Jurnal Pendidikan Multidisiplin
Volume 1 Issue 2, Agustus 2025
E-ISSN: 3090-2649
Sarana publikasi bagi para akademisi, peneliti, praktisi, dan atau perorangan/kelompok lainnya (umum) di bidang Ilmu Pendidikan



Pentingnya Menganalisa Audiens Berdasarkan Demografi Dan Situasi

Moh Beni Pratama[1)] Mad Sa'i[2)]

[1,2]Program Studi Pendidikan Agama Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura

*Corresponding author. Pbeni7264@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Audience, Demographics, Situation.

How to cite:

Moh Beni Pratama, Mad Sa'i (2025). Penttingnya Menganlisa Aundiens Berdasarkan Demografis dan Situasi

Creative Commons Attribution 4.0

ABSTRACT

Understanding your audience is key to creating effective communication, especially in the context of mass communication and public speaking. This document discusses the importance of audience analysis based on demographics and situations in order to design appropriate and relevant messages. By identifying the needs, motivations, and physical and social characteristics of your audience, speakers can develop more targeted communication strategies. This analysis includes demographic aspects such as age, gender, education, and geographic location, as well as situational aspects such as type of event, audience size, physical setting, and psychological context. By combining these two approaches, speakers can increase communication effectiveness and build better connections with their audience.

1. Pendahuluan

Memahami kebutuhan dan harapan audiens adalah langkah krusial dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan oleh audiens, pembicara dapat menyusun pesan yang tepat, bermanfaat, dan lebih mudah diterima. Pemahaman ini bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang mendengarkan dan merespons secara teliti.

Salah satu alasan mengapa pemahaman ini sangat penting adalah karena dapat membantu dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan audiens. Ketika pembicara dapat menyesuaikan pesan dengan preferensi audiens dan merespons kebutuhan mereka, audiens akan merasa dihargai dan lebih terhubung. Hal ini menciptakan atmosfer komunikasi yang saling menguntungkan, di mana audiens merasa diperhatikan dan pembicara dapat menyampaikan pesan dengan lebih efektif.

Pentingnya memahami kebutuhan dan harapan audiens juga terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan daya pengaruh dan persuasi pembicara. Dengan menyesuaikan bahasa, isi,

dan pendekatan sesuai dengan kebutuhan audiens, pembicara dapat menciptakan relevansi yang lebih kuat. Audiens akan merasa bahwa pesan tersebut relevan dengan kehidupan mereka, yang membuat mereka lebih cenderung untuk menerima pesan yang disampaikan.

2. Tinjauan Pustaka

Audiens merujuk pada kelompok individu yang berperan sebagai pengguna media massa. Oleh karena itu, riset audiens secara khusus dilakukan dalam konteks Komunikasi Massa. Data yang diperoleh dari riset ini digunakan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara menyampaikan komunikasi massa agar lebih efektif.

Jürgen Habermas, seorang filsuf dan sosiolog, mendefinisikan audiens dalam komunikasi publik sebagai individu yang berpartisipasi dalam diskusi dan pertukaran gagasan dengan tujuan mencapai pemahaman bersama serta mendorong keterlibatan demokratis (Goodnight, 1992).

Denis McQuail, seorang pakar komunikasi, awalnya menggambarkan audiens dalam model komunikasi massa tradisional sebagai penerima pasif. Namun, ia juga menyoroti bahwa audiens memiliki kebebasan dalam memilih dan mengolah informasi yang mereka terima (McQuail, 2010).

Sementara itu, Marshall McLuhan, seorang ahli media, memperkenalkan konsep "medium adalah pesan," yang menyatakan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut (McLuhan, 1994).

Secara umum, audiens dapat dipahami sebagai individu atau kelompok yang berinteraksi dengan pesan, media, atau karya seni. Definisi audiens bervariasi tergantung pada perspektif disiplin ilmu yang digunakan. Dalam beberapa pendekatan, audiens bisa dipandang sebagai penerima pasif, peserta aktif, pemakna simbolik, atau bahkan sebagai komponen kunci dalam dinamika sosial dan budaya.

Dalam konteks pidato, audiens mengacu pada individu atau kelompok yang mendengarkan serta menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh pembicara. Peran audiens dalam komunikasi pidato sangat penting karena mereka menjadi penerima informasi dan gagasan yang ingin disampaikan oleh pembicara.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penyusunan dokumen ini adalah studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku komunikasi massa, teori-teori dari tokoh seperti Jürgen Habermas, Denis McQuail, dan Marshall McLuhan, serta panduan praktis komunikasi dari Purwanto (2011). Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguraikan berbagai strategi dan teknik dalam menganalisa audiens berdasarkan demografi dan situasi. Penulis melakukan sintesis dari berbagai teori dan praktik untuk menyusun pedoman analisis audiens yang komprehensif dan aplikatif.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Menganalisa Audiens

Memahami audiens yang akan dihadapi sangat penting dalam merancang pesan, karena pesan harus disesuaikan dengan karakteristik audiens. Sebagai contoh, jika audiens memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, pembicara perlu menyajikan lebih banyak fakta dan data pendukung untuk memperkuat argumentasi atau pesan yang disampaikan. Sebaliknya, jika audiens memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah, pesan harus disampaikan secara sederhana dengan

bahasa yang mudah dipahami. Purwanto (2011) menyarankan beberapa langkah yang bisa diambil untuk memahami audiens, antara lain:

a) Membangun Profil Audiens
   Melakukan penyelidikan terhadap siapa audiens yang akan dijangkau dalam sebuah komunikasi merupakan langkah krusial yang tidak boleh diabaikan. Langkah ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif dan menghasilkan respons yang diharapkan. Hal pertama yang perlu diperhatikan adalah menentukan ukuran dan komposisi audiens, karena jumlah serta latar belakang audiens akan memengaruhi cara penyampaian pesan. Selanjutnya, penting untuk mengetahui siapa audiens yang dimaksud secara spesifik, baik dari segi demografi, psikografi, maupun minat mereka, agar pesan dapat dikemas dengan tepat sasaran. Selain itu, pemahaman terhadap kemungkinan reaksi audiens menjadi sangat penting untuk mengantisipasi respons yang mungkin timbul, baik itu dukungan, penolakan, atau bahkan kesalahpahaman. Tidak kalah penting adalah menilai tingkat pemahaman audiens terhadap topik yang akan disampaikan, sehingga komunikator dapat menyesuaikan bahasa, istilah, dan pendekatan yang digunakan. Terakhir, mengetahui hubungan antara komunikator dan audiens juga menjadi kunci, karena tingkat kedekatan atau jarak sosial di antara keduanya dapat memengaruhi cara pesan diterima. Dengan memahami kelima aspek ini secara mendalam, proses komunikasi akan berlangsung lebih efektif, efisien, dan bermakna.
b) Memenuhi Kebutuhan Informasi Audiens
   Agar komunikasi berlangsung secara efektif, sangat penting untuk memahami kebutuhan informasi dari audiens serta cara terbaik untuk memenuhinya. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengetahui apa yang diinginkan oleh audiens. Ini berarti kita harus memahami latar belakang, harapan, dan kepentingan mereka terhadap informasi yang akan disampaikan. Setelah itu, penting untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak terduga, seperti pertanyaan sulit, kesalahpahaman, atau perubahan konteks, agar komunikasi tetap berjalan lancar dan responsif. Langkah berikutnya adalah memberikan informasi yang lengkap, yang mencakup semua aspek penting tanpa menyisakan keraguan, sehingga audiens dapat memahami pesan dengan jelas. Selain lengkap, informasi juga harus akurat, berdasarkan fakta dan sumber yang terpercaya, agar menumbuhkan kepercayaan dari audiens. Terakhir, dalam menyampaikan pesan, penekanan pada ide atau gagasan utama yang menarik sangat diperlukan agar pesan tersebut mudah diingat dan mampu memengaruhi audiens secara positif. Dengan mengikuti kelima langkah ini, komunikasi dapat berjalan lebih efektif, tepat sasaran, dan berdampak.
c) Memenuhi Kebutuhan Motivasional Audiens
   Salah satu tujuan utama dalam memotivasi audiens adalah mengubah perilaku mereka. Ini bisa dilakukan dengan pendekatan berbasis argumentasi yang kuat, menyusun pesan secara tepat, dan mempertimbangkan aspek emosional audiens.

B. Menganalisa Audiens Berdasarkan Demografi

Penting untuk memahami karakteristik dasar audiens, seperti usia, latar belakang pendidikan, minat, pekerjaan, dan budaya mereka. Hal ini akan membantu Anda menyesuaikan gaya bahasa, contoh, dan referensi yang digunakan dalam presentasi.

Contoh kisah: Seorang pembicara yang diundang ke universitas untuk berbicara mengenai kewirausahaan memilih menggunakan bahasa yang santai dan penuh semangat, serta memberikan contoh dari startup terkenal yang familiar di kalangan mahasiswa. Pendekatan ini berbeda saat ia berbicara di acara bisnis, di mana ia menggunakan bahasa yang lebih resmi dan menyajikan studi kasus yang lebih teknis dan mendalam.

Analisis demografis audiens merupakan suatu proses untuk mengenal dan memahami karakteristik fisik, sosial, serta ekonomi audiens berdasarkan variabel-variabel tertentu seperti

usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan lokasi geografis. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk merancang pesan atau strategi komunikasi yang sesuai dan relevan dengan kelompok audiens yang dituju.

Beberapa elemen penting dalam analisis demografis adalah sebagai berikut:

a) Usia
   Usia memengaruhi preferensi seseorang dalam menerima informasi. Sebagai contoh, Generasi Z lebih cenderung mengakses konten digital dibandingkan dengan generasi sebelumnya.
b) Jenis Kelamin
   Pria dan wanita dapat memiliki perspektif serta kebutuhan komunikasi yang berbeda, sehingga penting untuk mempertimbangkan hal ini saat merancang pesan.
c) Tingkat Pendidikan
   Tingkat pendidikan mempengaruhi kompleksitas bahasa atau informasi yang dapat disampaikan kepada audiens, sehingga perlu disesuaikan dengan level pemahaman mereka.
d) Pendapatan dan Status Ekonomi
   Data tentang pendapatan dan status ekonomi membantu dalam memahami daya beli audiens serta preferensi konsumsi mereka, yang sangat penting dalam merancang pesan pemasaran.
e) Lokasi Geografis
   Lokasi audiens berpengaruh pada konteks budaya, bahasa, serta kebutuhan spesifik yang dimiliki oleh audiens berdasarkan tempat mereka tinggal.

C. Menganalisa Audien Berdasarkan Situasi

Analisis audiens berdasarkan situasi sangat krusial dalam konteks berbicara di depan umum untuk memastikan pesan dapat disampaikan dengan efektif dan audiens terlibat secara maksimal. Berikut adalah pembahasan mendalam mengenai komponen situasional dalam berbicara di depan umum:

Komponen Situasional dalam Berbicara di Depan Umum

Dalam berbicara di depan umum, penting bagi seorang pembicara untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan berbagai komponen situasional yang dapat memengaruhi efektivitas komunikasi. Pertama, jenis acara dan konteks formal menjadi penentu utama pendekatan yang digunakan. Berbicara dalam konferensi akademik, presentasi bisnis, atau pidato motivasi memerlukan gaya dan penyampaian yang berbeda. Formalitas acara apakah itu bersifat formal, semi-formal, atau informal akan menentukan pilihan bahasa, nada, serta sikap yang digunakan. Selain itu, ekspektasi budaya dan protokol juga harus diperhatikan agar komunikasi berjalan lancar dan tidak menyinggung nilai-nilai audiens.

Selanjutnya, ukuran dan komposisi audiens turut memengaruhi pendekatan penyampaian. Audiens dalam kelompok kecil memungkinkan adanya interaksi yang lebih personal, sementara audiens besar menuntut pembicara untuk lebih terstruktur dan jelas dalam penyampaiannya. Tingkat kesamaan dalam latar belakang dan pengetahuan audiens juga perlu dipahami agar materi yang disampaikan bisa relevan dan mudah dipahami. Hubungan antaranggota audiens apakah mereka saling mengenal atau tidak dapat memengaruhi dinamika energi ruangan.

Setting fisik juga memainkan peran penting. Jenis ruangan seperti aula, ruang konferensi, auditorium, atau area luar ruang akan memengaruhi akustik dan bagaimana suara pembicara terdengar. Penataan tempat duduk dan jarak antara pembicara dan audiens juga menentukan tingkat keintiman dan efektivitas interaksi. Ketersediaan teknologi seperti mikrofon, proyektor, atau pencahayaan juga berpengaruh pada keberhasilan penyampaian pesan.

Selain itu, waktu presentasi memiliki dampak besar terhadap kesiapan dan fokus audiens. Presentasi di pagi hari mungkin dihadapkan pada audiens yang lebih segar, sementara di siang atau malam hari, pembicara harus lebih kreatif untuk menjaga perhatian. Lama waktu presentasi dan urutan dalam jadwal acara juga harus diperhitungkan agar materi tidak terlalu padat atau terlalu ringan. Bahkan, apakah presentasi dilakukan sebelum atau sesudah waktu makan atau istirahat pun bisa memengaruhi suasana hati audiens.

Faktor lain adalah konteks psikologis audiens. Tingkat energi dan perhatian mereka bisa sangat bervariasi tergantung pada kondisi hari itu, suasana hati kelompok, dan apakah mereka hadir karena keinginan sendiri atau karena kewajiban. Audiens yang antusias tentu akan lebih mudah diajak berinteraksi dibandingkan audiens yang lelah atau skeptis. Pembicara yang peka terhadap konteks ini akan mampu menyesuaikan pendekatan dengan lebih efektif.

Terakhir, penting untuk memahami ekspektasi dan tujuan audiens. Beberapa audiens hadir untuk mendapatkan informasi, ada pula yang mencari hiburan atau inspirasi. Mengetahui sejauh mana pemahaman awal mereka terhadap topik akan membantu dalam menentukan tingkat kedalaman materi. Harapan mereka terhadap gaya penyampaian apakah santai, serius, atau humoris juga menjadi acuan penting dalam mempersiapkan diri.

Strategi Adaptasi Situasional dalam Public Speaking

Untuk menghadapi berbagai situasi tersebut, pembicara perlu menerapkan sejumlah strategi adaptasi situasional yang efektif. Strategi pertama adalah melakukan analisis pra-presentasi, yakni dengan melakukan riset tentang audiens dan konteks acara secara menyeluruh. Kunjungan ke lokasi presentasi untuk memahami tata letak ruang, serta pemeriksaan teknis terhadap peralatan yang akan digunakan, sangat disarankan. Wawancara dengan pihak penyelenggara juga bisa memberikan informasi penting tentang ekspektasi audiens dan suasana acara.

Langkah berikutnya adalah penyesuaian konten. Materi yang disampaikan harus disesuaikan dengan tingkat kesulitan dan kedalaman yang sesuai dengan kemampuan audiens. Pemilihan contoh atau ilustrasi yang relevan dan mudah dipahami akan memperkuat penyampaian pesan. Selain itu, struktur penyajian dan pengaturan waktu harus dibuat seefisien mungkin agar tidak membosankan dan tetap informatif.

Strategi ketiga adalah adaptasi penyampaian, yang mencakup penggunaan volume suara, kecepatan bicara, dan intonasi yang bervariasi untuk menjaga atensi. Gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan penggunaan ruang dapat membantu memperkuat pesan. Kontak mata dengan audiens serta interaksi aktif akan membuat suasana menjadi lebih hidup dan komunikatif.

Selanjutnya, pembicara juga perlu mampu melakukan manajemen energi ruangan. Ini bisa dilakukan dengan membuka presentasi secara menarik, misalnya dengan cerita atau pertanyaan yang menggugah. Untuk menjaga perhatian, pembicara bisa menyelipkan humor, aktivitas kecil, atau perubahan ritme bicara. Teknik penutupan yang kuat dan berkesan akan membuat audiens membawa pulang pesan utama dengan lebih jelas.

Terakhir, penting bagi pembicara untuk melakukan interaksi dan menerima umpan balik secara langsung. Hal ini dapat dilakukan dengan mengajak audiens berpartisipasi melalui pertanyaan, diskusi singkat, atau aktivitas yang melibatkan mereka secara langsung. Kemampuan membaca bahasa tubuh dan reaksi audiens sangat membantu untuk menyesuaikan gaya atau isi presentasi secara real time, sehingga tetap relevan dan menarik hingga akhir sesi.

5. Kesimpulan

Analisis audiens merupakan langkah fundamental dalam proses komunikasi yang efektif. Dengan memahami karakteristik demografis seperti usia, pendidikan, dan latar belakang budaya, serta mempertimbangkan situasi komunikasi seperti jenis acara, ukuran audiens, dan kondisi psikologis, pembicara dapat menyesuaikan pesan yang disampaikan. Strategi adaptasi situasional yang tepat dapat meningkatkan daya tarik, relevansi, serta keberhasilan penyampaian pesan. Oleh karena itu, kombinasi antara analisis demografi dan situasional sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang persuasif dan berpengaruh.

Referensi

Wisnu Saputra, R. A. V. (2024). *Retorika*. Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 88.

Riana, N., Triany, N. A., Tamtomo, T., et al. (2024). *Komunikasi Publik*. Indonesia: Sonpedia Publishing,45.

Wisnu Saputra, R. A. V. (2024). *Retorika*. Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 83.

Solikhah, Z., Andini, M. M., et al. (2023). *Komunikasi Bisnis*. Indonesia: PT Pustaka Limajari, 96.

Ferdiansah, R. (2024). *5 Hari Jago Komunikasi*. Indonesia: Setiawan Publisher, 39.

Sihotang, H., Tinambunan, A., Veronika, M., et al. (2025). Pelatihan Strategi Memahami Audiens Untuk Generasi Alpha. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 3*(2), 561.

Lucas, S. E., & Stob, P. (2020). *The Art of Public Speaking*. McGraw-Hill Education, 27-35.

Griffin, C. L. (2018). *Invitation to Public Speaking*. Amerika Serikat: Wadsworth/Thomson Learning Preview ed., 84-92.

Beebe, S. A., & Beebe, S. J. (2018). *Public Speaking: An Audience-Centered Approach*. Texas State University: Pearson, 105-113.

Osborn, M., Osborn, S., Osborn, R., & Turner, K. J. (2018). *Public Speaking: Finding Your Voice*. University of Memphis: Pearson, 65-72.

O'Hair, D., Stewart, R., & Rubenstein, H. (2017). *A Speaker's Guidebook: Text and Reference*. Bedford/St. Martin's, 124-132.

Verderber, R. F., Verderber, K. S., & Sellnow, D. D. (2018). *The Challenge of Effective Speaking*. Indonesia: Cengage Learning, 47-58.

Sprague, J., Stuart, D., & Bodary, D. (2018). *The Speaker's Handbook*. Amerika Serikat: Cengage Learning, 156-163.

DeVito, J. A. (2018). *The Essential Elements of Public Speaking*. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 92-104.