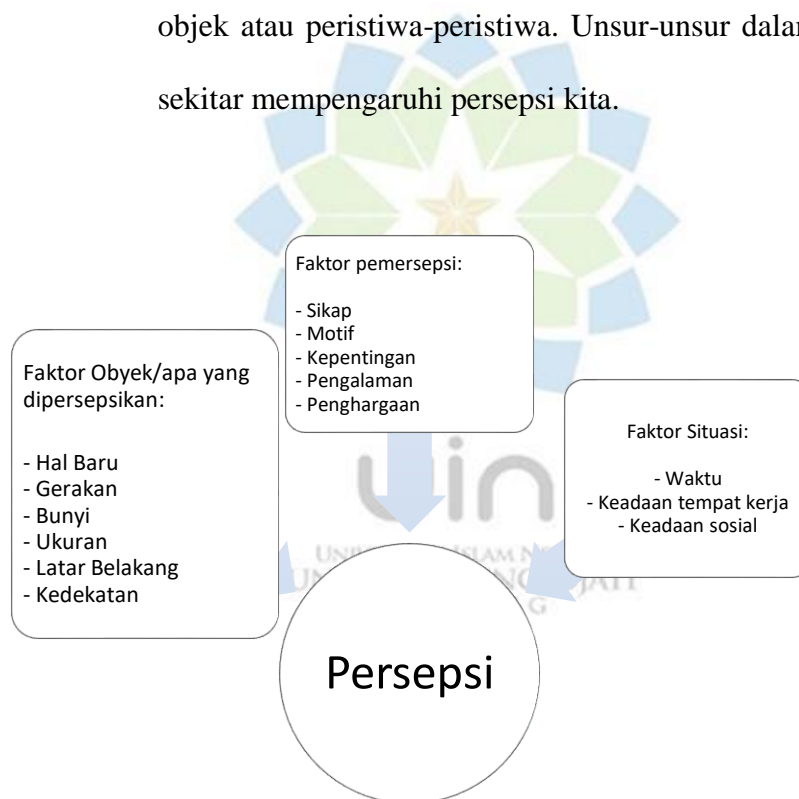
Bila seorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sarat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individual itu. Selanjutnya yang mempengaruhi persepsi dalam diri yaitu sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan.

2) Obyek/apa yang dipersepsikan

Karakteristik-karakteristik dalam obyek yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Orang-orang yang keras suaranya lebih mungkin diperhatikan dalam suatu kelompok daripada mereka yang pendiam.

3) Situasi

Adalah penting konteks dalam mana kita melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita.



Gambar 1.2 Faktor Pembentuk Persepsi

(Sumber: Keterangan dari berbagai referensi)

Ketika faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi itu tersebut terlihat, maka akan terjadinya suatu proses jalannya persepsi itu sendiri. Proses persepsi merupakan suatu proses kognitif

yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, dan pengetahuan individu. Pengalaman dan proses belajar akan memberikan bentuk dan struktur bagi objek yang ditangkap pancaindera, sedangkan pengetahuan dan cakrawala akan memberikan rti terhadap objek yang ditangkap individu akan berperan dalam menentukan tersedianya jawaban yang berupa sikap dan tingkah laku individu terhadap objek yang ada.

Menurut Miftah Toha (2003: 145), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

1. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

2. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

3. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti

kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Menurut Newcomb yang dikutip oleh Heriyan Maulana (Maulana, 2013: 46) ada beberapa sifat yang menyertai proses persepsi:

- a. Konstansi (Menetap): dimana individu mempersepsikan seseorang sebagai orang itu sendiri walaupun perilaku yang ditampilkan berbeda-beda.
- b. Selektif: persepsi dipengaruhi oleh keadaan psikologis si perseptor. Dalam arti bahwa banyaknya informasi dalam waktu yang bersamaan dan keterbatasan kemampuan perseptor dalam mengelola dan menyerap informasi tersebut, sehingga hanya informasi tertentu saja yang diterima dan diserap.
- c. Proses organisasi yang selektif: beberapa kumpulan informasi yang sama dapat disusun ke dalam pola-pola menurut cara yang berbeda.

b. Kerangka Konseptual

Menurut Muhammad Natsir dalam buku Manajemen Dakwah Islam karya Rosyad Shaleh, Dakwah sebagai usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan

seluruh konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar*, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, perikehidupan berumah tangga, perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara (Shaleh, 1977 : 8).

Dalam kegiatan dakwah, tak terlepas dari unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah tersebut, salah satunya *Wasilah* atau Media Dakwah. Dalam buku *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership* Karya Hamzah Yaqub, Abdul Kasir Munsyi menjelaskan bahwa media dakwah adalah alat yang menjadi saluran penghubung ide dengan umat, suatu elemen yang vital yang merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah (Yaqub, 1973: 47).

Media adalah suatu sarana alat komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi. Media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari sebuah *Medium*. Secara harfiah, media memiliki arti yakni perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (*a source*) dengan menerima pesan. Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (*Printed material*), computer, dan lain sebagainya (Indriana, 2011: 13).

Media merupakan alat yang dapat membantu aktivitas yang dimana sifatnya bisa mempermudah bagi yang memanfaatkannya.

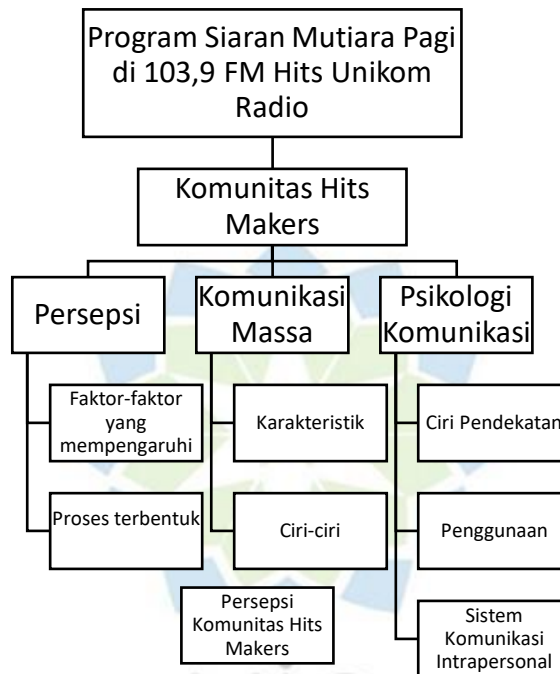
Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal (Arsyad, 2011: 3).

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan media dakwahnya pada salah satu media komunikasi yakni radio. Menurut Anwar Arifin, radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya actual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat (Arifin, 1984: 81).

Komunitas merupakan kelompok sosial dari berbagai macam lingkungan, pada dasarnya memiliki ketertarikan dan kesukaan yang sama. Menurut pendapat para ahli, Kertajaya Hermawan berpendapat bahwa komunitas adalah sekelompok manusia yang memiliki rasa peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya (Kertajaya Hermawan, 2008). Dapat diartikan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang saling mendukung dan saling membantu satu sama lain.

Dari pembahasan tersebut, ranah yang selaras dalam jurusan yang penulis ampu, Komunikasi Penyiaran Islam, yakni masuk ke dalam ranah *I'lam* (media) dari 2 ranah yang ada, *Khitobah* (Ceramah, pidato), dan *Kitabah* (Tulisan).

Analisis yang diteliti penulis dalam penelitian ini, adalah fenomena komunitas Hits Makers Bandung mengenai pemahaman, penerimaan, dan perhatiannya terhadap program siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung.



Gambar 1.3 Bagan Landasan Pemikiran

(Sumber: Keterangan dari berbagai referensi)

c. Hasil Penelitian Yang Relevan

Untuk menghindari adanya kesamaan terhadap penelitian penulis, maka penulis menampilkan beberapa penelitian sejenis yang relevan, diantaranya:

1. Penelitian dengan judul “*Persepsi Komunitas Pendengar Terhadap Ceramah Dakwah Berbahasa Jawa KH. Ahmad Anas M. Ag dalam Program Ngudi Kaswargan di RRI*”

Semarang”, karya Sutarti. Jenis penelitian tersebut adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Adapun pendekatan penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif. Spesifikasi penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif deskriptif.

2. Penelitian Jurnal dengan judul “*Persepsi Khalayak Terhadap Radio Komunitas Kampus 107.8 Mandalla FM*” Karya Shabrina Pramudita Pavitasari, Efi Fadilah, dan Ika Merdekawati Kusmayati. Metode dalam penelitian tersebut menggunakan metode survei deskriptif dengan pendekatan kualitatif.
3. Penelitian Jurnal selanjutnya berjudul “*Persepsi Tentang Citra RRI Pro 1 Stasiun Ende Flores Sebagai Radio Siaran Pedesaan*” Karya Maria Mega Mustika Jima, dan Sugeng Rusmiwari. Metode penelitian jurnal tersebut merupakan kualitatif. Sampel penelitian menggunakan *Purposive Sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Dalam metode analisis data tersebut yakni metode deskriptif.
4. Penelitian selanjutnya mengambil dari tesis yang berjudul “*Audience Perception of Radio Broadcasting as a Tool for Creating Awareness on Girl-Child Education in Kaduna State: A Study of KSMC Radio’s A Cece Su*” Karya Onozare

Abdul. Penelitian tersebut menggunakan metode survey. Analisis data tesis tersebut diperoleh menggunakan presentase sederhana dan statistik berbasis Chi-Kuadrat. Dan teori yang dibawa menggunakan teori *Uses dan Gratification*.

5. Penelitian tesis selanjutnya berjudul "*Evaluasi persepsi pendengar terhadap positioning: Studi kasus Radio Ramako 105.8 FM*" Karya Sri Megawati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung dengan data kuantitatif dan metode deskriptif kualitatif. Analisis data tersebut menggunakan perhitungan statistik frekuensi dan *crosstab*. Dan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang program siaran dalam sebuah radio, namun penelitian yang penulis teliti memiliki perbedaan tertentu. Penelitian yang pertama, memfokuskan penelitiannya pada persepsi komunitas pendengarnya terhadap program siaran *Ngudi Kaswargan* yang penceramah-nya KH Ahmad Anas M. Ag di Radio RRI Semarang. Yang kedua, penelitiannya menggunakan pendekatan komunikasi humanistik murni (*Humaniora*), jenis penelitiannya kualitatif. Dan yang ketiga, penelitiannya

memfokuskan pada persepsi pendengar terhadap siaran berita di Radio RRI Surakarta.

Dari ketiga penelitian diatas, jelas memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian yang penulis teliti saat ini, karena dalam penelitian ini, penulis memfokuskan penelitiannya pada Persepsi Komunitas Hits Makers Terhadap Siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung. Penelitian yang penulis teliti menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, sejauh pengamatan penulis, belum ada yang meneliti tentang Persepsi Komunitas Hits Makers Terhadap Siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung. Sehingga masalah yang diangkat oleh penulis, layak untuk diteliti.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian secara garis besar mencakup lokasi, metode penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, serta cara pengolahan atau analisis data yang akan ditempuh (Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2019). Langkah-langkah penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung di Jalan Dipati Ukur No. 103, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.

2. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yakni penelitian yang tidak menggunakan statistic dalam mengumpulkan data dan memberikan penafsiran terhadap hasilnya (Arikunto, 1998:98). Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikit pun belum diketahui. Metode ini juga dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Demikian pula metode kualitatif dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif (Strauss, et.al., 2003: 5).

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui apa saja yang menjadi persepsi komunitas Hits Makers Bandung terhadap program siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung.

Adapun spesifikasi penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang menggambarkan secara sistematis, akurat fakta dan karakteristik terkait populasi atau mengenai bidang tertentu.

Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian (Saifudin, 2001:7).

3. Paradigma Penelitian

Paradigma yang diterapkan pada penelitian ini yaitu menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan objektivitas dalam menemukan suatu relitas dan ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. (Dedi: 2003, 3).

Peneliti menggunakan paradigma tersebut karena objek yang peneliti telusuri yakni program siaran Mutiara Pagi di 103.9 FM Hits Unikom Radio, membutuhkan berbagai sumber dari pendengar Komunitas Hits Makers untuk mendapatkan kesimpulan berupa persepsi Komunitas Hits Makers terhadap program radio tersebut.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang di gambarkan dengan menggunakan kata-kata atau kalimat untuk mendapatkan sebuah hasil

kesimpulan. Data yang terdapat pada penelitian ini adalah data-data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan, melalui wawancara. Secara kualitatif data tersebut adalah:

1. Program Siaran Dakwah Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Menarik perhatian komunitas Hits Makers Bandung.
2. Komunitas Hits Makers menerima program siaran dakwah Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio
3. Kelebihan dan kekurangan program siaran Mutiara Pagi di 103,9 Hits Unikom Radio dalam pandangan komunitas Hits Makers Bandung.

b. Sumber Data

Sumber data yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Sumber data primer, yaitu Ketua Komunitas Ridzky Darajat, dan Manajer Produser Radio Hits Unikom Gebyar Ahadiakbar dan program siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung.
2. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain. Sumbernya diperoleh dari rekaman program siaran Mutiara Pagi.

5. Teknik Penentuan Informan

1) Informan dan Unit Analisis

Tabel 1.1 Informan dan Unit Analisis

(Sumber: Ketua Hits Makers Bandung dan Manajer
Produser Hits Unikom Radio Bandung)

Key Informan	Informan pelengkap
Rizki Darajat (Ketua Komunitas Hits Makers), Rianna Nury dan Arul Miftahudin (Anggota Hits Makers)	Gebyar Ahadiakbar (Manajer Produser Hits Unikom Radio Bandung)

2) Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu penentuan informan tidak didasarkan atas strata, kedudukan, pedoman atau wilayah tetapi didasarkan pada adanya tujuan dan pertimbangan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan dan penelitian (Sugiono, 2012:85).

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam memenuhi prosedur penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data melalui wawancara atau percakapan, tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu (Hadi, 1992:187). Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara langsung terhadap ketua beserta anggota komunitas Hits Makers Bandung atas persepsi nya mengenai program siaran Mutiara Pagi dan kepada manajer produser di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung.

b. Observasi

Observasi diartikan sebagai mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu obyek untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut (Kriyantono, 2007:106).

Dalam penelitian ini observasi digunakan untuk mengungkap masalah keadaan obyek penelitian. Dalam hal ini, penulis mengadakan pengamatan langsung ke lapangan, tentunya di lokasi Hits Unikom Radio Bandung.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan Data Instrumen Penelitian. Keabsahan data dimaksudkan untuk mendapatkan tingkat kepercayaan yang memiliki hubungan dengan seberapa jauh tingkat keberhasilan hasil penelitian, memperjelas dan mengungkapkan data menggunakan fakta yang aktual di lapangan.

Kualitatif keabsahan data dalam penelitian sifatnya lebih sejalan seiring dengan proses penelitian tersebut berlangsung. Sejak awal pengambilan data keabsahan data kualitatif harus dilakukan, yakni semenjak reduksi data, display data dan menarik kesimpulan ataupun verifikasi. Dari analisis tersebut akan diperoleh gambaran serta hasil yang mendalam mengenai Persepsi Komunitas Hits Makers Terhadap Siaran Mutiara Pagi di 103,9 FM Hits Unikom Radio Bandung.

8. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiono, 2012:244). Menurut Miles

dan Huberman (1984) dalam Sugiono merumuskan ada 3 analisis data, diantaranya:

1) Reduksi Data (Data Reduction)

Adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2) Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3) Verifikasi (Concussing Drawing)

Adalah menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi juga bisa tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan (Sugiono, 2012: 246-253).