

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peran radio sebagai media komunikasi massa yang dapat menyajikan berbagai informasi seperti berita, hiburan, pendidikan dan sebagainya dan radio juga merupakan salah satu dari media massa. Oleh karena itu, masyarakat harus mampu memilih media mana yang akan mereka konsumsi sebagai sumber dari informasi tersebut. Kehadiran media sendiri akan memberikan dampak terhadap masyarakat, baik berdampak positif atau berdampak negatif.

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintasi dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara (Hasan Asy'ari Oramahi, 2012:120).

Radio adalah salah satu bentuk dari media massa elektronik selain televisi. Ciri khas radio adalah tidak menuntut pendengarnya untuk memiliki kemampuan membaca dan melihat, namun hanya diperlukan kemampuan mendengar. Radio telah menjadi media komunikasi massa yang powerful. Bahkan radio pernah disebut – sebut sebagai the fifth estate atau kekuatan kelima setelah koran (Masduki 2001:56).

Sebagai media informasi. Radio mengambil peran penting dalam menyampaikan nilai-nilai islami yang sangat penting dalam pembentukan kepribadian seorang muslim sejati sesuai dengan tuntunan sunah Rasulullah SAW. Oleh karena itu, sebagai sarana penyiaran agama, radio juga dapat memberikan rangsangan terhadap persepsi atau tanggapan dan tingkah laku bagi masyarakat banyak. Di dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengar.

Tiga alasan mengapa radio semakin dilirik, karena sifat ketersegeraan (actuality), berita radio yang tersaji secara langsung menjadi primadona karena aktualitas dan objektivitasnya terjamin tanpa rekayasa ulang dari redaktur. Sifat format kemasan (bodystyle), kemasan radio dewasa ini makin bervariasi, sehingga memudahkan masyarakat pendengar untuk memilih kemasan yang pas buat mereka dan mencatat waktu penyiaran yang sesuai dengan kesibukan mereka. Sifat lokalitasnya, sebagai sarana komunikasi publik, radio menganut segmentasi menurut kedekatan geografis dan perilaku sosial masyarakat sekitarnya. Prinsip ini mengharuskan radio bersifat sangat lokal, dan karena itu radio lebih mampu menyerap lebih dalam aspirasi lokal dan menyiarkannya (Masduki, 2001: 6-7). Radio menjadi media massa yang sangat penting, dimana lebih banyak orang yang menangkap atau mendengar radio dari pada media lainnya salah satunya media dakwah.

Kehadiran media baru di era teknologi dan informasi seperti sekarang ini, media dakwah sendiri salah satu alat untuk penunjang dalam penyampaian

dakwah di masyarakat. Media Dakwah merupakan tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya, Kegiatan dakwah dapat terlaksana atau berlangsung tanpa media.

Menurut Mira Fauziyah (2006 : 102) Media Dakwah adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk berdakwa dengan tujuan supaya memudahkan menyampaikan Dakwah kepada mad'u". Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya. Dalam arti sempit, media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah. Sebagai alat bantu, media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah. Artinya, sebenarnya proses dakwah tanpa adanya media dakwah masih dapat mencapai tujuannya. Namun sebagai sebuah sistem dakwah, media bukan hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi sebagai salah satu komponen dakwah yang memiliki peranan dan kedudukan yang sama dengan komponen-komponen yang lain, seperti subyek dakwah, obyek dakwah, materi dakwah dan metode dakwah. Untuk menyampaikan isi atau pesan dakwah membutuhkan media sebagai pendukung keberhasilan sebuah misi dakwah itu sendiri.

Sekarang ini kegiatan dakwah akan lebih mudah dengan adanya media. Hadirnya robyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat dalam totalitas dakwah (Ya'qub: 1992: 47). Itulah kenapa media dakwah menjadi salah satu unsur penting dalam kegiatan dakwah. Sebagai seorang da'i, harus pintar-pintar membaca keadaan. Maksudnya adalah seorang da'i harus pintar memilih media untuk sarana dakwahnya, lebih-lebih seiring dengan lajunya perkembangan zaman

seperti sekarang ini yang memacu tingkat kemajuan ilmu dan teknologi, tidak terkecuali teknologi komunikasi yang merupakan suatu sarana yang menghubungkan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain. Salah satunya adalah berdakwah menggunakan media radio.

Dengan adanya media dakwah, maka dakwah mudah diterima oleh komunikan. Berdakwah dengan menggunakan media radio bisa sangat efektif, sebab selain tidak menggambar, radio dapat didengarkan sambil mengerjakan aktivitas lainnya. Dengan begitu pendengar tidak mengalami rasa jenuh dan bosan dalam mendengarkan ceramah keagamaan yang disampaikan dan tujuan penyebaran agama Islam dapat terwujud. Media radio dakwah memerlukan konsep yang matang dimana sifat radio hanya auditori (hanya didengar), oleh sebab itu seorang penyampai pesan dakwah harus mampu mendeskripsikan informasi yang hendak disampaikan kepada sasaran dakwah dengan baik dan jelas.

Salah satu bentuk pelaksanaan dakwah melalui media massa adalah dakwah melalui radio, seperti halnya yang dilakukan oleh radio DAIS 107.9 (Radio Dakwah Islam) FM, yang mengemas pesan-pesan islam secara menarik dan memikat. Radio ini cukup signifikan dalam proses pengembangan dakwah di Indonesia. Radio ini cukup signifikan dalam menanamkan benteng iman yang tebal dalam menghadapi informasi Barat yang memborbardir. Kehadiran radio DAIS FM merupakan salah satu mata rantai dari arus besar yang disebut dengan globalisasi. Berdirinya radio ini merupakan sebuah efek global akibat homegenisasi. Selain itu dimata masyarakat, radio semacam ini merupakan

pencerahan dimana mereka dapat menemukan agama dengan cara yang mudah dan bersahabat.

Keberadaan radio dakwah memungkinkan peran informasi yang disampaikan kepada masyarakat akan sangat mempengaruhi pemahaman tentang islam secara kaffah, sehingga masyarakat bisa menerima informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka khusus umat islam yang ada dikota semarang dan umumnya di Indonesia.

Media dakwah di kota semarang yang masih aktif hingga sekarang dan merupakan salah satu media dakwah yang masih memperhatikan kewajiban berdakwah di bandingkan dengan media radio komunitas lainnya yaitu radio DAIS. Radio DAIS 107.9 FM Semarang dalam menyiarkan dakwah Islam tidak hanya terfokus pada acara agama dan pemutaran lagu Islami saja, akan tetapi radio DAIS juga turut dalam menyampaikan tanda waktu sholat lima waktu dengan harapan semua program acara yang disajikan dapat mempengaruhi pendengarnya dan menambah pengetahuan masyarakat tentang agama Islam yang berada di Kota Semarang dan sekitarnya. Yang mana masih menjadi penyeimbang informasi yang dikonsumsi oleh masyarakat Kota Semarang. Keberadaan media dakwah di kota semarang akan membantu dalam menyebarkan Islam di masyarakat, dimana betapa pentingnya media dalam dunia dakwah, khususnya di Kota Semarang. Siraman keagamaan melalui radio tentunya mendapat perhatian dan perhitungan oleh masyarakat. Selain itu dakwah dengan menggunakan media merupakan salah satu bentuk pengoptimalan fungsi teknologi. Media khususnya yang merupakan salah satu media dakwah dapat memperluas jangkauan kegiatan

dakwah. Oleh karena itu penguasaan dan pemanfaatan IPTEK sangat penting bagi aktivis dakwah.

Salah satu masalah besar umat Islam pada era informasi sekarang ini adalah tidak dimilikinya suatu media massa yang memadai bagi mereka untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai – nilai Islami atau membela kepentingan agama dan umat Islam. Akibatnya yang terjadi tidak hanya kurang tersalurkannya aspirasi umat, tetapi juga umat Islam hanya menjadi konsumen dan rebutan media massa lain yang tak jarang membawa informasi yang menyesatkan bagi mereka. Tak dapat dipungkiri, Barat dewasa ini menguasai era informasi dengan segala keunggulan sistem, teknik, dan media informasinya yang tersebar luar dan menjangkau seluruh dunia (Asep Syamsul M. Romli S.IP, 2014 :113).

Radio Dakwah Islam (DAIS) FM merupakan salah satu radio komunitas yang ada di kota Semarang dalam penyampaian informasi yang bernuansa islam, ini berbasis komunitas masjid, yakni mengudara selaras dengan di banggunya Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) yang berada di Jalan Gajah Semarang. Radio ini mengudara di frekuensi FM 107.9 M.Hz dan berkekuatan pancar awal sekitar 2 Kw, dengan stasiun radio di Menara Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT). Radio DAIS memiliki spesifikasi khusus yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim di Kota Semarang, Jawa Tengah. Radio DAIS dapat menyajikan acara hiburan, pendidikan dan informasi dengan format islam. Selain itu, Radio DAIS mempunyai keunggulan dari pesaing radio lain yaitu adanya dialog interaksi mengenai agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap orang muslim, dalam

rangka meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan Islam selalu disajikan setiap harinya. Hal tersebut dilakukan dengan harapan acara radio DAIS dapat memikat hati pendengar, apalagi di kota Semarang adalah kota metropolitan sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani.

Radio DAIS 107.9 FM berdiri sejak tanggal 23 September tahun 2006 dan sekarang sudah memasuki usia yang ke-10 tahun dalam dunia penyiaran. Radio ini berdiri dengan tujuan untuk membangun masyarakat yang Islam serta mandiri dan ikut serta dalam pembangunan baik fisik maupun mental melalui program siaran yang dapat menggerakkan kegiatan pendidikan, hiburan dan informasi.

Sebagaimana media massa pada umumnya, Radio Dais juga bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak atau sebagai penyalur aspirasi masyarakat. Namun Radio Dais memiliki karakteristik yang sedikit berbeda dengan komunitas radio umum lainnya yaitu dalam hal siaran acara-acaranya berlandaskan dengan acara keagamaan maupun hiburan bernuansa agama Islam.

Radio DAIS 107 FM merupakan radio dengan multisekmen, dimana radio ini mengincar pendengar dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Radio DAIS 107.9 FM juga merupakan radio komersil, radio komersil adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan warga negara asing dilarang menjadi pengurus lembaga penyiaran swasta (komersial) kecuali untuk bidang keuangan dan bidang teknik .

Dalam dunia penyiaran sendiri pasti membutuhkan pendengar untuk mendengarkan siaran program media, baik media televisi maupun radio. Target atau sasaran dari media itu adalah masyarakat baik dikalangan anak-anak, remaja maupun orang tua. Di kota semarang sendiri memiliki jumlah penduduk umat muslim yang mana setiap tahun selalu berubah jumlahnya. Kota Semarang terletak antara garis $6^{\circ}50'$ – $7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan garis $109^{\circ}35'$ – $110^{\circ}50'$ Bujur Timur. Dibatasi sebelah Barat dengan Kabupaten Kendal, sebelah Timur dengan Kabupaten Denak, sebelah Selatan dengan Kabupaten Semarang, dan sebelah Utara dibatasi oleh Laut Jawa dengan panjang garis pantai meliputi 13,6 km. Ketinggian Kota Semarang terletak antara 0,75 sampai dengan 348,00 diatas garis pantai. Dengan luas wilayah sebesar 373,67 km², dan merupakan 1,15% dari total luar daratan Provinsi Jawa Tengah. Kota semarang terbagi dalam 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Dari 166,14 km² kecamatan yang ada, kecamatan Mijen (57,55 km²), dan kecamatan Gunungpati (54,11 km²), dimana sebagian besar wilayahnya berupa persawahan dan perkebunan. Sedangkan kecamatan dengan luas terkecil adalah Semarang Selatan (5,93 km²) dan kecamatan Semarang Tengah (6,14 km²), sebagian besar wilayahnya berupa pusat perekonomian dan bisnis Kota Semarang, seperti bangunan mall/toko, pasar, perkantoran lain sebagainya.

Alasan pemilihan objek di Kota Semarang sebagai penelitian ini diantaranya:

1. Dikarenakan penelitian ini berfokus pada masyarakat umat muslim di Kota Semarang yang dijadikan sebagai objek penelitian.

2. Dikarenakan umat muslim masyarakat di Kota Semarang masih mendengarkan Radio DAIS sebagai media untuk mendapatkan informasi tentang ilmu agama Islam dalam menerapkan aktivitas kehidupan sehari – hari

Dari beberapa permasalahan diatas, penulis memilih judul “ Pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio Dais 107.9 Fm Dan Intensitas Mendengar Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Pada Masyarakat Kota Semarang”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menemukan rumusan masalah yang harus di teliti, adapun rumusan masalahnya adalah

1. Bagaimanakah Pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio Dais 107.9 Fm Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Pada Masyarakat Kota Semarang ?
2. Bagaimakah pengaruh Intensitas Mendengar Radio Dais 107.9 Fm Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Pada Masyarakat Kota Semarang ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio Dais 107.9 Fm Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Pada Masyarakat Kota Semarang.
2. Mengetahui pengaruh Intensitas Mendengar Radio Dais 107.9 Fm Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Pada Masyarakat Kota Semarang.

1.4. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara akademis, teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat tersebut yaitu :

1. **Secara Akademis:** di harapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembang teori komunikasi khususnya teori-teori komunikasi massa, serta dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan pengembangan teori yang telah ada, serta dapat memperluas wawasan mahasiswa dalam bentuk pelaksanaan dakwah Islam dengan melalui media radio, sebagai peran aktif umat Islam dalam berdakwah melalui media radio.
2. **Secara Sosial :** di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan konseptual tentang apa dan bagaimana radio, serta memberikan kontribusi dan khasanah informasi bagi pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi melalui media radio.
3. **Secara Praktis :** di harapkan hasil penelitian ini menjadi bahan pertimbangan dan informasi bagi peneliti lain serta juga dapat memberikan informasi bagi praktisi da'i, khususnya bagi pemilik, pengelola dan praktisi radio yang bertujuan menyebarkan pesan-pesan moral agama Islam dimana saja dengan melalui radio yaitu media radio dakwah.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. State Of The Art

State Of The Art penelitian terdahulu yang di jadikan sebagai bahan acuan untuk penelitian ini antara lain:

Tabel 1.1. Peneliti Terdahulu

No	Penulis	Judul & Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian
1	Anggaraini Puspita Sari (2013)	PERAN GAYA BICARA PENYIAR RADIO SINDANGKASIH FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan empirik, dengan wawancara, angket dan observasi. Teknik analisis data menggunakan metode kuantitatif.
2	Yessi Oktavia (2010)	PENGARUH RADIO TERHADAP SIKAP MAHASISWA (STUDI KORELASIONAL PENGARUH PROGRAM ACARA AKUSTAR DI RADIO STAR FM TERHADAP SIKAP BERMUSIK MAHASISWA SASTRA USU)	Dalam penelitian ini menggunakan teori S-O-R dengan menentukan jumlah sampel dan menggunakan teknik Proportional Stratfied. Dimana penelitian ini menggunakan metode Korelasional. Data yang diperoleh dianalisis dengan bentuk tunggal dan uji hipotesis melalui korelasi Rank-Order
3	Adi	STRATEGIS DAKWAH	Penelitian ini menggunakan

	cahyono (2015)	DALAM PROGRAM ACARA NYANTRI ON THE AIR DI RADIO GESMA 97.6 FM KARTASURA	narasumber yang tetap. Dimana sebagai icon, narasumber yang mengisi bukan hanya pandai dalam agama, tapi juga pendidikan umum dan berpengalaman
4	Abdullah (201)	HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI KONSULTAN HERBALIFE DENGAN TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK NUTRISI PADA PENGUNJUNG PASAR SAMPAN SEMARANG	Dalam penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial, selain itu menggunakan analisis regresi sederhana. Dengan teknik purposive sampling dengan metode kuantitatif.

Dari *state of the art diatas*, penelitian ini tidak jauh berbeda. Penelitian ini juga berfokus pada media massa dan pengaruhnya, tetapi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuisisioner. Adapun teori yang dipakai adalah teori *uses and gratifications*. Penentuan sampling dengan metode non-probabilitas dengan teknik *purposive random sampling* yaitu memilih orang – orang yang tertentu kerana dianggap mewakili populasi. Dalam hal ini hanya tertuju pada orang-orang yang mendengarka radio DAIS 107.9 FM Semarang.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Paradigma dapat didefinisikan bermacam – macam, tergantung pada sudut pandang yang digunakan (Salim, 2006:63). Sebagian orang menyebut paradigma sebagai citra fundamental dari pokok permasalahan di dalam suatu ilmu paradigma menggariskan hal yang seharusnya dipelajari, pertanyaan – pertanyaan yang seharusnya dikemukakan dan kaidah – kaidah yang seharusnya diikuti dalam menafsirkan jawaban yang diperoleh.

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia maya. Paradigma adalah keyakinan dasar yang diyakini oleh penelitiannya dalam proses penelitian. Dengan kata lain, gagasan yang mempresentasikan beragam cara yang dilakukan peneliti untuk memahami dunia atau realitas.

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan pendekatan positivisme. Positivisme adalah suatu aliran filsafat yang menolak unsur metafisik dan teologik dan realitas sosial. Karena penolakannya terhadap unsur metafisik dan teologik, positivisme kadang – kadang dianggap sebuah varian dari Materialisme (bila yang terakhir ini dikontraskan dengan Idealisme).

Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2013:7).

1.5.3. Teori Penelitian

1.5.3.1. Komunikasi Massa

Penelitian ini termasuk kedalam kategori komunikasi Massa, dimana tema dari penelitian adalah Pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio Dais 107.9 FM Dan Intensitas Mendengar Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Pada Masyarakat Kota Semarang.

Komunikasi massa merupakan suatu proses dimana media menyebarkan pesan ke publik secara luas dan pada sisi lain diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, anonim, melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rahmat 2009:189).

Komunikasi massa adalah produksi dan industri yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Gerbner, 2009:188). Yang komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan arah satu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

Komunikasi Massa adalah orang-orang yang memproduksi pesan. Sesuai dengan karakteristik komunikasi massa bahwa komunikator dalam komunikasi massa adalah sebuah lembaga atau terdapat dalam organisasi yang kompleks, maka dalam prosesnya melibatkan banyak orang, seperti para jurnalis, penyiar atau presenter, para petugas badan iklan, produser dan direktur siaran radio dan televisi serta para penyunting dan lain-lain. Ciri utama dalam komunikasi massa

yang membedakan dengan komunikator yang lain adalah mereka (komunikator massa) tidak dapat melihat maupun berinteraksi secara langsung dengan uadiennya.

1.5.3.2. Teori *Uses And Gratifications*

Pada penelitian ini penulis memilih pendekatan *uses and gratifications*, yaitu menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya. Kajian yang dilakukan dalam ranah *uses and gratifications* mencoba untuk menjawab pertanyaan :” Mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka gunakan untuk media ?” (McQuail dalam Junaedi 2007:99).

Teori penggunaan dan kepuasan atau *uses and gratifications theory* disebut sebagai salah satu teori yang digunakan dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan uadien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologi yang berbeda diantara individu audien (Littlejohn 2005:286).

Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhan. Penganut teori ini menyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendiri Elihu Katz, Jay G.Blumler, dan Michael Gurevictch *uses and gratifications* melihat asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang

membawa pada pola terterpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Asumsi dasar teori ini antara lain adalah konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Ardianto dalam Putra , 2012). Teori ini menyatakan mungkin bahwa media juga dapat mempunyai pengaruh yang jahat dalam kehidupan. Pengaruh jahat dari media dapat disebabkan karena terpaan dari sebuah media. Karena terpaan media dapat mengubah perilaku seseorang. Terpaan dapat dikatakan sebagai keadaan terkena pada komunikasi atau khalayak oleh pesan-pesan yang disebarkan oleh media.

Elihu Katz dan Herbert Blumler merumuskan asumsi-asumsi dasar teori ini:

1. Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengangkat pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.

4. Penelitian tentang anti kultural dari media massa ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Menurut Palm Green konsep dalam mengukur tingkat kepuasan khalayak yaitu Gratification Sought dan Gratification Obtained. Gratification Sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, televisi, atau koran). Sedangkan Gratification Obtained adalah kepuasan yang nyata diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Kriyantono, 2012:210-211).

Uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Pada penelitian ini akan menggunakan 2 komponen dari teori *uses and gratifications* yaitu :

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)

Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidikan kita.

Sehubungan dengan rasa ingin tahu yang sangat mendalam akan sebuah informasi atau pengetahuan yang baru sehingga dengan adanya rasa ingin tahu tersebut guna memenuhi kebutuhan akan informasinya.

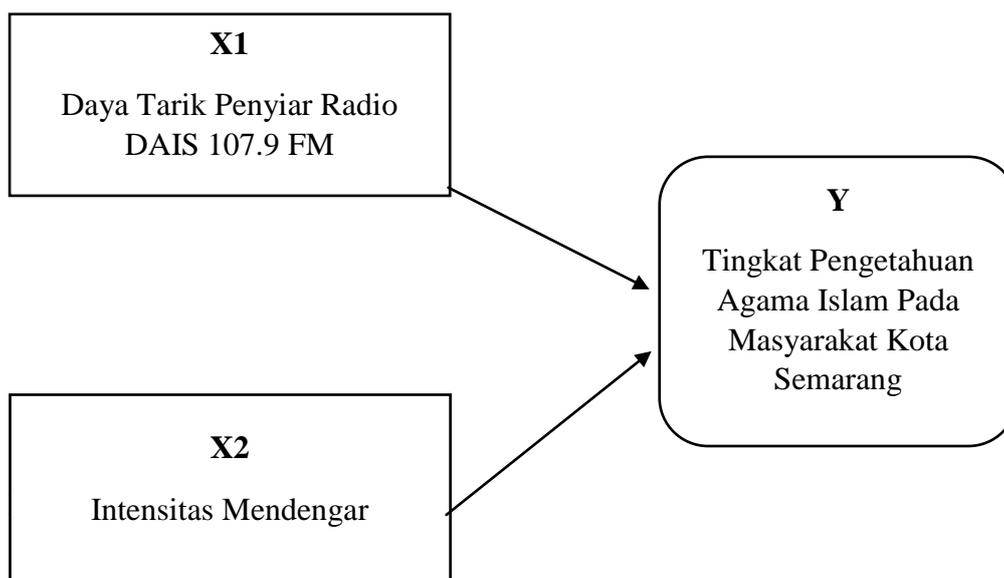
2. *Affective needs* (Kebutuhan Afektif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Dengan adanya hubungan antara pengalaman mereka akan sebuah kesenangan atau estetika serta pengalaman emosional individu, maka akan terwujud sebuah pengalaman baru ketika menggunakan sebuah media guna memenuhi kebutuhan.

1.5.4. Kerangka Empiris Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka kerangka empiris dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis Teoritik Dan Visualisasi Aplikasi Teori



X1: Daya Tarik Penyiar Radio DAIS 107.9 FM.

X2: Intensitas Mendengar

Y: Tingkat Pengetahuan Agama Islam pada Masyarakat Kota Semarang

1.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus di uji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal (Kriyantono, 2008:28). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1) H₀ : Tidak ada Pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio DAIS 107.9 FM terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam pada masyarakat Kota Semarang.

H_a : Ada pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio DAIS 107.9 FM terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam pada masyarakat Kota Semarang.

2) H₀ : Tidak ada pengaruh Intensitas Mendengar terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam pada masyarakat Kota Semarang.

H_a : Ada pengaruh Intensitas Mendengar terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam pada masyarakat Kota Semarang.

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1. Daya Tarik Penyiar Radio

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) daya tarik adalah kemampuan menarik (memikat) perhatian.

Penyiar radio (*radio announcer*) adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara diradio (Asep Syamsul M. Romli,2009:37). Dalam bahasa Inggris, selain *announcer*, penyiar juga sering disebut ” Presenter Radio”(Radio *Presenter*) atau “Presenter Siaran” (*Broadcast Presenter*), yakni penyaji program siaran dan Host (*Harfiah: tuan rumah*) atau pembawa acara (Asep Syamsul M. Romli,2009:37).

Jadi Daya Tarik Penyiar Radio dalam penelitian ini adalah daya tarik orang yang bertugas membawakan atau memandu acara diradio yang memiliki kemampuan menarik perhatian untuk pendengarnya.

1.7.2. Intensitas Mendengar

Intensitas dari bahasa Inggris “*intensity*” yang berarti : *Quality of being intense : the strength, power, force, or concentration of something; the pain increased in intensity* (Microsoft Encarta Reference Library, 2005). Intensitas berarti kualitas dari tingkat kedalaman : kemampuan, kekuatan, daya atau konsentrasi terhadap sesuatu atau tingkat keseringan atau kedalaman cara atau sikap, perilaku suatu yang terkait. Menurut Ashari M. Hafi (1996:297) intensitas adalah kuatnya tingkah laku atau pengalaman atau sikap yang dipertahankan. Menurut Drs. Natasasmita Hanapa (1995:10)

Mendengarkan adalah suatu proses menangkap, memahami, mengingat dengan sebaik-baiknya apa yang di dengarkannya atau sesuatu yang dikatakan oleh orang lain kepadanya.

Jadi intensitas mendengar dapat diartikan kemampuan atau kedalaman proses menangkap, memahami, mengingat dengan sebaik – baiknya pesan yang disampaikan oleh orang lain

1.7.3. Pengetahuan Agama Islam

Menurut Notoadmodjo (2010), pengetahuan merupakan hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indra yang dimilikinya (mata, hidung, telinga dan sebagainya).Sedangkan tingkat pengetahuan adalah pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda (Notoadmodjo 2010).

Agama Islam merupakan kumpulan seluruh nilai yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan kepada seluruh manusia, baik hukum akidah, akhlak, ibadah, muamalat, serta berita-berita yang disebutkan dalam Al-quran danb As-sunnah (Dr.Harjani Hefri, 2015: 10).

Dalam penelitian ini variabel pengetahuan agama islam dapat diartikan sebagai hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indra pendengaran (telinga) yang berkaitan dengan kumpulan seluruh nilai yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan kepada seluruh manusia, baik hukum akidah, akhlak, ibadah, muamalat, serta berita-berita syang disebutkan dalam Al-quran dan As-sunnah.

1.8. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.8.1. Daya Tarik Penyiar Radio (X1)

- Kemampuan intonasi yang digunakan oleh penyiar radio
- Gaya bahasa yang digunakan oleh penyiar radio
- Keakraban penyiar radio dengan pendengar
- Keterampilan penyampaian isi program radio kepada pendengar

1.8.2. Intensitas Mendengar

- Sering tidaknya mendengarkan radio DAIS
- Tingkat perhatian lama tidaknya mendengarkan radio DAIS
- Tingkat konsentrasi pendengar radio DAIS

1.8.3. Pengetahuan Agama Islam

- Pengetahuan pendengar mengenai Tafsir Al-Quran dalam Islam
- Hasil tahu pendengar mengenai Ibadah dan Fiqih dalam Islam
- Pengetahuan pendengar mengenai Sirah Nabawi
- Pengetahuan pendengar mengenai Muamalat dalam Islam
- Hasil tahu pendengar mengenai hiburan baik lagu religi, nasyid dan rebana

Tabel 1.2. Variabel dan Matriks Penelitian

Variabel	Matriks Penelitian	Skala
Daya Tarik Penyiar Radio	<ul style="list-style-type: none">- Kemampuan intonasi berbicara dan kejelasan suara yang disampaikan- Gaya bahasa yang disampaikan oleh penyiar radio	Ordinal

	<ul style="list-style-type: none"> - Keakraban penyiar dengan pendengarnya - Kemampuan keterampilan penyampaian isi program radio 	
<p style="text-align: center;">Intensitas Mendengar Radio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sering tidaknya mendengarkan radio DAIS - Tingkat perhatian saat mendengarkan radio DAIS - Tingkat konsentrasi pendengar dalam mendengarkan radio DAIS 	Ordinal
<p style="text-align: center;">Tingkat Pengetahuan Agama Islam</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan atau tidaknya pengetahuan pendengar mengenai Tafsir Al-Quran dalam Islam - Meningkatkan atau tidaknya pengetahuan pendengar mengenai Ibadah dan Fiqih dalam Islam - Menambah atau tidaknya wawasan pendengar mengenai pengetahuan Sirah Nabawi - Meningkatkan pengetahuan pendengar mengenai Muamalat dalam Islam - Menambah pengetahuan pendengar mengenai hiburan baik lagu religi, nasyid dan rebana 	Ordinal

1.9. Metodologi Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian ini adalah tipe eksplanatori atau kuantitatif yaitu metode penelitian yang mengamati hubungan atau mencari sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Kriyantono, 2008:68). Penelitian dituntut untuk membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian juga tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena, tetapi menjelaskan mengapa fenomena ini terjadi dan apa pengaruhnya, dengan kata lain, peneliti menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih (Krisyanto, 2008:60). Dalam penelitian ini variabel (X1) adalah Pengaruh Daya Tarik Radio DAIS 107.9 FM dan (X2) Intensitas Mendengar sedangkan variabel (Y) adalah Tingkat Pengetahuan Agama Islam.

1.9.2. Populasi dan Teknik Sample

Populasi adalah keseluruhan satuan analisis (*unit of analysis*) yang hendak diteliti dalam hal ini adalah individu – individu responden (Hamidi,2007:12). Sedangkan menurut Sugiaro Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah umat muslim yang ada di Kota Semarang. Jumlah populasi dari penelitian ini sebanyak 1.350.310 jiwa. Maka penentuan sampel dihitung dengan menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan 10% atau 0.1

$$n = \frac{1.350.310}{1.350.310(0,1^2)+1} = 99,99$$

Berdasarkan hasil perhitungan di peroleh hasil sampel 99,99 yang kemudian di bulatkan 100 responden. Sampel yang terdapat pada penelitian ini adalah 100 responden dari jumlah keseluruhan populasi Umat Muslim di Kota Semarang. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak di selidiki dan di anggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Kriyantono, 2010:154).

• **Syarat untuk menjadi sample dalam penelitian ini yaitu:**

1. Umat muslim
2. Jenis kelamin yaitu wanita dan laki-laki
3. Masyarakat asli kota semarang dan masih tinggal di kota semarang
4. Masyarakat kota semarang yang pernah mendengarkan radio DAIS 107.9 FM

1.9.3. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sample penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa representatif (Sugiyono, 2012:68). Dimana tidak semua masyarakat umat muslim dikota semarang mendengarkan Radio DAIS, jadi dalam penelitian ini pengambilan sampling menggunakan purposive sampling.

1.9.4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu kuisioner.

b. Sumber Data

1. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berisi jawaban yang diambil dari responden melalui kuesioner, dalam penelitian ini didapat dari umat muslim masyarakat kota Semarang yang dipilih menjadi reponden.
2. Data sekunder pada penelitian ini diambil dari sumber- sumber yang terkait dengan penelitian data yang diambil dan dokumen,literatur, referensi dan antecedent serta informasi-informasi lain yang mendukung penelitian ini.

1.9.5. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013:93).

Dalam Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun jawaban alternatif dari item-item kuisisioner yang nilai dengan skala pengukuran adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3. Skala Likert

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
5	4	3	2	1

1.9.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menunjukkan aktifitas ilmiah yang sistematis adalah dengan Metode Kuisisioner untuk mengumpulkan data primer, metode pengumpulan data dapat digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

1.9.7. Pengolahan Data

Pengolahan Data adalah suatu proses dalam memperolah data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara – cara atau rumus – rumus tertentu (Hasan, 2004: 24). Agara data dapat dikelompokkan secara baik, perlu dilakukan kegiatan awal sebagai berikut :

- Editing, yaitu proses memeriksa data yang sudah terkumpul, meliputi kelengkapan isian, keterbacaan tulisan, kejelasan jawaban, relevansi jawaban, keseragaman satuan data yang digunakan, dan sebagainya.
- Coding, yaitu kegiatan memberikan kode pada data yang terkumpul disetiap instrumen penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan dalam penganalisis dan penafsiran data.
- Tabulating, yaitu memasukkan data yang sudah dikelompokkan kedalam tabel-tabel agar mudah dipahami.

1.9.8. Teknik Analisis Data

1.9.8.1. Teknik Analisis Rank Spearman

Sumber data untuk kedua variabel yang akan dikonversikan akan dapat berasal dari sumber yang tidak sama, jenis data yang dikorelasikan adalah data ordinal, serta data dari kedua variabel tidak harus memberntuk distribusi normal. Jadi korelasi Spearman Rank adalah bekerja dengan dua ordinal atau berjenjang atau ranking, dan bebas distribusi. (Sugiyono, 2012:244).

Rumus Korelasi Rank Spearman

$$\rho = 1 - \frac{6\sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

ρ = Koefisien korelasi Rank Spearman

D = Difference (perbedaan antar jejang rank)

N = jumlah responden / pasangan

Analisi ini dipergunakan untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Penyiar Radio DAIS 107.9 FM (X1) dan Intensitas Mendengar (X2) terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam (Y).

1.9.9. Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.9.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sifat validitas memberikan pengertian bahwa alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai yang sesungguhnya dari apa yang kita inginkan.

Uji validitas dalam penelitian ini untuk menguji validitasnya data kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi pengukurannya (Azwar,2009:5). Uji validitas ini menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS 20).

- Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

- Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

1.9.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2007:4). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dari subjek memang belum berubah (Azwar, 2007:35). Untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut sudah reliabel dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan computer program SPSS 20. Kriteria penilaiin uji reliabilitas sebagai berikut:

- Apabila hasil koefisien Alpa lebih besar daripada 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel
- Apabila hasil koefisien Alpa lebih kecil dari 0,60 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.