

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Analisis Perbedaan
1.	Nunik Zeniati (Jurusan pendidikan bahasa arab fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009)	Korelasi Peranan Guru dan Gaya Belajar Siswa dengan Kemampuan Membaca Teks Bahasa Arab Siswa Kelas X SMA Muhammadiyah Yogyakarta	Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian korelasional untuk ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara	Hasil penelitian memperlihatkan hubungan yang cukup signifikan antara peranan guru dan gaya belajar siswa dengan kemampuan membaca teks bahasa arab.	Perbedaan terdapat pada analisis data yaitu menggunakan <i>product moment</i> dan regresi ganda sementara analisis data peneliti menggunakan analisis data

			peranan guru dengan kemampuan siswa membaca teks bahasa Arab		<i>rank spearman.</i>
2.	Retno Wulandari (Program studi pendidikan guru sekolah dasar jurusan pendidikan pra sekolah dan sekolah dasar Fakultas Ilmu Pendidikan	Korelasi Persepsi Mata Pelajaran Matematika dan Minat Belajar Matematika dengan Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011.	Metodologi penelitian ini adalah korelasional dengan untuk mengetahui korelasi persepsi pelajaran matematika dengan prestasi belajar matematika, korelasi minat belajar dengan	Hasilnya adalah terdapat korelasi positif yang signifikan antara persepsi dengan prestasi belajar siswa dan ada korelasi positif yang signifikan antara minat belajar matematika dengan prestasi belajar matematika.	Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik <i>cluster quota random sampling</i> secara undian, sementara dalam penelitian ini menggunakan teknik <i>sampling non</i>

	UIN Yogyakarta 2012)		prestasi belajar matematika.		probabilitas dengan menggunakan <i>total sampling</i> yang berjumlah 32 orang.
3.	Mualimin	Korelasi Motivasi Berprestasi dan Minat Berorganisasi Terhadap Indeks Prestasi Belajar Mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA UNNES	Metodologi penelitian ini adalah korelasional dengan mengaitkan antara motivasi berprestasi dan minat berorganisasi terhadap indeks prestasi belajar	penelitian yang positif dan signifikan antara motivasi berprestasi dan minat berorganisasi terhadap prestasi belajar mahasiswa	Penelitian peneliti menggunakan satu variabel X yaitu penyampaian pesan, sementara penelitian Mualimin menggunakan dua variabel X yaitu motivasi berprestasi

					dan minat berorganisasi.
--	--	--	--	--	--------------------------

Dibawah ini merupakan beberapa paparan mengenai penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian:

1. Korelasi Peranan Guru dan Gaya Belajar Siswa dengan Kemampuan Membaca Teks Bahasa Arab Siswa Kelas X SMA Muhammadiyah Yogyakarta

Skripsi berjudul Korelasi Peranan Guru dan Gaya Belajar Siswa dengan Kemampuan Membaca Teks Bahasa Arab Siswa Kelas X SMA Muhammadiyah Yogyakarta ditulis pada tahun 2009 oleh Nunik Zeniati Jurusan pendidikan bahasa arab fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan menjadi referensi penulis dalam membuat penelitian. Dalam skripsi dengan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional tersebut membahas tentang peranan Guru dan Gaya Belajar Siswa dengan kemampuan membaca teks bahasa arab para siswa kelas X SMA.

Peneliti melihat bahwa dalam skripsi Nunik Zeniati menghubungkan antara peranan guru dan gaya belajar siswa dan menghubungkannya dengan kemampuan membaca teks bahasa arab siswa.

Dari penelitian tersebut munculah hasil atau kesimpulan penelitian bahwa:

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara peranan guru dan kemampuan membaca teks bahasa Arab siswa kelas X SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara gaya belajar siswa dengan kemampuan membaca teks bahasa Arab siswa kelas X SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat keeratan hubungan antara peranan guru dan gaya belajar siswa dengan kemampuan membaca teks bahasa Arab siswa kelas X SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta sebesar 40,9%.

Bila dibandingkan dengan penelitian diatas, penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul “Hubungan Antara Penyampaian Pesan Keagamaan Dengan Pengetahuan Keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial” sama-sama menggunakan pendekatan korelasional dengan jenis penelitian kuantitatif dengan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Akan tetapi perbedaannya adalah:

1. Perbedaan terdapat pada analisis data yaitu menggunakan *product moment* dan regresi ganda sementara analisis data peneliti menggunakan analisis data *rank spearman*.

2. **Hubungan Korelasi Persepsi Mata Pelajaran Matematika dan Minat Belajar Matematika dengan Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011**

Skripsi berjudul Korelasi Persepsi Mata Pelajaran Matematika dan Minat Belajar Matematika dengan Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011 oleh Retno Wulandari dari Program studi pendidikan guru sekolah dasar jurusan pendidikan pra sekolah dan sekolah dasar Fakultas Ilmu Pendidikan UIN Yogyakarta 2012 menjadi referensi penulis dalam membuat penelitian. Dalam skripsi dengan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional tersebut membahas tentang persepsi mata pelajaran matematika dan minat belajar matematika dengan prestasi belajar matematika siswa kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011.

Peneliti melihat bahwa dalam skripsi Retno Wulandari menghubungkan antara persepsi mata pelajaran matematika dan minat belajar matematika dengan prestasi belajar matematika siswa.

Dari penelitian tersebut munculah hasil atau kesimpulan penelitian bahwa:

1. Terdapat korelasi positif signifikan persepsi mata pelajaran matematika dengan prestasi belajar matematika siswa kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011.
2. Terdapat korelasi positif signifikan minat belajar matematika dengan prestasi belajar matematika siswa kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011.
3. Terdapat korelasi positif signifikan persepsi mata pelajaran matematika dan minat belajar matematika secara bersama-sama dengan prestasi belajar matematika siswa kelas VI Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Gamping Tahun Ajaran 2010/2011.

Bila dibandingkan dengan penelitian diatas, penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul “Hubungan Antara Penyampaian Pesan Keagamaan Dengan Pengetahuan Keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial” sama-sama menggunakan pendekatan korelasional dengan jenis penelitian kuantitatif dengan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Akan tetapi perbedaannya adalah:

1. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster quota random sampling* secara undian, sementara dalam

penelitian ini menggunakan teknik *sampling* non probabilitas dengan menggunakan *total sampling* yang berjumlah 32 orang.

2. Korelasi Motivasi Berprestasi dan Minat Berorganisasi Terhadap Indeks Prestasi Belajar Mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA UNNES

Skripsi berjudul Korelasi Motivasi Berprestasi dan Minat Berorganisasi Terhadap Indeks Prestasi Belajar Mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA UNNES oleh Mualimin dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Semarang 2013 menjadi referensi penulis dalam membuat penelitian. Dalam skripsi dengan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional tersebut membahas tentang hubungan antara motivasi berprestasi dan minat berorganisasi dari mahasiswa bidikmisi jurusan biologi FMIPA UNNES dengan indeks prestasi belajar mahasiswa.

Peneliti melihat bahwa dalam skripsi Mualimin menghubungkan antara manajemen isu yang meliputi motivasi berprestasi dengan minat berorganisasi terhadap IP atau indeks prestasi mahasiswa tersebut.

Dari penelitian tersebut munculah hasil atau kesimpulan penelitian bahwa:

1. Penelitian terhadap motivasi berprestasi mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA Unnes menunjukkan hasil bahwa rata-rata tingkat motivasi berprestasi termasuk dalam kriteria tinggi yakni dengan persentase sebesar 75%. Sebesar 17,86% mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA Unnes mempunyai tingkat motivasi berprestasi yang termasuk dalam kriteria sangat tinggi.
2. Minat berorganisasi mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA Unnes rata-rata termasuk dalam kriteria tinggi yakni sebesar 73,81%. Ada pula yang tingkat minat berorganisasinya termasuk dalam kriteria sangat tinggi sebesar 7,14% dan kriteria sedang sebesar 19,05%.
3. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa ada korelasi antara motivasi berprestasi dan minat berorganisasi terhadap indeks prestasi belajar mahasiswa Bidikmisi Jurusan Biologi FMIPA Unnes dengan koefisien korelasi sebesar 0,687.

Bila dibandingkan dengan penelitian diatas, penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul “Hubungan Antara Penyampaian Pesan Keagamaan Dengan Pengetahuan Keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial” sama-sama menggunakan pendekatan korelasional dengan jenis

penelitian kuantitatif dengan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Akan tetapi perbedaannya adalah:

1. Dalam penelitian sebelumnya menggunakan dua variabel X yaitu motivasi dan minat berprestasi sementara penelitian penulis hanya menggunakan satu variabel X dengan lima sub variabel atau indikator.

2.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia adalah makhluk komunikasi, manusia membutuhkan interaksi dengan manusia lainnya. Manusia juga tidak dapat mencapai sesuatu tanpa bantuan sesamanya, karena itu manusia disebut sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain.

Keberadaan komunikasi menjadi sangat penting untuk mempermudah kehidupan manusia itu sendiri. Pengertian komunikasi dan proses penyampaian menjadi penting untuk dipelajari dan dipahami.

Terdapat pengertian dari beberapa ahli mengenai komunikasi. Salah satunya adalah pengertian komunikasi menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner pada buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Mulyana, 2011:68)

“Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dengan menggunakan berbagai cara baik itu kata, gambar ataupun simbol. Dan kegiatan penyampaian informasi itulah yang disebut dengan komunikasi.

Menurut Everett M. Rogers pada buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Mulyana, 2011:69)

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”

Definisi tersebut diatas menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam antara dua orang atau lebih, dimana terdapat pengalihan ide dari suatu sumber kepada penerima untuk mempengaruhi penerima dengan tujuan mengubah tingkah laku penerima atau respon mereka tentang ide tersebut.

Adapun komunikasi menurut Raymond Ross, suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator (Mulyana, 2011:69). Hal ini menjelaskan bahwa komunikasi adalah sebuah proses memilih ide-ide yang dapat diberikan kepada penerima agar respon penerima sesuai dengan keinginan sumber saat menyampaikan ide.

Secara jelas dapat terlihat bahwa komunikasi adalah sebuah proses yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam menyampaikan ataupun mengalihkan ide, gagasan, dan sebagainya kepada penerima dengan tujuan

agar ide ataupun gagasan tersebut dapat mengubah tingkah laku penerima ataupun mendapatkan respon yang sesuai dengan apa yang diinginkan sumber penyampaian ide. Dan dapat dilihat disini bahwa komunikasi sangat penting untuk menyampaikan ide dan mempengaruhi khalayak dengan gagasan yang disampaikan komunikan (pembicara).

2.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Onong Uchjana (2002:11), proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada oranglain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni secara primer dan sekunder.

Proses komunikasi secara primer Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada oranglain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan

menggunakan media primer tersebut, yakni lambanglambang. Media primer atau lambang yang paling banyak dalam komunikasi adalah bahasa, jelas karena hanya bahasalah yang mampu atau menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi adalah surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi. Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiennya dalam mencapai komunikan. (Effendy, 2005:11-17).

2.3 Pengertian Teknologi Komunikasi

Sistem teknologi komunikasi memiliki jangkauan yang luas, cepat dan efektif dalam menyebarkan informasi. Teknologi informasi sendiri berkembang seiring dengan berbagai macam teknologi yang menunjang disertai dengan perkembangan teori komunikasi. Di abad ini kebutuhan dan kepentingan akan informasi sangat meningkat maka teknologi terus berkembang.

Menurut Rogers (1983) teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan.

(Rusman, 2012:78). Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan. Materi pelajaran) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya (Rusman, 2012:81).

Jadi, teknologi komunikasi menurut Rusman adalah perangkat-perangkat teknologi yang terdiri dari *hardware*, *software*, proses dan sistem yang digunakan untuk membantu proses komunikasi yang bertujuan agar komunikasi berhasil (komunikatif). Teknologi komunikasi menekankan pada perangkat elektronik berupa *hardware*, *software*, proses dan sistem, karena dengan hal tersebut komunikasi dapat berlangsung dengan lebih efektif dan efisien dan penyampaian informasi bisa lebih cepat sehingga lebih hemat waktu.

2.3.1 Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi

Penyampaian informasi terus berkembang dari masa ke masa. Dimulai dengan sesuatu yang sederhana seperti pertukaran informasi langsung antara individu ke individu lainnya sebagai komunikasi verbal, gambar-gambar pada dinding gua yang merupakan komunikasi non verbal sampai perkembangan teknologi seperti saat ini didukung dengan perangkat-perangkat informasi yang mempermudah komunikasi tersebut.

Pada masa Pra Sejarah teknologi komunikasi hanya berupa isyarat-isyarat tangan sehingga cukup sulit untuk mengungkapkan apa yang mereka lihat, satu-satunya cara menyampaikan apa yang mereka lihat

adalah dengan mencoba menggambarannya pada dinding, seperti gambar mereka berburu, gambar hewan dan lainnya.

Pada masa sejarah teknologi komunikasi masih tergolong mahal, karena hanya kalangan tertentu saja yang dapat menggunakan sistem komunikasi ini, belum lagi hanya orang kalangan tertentu dengan tingkatan tertentu yang paham dan dapat menggunakannya, seperti penggunaan atau simbol-simbol huruf.

Pada masa atau era modern, Samuel Morse adalah orang pertama yang menggunakan dan mengembangkan telegraf dan bahasa kode Morese menggunakan kabel yang dihubungkan antara dua tempat. Pengiriman dan penerimaan informasi dilakukan hampir bersamaan waktunya. Setelah itu beranjak pada penciptaan komputer sebagai alat bantu komunikasi dan penyebaran informasi, dan diluncurkannya telepon selular yang kian lama kian canggih sehingga dapat menampung berbagai software didalamnya termasuk media sosial yang banyak digunakan saat ini (Rusman, 2012).

2.4 Komunikasi Massa

2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa

Manusia adalah makhluk komunikasi, artinya manusia selalu melakukan aktivitas komunikasi baik itu komunikasi verbal ataupun non verbal. Proses komunikasi manusia adalah proses dimana sebuah pesan disampaikan dari seorang komunikator dan disampaikan kepada komunikan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator tersebut bisa

didapatkannya dari berbagai sumber yang ada, diantaranya berita di sekitar lingkungan, pengalaman pribadi, maupun media massa yang dibaca atau disaksikan oleh komunikator. Media massa yang dibaca dan disaksikan komunikator menghasilkan pesan yang secara tidak langsung melekat pada diri komunikator tersebut sehingga ada keinginan dari komunikator untuk membagikan pesan tersebut kepada komunikan sehingga terjadilah komunikasi massa, namun efek yang terjadi pada komunikator maupun komunikan atas pesan yang sama bisa sangat berbeda.

Definisi komunikasi massa menurut Deddy Mulyana (2011:83), yakni :

“Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen.”

Jadi komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik, karena itu komunikasi massa bisa dibilang cukup mahal karena menggunakan perantara seperti televisi, radio dan lainnya sehingga membutuhkan biaya untuk itu. Orang-orang yang terlibat dalam komunikasi massa ini pun bersifat heterogen atau bermacam-macam mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa.

Sedangkan, menurut Burhan Bungin (2006:71), komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada

khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah :

- a) komunikator,
- b) media massa,
- c) informasi (pesan) massa,
- d) *gatekeeper*,
- e) khalayak (publik), dan
- f) umpan balik

Komunikasi massa sangat erat kaitannya dengan enam unsur-unsur diatas, komunikator menyerap informasi berdasarkan kemampuan komunikasi, pengetahuan, perilaku, budaya komunikator tersebut, kemudian pesan dari media massa yang ia dapatkan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, kode dan disaring melalui indera yang ada seperti melihat, mendengar, merasakan, membaui dan mengecap yang kemudian disampaikan kepada khalayak atau komunikan dan menghasilkan efek yang bermacam-macam.

2.4.2 Proses Komunikasi Massa

Menurut McQuail dalam Burhan Bungin (2006:74), proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk :

- 1) Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar.
- 2) Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan.

- 3) Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris diantara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara.
- 4) Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama.
- 5) Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (*market*) di masyarakat.

2.4.3 Fungsi Komunikasi Massa

Robert K. Merton dalam Burhan Bungin (2006:79) mengemukakan, bahwa fungsi komunikasi massa, yaitu :

a. Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif.

b. Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan *guiding* dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat dimana komunikasi massa itu berlangsung.

c. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

d. Fungsi Transformasi Budaya

Fungsi informatif adalah fungsi-fungsi yang bersifat statis, namun fungsi-fungsi lain yang lebih dinamis adalah fungsi transformasi budaya.

e. Hiburan

Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

f. Komunikasi Massa sebagai Sistem Sosial

Sistem sebagai sebuah himpunan kehidupan sosial yang terdiri dari komponen-komponen yang saling berhubungan satu dengan lainnya secara teratur dan sistematis serta membentuk suatu kehidupan yang menyeluruh.

2.5 Tinjauan Mengenai Media

2.5.1 Media Baru (*New Media*)

New media merupakan istilah yang sedang ramai berkembang dikalangan masyarakat luas ditandai dengan adanya teknologi, komunikasi dan Informasi. Media dewasa ini menjadi penghubung antara manusia dengan manusia lainnya dengan perantara teknologi. Interaksi sosial yang terjadi antara satu individu kepada individu lainnya menjadi lebih interaktif dengan adanya perkembangan teknologi dan media tersebut.

New media sendiri adalah istilah yang muncul pada akhir abad ke-20 untuk menyatakan bergabungnya berbagai media tradisional dengan teknologi komunikasi, salah satunya dengan internet. Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Dengan adanya media baru kesempatan pengguna untuk berpartisipasi dengan media itu sendiri lebih besar. Salah satu bentuk dari keberadaan *New Media* adalah fenomena munculnya *Social Network* (jejaring sosial). (Tamburaka, 78:2013). *New media* atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Dengan demikian media baru adalah perkembangan teknologi yang menciptakan digitalisasi yang membuat semua yang bersifat manual menjadi otomatis.

Media baru menurut Little John (2008:684):

“A new period in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society”.

Media baru menurut Little John diatas adalah sebuah era baru dimana setiap orang dapat melakukan interaksi sosial dengan adanya teknologi dan jejaring sosial dengan internet dan dengan hal tersebut akan mengubah kehidupan sosial menjadi lebih instant seperti adanya interaksi sosial bersama dalam kelompok atau grup menggunakan media tertentu. Jadi, aspek mendasar dari teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Media baru sebagai sebuah perkembangan yang terjadi pada teknologi dan informasi tentunya memiliki komponen yang mendukungnya. Adapun komponen dari media baru salah satunya adalah internet. Menurut Septiawan Santana Kurnia, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu (Septiawan, 2013).

Untuk dapat mengakses internet tersebut dibutuhkan perangkat-perangkat keras yang dapat dijadikan sebagai konektor diantaranya adalah komputer, *smartphone*, dan lainnya.

Media baru sebagai media yang berkembang memiliki aplikasi yang digunakan untuk memudahkan pengguna berdasarkan kebutuhan masing-masing pengguna tersebut. Beberapa diantaranya adalah:

1. Jejaring Sosial

Jejaring sosial merupakan salah satu dari aplikasi yang ada dalam media baru, contoh jejaring sosial diantaranya, Facebook, Twitter, WhatsApp Messenger, Skype dan sebagainya. Aplikasi tersebut

sangat mudah untuk digunakan karena lebih praktis. Penggunaan jejaring sosial diantaranya dapat dipakai untuk mengirim gambar, video, suara dan sebagainya.

2. Online Shop

Perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas salah satunya berbelanja, saat ini kegiatan berbelanja dapat dilakukan dengan lebih praktis lewat adanya online shop atau toko maya, diantaranya dengan Lazada, BerryBenka, Kaskus dan sebagainya.

3. Informasi dan Pendidikan

Berita dan informasi lebih cepat sampai kepada masyarakat dengan adanya internet yang dapat diakses dalam aplikasi Google, Wikipedia dan lainnya. Sehingga setiap orang bisa dengan mudah mencari informasi dan pengetahuan bahkan untuk pendidikan sekalipun, diantaranya dengan sistem pengiriman email ataupun ujian online.

(whileshare.blogspot.com/2011/10/new-media.html/?m=1. Tanggal akses 7 Maret 2015, pk1. 13.09 WIB)

2.5.2 Kelebihan dan Manfaat Media Baru (*New Media*)

New media dinilai lebih efisien untuk digunakan dalam sebuah interaksi komunikasi, karena lebih cepat, lebih murah dan lebih update dalam menerima berbagai informasi sehingga lebih unggul untuk mendapatkan informasi. Akan tetapi setiap kelebihan tentunya ada

kekurangan, adapun kekurangan yang seringkali dirasakan pengguna internet adalah jaringan atau koneksi internet yang tidak lancar sehingga menghambat pengguna dalam mendapatkan informasi terkini.

Internet juga merupakan sebuah teknologi komunikasi yang baru, yang tentunya memiliki kemampuan untuk mengatur berbagai informasi yang diinginkan untuk didapatkan. Internet juga merupakan revolusi teknologi yang menyempurnakan media-media terdahulu dalam mendapatkan informasi seperti televisi dan radio.

Internet sendiri memiliki peranan yang sangat penting, karena internet merupakan media, dan media merupakan alat penyampaian pesan antara komunikator kepada komunikan.

2.6 Tinjauan Mengenai Media Sosial

2.6.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah perantara antara individu dengan individu lainnya dalam bentuk teknologi, sehingga penggunaanya dapat melakukan aktivitas interaksi sosial didalamnya. Menurut Kaplan Andreas dan Michael Haenlien (2010:59) :

“A group of internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0. which allows the creation and exchange of user-generated content”.

Media sosial menjadi suatu kumpulan aplikasi yang menggunakan internet yang dibuat dari teknologi Web 2.0 untuk dapat saling bertukar konten, maksud dari konten disini adalah gambar, video, ataupun suara.

Penggunaan media sosial menjadi semakin ramai karena kemudahan dan juga dinilai lebih praktis dan murah untuk digunakan, tidak seperti media tradisional lainnya yang sedikit lebih rumit dan mahal dalam pemakaiannya.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video. (http://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial. Tanggal akses 7 Maret 2015, pkl. 22.14 WIB).

2.6.2 Karakteristik Media Sosial

Muhammad Badri (2011:132) mengutip dari Mayfield, *Social Media* sebagai pemahaman terbaik dari kelompok jenis baru media online, yang mencakup larakter-karakter berikut ini:

1. Partisipasi

Social Media mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak.

2. Keterbukaan

Social media terbuka untuk umpan balik dan partisipasi, serta mendorong untuk memiliki, berkomentar dan berbagi informasi.

3. Percakapan

Saat media tradisional masih mendistribusikan konten ke khalayak, *social media* lebih baik dalam komunikasi dua arah.

4. Komunitas

Social media dapat membentuk komunitas dengan cepat.

5. Konektivitas

Kebanyakan *social media* berkembang pada keterhubungan ke situs-situs lain, sumber-sumber lain dan orang-orang lain.

Dengan berbagai pengertian sebelumnya peneliti menyimpulkan bahwa karakteristik *social media* adalah media untuk menyebarkan informasi ke berbagai khalayak, baik itu kelompok kecil maupun kelompok besar dengan menggunakan media internet.

Peneliti menggunakan karakteristik *social media* karena penelitian ini membahas tentang WhatsApp Messenger sebagai media penghubung penyampaian pesan Ustadzah Tsani Liziah kepada anggota komunitasnya dalam bentuk grup chat. Dengan begitu WhatsApp Messenger merupakan salah satu karakteristik media sosial.

2.7 Tinjauan Mengenai WhatsApp

2.7.1 Pengertian WhatsApp

WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan seluler lintas platform yang memungkinkan Anda untuk bertukar pesan tanpa harus membayar SMS. WhatsApp Messenger tersedia untuk iPhone, BlackBerry, Windows

Phone, Android, dan Nokia, dan benar, semua ponsel ini bisa berkirim pesan satu sama lain! Ini dimungkinkan karena WhatsApp Messenger memakai paket data internet yang Anda pakai untuk mengirim email dan menjelajahi internet, sehingga mengirim pesan dan tetap berhubungan dengan teman-teman tidak akan dikenakan biaya. Selain fitur dasar berkirim pesan, pengguna WhatsApp dapat membuat grup, saling berkirim gambar, pesan video dan audio dalam jumlah tidak terbatas.

(<http://www.whatsapp.com/>).

WhatsApp adalah aplikasi pesan untuk smartphone dengan basic mirip BlackBerry Messenger. WhatsApp Messenger merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena WhatsApp Messenger menggunakan paket data internet yang sama untuk email, browsing web, dan lain-lain. Aplikasi WhatsApp Messenger menggunakan koneksi 3G atau WiFi untuk komunikasi data. Dengan menggunakan WhatsApp, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

(<http://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>).

2.7.2 Sejarah WhatsApp Messenger

WhatsApp Messenger merupakan salah satu media sosial yang banyak dipergunakan dalam berinteraksi dengan orang lain atau kelompok. Keutamaan yang dimiliki media sosial ini menjadi nilai tambah bagi para

penggunanya untuk tetap memilih WhatsApp sebagai media sosial pilihannya.

WhatsApp Messenger pada mulanya hanya diperuntukkan untuk pengguna *iphone* saja namun akhirnya aplikasinya dapat digunakan oleh *blackberry*, *Android*, *windows phone* dan lainnya.

WhatsApp Messenger didirikan oleh dua orang pria bernama Brian Acton dan Jan Koum pada tahun 2009. Keduanya merupakan mantan pekerja di perusahaan IT Yahoo setelah bekerja selama 20 tahun. Jan Koum kemudian mengajak Brian Acton untuk bekerja sama dan mendirikan perusahaan start up teknologi bernama WhatsApp Inc yang berlokasi di Santa Clara, California.

Jan Koum sendiri menjalani kehidupan masa kecilnya di sebuah desa di Ukraina dengan keadaan yang sangat memprihatinkan. Apalagi saat itu Jan Koum hidup dalam negara komunis Uni Soviet yang menerapkan sistem komunitas dan merasakan langsung bagaimana sulitnya menjalin komunikasi. Dengan keadaannya yang serba kekurangan itu Jan Koum baru memiliki komputer di usia 19 tahun.

Usaha dan keteguhan yang dimiliki Jan Koum akhirnya membuahkan hasil dengan menjadikannya seorang miliuner di usia 37 tahun.

(Blogpenemu.blogspot.com/2014/02/Pendiri-WHATSAPP-Brian-Acton-dan-Jan-Koum.html?m=1).

2.7.3 Kelebihan Dalam Penggunaan WhatsApp

Kelebihan WhatsApp Messenger sebagai salah satu aplikasi ataupun media sosial adalah :

1. Tidak adanya biaya tambahan. Dapat digunakan untuk chatting..
WhatsApp menggunakan koneksi internet HP atau smartphone Anda: 3G/EDGE atau Wi-Fi bila tersedia.
2. Multimedia. Dapat mengirim Video, Gambar/Photo, dan Pesan Suara kepada semua teman Anda dan semua yang ada di kontak HP.
3. Group Chat. Dapat membuat grup dan nikmati senangnya ber-chatting ria bersama teman-teman dalam grup.
4. Tidak terkena biaya roaming. Seperti saat kita mengirim email yang tidak dikenakan biaya, begitu juga dengan WhatsApp yang tidak dikenakan biaya bila kita mengirim pesan keluar negeri / Internasional. Chatting dengan semua teman di seluruh dunia selama mereka juga menggunakan aplikasi WhatsApp Messenger tanpa dikenakan biaya SMS internasional.
5. Tidak menggunakan pin ataupun username. WhatsApp menggunakan nomor telepon, sama persis seperti SMS, dan WhatsApp terintegrasi dengan data kontak HP. Bila pengguna menyimpan nomor telepon teman di HP dan teman pengguna juga menggunakan WhatsApp di HP-nya maka otomatis bisa ber-chatting ria dengannya.
6. Tidak perlu log in/out. Dengan sistem push notifications, WhatsApp selalu on dan selalu terhubung.

7. Tidak perlu menambahkan teman. Daftar teman kontak di Hp pengguna otomatis digunakan untuk terhubung dengan mereka. Kontak pengguna di HP yang menggunakan WhatsApp Messenger akan secara otomatis muncul di halaman WhatsApp Favorites, atau seperti buddy list.
8. Pesan Offline. WhatsApp akan menyimpan semua pesan yang masuk ketika menghidupkan kembali HP pengguna.
9. Status. Dapat menggunakan fasilitas Update Status dari WhatsApp untuk memberitahu dunia.
10. Share location, Exchange contacts, Custom wallpaper, Custom notification sounds, Landscape mode, Precise message time stamps, Email chat history, Broadcast messages dan MMS ke banyak kontak sekaligus dan masih banyak lagi fasilitas lainnya.
(<https://www.facebook.com/whatsapp26/posts/390565781037913>).

2.8 Tinjauan Mengenai Keagamaan/Religiusitas

2.8.1 Pengertian Keagamaan/Religiusitas

Keagamaan adalah kepercayaan atau keyakinan yang ada di dalam hati dan diucapkan dengan lisan juga dilaksanakan dengan perbuatan atau peribadatan. Keagamaan memiliki makna yang luas sehingga banyak sekali pembahasan yang mengungkap lebih dalam tentang keagamaan atau religiusitas.

Kata *religiosity* (religiusitas/keagamaan) berasal dari bahasa latin; *religisitas*, dan pertama kali ditulis dalam bahasa inggris pada abad ke-15. Pengertian awal dari religiusitas ini digunakan untuk mengartikan ungkapan berlebihan atau patologis dari perasaan keberagamaan (Kavros, dalam Leeming, Madden, & Marlan, 2010).

2.8.2 Dimensi-dimensi Keagamaan/Religiusitas

Dimensi-dimensi keberagamaan dinilai tepat untuk digunakan dalam penelitian ini untuk melihat sejauhmana pengetahuan keberagamaan seorang individu. Dimensi-dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark dalam Ancok dan Suroso (2001:77) terdapat lima dimensi yang saking berkaitan satu sama lain, yaitu :

1. Dimensi ideologis (*the ideological dimension*) adalah dimensi yang mengukur tingkat keyakinan individu pada agama yang dianut.
2. Dimensi ritual (*the ritualistic dimension*) adalah dimensi yang mengukur tingkat keterlibatan individu dalam praktek-prakter keberagamaan
3. Dimensi eksperiensial (*the experiential dimension*) adalah dimensi yang mengukur derajat pengalaman keberagamaan seseorang
4. Dimensi intelektual (*the intellectual dimension*) adalah dimensi yang menggambarkan seberapa besar pengetahuan beragama seseorang

5. Dimensi konsikuensial (*the consequential dimension*) adalah dimensi yang menggambarkan penerapan keempat dimensi diatas dalam kehidupan sehari-hari.

Dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock dan Stark diatas dapat disejajarkan dengan konsep Islam. Dimensi ideologis sama dengan akidah, dimensi ritual sama dengan syariah dan ibadah, dimensi konsikuensial sama dengan akhlak. Dimensi intelektual sangatlah penting karena merupakan pengetahuan dan pengetahuan sangat penting untuk melengkapi dimensi lainnya. Dimensi eksperiensial sama dengan tasawuf atau dimensi mistik.

Dimensi-dimensi tersebut diatas telah disejajarkan dengan konsep Islam, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga dimensi yang dianggap lebih relevan dalam menguji tingkat pengetahuan keberagamaan, maka peneliti menjelaskan dimensi tersebut lebih dalam. Menurut Ancok dan Suroso (2001) mengungkapkan bahwa:

1. Dimensi Ritualistik (Syariah/Ibadah)

Dimensi ritualistik merupakan dimensi yang mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianut.

Jadi, dimensi ini bersifat vertikal yaitu hubungan antara makhluk ciptaan Allah dan penciptanya. Dimensi ritual merupakan dimensi spiritualitas yang berisi peribadatan seseorang yang sudah disyariatkan dalam agama Islam. Dimensi ritual atau syariat ini identik

dengan ibadah, karena merupakan praktek peribadatan. Adapun jenis dari ibadah terbagi dalam dua, *ibadah mahdhoh* dan ibadah *ghairu mahdhoh*. Ibadah *ghairu mahdhoh* adalah ibadah yang kaitannya langsung kepada Allah dan tata caranya jelas tertulis dalam Al-Quran, seperti shalat, puasa, zakat. Sementara ibadah *ghairu mahdhoh* adalah ibadah yang berkaitan antara sesama manusia atau *muamalat*, seperti saling tolong-menolong.

2. Dimensi Eksperiensial (Tasawuf/mistik)

Dimensi eksperiensial ini mengacu pada pemaknaan agama selalu terkait dengan masalah pengalaman, perasaan, persepsi dan sensasi manusia terhadap Tuhan.

Jadi, dimensi ini berkaitan dengan pengalaman seseorang dalam beragama. Perasaan seseorang saat ia merasakan kenikmatan ketika dekat dengan Tuhannya. Seperti Rabi'atul Adawiyah yang sangat mencintai Allah dan berusaha berkomunikasi dengan Allah lewat solatnya. Pengalaman keberagaman tersebut biasanya dalam bentuk perasaan yang nyaman ketika melakukan ibadah, seperti perasaan khusuk dan tenang saat beribadah atau ketika selesai berdoa dan perasaan antusias ketika adzan maghrib berkumandang dan menyegerakan pelaksanaan shalat.

3. Dimensi Intelektual (Pengetahuan)

Dimensi intelektual adalah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi.

Pengetahuan seseorang yang mendukung dimensi-dimensi lainnya. Seseorang yang berjalan dengan ilmu tanpa agama itu sombong sementara agama tanpa itu adalah buta. Kedua hal tersebut sangat penting dipelajari bersama-sama agar tidak sombong ataupun buta dan saling mengisi satu sama lain. Pengetahuan keberagaman ini dapat berupa memperbanyak ilmu agama dengan membaca buku keagamaan, melihat seminar keagamaan ataupun mengikuti diskusi keagamaan yang tentunya merupakan aktivitas-aktivitas yang dapat menambah ilmu pengetahuan tentang agama.