

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mencari kumpulan-kumpulan penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah peneliti.

2.1.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penelitian ini lebih memadai.

Peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan sebagai gambaran yang dapat membantu peneliti untuk mengembangkan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Universitas	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Mega Utami Pajrin 2017	Daya Tarik Kegiatan "Ngaleut" Oleh Komunitas Aleut Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Daya Tarik kegiatan "Ngaleut" Oleh Komunitas Aleut Bandung dalam Meningkatkan Minat Menulis di Kalangan Anggota Komunitasnya)	Universitas Komputer Indonesia	Kualitatif, Studi deskriptif	Dalam hal ini kekuatan terdiri dari aspek kelebihan kegiatan "Ngaleut". Penampilan terdiri dari aspek tampilan dan proses kegiatan "Ngaleut". Komunikator terdiri dari penampilan komunikator, kapasitas dan kredibilitas serta cara komunikator mengajak anggota Komunitas Aleut untuk belajar menulis. Pesan yang disampaikan mudah dimengerti dan menarik, manfaat kegiatan "Ngaleut", minat menulis, apa yang ditulis, jadwal menulis, referensi menulis, kesulitan pada saat menulis dan mengajak orang lain untuk menulis. Media yang digunakan adalah media	Perbedaan penelitiannya dalam hal menarik minat dimana minat para pelajar SMA yang lebih diteliti untuk kasus ini

				sosial yang efektif dalam mengajak masyarakat di luar komunitas Aleut untuk bergabung dengan komunitas Aleut dan ikut “Ngaleut”.	
Mas Muhammad Nahwawi 2020	Pengaruh Mendengarkan Program Ardan School Terhadap Minat Menjadi Penyiar Radio Anak Muda (Studi Korelasional pada pendengar radio Ardan di Kota Bandung)	Universitas Pendidikan Indonesia	Studi Pendekatan Kuantitatif dengan metode studi koresional	Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Program Ardan School berpengaruh terhadap minat untuk menjadi penyiar radio anak muda di Kota Bandung.	Perbedaan nya lebih terhadap kredibilitias penyiar program ardan school dalam menarik minat para pelajar SMA
Irma Yanuarti 2020	Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Partisipannya	Universitas Komputer Indonesia	Studi Kualitatif	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui daya tarik program kekasih juara dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada partisipannya	Penelitian ini memiliki perbedaan terhadap hasil dari kredibiitas penyiar dalam menarik minat para pelajar SMA untuk menjadi penyiar radio

Sumber : Peneliti, 2023

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Untuk menjelaskan pengertian dari komunikasi, berikut ini dikemukakan hakikat dan definisi komunikasi, komponen komunikasi, proses komunikasi, sifat komunikasi, fungsi komunikasi, dan tujuan komunikasi.

2.1.2.1 Hakikat dan Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama.

Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan. (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8).

Jika berbicara mengenai definisi komunikasi sesungguhnya tidak ada definisi yang salah maupun benar, definisi diuraikan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi komunikasi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media tertentu atau justru terlalu luas misalnya, komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman, dan makhluk hidup lainnya.

Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pemahaman mengenai komunikasi, yakni sebagai tindakan satu arah, sebagai interaksi, dan sebagai transaksi. (Mulyana, 2007)

Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu usaha atau kegiatan untuk menyampaikan ide atau gagasan kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi bahwa bahwa komunikasi adalah:

“Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya”. (Effendy, 2013)

Adapun definisi komunikasi menurut Everett M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid adalah:

“Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. (Wiryanto, 2008:6)

Definisi yang berbeda juga dikemukakan oleh Carl Hovland dan juga Jannis & Kelley, mereka berpendapat bahwa komunikasi adalah:

“Suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”. (Rismawaty, 2014)

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver adalah:

“Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi”. (Wiryanto, 2008:7)

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pemikiran, pendapat, gagasan, perasaan, pengalaman, pengetahuan serta harapannya.

Komunikasi dapat dikatakan efektif jika dapat mempengaruhi, merubah sikap dan perilaku. Seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu bersifat komunikatif, yakni pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya dimengerti oleh komunikator tetapi juga dimengerti oleh komunikan untuk mencapai suatu komunikasi yang bersifat komunikatif, maka seorang komunikator harus mengetahui dahulu kerangka berpikir (Frame Of Reference) dan pengalaman (Field Of Experience) calon komunikan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku *Dinamika Komunikasi* yang penting dalam komunikasi adalah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya sebagai berikut:

1. Dampak kognitif

Adalah dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan lain perkataan, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.

2. Dampak afektif

Di sini tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya; menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

3. Dampak behavioral

Dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. (Effendy, 2015)

2.1.2.2 Komponen – Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Jika mengikuti paradigma Harold Laswell seperti apa yang sudah dibahas sebelumnya, maka setidaknya terdapat lima komponen komunikasi yaitu komunikator (*communicator*), pesan (*message*), media (*media*), komunikan (*communicant*), dan efek (*effect*). (Mulyana, 2003:62)

- 1. Komunikator (*communicator*) dan Komunikan (*communicant*)**

Istilah komunikator dan komunikan merupakan istilah umum yang sering digunakan dalam setiap peristiwa komunikasi. Untuk menegaskan bahwa ketika seseorang terlibat dalam komunikasi maka ia berperan

sebagai sumber (komunikator/pembicara) sekaligus sebagai penerima (komunikasikan/pendengar). Komunikator harus mampu mengembangkan diri sebagai penyebar pesan, memanipulasi pesan, memilih media, menganalisis audiens agar pesan-pesan dapat mempengaruhi warga masyarakat. Komunikasikan adalah seseorang atau sekelompok orang atau organisasi/institusi yang menjadi sasaran penerima pesan..

Komunikator dan komunikasikan juga dikenal dengan istilah sumber-penerima, karena sumber-penerima sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (pembicara) sekaligus penerima (pendengar). Seseorang mengirimkan pesan ketika berbicara, menulis, memberikan isyarat tubuh, atau tersenyum dan menerima pesan dengan mendengarkan, membaca, membaui dan sebagainya.(DeVito, 1997:27)

2. Pesan (*message*)

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikasikan terdiri dari isi dan lambang. Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikasikan (Effendy, 2000:11)

Bahasa adalah lambang yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (*gesture*) memang dapat

menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang pada orang lain.

3. Media (*media*)

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung hanya melalui satu saluran sering sekali kita menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan. Contohnya ketika berinteraksi tatap muka kita berbicara dan sekaligus mendengar (saluran suara), namun juga kita memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat secara visual (saluran visual). Dan sering juga kita saling menyentuh ketika sedang berkomunikasi itupun termasuk saluran komunikasi (saluran taktil).

Media juga dapat dilihat dari sudut media tradisional dan modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Tradisional misalnya kentongan, bedug, pagelaran seni, dan lain-lain sedangkan yang lebih modern misalnya surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, televisi, dan internet yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, audio dan audio-visual. (Effendy, 2000:37).

4. Efek (*effect*)

Menurut Devito komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlihat dalam tindak komunikasi. Pada setiap kegiatan komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama mungkin seseorang akan memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana cara menganalisis, atau melakukan evaluasi terhadap sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua, seseorang akan memperoleh sikap baru atau merubah sikap, keyakinan, ataupun perasaanya yang mana ini adalah termasuk efek afektif. Ketiga, seseorang mungkijn akan memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti menendang bola atau menggambar, selain juga perilaku verbal dan nonverbal yang seharusnya, ini adalah dampak atau efek psikomotorik.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi ini telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya, pada dasarnya ini adalah proses pengiriman pesan melalui komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu dimana dalam definisi tersebut terkandung lima komponen komunikasi yang terlibat dalam setiap proses komunikasi yaitu komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek. Namun, secara garis besar Laswell dalam Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yakni proses komunikasi secara primer dan sekunder.

1. Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang terhadap orang lain dengan

menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu mengartikan pikiran atau perasaan komunikator terhadap komunikan.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media untuk berkomunikasi. Seorang komunikator menggunakan media dalam menjalin komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang berbeda ataupun jumlah komunikannya relatif banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televise, film, dan banyak lagi adalah media yang sering digunakan dalam berkomunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb). (Effendy, 2000: 11-19)

2.1.2.4 Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek sifat komunikasi terdiri dari beberapa macam sebagai berikut:

1. Tatap Muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*mediated*)
3. Verbal (*verbal*)
 - a. Lisan (*Oral*)

- b. Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
 - a. Gerakan/ isyarat badan (gestural)
 - b. Bergambar (*Pictorial*). (Effendy, 2013)

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) harus memiliki kemampuan dan sarana agar dapat menerima umpan balik (*feedback*) dari komunikan (penerima). Agar maksud dari pesan tersebut dapat diterima dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face- to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi menjadi dua macam yaitu lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badan (gestural) contohnya seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan lain sebagainya, dan menggunakan gambar untuk menjelaskan ide atau gagasannya.

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyebutkan secara singkat fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)

4. Mempengaruhi (*to influence*). (Effendy, 2013)

Sedangkan menurut pakar komunikasi lainnya yaitu Hafied Cangara menjelaskan dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Menurut Cangara, fungsi komunikasi dapat disesuaikan tergantung kepada tipe komunikasinya, misalnya komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan. Fungsi komunikasi antarpribadi adalah berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (*solidaritas*), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. (Cangara, 2004: 55-57)

2.1.2.6 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Dimensi-Dimensi Komunikasi, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Perubahan Sosial (*Social Change*)
2. Perubahan Sikap (*Attitude Change*)

3. Perubahan Pendapat (*Opinion Change*)
4. Perubahan Perilaku (*Behaviour Change*)

Berdasarkan tujuan komunikasi yang dijelaskan oleh Effendy, penulis dapat menyimpulkan bahwa tujuan komunikasi pada dasarnya adalah untuk mendapatkan perubahan dari komunikan atau si penerima pesan sesuai dengan yang komunikator inginkan. Perubahan sosial, perubahan sikap, perubahan pendapat dan perubahan perilaku merupakan tujuan umum komunikasi yang dapat dicapai jika penyampaian dan pemberian informasi dilakukan secara baik dan benar.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Intruksional

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Intruksional

Komunikasi intruksional adalah proses komunikasi yang berfokus pada penyampaian instruksi, petunjuk, atau informasi untuk tujuan mengajarkan atau membimbing seseorang dalam memahami suatu konsep, keterampilan, atau tugas tertentu. Tujuan dari komunikasi intruksional adalah untuk mencapai pemahaman dan hasil belajar yang diinginkan oleh penerima pesan.

Komunikasi intruksional biasanya terjadi dalam konteks pembelajaran formal, seperti di dalam kelas, pelatihan, atau seminar. Pengirim pesan dalam komunikasi intruksional bisa menjadi seorang instruktur, guru, pelatih, atau pembicara yang ingin mentransmisikan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta atau siswa.

2.1.3.2 Ciri Komunikasi Intruksional

1. Struktur yang terorganisir: Komunikasi intruksional cenderung memiliki struktur yang jelas dan terorganisir. Pesan disampaikan secara sistematis untuk memastikan pemahaman yang baik dari awal hingga akhir.
2. Penggunaan bahasa yang jelas: Pesan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh penerima. Penggunaan istilah teknis dapat dijelaskan dengan cara yang sederhana untuk memastikan pesan sampai dengan baik.
3. Feedback: Komunikasi intruksional sering melibatkan feedback atau umpan balik dari penerima pesan. Ini memungkinkan pengirim untuk memastikan pemahaman yang tepat dan membantu mengoreksi kesalahan atau kebingungan yang mungkin timbul.
4. Demonstrasi: Dalam beberapa kasus, komunikasi intruksional dapat melibatkan demonstrasi atau contoh konkret untuk membantu memahami konsep atau keterampilan yang diajarkan.
5. Tujuan pembelajaran: Pesan yang disampaikan dalam komunikasi intruksional bertujuan untuk mencapai hasil pembelajaran yang jelas, seperti memahami konsep baru, menguasai keterampilan tertentu, atau menyelesaikan tugas dengan sukses.

Penting untuk mencatat bahwa komunikasi intruksional tidak hanya terbatas pada lingkungan pendidikan formal. Prinsip-prinsipnya juga dapat diterapkan dalam situasi informal di mana seseorang ingin mengajarkan atau membantu orang lain memahami sesuatu dengan lebih baik.

Komunikasi intruksional dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mempengaruhi efektivitasnya. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi intruksional:

1. Keterampilan Komunikator: Keterampilan komunikator atau instruktur memiliki peran krusial dalam komunikasi intruksional. Kemampuan komunikasi yang baik, pengetahuan yang mendalam tentang materi yang diajarkan, kemampuan menjelaskan dengan jelas, dan kemampuan mendengarkan dengan baik akan meningkatkan efektivitas komunikasi instruksional.
2. Karakteristik Penerima Pesan: Karakteristik penerima pesan, seperti tingkat pengetahuan, kemampuan kognitif, latar belakang budaya, dan gaya belajar, dapat mempengaruhi bagaimana pesan dipahami dan diterima oleh penerima. Seorang instruktur harus memahami keberagaman ini dan mencoba menyampaikan pesan dengan mempertimbangkan perbedaan tersebut.
3. Konteks Komunikasi: Lingkungan fisik dan sosial di mana komunikasi intruksional terjadi juga dapat berpengaruh. Faktor-faktor seperti ukuran kelas, suasana, tingkat kebisingan, dan teknologi yang digunakan dapat mempengaruhi kemampuan penerima untuk fokus dan memahami pesan.
4. Media dan Alat Bantu Mengajar: Penggunaan media dan alat bantu mengajar, seperti proyektor, papan tulis interaktif, presentasi slide, atau perangkat lunak pembelajaran, dapat mempengaruhi cara pesan

disampaikan dan diterima. Penggunaan media yang tepat dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan peserta.

5. Umpan Balik dan Evaluasi: Pemberian umpan balik yang konstruktif dan evaluasi kinerja peserta merupakan faktor penting dalam komunikasi intruksional. Umpan balik membantu peserta memahami di mana mereka harus meningkatkan pemahaman atau keterampilan mereka, sedangkan evaluasi membantu instruktur memahami efektivitas metode pengajaran yang digunakan.
6. Motivasi Peserta: Tingkat motivasi peserta dalam belajar juga dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi intruksional. Jika peserta memiliki motivasi yang tinggi, mereka cenderung lebih terlibat dan lebih menerima pesan yang disampaikan.
7. Waktu dan Durasi: Pengaturan waktu yang tepat dan durasi sesi pembelajaran juga mempengaruhi komunikasi intruksional. Keterbatasan waktu yang ketat dapat mempengaruhi kedalaman materi yang diajarkan, sementara durasi yang terlalu lama dapat mengurangi konsentrasi dan perhatian peserta.
8. Kecanggihan Teknologi: Penggunaan teknologi dalam komunikasi intruksional dapat mempengaruhi efisiensi dan efektivitas pengajaran. Teknologi yang lebih maju dapat meningkatkan interaksi dan kolaborasi dalam pembelajaran.
9. Tingkat Kesulitan Materi: Tingkat kompleksitas materi yang diajarkan dapat mempengaruhi cara penyampaian dan tingkat pemahaman peserta.

Instruktur harus memadukan metode pengajaran yang sesuai dengan tingkat kesulitan materi yang diajarkan.

2.1.4 Tinjauan Kredibilitas

2.1.4.1 Pengertian Kredibilitas

Kredibilitas komunikator adalah seperangkat persepsi *komunikate* tentang sifat-sifat komunikator. Dari definisi ini terkandung dua hal yaitu: (1) kredibilitas adalah persepsi *komunikate*, jadi tidak inheren dalam diri komunikator; (2) kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator (disebut juga komponen-komponen kredibilitas)

Cangara (2014:105) mengemukakan bahwa “Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima).”

Dari beberapa pendapat di atas, terdapat sebuah gambaran bahwa kredibilitas merupakan masalah persepsi, oleh karena itu kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikator), topik yang dibahas, dan situasi dimana komunikasi itu sedang berlangsung

2.1.4.3 Komponen-komponen Kredibilitas

McCroskey (Cangara, 2014:106) menjelaskan lebih jauh bahwa “Kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi (competence), sikap (character), tujuan (intention), kepribadian (personality), dan dinamika (dynamism).”

Kompetensi ialah penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya. Sikap menunjukkan pribadi komunikator apakah ia tegas atau

toleran dalam prinsip. Tujuan menunjukkan apakah hal- hal yang disampaikan itu punya maksud yang baik atau tidak. Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat, sedangkan dinamika menunjukkan apakah hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya justru membosankan.

Berlo mengemukakan bahwa kredibilitas seorang pembicara atau penulis bisa diperoleh, bila ia memiliki keterampilan berkomunikasi secara lisan atau tertulis (*communication skills*), pengetahuan yang luas tentang yang dibahasnya (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial dan budaya (*social and cultural system*) dimana khalayaknya berada.

Menurut Jalaluddin Rakhmat dua komponen kredibilitas yang paling penting yaitu:

1. Keahlian

Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dianggap tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaiatan dengan wataknya. Indikatornya adalah jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, dan etis. Aristoteles menyebut indicator tersebut dengan: *good moral character*. (Rismawaty, 2014:100).

2.1.5 Tinjauan Tentang Minat

2.1.5.1 Pengertian Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Selain itu menurut Djaali (2007), Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Oleh karena itu, minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Apabila individu menaruh minat terhadap sesuatu hal ini disebabkan obyek itu berguna untuk memenuhi kebutuhannya. Slameto (2003), bahwa “Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.

Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya”. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian. Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau

rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas. Menurut Amanah (2014), Minat dapat diukur melalui kemudahan, persepsi resiko, dan kepercayaan. Sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur minat adalah kemudahan, persepsi resiko, dan kepercayaan. Minat merupakan kecenderungan perhatian yang besar terhadap sesuatu, sehingga terbentuk suatu perasaan yang senang dan sikap positif. Minat juga memiliki karakteristik, yaitu sebagai berikut:

- a. Minat menimbulkan sikap positif dari suatu objek.
- b. Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek.
- c. Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan dan kegiatan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

2.1.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat tidak akan timbul, tumbuh dan berubah tanpa ada interaksi manusia terhadap objek tertentu. Hal tersebut mengandung arti bahwa minat terbentuk dalam hubungan dengan suatu objek. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di luar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Menurut Reber dalam Muhibbin Syah (2005) antara lain :

1. Faktor Internal Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor internal adalah pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan”.
2. Faktor Eksternal Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana atau fasilitas dan keadaan

Faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang :

- a. Faktor kebutuhan dari dalam. Timbul minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- b. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- c. Faktor emosional. Faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu

2.1.6 Tinjauan Tentang Program “Ardan School”

Program Ardan School merupakan program yang diinisiasi oleh Ardan Radio Bandung. Program ini adalah sebagai wadah atau tempat untuk para pelajar khususnya di kota Bandung yang memiliki keinginan dan kemauan mengasah diri untuk belajar sebagai seorang penyiar radio.

Program Ardan School telah hadir sejak tahun 2012, setiap tahun nya kurang lebih 500 orang pelajar dari tingkat SMP hingga SMA yang mendaftar untuk menjadi bagian Ardan School, namun hingga akhirnya setelah melalui

tahap seleksi yang cukup panjang hanya sekitar 30 orang yang diterima menjadi bagian anggota Ardan School.

Program Ardan School memberikan pengetahuan atau pembelajaran bagi para anggotanya, mulai dari dasar-dasar ilmu *public speaking* hingga ilmu tentang siaran radio. Anggota Ardan School terdiri dari pelajar tingkat SMP hingga SMA di kota Bandung baik laki-laki maupun perempuan. Biasanya mereka mendapat didikan selama kurang lebih 3 bulan sebelum memulai terjun menjadi penyiar junior. Banyak jebolan dari program ini yang sudah menjadi penyiar-penyiar tetap di Ardan Radio maupun di radio lainnya.

2.1.7 Tinjauan Tentang Radio

2.1.7.1 Pengertian Radio

Radio merupakan alat yang sangat penting sejak ditemukan untuk mengirimkan pesan suara dari jarak yang jauh. Radio adalah alat yang dapat menerima informasi berupa suara atau sinyal dengan menggunakan gelombang elektromagnetik. Melalui media radio, beragam informasi mengenai suatu peristiwa dapat disampaikan secara cepat dan diterima oleh siapa saja. Radio kini sudah sangat dekat sekali dengan masyarakat umum dan sekarang ini radio sudah berkembang pesat di Bandung. Radio sudah digemari oleh masyarakat umum karena radio bisa menemani dalam kegiatan atau aktivitas kita sehari-hari dan juga bisa menemani di saat waktu luang. Radio mempunyai sifat-sifat khas yang sekaligus menjadi kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Pada saat ini sudah banyak radio yang mempunyai ciri khas masing-masing dan semua berpacu agar mendapatkan pendengar

sebanyak mungkin. Radio siaran sebagai unsur dari proses komunikasi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya.

“Radio adalah sebuah media yang digunakan untuk memberikan hiburan kepada pendengarnya melalui lagu dan informasi yang disampaikan sesuai dengan segmentasi Radio siaran itu sendiri. Didalam buku Radio Siaran teori & praktek menuliskan: “faktor ke-3 yang menyebabkan Radio siaran memiliki kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat 3 unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata dan efek suara”. (Effendy, 1991:77)

Onong Uchjana Effendy menyatakan mengenai dunia Radio siaran memiliki kekuatan untuk mempengaruhi massa atau khalayak, yaitu: Radio siaran diberi julukan *The Fifth Estate* disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi massa khalayak . (Effendy, 1991:74)

2.1.8 Tinjauan Tentang Penyiari Radio

Penyiari merupakan seseorang yang menyampaikan semua hal yang telah ditentukan oleh suatu lembaga radio kepada khalayak, dengan karakteristik atau ciri khas yang muncul dari dirinya sendiri ataupun kaidah-kaidah yang diinginkan oleh suatu lembaga radio, secara menarik mungkin agar para pendengar merasa nyaman. Menurut Effendy (dalam Prayudha, 2006: 11), penyiari adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada pendengarnya.

Dari penjelasan tersebut sudah jelas bahwa penyiari merupakan ujung tombak bagi radio, karena dengan adanya penyiari yang sangat terampil, dan jelas dalam penyampaiannya, pendengar akan merasa nyaman dan akan tetap setia dalam suatu program acara dari suatu radio.

Untuk menjadi seorang penyiari radio tidaklah semudah yang dibayangkan sekedar berbicara kepada pendengar. Tetapi memiliki ketentuan

dan persyaratan tertentu, sebagai berikut :

1. Mempunyai kualitas *vocal* yang memadai.
2. Mampu melaksanakan adlibbing dan script reading dengan baik.
3. Memahami format radionya dan format *clock*.
4. Memahami secara mendalam segmen radionya.
5. Mmplihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya.
6. Mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya.
7. Mampu bekerjasama dalam tim.

Kemudian penyiar juga harus mengetahui prinsip dasar siaran radio.

Menurut Asep Syamsul M. Romli menjelaskan bahwa ada dua kaidah atau prinsip siaran radio yang harus diketahui oleh seorang penyiar, sebagai berikut :

1. *Talk to one person*. Berbicara kepada seorang pendengar. Kaidah ini berbunyi: “bayangkan anda sedang berbicara pada ‘seorang pendengar’ yang sekarang sedang duduk dihadapan anda”. Membayangkan berbicara kepada seorang pendengar akan secara alami membuat penyiar berbicara bergaya obrolan seperti ngobrol bersama seorang teman.
2. *Smile!* Senyum. Kaidah ini berbunyi “senyumlah! Meskipun anda tidak bisa melihat orangnya, akan tetapi dari suaranya anda akan bisa menduga apakah ia sedang tersenyum atau tidak. Di radio, senyum itu setara dengan kontak mata dalam sebuah *public speaking*. Senyum bisa

mengangkat suara dan membuat ucapan terdengar lebih yakin dan segar, selain hangat dan akrab. Keberhasilan komunikasi di radio bergantung pada suara. Pesan yang disampaikan bergantung pada ‘apa’ (*what*, isi pesan) dan ‘bagaimana’ menyampaikannya (*how*, cara penyampaian pesan). (dalam Setiana, 2012: 48-49)

Dari penjelasan tersebut dijelaskan bahwa seseorang penyiar memang harus mengetahui hal tersebut, karena seperti yang dijelaskan dalam karakteristik radio, bahwa media radio ini seperti media personal, sehingga diharuskan memberikan kedekatan dengan pendengar.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sebuah kerangka pemikiran merupakan rancangan atau garis besar yang telah digagas oleh peneliti dalam merancang proses penelitian. Kerangka pemikiran adalah model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan berbagai faktor-faktor masalah penting. Dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam kerangka pemikiran tersebut.

“Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.”(Sugiyono, 2011:60)

Kerangka pemikiran merupakan alur piker peneliti yang dijadikan sebagai rancangan pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam

penelitian ini peneliti bermaksud mengetahui Kredibilitas Penyiar Progam Ardan School Dalam Menarik Minat Pelajar SMA di Kota Bandung Untuk Menjadi Penyiar Radio.

Dalam kerangka penelitian ini, peneliti akan berusaha membahas masalah pokok dari penelitian ini yaitu membahas kata-kata kunci atau subfokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Fokus pada penelitian studi deskriptif ini adalah mengenai Kredibilitas penyiar.

Kredibilitas menjadi sangat penting untuk seorang komunikator karena informasi yang disampaikan berhasil jika kredibilitas komunikator tersebut positif dipandangan komunikannya, komunikator harus memperhatikan perilaku ketika menyampaikan pesan, komunikator akan melihat terlebih dahulu siapa yang menyampaikan pesan kepada dirinya, jika komunikator telah memandang negatif terhadap komunikator maka komunikator tidak akan mempercayainya dan informasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikator tidak akan berjalan seperti yang diharapkan.

Berbagai pengertian mengenai kredibilitas komunikator dijelaskan dalam berbagai teori salah satunya adalah yang dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat sebagai berikut:

1. Keahlian

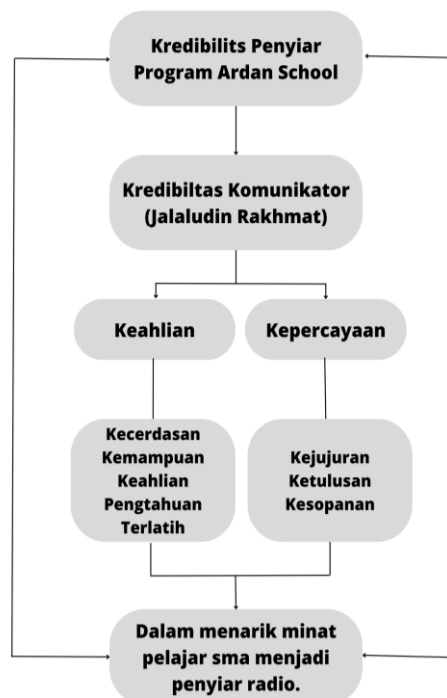
Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikator tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dianggap tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaiatan dengan wataknya. Indikatornya adalah jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, dan etis. Aristoteles menyebut indicator tersebut dengan: *good moral character*. (Rismawaty, 2014:100).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tergambar konsep yang akan dijadikan acuan penelitian dalam membuat penelitian ini. Berikut dibuat model alur pemikiran untuk mempermudah pemahaman kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut

Gambar 2. 1
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2023