

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Salah satu persoalan dalam memberi atau pengertian dari definisi tentang komunikasi, banyaknya definisi yang telah dibuat oleh beberapa para pakar. Hal ini disebabkan oleh banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi, misalnya psikologi, sosiologi, antropologi, ilmu politik, ilmu manajemen, linguistik, matematika, ilmu elektronika, dan sebagainya. Pengertian komunikasi tidak sederhana yang kita pikirkan sebab para pakar telah memberikan definisinya menurut pemahaman dan perspektif masing-masing. Istilah komunikasi berpangkal pada bahasa latin *Communis* yang artinya membuat kesamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi.¹

Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”. Lain halnya dengan Steven, justru ia mengajukan sebuah definisi yang lebih

¹ Hafied Cangara, *Pengantar ilmu komunikasi*, (Jakarta:rajawali pers,2011).

luas bahwa komunikasi terjadi kapan saja dan di mana saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek (Stimuli).² Dengan singkat komunikasi adalah sebuah proses penciptaan dan penafsiran pesan yang terjadi antara individu atau lebih untuk membangun sebuah tujuan yang sama dan memberikan suatu reaksi terhadap lawan bicarannya.

2. Komunikasi Intrapersonal

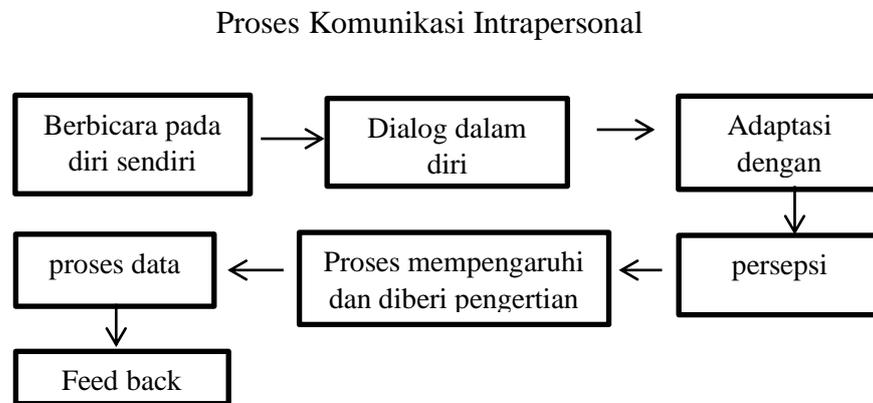
Sementara itu dalam buku *Trans-PerUnderstanding Human Communication* 1975, disebutkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses dimana individu menciptakan pengertian, sedangkan Ronald L. Applbaum dalam buku *Fundamental Concept in Human Communication*, mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi yang berlangsung dalam diri sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita.³ Sistem komunikasi Intrapersonal tidaklah terjadi begitu saja melainkan melalui proses tertentu yang pada akhirnya menimbulkan kesimpulan dalam diri seseorang. Proses berlangsungnya komunikasi dalam diri seseorang diterjemahkan dalam satu sistem komunikasi yang dikenal dengan sistem komunikasi intrapersonal.

Stanley B. Cunningham dalam tulisannya "*intrapersonal Communcation, A Review and Crittique*" menyebut proses komunikasi

² Hafied Cangara, *Pengantar ilmu komunikasi*, (Jakarta:rajawali pers,2011), 17.

³ Mazdalifa, "Komunikasi Intrapersonal ditinjau dari Sudut Pandang Psikologi Komunikasi", *Jurnal Pemberdayaan komunitas*, Vol. 3, No.3, September 2004.

intrapersonal yang terjadi diri seseorang akan berlangsung sebagai berikut :⁴



(Cunningham, dalam Deest:1992)

G. Inseman dan L.Barer dalam karyanya “*Speech Interpersonal Commuication*” menjelaskan proses kegiatan pada diri seseorang komunikator digerakkan oleh perangsang internal yang menunjukkan situasi psikologis atau fisiologis, misalnya lapar atau gelisah. Sedangkan perangsang eksternal datang dari lingkungan sekitar komunikator, baik secara terbuka dan sengaja sengaja (misalnya: melihat lampu lalu lintas) atau secara tertutup dan tidak disadari (misalnya: latar belakang musik dalam tayangan film).⁵

Perangsang-perangsang internal dan eksternal itu diterima oleh organisme sebagai getaran-getaran syaraf yang disampaikan kepada otak dan pada gilirannya memutuskan perangsang mana yang diperhatikan dan diperkirakan, proses pengambilan keputusan tersebut dinamakan diskriminasi (*distrimination*).

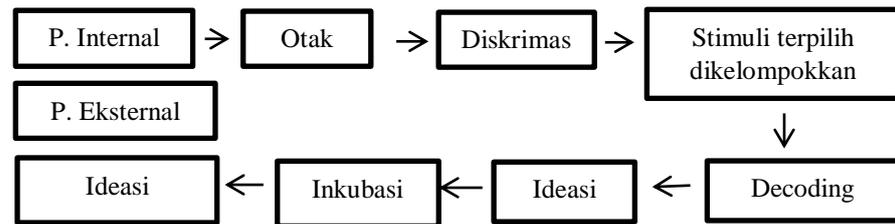
⁴ Ibid.,

⁵ Mazdalifa, “*Komunikasi Intrapersonal ditinjau dari Sudut Pandang Psikologi Komunikasi*”, Jurnal Pemberdayaan komunitas, Vol. 3, No.3, September 2004.

Perangsang-perangsang yang dipilih pada tahap diskriminasi itu kemudian dikelompokkan lagi, yaitu ditata menjadi beberapa susunan yang bermakna bagi komunikator. Sekali terkelompokkan perangsang-perangsang yang didiskriminasi, disandi balik kedalam lambang (*Symbol decoded*) diubah menjadi lambang-lambang pemikiran didalam diri komunikator, suatu tahap yang diperlukan jika perangsang akan diberi makna.⁶ Setelah penyandi balikan (*decoding*), proses akan bergerak menuju tahap ideasi (*ideation*) pemikiran, perencanaan, pengorganisasian pikiran. Disini lambang-lambang yang datang dihubungkan dengan pengetahuan dan pengalaman terdahulu, maka dirumuskan pesan yang direncanakan komunikator. Tahap ini oleh inkubasi (*incubation*), apabila ide-ide bagaikan menetas menjadi bentuk-bentuk tertentu.⁷ Pada titik ini lambang-lambang pikiran siap untuk disandi (*encode*) diubah menjadi kata atau kial (*gesture*) yang bermakna, pada tahap transmisi (*transmission*) yang terakhir, lambang-lambang kata dan kial disandi, secara fisik dipancarkan dalam bentuk ucapan, tulisan dan lain-lain yang dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

⁶ Mazdalifa, "Komunikasi Intrapersonal ditinjau dari Sudut Pandang Psikologi Komunikasi", Jurnal Pemberdayaan komunitas, Vol. 3, No.3, September 2004.

⁷ Ibid.,



(Inseman & Barker, dalam Efendi; 1993)

Pada tahapan selanjutnya persepsi akan diolah menjadi memori, yaitu proses menyimpan informasi dan menyimpannya kembali. Secara singkat memori melewati tiga proses perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan. Perekaman disebut *encoding* adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkuit saraf internal penyimpanan (*stroge*), proses yang kedua, adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan dimana.⁸ Penyimpanan secara aktif atau pasif Kita menyimpan secara aktif, bila kita menambahkan informasi tambahan. Kita mengisi informasi yang tidak lengkap dengan kesimpulan kita sendiri (inilah yang menyebabkan desas-desus menyebar lebih banyak dari volume asal). Mungkin secara pasif terjadi tahap penambahan, pemanggilan (*retievel*) dalam bahasa sehari-hari mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan. Pada akhir memori akan dilanjutkan dengan tahapan berpikir, yaitu tahap mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberi respon. Berpikir tersebut kita lakukan dalam rangka mengambil keputusan

⁸ Ibid.,

(*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*) dan menghasilkan yang baru (*creativity*).⁹

Komunikasi intrapersonal juga menjadi pembahasan dalam buku *Trans-Per Understanding Human Communication* (1975), yang menyebutkan bahwa terjadinya pengertian dalam diri manusia manakala persepsi dari internal sistem dan eksternal sistem manusia tersebut saling tumpang tindih (*overlapping*). Daerah yang saling tumpang tindih tersebut mewakili penciptaan atau pengolahan makna. Stanley B. Cunningham, menyebutkan kegiatan yang termasuk komunikasi intrapersonal, yaitu mengolah makna (manafsirkan) sesuatu berpikir dan memahami, memecahkan masalah, mengingat, *intropeksi reflex*, penyandaran, mimpi khayalan dan perasaan. Leonard Shedletsky, menjelaskan bahwa komunikasi intrapersonal itu meliputi persepsi, ingatan, pengalaman, perasaan, menafsirkan kesimpulan, evaluasi, sikap, pendapat, ide (gagasan), strategi taktik, gambaran dan kondisi.¹⁰ Persepsi disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Maka Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan sebuah pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.¹¹

⁹ Mazdalifa, "Komunikasi Intrapersonal ditinjau dari Sudut Pandang Psikologi Komunikasi", Jurnal Pemberdayaan komunitas, Vol. 3, No.3, September 2004.

¹⁰ Mazdalifa, "Komunikasi Intrapersonal ditinjau dari Sudut Pandang Psikologi Komunikasi", Jurnal Pemberdayaan komunitas, Vol. 3, No.3, September 2004.

¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2000).

3. Unsur Komunikasi

Dari unsur pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, sudah jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung dengan adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek.¹²

Sumber (*Source*) ialah semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok. misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber (*Source*), Pengirim (*Sender*), komunikator (*encoder*).

Pesan (*Message*) adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarkan.¹³

¹² Ibid.,18-22.

¹³ Ibid.,22

Penerima sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi.

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.¹⁴

Tanggapan balik adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lainya seperti pesan dan media, meskipun pesan belum sampai pada penerima.

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalanya komunikasi. Ada empat macam faktornya, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat- istiadat, dan status sosial.¹⁵

Dimensi Psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan khalayak. Dimensi psikologis ini biasa disebut dengan dimensi internal sedangkan

¹⁴ Ibid.,22

¹⁵ Ibid.,23

dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai, jadi setiap unsur memiliki peran yang sangat penting dalam membangun sebuah proses komunikasi bahkan dari ketujuh unsur yang akan memberikan pengaruhnya dalam berjalanya suatu komunikasi.¹⁶

4. Fungsi komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, maka Harold D. Lasswell mengemukakan fungsi komunikasi yaitu :

- a. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
- b. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta
- c. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

Selain itu ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antar manusia dapat dipelihara kelangsungan hidupnya. Pendek kata komunikasi berfungsi untuk menjembatani hubungan antarmanusia dalam masyarakatnya. Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik dan menghibur. Bagi orang yang terlibat dalam proses komunikasi publik, dengan mudah ia menggolongkan dirinya menjadi bagian dari kelompok sehingga sering kali ia terbawa oleh pengaruh kelompok itu.¹⁷

¹⁶ Ibid.,24-28

¹⁷ Ibid.,59

B. Komunikasi Massa

1. Konsep komunikasi massa

Salah satu ciri lingkungan media baru adalah pengakuan bahwa semua informasi sama-semuanya digital (*powell*). Apapun bentuknya komunikasi massa akan berperan penting dalam kehidupan kita, komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Komunikasi massa memberikan masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membuat opini kolektif yang bisa digunakan untuk lebih memahami diri mereka sendiri. Komunikasi massa merupakan sumber utama yang mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat, salah satu perubahan teknologi baru itu menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi itu sendiri.¹⁸

2. Peranan Teori komunikasi Massa

Teori adalah tujuan akhir ilmu pengetahuan, teori merupakan pernyataan umum yang merangkum pemahaman kita tentang cara dunia bekerja. Dalam bidang komunikasi massa, sebagian besar teori-teori kita pada masa lalu bersifat implisit. Masyarakat mengandalkan cerita rakyat, kebijakan tradisional dan “pikiran sehat” untuk dijadikan panduan dalam mempraktikkan komunikasi massa. Terkadang asumsi-asumsi ini tidak pernah diucapkan atau dicatat di suatu tempat.¹⁹

Teori komunikasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang proses komunikasi massa, Dengan pemahaman yang lebih baik

¹⁸ Werner j. severin & james W. tandkard,Jr, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana,2011),3-4.

¹⁹ Ibid., 12.

kita berada pada posisi yang lebih baik untuk mendediksi dan mengontrol hasil-hasil dari komunikasi massa.²⁰

Tujuan-tujuan teori komunikasi yang lebih spesifik adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan pengaruh komunikasi massa. Pengaruh ini mungkin yang tidak diharapkan seperti pertimbangan kepada masyarakat selama pemilihan, atau yang tidak diharapkan, seperti menyebabkan peningkatan kekerasan dalam masyarakat.
- b. Untuk menjelaskan manfaat dari komunikasi massa yang digunakan oleh masyarakat. Dalam beberapa hal, melihat manfaat komunikasi massa dari masyarakat untuk menjadi lebih bermakna dari pada melihat pengaruhnya.
- c. Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa.
- d. Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan-pandangan dan nilai-nilai dari masyarakat. Para politis dan tokoh masyarakat sering memahami pentingnya peran komunikasi massa dalam pembentukan nilai-nilai dan pandangan dunia.

3. Pengaruh atau dampak komunikasi massa :

Beberapa pemikiran terdahulu memberi kekuatan yang besar terhadap komunikasi massa untuk memengaruhi audiens.

Konseptualisasi pengaruh dari komunikasi massa semacam ini

²⁰ Werner j. severin & james W. tandkard,Jr, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana,2011).

terkadang dikenal sebagai teori peluru atau jarum suntik pengaruh komunikasi massa. Dalam konseptual ini, anggota (*audiens*) diisolasi antara satu dengan lainnya merupakan target yang rentan dan mudah dipengaruhi oleh pesan-pesan komunikasi massa.²¹

C. Media Komunikasi di Masyarakat Modern

Posisi media menjadi penting seiring dengan hadirnya banyak media ditengah masyarakat, kehadiran media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat baik itu di daerah perkotaan maupun perdesaan. Kondisi dari setiap media dewasa ini terutama setelah hadirnya media sosial sangat memperluas cakupan komunikasi sesama manusia, untuk lebih jelasnya tentang posisi media, berikut penjelasannya²².

Pertama, media cetak koran sekian tahun keberadaan koran dianggap segera berakhir jika dapat bertahan setelah adanya televisi, koran dinilai tidak akan banyak berpengaruh lagi. Pandangan ini memiliki alasan, karena banyak koran di Kota-Kota besar terpaksa gulung tikar. Namun sejak 1970-an, koran terbukti mampu bertahan meskipun prosesnya memang tidak mudah.

Kedua, media siaran radio semakin terdesak oleh televisi namun masih memiliki banyak penggemar. Cenderungnya adalah jangkauan siaran radio yang semakin sempit sehingga yang paling mampu bertahan adalah radio yang hanya melayani suatu wilayah kecil saja. Selain radio media siaran juga terdiri dari televisi, televisi merupakan media baru

²¹ Werner j. severin & james W. tandkard,Jr, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana,2011), 14.

²² Rivers L. W, dkk, "*Media Massa & Masyarakat Modern*" Terjemahan, Haris Munandar dan Dudy Priatna (Jakarta: Prenada Media Group, 2008).

setelah hadirnya radio.²³ Masyarakat lebih menikmati acara yang disiarkan televisi dibandingkan media lainya, masyarakat dapat melihat dan mendengar peristiwa yang disampaikan. Berdasarkan dua jenis media massa tersebut setiap media memiliki sejarah dan karakteristiknya masing-masing. Kini selain media cetak dan media siaran, produk media massa pun berkembang pada media Online.²⁴

Menurut Ashadi Siregar sebagaimana telah di kutip oleh Agung Kurniawan, media online dapat diartikan sebagi sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (*computer dan internet*) di dalamnya terdapat portal berita, *wesite* (situs *web*), radio online, televisi online, pers online, dan lain sebagainya dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya.²⁵

Keberadaan media online dapat memudahkan masyarakat menikmati suatu informasi ataupun berita serta hiburan melalui internet. Internet merupakan jenis media massa baru dan populer di Indonesia pada tahun 1996 di samping media massa, media sosial yang merupakan salah satu jenis media online juga turut hadir dalam kehidupan masyarakat. Media sosial lebih dominan sebagai sarana interaksi dan penyalur informasi. Dewasa ini media sosial yang sering digunakan oleh

²³ Rivers L. W, dkk, “*Media Massa & Masyarakat Modern*” Terjemahan, Haris Munandar dan Dudy Priatna (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), 20-21

²⁴ Ibid.,

²⁵ Ibid.,

masyarakat yaitu ; *WhatsApp, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Telegram* dan jenis media sosial lainnya.²⁶

1. Sosial Media

Istilah media sosial tersusun atas dua kata yaitu media dan sosial, media di artikan sebagai alat komunikasi sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang dapat berkontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna keduanya bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.²⁷ Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim Weber, Tonnies, maupun Marx dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja computer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*user*) bekerja sama (*human co-operation*). Dengan demikian, bisa dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja computer. Tiga bentuk

²⁶ Husnul Khatimah, *Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat*, Vol 16, No.1 desember 2018.

²⁷ Mulawarman, “*Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan*”. *Buletin Psikologi*, vol 25, No 1, 2017.

bersosial, seperti pengenalan, komunikasi dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem diantara individu atau masyarakat.²⁸

2. Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada setiap tahunnya. Menurut pendapat Yusuf Terhitung pada April 2017 lalu, instagram mengumumkan bahwa pengguna aktif bulanannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat instagram satu ini berbeda dengan media sosial pada umumnya. Apalagi, instagram seringkali memperbaharui sistemnya. Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Fitur yang terdapat pada instagram adalah sebagai pengikut mengikuti (*Followers/Following*),

²⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi* (bandung; simbiosis Rekatama Media, 2017) 8-20.

mengunggah foto/video dengan menggunakan hashtagh, insta story, efek filter camera, arroba @, arsip foto, siaran langsung, IG TV²⁹.

D. Persepsi

Persepsi adalah inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Pada definisi John R. Cohen : “persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensansi sebagai representatif objek eksternal persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana.

Sementara pendapat lainnya mengatakan bahwa Persepsi (*perception*) dalam arti sempit adalah penglihatan, cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas adalah pandangan atau pengertian, yaitu cara seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.³⁰ Berdasarkan uraian diatas maka dengan tegas disampaikan bahwa persepsi adalah tahapan pemberian arti dan makna terhadap informasi yang masuk ke dalam tubuh kita. Kontruksi makna informasi banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal individu. Faktor-faktor tersebut yang kemudian memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif atau sebaliknya.³¹

²⁹ www.enprints.umm.ac.id, diakses tanggal 21 September 2020.

³⁰ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2003).

³¹ Herdian Maulana & Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata), 51.

1. Persepsi Intrapersonal

Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses penyimpanan informasi dan memanggilnya kembali. Berpikir adalah olah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan repons.³²

a. Sensasi

Sensasi berasal dari kata “*sense*” artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme menjadi impuls-impuls saraf dengan bahasa yang difahami oleh otak maka terjadilah proses sensasi. Menurut dennis Coon sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal. Simbolis, atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera.³³ Pendapat lain menyebutkan sensasi adalah proses dimana alat indera kita menerima stimulus dari luar dan dalam diri kita, serta mengirimkannya kepada otak melalui serangkaian proses neurokimiawi. Sekumpulan besar stimulus tersebut dikonversi menjadi serangkaian informasi tentang kondisi luar tubuh kita, seperti suhu ruangan, pencahayaan di dalam ruangan, suara orang berbicara atau

³² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991).

³³ Herdian Maulana & Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata).

sekedar aroma parfum. Walalupun demikian ketika semua informasi ini masuk ke dalam otak kita tidak semua kondisi sekitar kita dapat kita identifikasikan.³⁴

Apapun definisi sensansi, fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Melalui alat indera manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat inderalah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya. Tanpa alat indera manusia sama, bahkan lebih dari rumput-rumputan, karena rumput dapat juga menginderakan cahaya dan humiditas.³⁵ Kita mengenal lima alat indera atau pancaindera. Psikolog menyebut Sembilan bahkan ada yang menyebutkan sebelas alat indera. Penglihatan, pendengaran, kinestesis, vestibular, perabaan, temperatur, rasa sakit, perasa dan penciuman. Kita dapat mengelompokannya pada tiga macam indera penerima, sesuai dengan sumber informasi. Sumber informasi boleh berasal dari dunia luar (*eksternal*) atau dalam diri individu sendiri (*internal*). Informasi dari luar indera oleh eksteroseptor (misalnya telinga atau mata). Informasi dari dalam indera oleh interoseptor misalnya, sistem peredaran darah. Selain itu gerakan tubuh kita sendiri di indera oleh

³⁴ Ibid., 41

³⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), 49.

proprioceptor misalnya, organ vestibular. Perbedaan kapasitas alat indera menyebabkan perbedaan dalam memilih pekerjaan atau jodoh, mendengarkan musik atau memutar radio yang jelas sensasi mempengaruhi persepsi.³⁶

b. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekpektasi, motivasi dan memori.³⁷

Menurut Kotler persepsi ialah sebagai proses bagaimana individu menyeleksi, mengatur dan mengintrepresentasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.³⁸ Persepsi seperti juga sensasi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. David Krech dan Richard S menyebutkan faktor fungsional dan faktor situasional. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi

³⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), 50-51.

³⁷ *Ibid.*, 51.

³⁸ Herdian Maulana & Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata), 44.

menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Kenneth E. Andersen menyatakan bahwa perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan masukan melalui alat indera yang lain³⁹.

- a) Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi, faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal lainnya termasuk apa yang kita sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.
- b) Faktor struktural yang menentukan persepsi, faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Para psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer dan Koffa merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat struktural. Prinsip-prinsip ini kemudian terkenal dengan teori Gestalt. Menurut teori Gestalt bila kita mempersepsi sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan.⁴⁰

³⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), 52.

⁴⁰ *Ibid.*, 55-59.

c. Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi dengan menyediakan kerangka rujukan maupun berpikir yang akan kita uraikan nanti. Schlessinger dan groves mengatakan bahwa memori adalah sistem yang sangat berstruktur yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Setiap saat stimuli mengenai indera kita, setiap saat pula stimuli itu direkam secara sadar atau tidak sadar.⁴¹

d. Berpikir

Menurut Paul Mussen dan Mark R. Rosenzweigh “*the term thinking refresh to many kind of activities that involve the manipulation of concept and symbols, representations of objects and events*”. Berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa.⁴²

Berpikir jelas melibatkan lambang, visual dan grafis. Tetapi untuk orang berpikir kita melakukan untuk memahami realita dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*) dan menghasilkan yang baru (*creativity*). Memahami realitas

⁴¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), 62.

⁴² *Ibid.*, 68.

berarti menarik kesimpulan, meneliti berbagai kemungkinan penjelasan dari realitas eksternal dan internal. Sehingga secara singkat, Anita Taylor et al, mendefinisikan berpikir sebagai proses penarikan kesimpulan.⁴³

2. Faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi

Thohah berpendapat bahwa persepsi pada umumnya terjadi karena dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu, misalnya sikap, kebiasaan dan kemauan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar individu yang meliputi itu sendiri, baik sosial maupun fisik.⁴⁴ Dijelaskan oleh Robbins bahwa meskipun individu-individu memandang pada satu benda yang sama mereka dapat mempersepsikan berbeda-beda. Ada sejumlah faktor yang berkerja untuk membentuk atau terkadang memutarbalikkan persepsi. Faktor-faktor ini terdiri dari : Pelaku persepsi, objek atau yang dipersepsikan dan konteks dari situasi dimana persepsi itu dilakukan⁴⁵ Persepsi individu dipengaruhi oleh faktor fungsional dan struktural. Faktor fungsional ialah faktor-faktor yang bersifat personal. Misalnya kebutuhan individu, usia, pengalaman masa lalu, kepribadian, jenis kelamin dan hal-hal lain yang bersifat subjektif. Faktor struktural adalah faktor di luar individu, misalnya lingkungan, budaya dan

⁴³ Ibid., 68.

⁴⁴ Herdian Maulana & Gungum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata), 46.

⁴⁵ Ibid., 47

norma sosial sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu. Krech dan Crutchfield menyebutkan 2 faktor yang dapat menentukan timbulnya persepsi, yaitu faktor fungsional dan struktural.

a. Faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari needs atau kebutuhan seseorang, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lainnya yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimulus tersebut.

Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama: bahwa persepsi bersifat selektif secara fungsional. Ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.⁴⁶

b. Faktor Struktural

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Menurut teori Gestalt, bila kita mempersepsikan sesuatu, kita mempersepsikannya sebagai suatu keseluruhan. Kita tidak melihat perbagian-bagiannya.⁴⁷

⁴⁶ Ibid., 47

⁴⁷ Ibid., 48.

3. Aspek aspek persepsi

Baron dan Byrne menyatakan bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu :

- a. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan yaitu; hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsikan terhadap objek sikap.
- b. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.
- c. Komponen konatif (komponen perilaku, atau *action component*), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

Berdasarkan uraian diatas maka dengan tegas disampaikan bahwa persepsi adalah tahapan pemberian arti dan makna terhadap informasi yang masuk ke dalam tubuh kita, kontruksi makna terhadap informasi banyak informasi banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal individu. Faktor-faktor tersebut yang kemudian memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif atau sebaliknya.⁴⁸

⁴⁸ Herdian Maulana & Gumgum Gumelar. Psikologi Komunikasi dan Persuasi , (Jakarta: Akademi Permata), 52.