**Bab II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Kajian Literatur/Tinjauan Pustaka**

2.1.1. Review Penelitian

Sebelum melakukan penelitian Persepsi Penggemar Love Live Pada Grup Penyanyi Wanita Aqours, peneliti terlebih dahulu melakukan tinjauan dengan penelitian sebelumnya yang sejenis atau terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah beberapa penelitian sejenis dan terkait yang peneliti jadikan acuan untuk melakukan penelitian ini:

1. Penelitian yang dilakukan Fritz Jordy Panjaitan, mahasiswa Universitas Pasundan pada tahun 2017, dengan judul penelitian, “Persepsi Masyarakat Mengenai Taman Sejarah Sebagai Objek Pariwisata Baru Di Kota Bandung”.

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu metode yang menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Teori yang digunakan pada penelitian ini karena dianggap relevan adalah teori persepsi dari Jalaludin Rakhmat. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Metode yang digunakan dari penelitian ini dan penelitian dari peneliti saat ini adalah metode yang sama-sama menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dimana peneliti berusaha menginterpretasikan kejadian dan peristiwa sosial sesuai dengan sudut pandang dari objek penelitiannya. Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian dari peneliti adalah teori persepsi yang digunakan. Bila penelitian dari saudara Fritz Jordy menggunakan teori Persepsi dari Jalaludin Rakhmat maka peneliti menggunakan Teori Persepsi dari Deddy Mulyana.

1. Penelitian yang dilakukan Ria Novi Purwanti, mahasiswa Universitas Pasundan pada tahun 2017, dengan judul penelitian, “PERSEPSI MAHASISWA MENGENAI MEDIA *WEBSITE* FISIP UNPAS”.

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu metode yang menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori persepsi oleh dari Deddy Mulyana, sama dengan teori yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Metode yang digunakan dari penelitian ini dan penelitian dari peneliti saat ini adalah metode yang sama-sama menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dimana peneliti berusaha menginterpretasikan kejadian dan peristiwa sosial sesuai dengan sudut pandang dari objek penelitiannya. Perbedaan penelitian ini dan penelitian dari penulis sendiri adalah dari objek penelitiannya. Saudara Ria Novi Purwanti menjadikan *website* dari Universitas Pasundan sebagai objek penelitiannya.

**Tabel 2.1 Review Penelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **NAMA** | **KETERANGAN** |
| 1 | Judul | Persepsi Masyarakat Mengenai Taman Sejarah Sebagai Objek Pariwisata Baru di Kota Bandung |
| 2 | Teori | Teori Persepsi Jalaludin Rakhmat |
| 3 | Metode | Studi Penelitian Kualitatif |
| 4 | Perbedaan | Teori persepsi yang digunakan berbeda dengan yang digunakan peneliti. Bila penelitian ini menggunakan Teori Persepsi dari Jalaludin Rakhmat maka peneliti menggunakan Teori Persepsi dari Deddy Mulyana. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | NAMA | KETERANGAN |
| 1 | Judul | Persepsi Mahasiswa Mengenai Media *Website* FISIP UNPAS. |
| 2 | Teori | Teori Persepsi Deddy Mulyana |
| 3 | Metode | Studi Penelitian Kualitatif |
| 4 | Perbedaan | Objek penelitian yang digunakan berbeda, dimana penelitian ini menjadikan website dari Universitas Pasundan sebagai objek penelitiannya. |

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi yang semula merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri dewasa ini dianggap amat penting sehubungan dengan dampak sosial yang menjadi kendala bagi kemaslahatan umat manusia akibat perkembangan teknologi.

Ilmu komunikasi, apabila diaplikasikan secara benar akan mampu mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa, dan antarras, membina kesatuan dan persatuan umat manusia penghuni bumi.

Pentingnya studi komunikasi kaena permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi. Manusia tidak bisa hidup sendirian. Ia secara tidak kodrati harus hidup bersama manusia lain, baik demi kelangsungan hidupnya, keamanan hidupnya, maupun demi keturunannya. Jelasnya, manusia harus hidup bermasyarakat. Masyarakat bisa berbentuk kecil, sekecil rumah tangga yang hanya terdiri dari dua orang suami istri, maupun yang berbentuk besar, sebesar kampung, desa, kecamatan, kabupaten atau kota, provinsi, dan negara.

Semakin besar suatu masyarakat yang berarti semakin banyak manusia yang mencakup didalamnya, cenderung akan semakin banyak masalah yang timbul, akibat perbedaan-perbedaan di antara manusia yang banyak itu dalam pikirannya, perasaannya kebutuhan serta keinginannya, sifatnya, tabiatnya, pandangan hidupnya, kepercayaannya aspirasinya, dan lain sebagainya, yang cukup banyak untuk disebut satu demi satu.

2.2.2. Unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus dipahami, menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Dinamika Komunikasi** bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang di cakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan**
2. **Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang**
3. **Komunikan : Orang yang menerima pesan**
4. **Media : Sarana atau saluran yang mendukung**
5. **Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.**

 **(2002:6)**

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli Ilmu Komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

**Harold D Laswell** menyatakan mengenai proses komunikasi di dalam kata-kata yang bersayap “*Who, says what, to whom, in what channel, what effect”*;

|  |  |
| --- | --- |
| ***Who*** | **Merupakan sumber dari mana gagasan untuk berkomunikasi itu dimulai. Dan selanjutnya *who* disini dapat pula bermakna sebagai komunikator.** |
| ***Says what*** | **Merupakan pesan-pesan yang disampaikannya, yang dapat berupa buah pikiran, keterangan atau penyataan sebuah sikap.** |
| ***In what channel*** | **Adalah saluran yang menjadi media dari penyampaian pesan tersebut sehingga dapat diterima oleh komunikan.** |
| ***To whom*** | ***Whom* disini jelas adalah komunikan, yaitu sasaran yang dituju oleh seorang komunikator.** |
| **In what channel** | **Ialah hasil dari komunikasi yang dilancarkan tersebut. Adakah perubahan sikap-sikap dari komunikan, berpartisipasikah dia atau sebaliknya malah menentang.** |

**Mulyana** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu :

1. **Komunikasi Verbal : Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu *system* kode verbal.**
2. **Komunikasi Non-verbal : Secara sederhana pesan non-verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, mencakup semua rangsangan (kecuali ransangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (2000:237)**

Perilaku non-verbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi non-verbal biasanya menggunakan definisi tidak menggunakan kata secara gamblang, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi non-lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan isyarat tidak dianggap sebagai komunikasi non-verbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi, dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi non-verbal.

2.2.3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, fungsi komunikasi menurut **Dedi Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** dibagi menjadi empat fungsi yaitu, komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi intrumental. Keempat fungsi komunikasi tersebut bisa kita lihat dibawah ini :

1. **Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, kelansungan hidup, kebahagiaan, dan memupuk hubungan dengan orang lain.**
2. **Fungsi komunikasi ekspresif yaitu dapat dilakukan sendiri atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita.**
3. **Fungsi komunikasi ritual yaitu biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *Riles of Passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, sampai pernikahan.**
4. **Fungsi komunikasi instrumental memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasive yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya memercayai bahwa fakta informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (2005:5)**

Berdasarkan kutipan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu hal yang telah mendarah daging di kehidupan manusia, setiap langkah atau gerak manusia merupakan sebuah proses komunikasi . Komunikasi juga merupakan kebutuhan manusia untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya, komunikasi sangat penting dilakukan untuk membangun konsep diri dan cara bersosialisasi dengan masyarakat luas.

2.2.4. Proses Komunikasi

Dalam sebuah komunikasi itu harus ada prosesnya terlebih dahulu. Berangkat dari paradigm **Laswell** yang dikutip **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu :

1. **Proses komunikasi secara primer, yaitu proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non-verbal (kial/*gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan mengetahui perasaan komunikator kepada komunikan.**
2. **Proses komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Karena komunikan sebagai sarana berada ditempat yang paling relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, fax, surat kabar, teleksmajalah, radio, televisi, film, dan sebagainya merupakan media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat di disklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb). Dan media nir-massa (telepon, surat, megapon, dsb). (1994:11-19)**

Komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan lambang (*symbol*) baik verbal maupun non-verbal, dan komunikasi dapat berlangsung meskipun komunikator berada ditempat yang jauh namun bisa di konsumsi oleh khalayak, karena menggunakan media massa dan media nirmassa.

2.2.5. Bentuk Komunikasi

Deni Darmawan (2007) berpendapat bahwa komunikasi terjadi dalam beberapa bentuk, yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi Personal (*Personal Communication*)
2. Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication)*

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Disadari atau tidak, sebelum berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, kita akan melakukan komunikasi intrapersonal atau berbicara kepada diri sendiri terlebih dahulu.

1. Komunikasi Antarpersonal (*Antarpersonal Communication)*

Komunikasi Antarpersonal adalah komunikasi antar dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pernyataan menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal. Bentuk komunikasi antarpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang saja.

1. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. Kelompok juga merupakan suatu kesatuan sosial yang terdiri atas dua atau lebih individu yang telah menjadikan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu itu sudah terdapat pembagian tugas dan norma-norma tertentu yang khas bagi kesatuan sosial tersebut. (**Sherif** dalam **Gerungan).**

Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara cepat.

2.2.6. Komunikasi Intrapersonal

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konteks komunikasi intrapersonal dan interpersonal. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi dalam diri komunikatornya sendiri. Komunikasi intrapersonal dianggap tepat mewakili penelitian ini karena komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang penting, yaitu jenis komunikasi yang akhirnya memicu berlangsungnya konteks-konteks komunikasi yang lain. Sehubungan dengan persepsi, komunikasi intrapersonal merupakan faktor penting dalam proses dibentuknya persepsi.

Pada komunikasi intrapersonal, pengetahuan mengenai dirinya sendiri didapat dari proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*), dan hal ini terjadi ketika berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikatornya. Perlu diingat, bahwa untuk dapat menghasilkan sebuah persepsi, seseorang perlu memahami seperti apa dirinya sendiri. Selain itu, agar mendapat pemahaman tentang apa yang terjadi ketika seseorang sedang berkomunikasi, dibutuhkan sebuah pemahaman terhadap diri sendiri, dan pemahaman ini didapat dari persepsi. Maka memang pada dasarnya, letak dari sebuah persepsi berada pada orang yang mempersepsikan, bukan pada suatu ungkapan ataupun objek.

2.2.7. Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi menurut Effendy dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi** mengatakan bahwa komunikasi antarpersonal adalah : **“Komunikasi antara dua orang atau lebih dapat berlangsung dengan dua cara yaitu bertatap muka (*face to face*) dan bermedia (*mediated communication*). (1999:160).”**

Komunikasi antarpersonal merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Ini berarti komunikasi dikaitkan dengan pertukaran pesan atau informasi yang bermakna diantara orang yang berkomunikasi. Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

**Effendy** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu :

1. **Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.**
2. **Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pemimpin harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah kebarat tapi kita memberikan jalur ke timur.**
3. **Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan, kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.**
4. **Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (1993:18).**

Secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Serta tujuan adalah sama supaya semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.2.8. Lingkup Tentang Persepsi

Salah satu komponen penting penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek ditangkap oleh panca indera kita, yaitu mata. Kita melihat pemandangan disekitar kita dengan menggunakan mata. Kemudian apa yang kita lihat tersebut, diproses dalam pikiran kita sehingga membentuk suatu persepsi, sehingga kita menyadari betapa indah atau buruknya dunia beserta isinya tergantung dari persepsi masing-masing.

2.2.8.1. Definisi Persepsi

Pada penjelasan sebelumnya, kita mengetahui bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini dimaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Lalu, stimulus tersebut akan segera diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya adalah proses persepsi yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satu dengan lainnya. Persepsi menurut peneliti merupakan proses pemaknaan individu terhadap informasi yang diterima melalui alat indera. Menurut Desiderato (Rakhmat, 2004:51) definisi 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 dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspetasi, motivasi, dan memori.**

Berdasarkan uraian di atas, persepsi merupakan hasil pengolahan dan penafsiran pesan dari proses sensasi dan juga melibatkan atensi, ekspetasi, motivasi dan memori. Persepsi dalam ilmu komunikasi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada definisi John Wenburg dan William Wilmot dalam Mulyana (2005:167), bahwa persepsi dapat didefinisikan cara organisme memberi makna. Persepsi disebut inti komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, maka semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Mulyana, 2005:167).

Sedangkan menurut Gibson (1992:53) dalam Nugroho (2013:36), “persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu”. Hal tersebut menyebabkan munculnya perbedaan persepsi pada setiap orang yang melihat barang yang sama. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Gibson dan Hodgetts yang menyatakan bahwa persepsi merupakan “Padangan individu terhadap sebuah realitas”.

Mungkin persepsinya terbentuk dari kumpulan berbagai faktor, yaitu pengalaman masa lalu, kesopanan terhadap pesan dan si pembawa pesan, kemampuan mental seperti kepandaian dan kemampuan berkomunikasi secara lisa maupun tulisan (Gibson dan Hodgetts, 1990:15) dalam Nugroho (2013:36). Dengan kata lain persepsi mencakup penerimaan stimulus (input), pengorganisasian stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.

Manusia tak lepas dari kegiatan berpersepsi, hampir tiap hari manusia berpersepsi seperti persepsi ketika mencium aroma makanan, ketika melihat televisi, mendengarkan radio, menyentuh kain yang halus lembut dan sebagainya. Secara garis besar persepsi manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu (Mulyana, 2005: 171-176):

1. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik); sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya). Orang akan mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain, persepsi tehadap manusia bersifat interaktif.
2. Persepsi terhadap manusia; melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal. Orang lebih aktif dari pada kebanyakan objek yang statis dan lebih sulit diramalkan.

2.2.8.2. Tahap-tahap Pembentukan Persepsi

Proses pembentukan persepsi baik itu terhadap objek maupun manusia, menurut Mulyana (2005: 168) dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyebutkan bahwa ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi yang dapat digambarkan dalam bentuk sebagai berikut:

1. Sensasi (pengindraan)

Sensasi yaitu pengindraan dengan melalui alat – alat indra kita. Persepsi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, sentuhan, penciuman, pendengaran. Semua indra itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Seperti indra penglihatan dengan menyampaikan pesan verbal ke otak untuk di interpretasikan, atau pun indra pendengaran kita juga bisa menyampaikan pesan verba; ke otak untuk di tafsirkan.

1. Atensi (perhatian)

Atensi adalah perhatian, suatu pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi ini juga di dapatkan dari pengindraan, ingatan dan proses kognisi lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan mental kita yang terbatas, yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi juga merupakan proses sadar ataupun tidak sadar (Mulyana,2005:169). Atensi dipengaruhi oleh dua faktor (Rakhmat, 2004:52):

1. Faktor Eksternal

Yaitu merupakan faktir yang dipengaruhi oleh luar individu :

1. Atribut Objek.
2. Gerakan secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.
3. Intensitas Stimuli, kita akan memerhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain.
4. Kebaruan, hal-hal yang baru dan luar biasa, yang beda akan menarik perhatian.
5. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali bila disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.
6. Faktor Internal

Faktor yang dipengaruhi dalam diri pribadi seseorang

1. Faktor-faktor Biologis

Hal yang bersifat biologis atau sesuatu hal yang menjadi kebutuhan alam manusia.

1. Faktor-faktor Sosiopsikologis

Faktor yang bersifat psikologis atau yang berkaitan dengan jiwa seseorang yang terkait dengan kebutuhan-kebutuhan sosial seperti motif atau kebiasaan.

1. Interpretasi

Interpretasi adalah proses penting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai suatu arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mempersepsi suatu objek atau peristiwa yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian maka akan di persepsi positif, demikian pula sebaliknya. Selain itu adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif (Mulyana, 2005:169-170).

Menurut Werner J. Severin dan Jamens W. Tankard Jr (2005, 85-89) dalam Nuraida (2011:17) proses persepsi juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis yaitu pengalaman masa lalu yang mendasari suatu asumsi, harapan-harapan, motivasi, suasana hati dan sikap. Beberapa aspek psikologi menurut Kotler dan Gary Armstrong (2009:154-157) dalam Nuraida (2011:17), motivasi atau dorongan adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari keputusan. Motivasi yang muncul dari informan adalah kebanyakan dari kebutuhan psikologis. Sikap menempatkan orang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhi sesuatu.

Tiap individu memiliki gambaran yang berbeda mengenai realita yang berada di sekelilingnya. Menurut Mulyana (2005:176-201) ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu:

1. Persepsi berdasarkan pengalaman

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek, dan kejadian serupa.

1. Persepsi bersifat selektif

Atensi seseorang pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas seseorang atas rangsangan tersebut.

1. Persepsi bersifat dugaan

Proses persepsi yang bersifat dugaan memungkinkan seseorang menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Oleh karena informasi yang lengkap tidak tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat suatu kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat pengindraan tersebut.

1. Persepsi bersifat evaluatif

Tidak pernah ada persepsi yang objektif. Seseorang akan melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingannya. Persepsi adalah suatu kognitif psikologis dalam diri seseorangyang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang seseorang gunakan untuk memaknai objek persepsi.

1. Persepsi bersifat kontektual

Konteks yang melingkungi seseorang ketika melihat seseorang, suatu objek, atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi seseorang.

Proses pembentukan persepsi terdiri dari lima tahapan menurut Devito (2007 : 81) dalam Nugroho (2013: 38 – 41), yaitu: pertama, tahap dimana individu mendapat informasi melalui indra. Tahap ini disebut dengan tahap *stimulation.*

**“Stimulation, tahap dimana individu menerima informasi atau stimuli melalui inderanya. Pada tahap ini terjadi seleksi sehingga ada stimulus yang diabaikan dan tidak diabaikan.”**

Kedua, pada tahapan ini setiap individu akan mengelola setiap informasi yang masuk melalui alat indra mereka dengan beberapa cara baik itu melalui peraturan (rules), skema (schemata), dan naskah (script).

Ketiga, merupakan tahap dimana individu penerjamahan atau penafsiran makna dari informasi yang masuk melalui alat indera manusia. Penafsiran sebuah informasi melibatkan beberapa aspek yaitu pengalaman masa lalu individu, nilai yang dianut tiap individu, harapan dan lain sebagainya.

Tahap keempat, merupakan tahap dimana individu menyimpan informasi yang sudah ditafsirkan oleh individu tersebut guna dimunculkan kembali saat individu mendengar dan mengetahui yang sama seperti persepsi individu.

Kelima, adalah tahap dimana individu mengingat kembali persepsi yang selama ini disimpan oleh individu tersebut atau biasa disebut *Recall*, adalah tahap dimana persepsi yang tersimpan dalam memori telah dimunculkan kembali.

**2.3.** Kerangka Teoritis

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari asal katanya, seperti yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm dalam Effendy, yaitu:

**Kata komunikasi berasal dari kata *“communication”,* kata ini juga berasal dari kata latin *Communis* yang artinya sama, dalam arti kata sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komuniasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2003:30).**

Dari pengertian tersebut dapat dikatakan, apabila seseorang mengerti tentang sesuatu yang disampaikan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung dan hubungan di antara keduanya bersifat komunikatif, tetapi sebaliknya jika pesan yang disampaikan tidak dimengerti oleh sasaran, maka komunikasi tidak berlangsung dan hubungan yang terjadi tidak komunikatif.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat efektif menurut **Effendy** bahwa peminat komunikasi sering kali mengutip paradigm yang dikemukakan **Laswell** dalam karyanya, ***The Structure and Function of Communication in Society.*** Laswell mengatakan bahwa cara yan baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut : who says, what in which channel, to whom, with what effect? (1994:10).

Hakikat komunikasi menurut **Onong Uchjana Effendy** adalah :

**Proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. (Effendy, 2003:28)**

**Belerson** dan **Stainer** dalam karyanya “**Human Behaviour”** seperti yang dikutip oleh **Effendy** dalam bukunya **Komunikasi Teori dan Praktek** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

**Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi. (1992:48)**

Berbagai literatur, dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi berlangsung antara manusia, dan dapat dipahami bahwa inti dari sebuah komunikasi adalah dengan adanya komunikator (penyampai pesan), pesan (informasi yang akan disampaikan), dan komunikan (penerima pesan), juga timbal balik (*feedback).* Sedangkan pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari sang penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) sehingga terjadi timbal balik (*feedback)*.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif. **Berelson** dan **Stainer** yang dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengemukakan :

**Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan dan proses transmisi itulah yang disebut komunikasi. (2001:62)**

Jadi, dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi itu tidak hanya berbentuk ucapan (verbal) saja yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, melainkan juga bisa berupa transmisi, informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan bisa juga menggunakan simbol-simbol yang ada dalam kehidupan sehari-hari (non-verbal). Komunikasi adalah proses peyampaian informasi atau pesan yang bisa berupa tanya jawab, interaksi dengan maksud dan tujuan tertentu yang diharapkan menimbulkan timbal balik (*feedback)*.

Hal terpenting dalam komunikasi adalah aktivitas pemaknaan informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya itu. Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif, artinya masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memaknakan informasi yang disebarkan atau diterimanya berdasarkan pada apa yang ia rasakan, ia yakini, dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua pihak. Sedangkan maksud kontekstual bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu ada dan dimana kedua belah pihak berada. Oleh karena itu, maka proses komunikasi memiliki dimensi yang sangat luas dalam pemaknaannya, karena dilakukan oleh subjek-objek yang beragam dan konteks sosial yang majemuk.

2.3.1 Teori Persepsi

Penelitan ini menggunakan teori persepsi kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

2.4. Kerangka pemikiran

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti, maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti.

Manusia adalah makhluk sosial serta makhluk individual yang dinamis dan kritis sehingga apa yang mereka lihat dapat menimbulkan suatu kesan atau pesan yang dituangkan dalam sebuah pendapat (persepsi). Persepsi merupakan pengamatan yang dilakukan seseorang dimana persepsi tersebut memerlukan suatu rangsangan yang disebut dengan indera (pengindraan) baik apa yang dia lihat, dia dengan dan dia rasakan.

Persepsi terbentuk karena suatu stimulus di dalam diri individu yang menerima suatu rangsangan tersebut dapat diterima oleh diri individunya itu sendiri. Rangsangan tersebut membentuk suatu aksi yang dilakukan untuk mengatasi keadaan yang dikehendaki.

Menurut **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan :

**Persepsi adalah proses yang yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita” (2007:179).**

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses yang terjadi pada diri kita terhadap suatu lingkungan atau ruang lingkup yang melibatkan panca indra (pengindraan) serta adanya suatu rangsangan dimana alat indra kita bekerja baik itu indra penglihatan, pendengaran dan penciuman terhadap apa yang kita rasakan tergantung pada stimulus fisik dan sosial dalam lingkungannya itu sendiri. Selanjutnya **Mulyana** menyatakan dimensi persepsi adalah **Sensasi**, **Atensi**, dan **Interpretasi**. Dimana penjabarannya adalah sebagai berikut:

**Sensasi** melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap dan indra pendengar), atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Seseorang tidak lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis dan api itu membakar. Semua indra punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena itu, otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan mungkin merupakan indra yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti lewat bau parfum yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

**Atensi** tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut . Ini berarti bahwa persepsi *fans*(penggemar) merupakan kehadiran objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita.

**Interpretasi** atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapat menginerpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Persepsi juga dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indra disertai adanya suatu pengalaman, peristiwa yang sedang terjadi dan menimbulkan pesan, seperti pengindraan kita mengenai lingkungan dimana yang kita ketahui bersama bahwa lingkungan sangat mempengaruhi terjadinya suatu persepsi akibat suatu perubahan (fenomena) yang terjadi.

Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran permasalahan yang peneliti angkat :

 **Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

**Persepsi penggemar Love Live di Indonesia Terhadap Grup Penyanyi Wanita Aqours**

**Persepsi**

**(Deddy Mulyana 2007)**

be

**Interpretasi**

**Atensi**

**Sensasi**

Sumber : Deddy Mulyana, Modifikasi peneliti dan pembimbing 2017.

**2.4.1. Metodologi Penelitian**

Pendekatan penelitian ini merupakan pendekatan subjektif karena penelitian yang dilakukan termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Pendekatan subjektif mengasumsikan bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat yang tetap, melainkan bersifat interpretif. **Jalbert** mengemukakan bahwa realitas sosial dianggap sebagai interaksi-interaksi sosial yang bersifat komunikatif. Perilaku manusia dianggap sukarela dan aktif mengkonstruksikan lingkungan mereka.

Dalam pandangan **Pace** dan **Faules**, seorang subjektivis memandang realitas sebagai suatu proses kreatif yang memungkinkan individu menciptakan apa yang ada “di luar sana” atau “menciptakan keteraturan” realitas alih-alih “menemukan keteraturan” tersebut. Kalaupun struktur itu dianggap ada, manusialah yang menciptakan struktur dan bukan struktur yang menentukan (perilaku) manusia.

Menurut **Strauss and Corbin (1997)**, seperti yang dikutip oleh **Basrowi** dan **Sudikin (2002:1)**, bahwa penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur *statistic* atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif dapat dipergunakan untuk penelitian kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan-pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan dalam kekeluargaan.

Menurut **Mulyana** dalam buku **Metode Penelitian Kualitatif** sebagai berikut:

**“Metodologi penelitian adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan dalam mendekati masalah, mengkaji, dan mencari jawaban dari topik penelitian”. (2001:145)**

Metode disini diartikan sebagai cara teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian itu sendiri diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dengan sabar, hati-hati, sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu.

Penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Pembicaraan yang sebenarnya, isyarat, dan tindakan sosial lainnya adalah bahan mental untuk analisis kualitatif. Metode kualitatif bisa kritis dan empiris. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kualitatif.

Dalam penelitian kualitatif, seorang peneliti menjadi instrument kunci. Terlebih lagi jika teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian. Penelitian kualitatif merupakan perilaku *artistic.* Penelitian kualitatif percaya bahwa “kebenaran” adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang dalam interaksinya dengan situasi sosial kesejahteraan. **(Danim, 2002:35)**

**Rosady Ruslan** dalam buku **“Metode Penelitian: *Public Relation* dan Komunikasi”** mengemukakan bahwa:

**Penelitian eksploratis atau penelitian formulatif, yaitu tekanan utamanya adalah untuk menemukan ide (gagasan) atau pandangan baru tentang suatu gejala (fenomena) tertentu secara lebih mendalam (Ruslan, 2013:10).**

Penelitian eksploratif berusaha untuk memahami akan pandangan ataupun fenomena tertentu yang terjadi disekitar peneliti dengan pemahaman mendalam. Penelitian tersebut memiliki beberapa teknik pengumpulan data. Menurut **Kriyanto** **(2006:91)** teknik pengumpulan data kualitatif yaitu wawancara mendalam, observasi, atau pengamatan lapangan, wawancara kelompok, dan studi kasus.

Di dalam penelitian ini peneliti memakai penelitian kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi **Alfred Schutz**, yang berupaya untuk menjelaskan latar belakang dibalik sebuah fenomena yang terjadi.