

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Persepsi

Persepsi secara etimologi memiliki arti tanggapan (penerimaan) langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penglihatan. Sedangkan secara terminologi, persepsi memiliki arti menafsirkan stimulus yang telah ada dalam otak. Pada dasarnya, persepsi adalah cara orang berhubungan dan memahami rangsangan yang ada di sekitarnya. Persepsi merupakan proses dimana seorang individu menginterpretasikan apa yang ia rasakan terhadap suatu objek disekitarnya. Proses ini dimulai ketika individu mendeteksi suatu objek di lingkungannya.²⁶ Persepsi merupakan inti dari setiap masalah yang dipandang dan ditafsirkan secara berbeda bagi setiap orang. Menurut Deddy Mulyana, persepsi merupakan inti dari komunikasi sedangkan rangkaian penafsiran (interpretasi) adalah inti dari persepsi yang identik dengan penyajian balik (decoding) dalam proses komunikasi.²⁷

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu dalam mengelola dan menafsirkan hasil indera mereka dalam memeberikan makna kepada lingkungan mereka.²⁸ Namun persepsi individu dan realitas obyektif mungkin berbeda. Persepsi merupakan suatu kegiatan terpadu dalam diri individu, artinya persepsi merupakan partisipasi aktif individu. Artinya, dalam hal persepsi, dapat dikatakan

²⁶ Desmita, *Psikologi Perkembangan* (PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal 108.

²⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hal 151.

²⁸ Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, 1st ed. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 24.

bahwa karena emosi, kapasitas berpikir, dan pengalaman hidup setiap orang berbeda-beda, maka cara mereka memandang rangsangan yang sama mungkin juga berbeda. Setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda.

Robbins mengungkapkan bahwa persepsi (perception) adalah sebuah proses di mana individu menginterpretasikan dan mengatur kesan-kesan sensoris mereka untuk memberi arti bagi lingkungan mereka.²⁹ Tetapi ketika kesenjangan ini umumnya terjadi, apa yang dirasakan atau diterima seseorang mungkin berbeda dari kenyataan, meskipun perbedaan ini tidak diperlukan. Sebagai ilustrasi, pertimbangkan fakta bahwa tidak semua orang memandang baik kebijakan pemerintah. Walaupun ada sebagian orang yang menilai kebijakan ini tidak baik, ada juga yang memandang positif. Persepsi adalah proses memahami dan memberikan makna pada informasi tentang rangsangan. Rangsangan muncul melalui proses mempersepsikan hubungan antar objek, peristiwa, atau gejala, kemudian diproses oleh otak.³⁰ Dari beberapa uraian diatas, persepsi diartikan sebagai pandangan, anggapan, gambaran, atau rangsangan individu dari suatu objek luar yang dialaminya melalui indranya.

Dari beberapa uraian diatas, Persepsi dapat diartikan sebagai suatu cara berpikir atau melihat suatu peristiwa atau objek berdasarkan suatu keyakinan atau kebenaran tentang sesuatu. Selain itu, persepsi juga memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan apakah suatu masalah itu baik atau buruk.

Persepsi manusia terbagi menjadi dua kategori: persepsi terhadap manusia dan objek (lingkungan fisik). Karena manusia adalah makhluk yang dinamis,

²⁹ Ibid, hal 45

³⁰ Sumanto, *Psikologi Umum Untuk Mahasiswa*, ed. Tri Admojo, 1st ed. (Yogyakarta: Yogyakarta CAPS 2014, 2014), hal 52.

memahami manusia merupakan suatu tantangan dan kompleks. Cara pandang terhadap dunia fisik berbeda terhadap cara pandang lingkungan sosial seseorang. Perbedaan tersebut terdiri dari berikut ini:

1. Perbedaan persepsi terhadap objek dengan persepsi social
 - a) Persepsi terhadap objek terjadi melalui simbol-simbol fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia terjadi melalui simbol-simbol verbal dan nonverbal. Manusia lebih aktif dan kurang dapat diprediksi dibandingkan kebanyakan objek.
 - b) Persepsi terhadap objek merespons ciri-ciri eksternal, tetapi persepsi manusia merespons ciri-ciri eksternal dan internal. Saat kita mengenali objek (seperti perasaan berharap), kita tidak mengenali sebagian besar objek. Tapi orang memandang kita sebagaimana kita memandang mereka. Dengan kata lain, persepsi manusia lebih interaktif.
 - c) Benda tersebut tidak bergerak ketika manusia bereaksi. Dengan kata lain, benda bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi masyarakat mungkin berubah lebih cepat seiring berjalannya waktu dibandingkan persepsi objek. Oleh karena itu pengenalan orang lebih berbahaya dibandingkan pengenalan benda.

2. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik)

Dalam mengevaluasi suatu objek, persepsi kita tidak selalu sejalan. Sebagai contoh, ketika melihat bulan, orang Amerika Utara mungkin melaporkan melihat seorang pria di bulan, sementara orang Indian Amerika cenderung melaporkan melihat seekor kelinci. Orang Cina mungkin melaporkan melihat seorang wanita yang meninggalkan suaminya, sementara

orang Samoa melaporkan melihat seorang wanita yang sedang menangis. Di Indonesia, orang Sunda melaporkan melihat seorang nenek yang mereka sebut Nini Anteh. Dalam memahami lingkungan fisik, seringkali kita dapat membuat kesalahan. Kondisi tertentu dapat mempengaruhi persepsi kita terhadap suatu objek, seperti melihat fatamorgana ketika merasa kepanasan di tengah gurun. Pendapat kita dapat bervariasi dengan orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda. Latar belakang pengalaman, budaya, dan suasana psikologis yang berbeda dapat menyebabkan perbedaan persepsi kita terhadap suatu objek.

3. Persepsi terhadap manusia (persepsi sosial)

Adalah proses memahami objek dan peristiwa sosial yang kita alami di lingkungan kita, manusia selalu memikirkan orang lain, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri, dan apa yang mereka pikirkan tentang orang lain.³¹

Masyarakat adalah istilah umum yang digunakan untuk merujuk pada kelompok kehidupan manusia. Ini mencakup sekelompok orang yang berinteraksi satu sama lain, baik melalui pergaulan sehari-hari atau interaksi ilmiah. Sebuah komunitas manusia mungkin memiliki dorongan untuk memastikan bahwa anggotanya dapat saling berinteraksi. Persepsi masyarakat menurut Robbins adalah suatu proses dimana sekelompok manusia yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu dan memberikan pemahaman terkait peristiwa yang terjadi dilingkungannya. Persepsi masyarakat adalah respons atau pemahaman lingkungan dari

³¹ Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, and Mansyur Ramly, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*, 4th ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal 235.

sekelompok individu yang berinteraksi karena mereka membagi nilai-nilai, norma norma, cara-cara, dan prosedur sebagai kebutuhan bersama dalam bentuk suatu sistem adat-istiadat yang bersifat berkelanjutan dan terikat oleh identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera. Dengan kata lain, persepsi masyarakat adalah serangkaian proses kognitif atau pengenalan afeksi atau aktivitas evaluatif emosional (ketertarikan) masyarakat terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan yang dihasilkan melalui penyimpulan informasi dan penafsiran pesan menggunakan media pendengaran, penglihatan, peraba, dan sebagainya.

Menurut Robbins ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:

a. Pelaku Persepsi

Penafsiran suatu objek oleh seorang individu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadinya, seperti sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan harapan. Ketidakpuasan terhadap kebutuhan atau motif dapat merangsang pengaruh yang signifikan pada persepsi seseorang.

b. Objek

Persepsi terhadap suatu objek dipengaruhi oleh gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut lainnya. Caranya kita melihat objek dapat berbeda-beda tergantung pada sudut pandang individu. Sebagai contoh, gambar tertentu dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara oleh orang yang berbeda. Selain itu, objek yang berdekatan dapat dipersepsikan secara bersamaan.

c. Situasi

Situasi juga memengaruhi cara kita mempersepsikan sesuatu. Contohnya, seorang wanita yang memiliki penampilan menarik mungkin tidak akan terlihat oleh pria jika berada di pusat perbelanjaan, tetapi ketika berada di pasar, kemungkinan besar pria akan memperhatikannya.³²

B. Komunikasi Politik

Menurut Harsono Suwardi, dalam arti sempit komunikasi politik adalah setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapkan ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luas, komunikasi politik merujuk pada segala bentuk penyampaian pesan, terutama yang mengandung informasi politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan.³³

Komunikasi politik merupakan suatu proses di mana informasi politik yang relevan disampaikan dari satu bagian sistem politik ke bagian lainnya, serta antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Proses ini bersifat berkelanjutan, melibatkan pertukaran informasi antara individu dan kelompok pada semua tingkatan masyarakat. Komunikasi politik tidak hanya mencakup pengekspresan pandangan dan harapan anggota masyarakat, melainkan juga menjadi sarana di mana pandangan, asal-usul, anjuran pejabat yang berkuasa, dan reaksi anggota masyarakat terhadap pandangan serta janji para penguasa diteruskan dan

³² Stephen P. Robbins and Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, 12th ed. (Salemba Empat, 2014), hal 89.

³³ Lely Arriane, *Komunikasi Politik: Politisi Dan Pencitraan Di Panggung Politik* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2010), hal 16.

terjadi. Oleh karena itu, peran komunikasi politik sangat penting dalam sistem politik, menentukan elemen dinamis, serta menjadi bagian integral dari sosialisasi politik, partisipasi politik, dan perekrutan politik.³⁴

Ilmuwan politik memandang bahwa politik sebenarnya melibatkan komunikasi, karena banyak definisi komunikasi yang telah dipengaruhi oleh politik, terutama karena tujuan umum komunikasi adalah mempengaruhi. Sementara politik mencakup pengaruh sebagai konsep khusus dari kekuasaan, yang merupakan pusat kajian politik. Menurut Harsono Suwardi, komunikasi politik dapat diartikan sebagai segala bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang, kata-kata tertulis atau terucap, atau isyarat, yang mempengaruhi posisi seseorang dalam suatu struktur kekuasaan tertentu.³⁵

Secara keseluruhan, tujuan komunikasi politik adalah mentransmisikan pesan-pesan politik di dalam suatu sistem politik oleh komunikator politik kepada komunikan politik. Meskipun demikian, para ilmuwan menetapkan batasan yang jelas mengenai tujuan komunikasi politik, seperti yang diuraikan berikut ini:³⁶

1. Citra Politik

Menurut Dan Nimo, Citra politik terbentuk melalui pikiran dan perasaan secara subjektif, yang nantinya akan memberikan penilaian dan pemahaman terhadap suatu peristiwa politik tertentu.

2. Pendapat Umum, menurut William Albig merupakan produk dari interaksi antara individu-individu dalam suatu kelompok.

³⁴ Michael Rush and Phillip Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*, 1st ed. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal 53.

³⁵ Lely Arrianie, *Komunikasi Politik: Politisi Dan Pencitraan Di Panggung Politik*, hal 16.

³⁶ *Ibid*

3. Partisipasi Politik, Menurut Kevin R. Hardwick, Partisipasi politik merupakan perhatian dari warga negara yang berusaha untuk menyampaikan kepentingan mereka kepada pejabat publik.
4. Sosialisasi Politik, partisipasi yang didasari adanya kesadaran tentang posisi dan haknya sebagai warga negara untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan publik³⁷
5. Pendidikan Politik adalah upaya menanamkan, mengubah, atau mempertahankan sistem nilai atau orientasi politik dalam mengaktifkan proses sikap, perilaku, sistem berpikir, serta pandangan seseorang atau kelompok, termasuk kader, simpatisan, dan masyarakat umum. Upaya ini dilakukan oleh politikus, profesional, dan aktivis sebagai komunikator politik, atau oleh lembaga (organisasi) seperti partai politik.
6. Rekrutmen Politik merupakan upaya untuk mengundang individu-individu agar mengadopsi orientasi dan nilai politik, dengan harapan mereka menjadi anggota politik, mulai dari simpatisan hingga menjadi kader politik dan pengurus organisasi politik.

Dalam Komunikasi politik, terdapat berbagai teori yang dapat dijadikan acuan untuk melihat keperkasaan media dan kelemahan-kelmahannya mempersuasi masyarakat dalam hubungannya dengan aktivitas politik, salah satunya adalah teori khalayak kepala batu.³⁸ Teori yang dikemukakan oleh Richard (1936), Bauer (1964), dan Schramm & Robert (1977) yang dikutip

³⁷ Taufik Alamin, *Budaya Politik Masyarakat Mataraman Di Kota Kediri*, ed. Abdul Rosyid (IAIN Kediri Press, 2022).

³⁸ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik : Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 89.

oleh Arifin (2011) menyatakan bahwa asumsi tentang khalayak yang pasif telah terbantahkan. Dengan runtuhnya asumsi bahwa khalayak tidak memiliki kekuatan atau bersifat pasif seperti yang dijelaskan dalam teori jarum hipodermik, muncul suatu pandangan baru yang menyatakan bahwa khalayak sebenarnya aktif dan memiliki kekuatan yang besar, serta tidak sama sekali pasif dalam proses komunikasi politik. Bahkan, khalayak memiliki kemampuan untuk merespons dan menyerap segala rangsangan yang memengaruhinya. Para ahli, termasuk Schramm dan Roberts yang dikutip dalam Nimmo (2011), melakukan koreksi terhadap teorinya dan mengakui adanya suatu teori baru yang dikenal sebagai teori khalayak kepala batu (the obstinate audience theory).³⁹

Teori khalayak kepala batu, yang dikembangkan oleh ahli psikologi Raymond Bauer pada tahun 1964, menitikberatkan pada komunikan (khalayak). Menurut teori ini, khalayak hanya bersedia mengikuti pesan jika pesan tersebut memberikan keuntungan atau memenuhi kepentingan dan kebutuhan mereka. Komunikasi tidak lagi bersifat linear, melainkan merupakan suatu transaksi. Meskipun media massa memiliki pengaruh, pengaruh tersebut difilter, diseleksi, dan diterima atau ditolak oleh filter konseptual atau faktor personal yang memengaruhi reaksi khalayak. Para ahli, terutama dalam bidang psikologi dan sosiologi, memberikan perhatian khusus pada faktor individu. Mereka mengkaji faktor-faktor yang mendorong individu untuk menerima pesan-pesan komunikasi, salah satunya adalah konsep teori atau model guna dan kepuasan (uses and gratifications). Uses

³⁹ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, Dan Media* (Bandung: Rosda Karya, 2011).

and Gratifications dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch pada 1974.⁴⁰

Model ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan aktif, dinamis, serta selektif terhadap segala pengaruh dari luar dirinya. Khalayak yang selektif akan memilih berdasarkan kegunaan dan untuk memenuhi kepuasan pribadinya. Kedua teori ini pada dasarnya termasuk dalam paradigma psikologis dalam konteks komunikasi politik. Meskipun individu menerima pesan karena kegunaan atau untuk memenuhi kepuasan dirinya, tergantung pada perbedaan individu, kategori sosial, atau hubungan sosial, yang paling penting dalam paradigma psikologis ini adalah bahwa semua pesan politik diolah secara internal oleh individu itu sendiri.

Teori kepala batu berakar pada pemahaman psikologi yang menyatakan bahwa dalam diri individu terdapat kemampuan untuk menyaring dan merespons penerimaan terhadap orang atau informasi dari luar. Teori kepala batu menolak teori jarum suntik atau teori peluru dengan argumen bahwa jika suatu informasi disampaikan melalui media, mengapa khalayak tidak berupaya untuk melindungi diri dari dampak informasi tersebut. Masyarakat atau khalayak memiliki hak untuk memilih informasi yang tidak mereka butuhkan dan informasi yang mereka perlukan.⁴¹ Kemampuan khalayak untuk menyaring informasi dipengaruhi oleh perbedaan individu, persepsi, dan latar belakang sosial-budaya. Teori khalayak kepala batu ini menjadi kerangka

⁴⁰ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, and Siti Karlinah, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* , revisi (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hal 73.

⁴¹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik : Konsep, Teori Dan Strategi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), hal 50.

acuan yang sangat penting dalam pelaksanaan komunikasi politik di negara demokrasi. Oleh karena itu, di negara demokrasi, kegiatan public relations berkembang dan tumbuh.