

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Kajian Literatur**

##### **2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebagai berikut :

1. Soleh Solihun, jurusan Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran tahun 2004, dengan judul Perjalanan Majalah Musik Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Soleh berjudul “Perjalanan Majalah Musik di Indonesia” yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan sejarah. Dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa penelitian ini lebih mengacu pada sejarah majalah musik di Indonesia.

2. Idhar Resmadi, jurusan Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran tahun 2011, dengan judul “Wacana Industri Musik Digital dalam Pemberitaan Special Feature Majalah Musik Bulanan Rolling Stone Indonesia”

Penelitian yang dilakukan oleh Idhar berjudul “Wacana Industri Musik Digital dalam Pemberitaan Special Feature Majalah Musik Bulanan Rolling Stone Indonesia” menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pendekatan Analisis Wacana Kritis Teun Van Dijk. Dapat

disimpulkan oleh peneliti bahwa penelitian ini lebih mengacu pada pergeseran medium informasi ke arah media digital dalam penyajian berita di Majalah Rolling Stone Indonesia.

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metodologi Penelitian</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>	<b>Persamaan Penelitian</b>
Soleh Solihun	Perjalanan Majalah Musik di Indonesia (2004)	Kuantitatif/ Sejarah	Menggunakan metode kuantitatif dan mengulas sejarah majalah musik di Indonesia	Sama-sama menjadikan majalah musik sebagai topik skripsi.
Idhar Resmadi	Wacana Industri Musik Digital dalam Pemberitaan Special Feature Majalah Musik Bulanan Rolling Stone Indonesia (2011)	Kualitatif/ Analisis Wacana Kritis	Menggunakan pendekatan analisis wacana kritis dan mengulas mengenai konvergensi media digital dalam penyajian berita di Majalah Rolling Stone Indonesia	Sama-sama menjadikan Majalah Rolling Stone Indonesia sebagai objek penelitian skripsi.

Rayhadi	Kandasnya	Kualitatif/		
Shadiq	Perjalanan Majalah Musik Indonesia	Persepsi		

**Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis**

## 2.1.2 Kerangka Konseptual

### 1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari Bahasa Latin atau *communicatio* dan bersumber dari kata yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Dalam pengertian khusus komunikasi, **Hovland** (dalam Effendy) di buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**“Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behaviour of other individuals*). Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif”. (2001:10)**

Pengetian komunikasi juga datang dari **Everett M. Rogers** yang dipaparkan oleh **Cangara** dalam buku karyanya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (1998:19)**

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para pakar komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada yang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena atau peristiwa yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

## **2. Unsur-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 komunikais yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah adalah sebagai berikut :

**Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan. Pesan adalah persyaratan yang didukung oleh lambang. Komunikan adalah orang yang menerima pesan. Media adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya. Efek adalah 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. Menurut **Mulyana** dalam bukunya yang 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 masuk 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 sistem kode verbal.**
- 2. Komunikasi non verbal : Secara sederhana pesan non verbar adalah semua isyarat yang bukan kata-kata mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu pengguna lingkungan oleh individu, yang mempunyai pesan potensial bagi pengirim atau penerima pesan. (2000:237)**

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

### **3. Fungsi Komunikasi**

#### **1. Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk mebangunkonsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

##### **a. Pembentukan konsep diri.**

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita yang diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya

dipengaruhi oleh keluarga, dan orang-orang terdekat lainnya di sekitar kita. Termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan *significan others*.

b. Pernyataan eksistensi diri.

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut dengan aktualisasi diri atau lebih tepatnya lagi pernyataan eksistensi diri.

c. Untuk keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan.

Komunikasi dalam konteks apapun ialah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

## 2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian maupun dalam bentuk kelompok. Komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

## 3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

## 4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum seperti yang dimaksudkan oleh **Mulyana** dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut :

**Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan**

juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikan akkurat dan layak untuk ketahui. (2005:5-30)

#### 4. Proses Komunikasi

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila proses komunikasinya berjalan dengan baik dan lancar. Sebagai suatu proses komunikasi, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal-hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama dengan (selaras/serasi) serta melewati proses menulis mendengar dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Effendy** proses komunikasi adalah sebagai berikut :

**Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambing, misalnya Bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat. (1989:63-64)**

Menurut **Courtland L. Bovee** dan **John V. Thil** dalam *Business Communication Today*

**Purwanto** Komunikasi Bisnis, proses komunikasi (*communication process*) terdiri dari enam tahap, yaitu :

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau *audience*. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide-ide yang ada dalam benak kita disaring dan disusun kedalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan.
2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan. Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna. Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah ke dalam bentuk pesan-pesan seperti

dalam bentuk kata-kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.

3. Pengirim menyampaikan pesan. Setelah mengubah ide-ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada penerima pesan.
4. Penerima menerima pesan. Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan tersebut. Pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya kecil saja.
5. Penerima menafsirkan pesan. Setelah penerima menerima suatu pesan, tahap berikutnya ialah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik (*feedback*) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia memberi kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Disamping itu, adanya umpan balik dapat menunjukkan adanya faktor-faktor penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata-kata, dan perbedaan reaksi secara emosional. (2003:11-14)

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas proses komunikasi dengan peninjauan dari **Carl I Hovland** dalam **Effendy** yang menjelaskan bahwa :

**“Komunikasi adalah suatu upaya yang sistematis untuk memutuskan secara tegas asas-asas dan atas dasar asas-asas tersebut disampaikan informasi serta bentuk pendapat dan sikap”.** (Effendy, 1993:16)

Dari penjelasan tersebut, komunikasi jelas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan atau tidak menyatakan suatu gagasan kepada orang lain dengan menggunakan lambing-lambang berupa Bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda yang berarti bersikap umum.



Proses komunikasi terdiri dari dua tahap, meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (Effendy, dalam Mondry, 2008:3)

- 1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (simbol) sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi Bahasa, kial (*gesture*), gambar, warna, dan sebagainya. Syarat secara langsung dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.**
- 2. Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambing sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat relative jauh atau dalam jumlah yang banyak. (Effendy, 2002:15)**

Pada media primer, lambing yang paling banyak digunakan adalah Bahasa. Bahasa merupakan sarana yang paling penting banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik berbentuk ide, informasi atau opini, bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal ini bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang sehingga ekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakkan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain-lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambing (isyarat warna) tersebut sangat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Sementara proses komunikasi sekunder merupakan kelanjutan dari proses komunikasi primer, yaitu untuk menembus dimensi dan ruang waktu. Maka dalam menata lambing-

lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan digunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Setelah pembahasan diatas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambing.
3. Message : pesan, informasi yang disampaikan oleh komunikator.
4. Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. Recciver : komunikan yang menerima pesan dari komunikan.
7. Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berada dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

## **5. Tujuan Komunikasi**

Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi sehingga pesan tersebut diterima oleh penerima setepat mungkin, apapun bentuk dan cara penyampainnya.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Dimensi-Dimensi Komunikasi**, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

- 1. Mengubah Sikap (*To Change To Attitude*)**
- 2. Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan (*To Change To Opinion*)**
- 3. Mengubah Perilaku (*To Change To Behavior*)**
- 4. Mengubah Masyarakat (*To Change To Society*)**  
(Effendy, 2002:55)

Penjelasan dari ke-empat tujuan komunikasi diatas adalah sebagai berikut :

1. Mengubah Sikap (*To Change To Attitude*)

Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku seseorang. Setelah seseorang mengemukakan informasi apa yang ingin disampaikan (komunikasi) maka tahap selanjutnya adalah apakah seseorang akan terpengaruhi atau tidak terhadap informasi atau pesan yang disampaikan dan selanjutnya apakah hal tersebut akan merubah sikap orang tersebut atau tidak. Komunikasi diharapkan dapat merubah sikap seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikannya.

2. Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan (*To Change To Opinion*)

Selanjutnya komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai yang diharapkan oleh komunikannya. Selaras dengan kata dasar dari communication yaitu common, yang bila kita definisikan dalam Bahasa Indonesia berarti “sam”, maka kita sudah dapat melihat dengan jelas bahwa memang tujuan dari komunikasi yaitu mencapai suatu kesamaan dalam hal pendapat atau opini.

3. Mengubah Perilaku (*To Change To Behavior*)

Setelah memperoleh suatu informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh pemberi informasi.

#### 4. Mengubah Masyarakat (*To Change To Society*)

Dalam poin selanjutnya, perubahan perilaku yang diharapkan lebih kepada individu atau perorangan, pada poin ini perubahan yang dititik beratkan pada suatu kelompok manusia yang lebih luas jangkauannya. Sehingga perubahan yang terjadi sifatnya secara masal.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi secara umum adalah terwujudnya partisipasi dalam bentuk perubahan atau pembentukan sikap, opini atau pendapat ataupun pandangan, perilaku dan perubahan masyarakat dari komunikasi sesuai dengan tujuannya yang ditentukan pihak komunikator.

#### **6. Bentuk-Bentuk Komunikasi**

Komunikasi dapat terjadi dalam beberapa bentuk diantaranya dalam bentuk komunikasi personal dan kelompok. Selain itu komunikasi juga dapat bersifat tatap muka dan melalui perantara media. Dalam prosesnya, komunikasi terbagi menjadu dua macam komunikasi yaitu komunikasi aktif dan komunikasi pasif. Komunikasi aktif merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung dengan aktif antara komunikator dengan komunikan. Dimana keduanya sama-sama aktif berkomunikasi, sehingga terjadi timbal balik diantara keduanya. Sedangkan komunikasi pasif terjadi dimana komunikator menyampaikan informasi atau ide terhadap khalayak atau komunikan sebagai penerima informasi, akan tetapi tidak mempunyai kesempatan untuk meberikan respon atau timbal balik dari proses komunikasi. Sedangkan dalam konteks pendidikan, teori dan fakta diatas membuat komunikais menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa bentuk yaitu :

##### 1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri. Hal ini menyangkut proses disaat diri menerima stimulus dari lingkungan untuk kemudian melakukan proses

internalisasi. Hal ini sering dijelaskan dengan proses ketika seseorang melakukan proses persepsi, yaitu proses ketika seseorang menginterpretasikan dan memberikan makna pada stimulus atau objek yang diterima panca inderanya. Berikut fungsi dari komunikasi intrapersonal adalah :

- a. Untuk mengembangkan kreatifitas, imajinasi, memahami, dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan.
- b. Komunikasi ini akan membantu seseorang atau individu agar tetap sadar akan kejadian di sekitarnya.

## 2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang dilakukan antara dua orang dan terjadi kontak langsung dalam percakapan. Komunikasi ini juga dapat berlangsung dengan berhadapan muka atau melalui media komunikasi antara lain dengan melalui pesawat telpon. Komunikasi ini bisa disebut efektif apabila komunikasi dapat menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlibat dalam tersebut. Dibawah ini efektifitas antarpribadi dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu :

- Efektifitas perspektif humanis, ciri-ciri efektifitas ini adalah :
  - a. Keterbukaan (*Openness*)
  - b. Empati (*Empathy*)
  - c. Dukungan (*Supportiveness*)
  - d. Rasa Positif (*Positiveness*)
  - e. Kesetaraan (*Equality*)
- Efektifitas perspektif pragmatis, ciri-cirinya ialah :
  - a. Bersikap yakin
  - b. Kebersamaan
  - c. Manajemen interaksi

d. Orientasi pada orang lain

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan pula komunikasi antarpribadi. Selain itu, komunikasi kelompok cenderung spontan dan belum adanya bagian atau tugas dari masing-masing anggota yang terstruktur jelas. Jadi, dalam komunikasi kelompok ini setiap orang bisa memegang peranan apa saja.

Kelompok merupakan bagian yang tidak dapat dilepaskan dari aktivitas kita sehari-hari. Kelompok baik yang bersifat primer maupun sekunder, merupakan wahan bagi setiap orang untuk dapat mewujudkan harapan dan keinginannya berbagi semua informasi dalam hamper semua aspek kehidupan. Ia bisa merupakan media untuk mengungkapkan persoalan-persoalan pribadi(keluarga sebagai kelompok primer), ia dapat merupakan sarana meningkatkan pengetahuan para anggotanya (kelompok belajar) dan bisa pula merupakan alat untuk memecahkan persoalan bersama yang dihadapi seluruh anggota (kelompok pemecah masalah).

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi secara sederhana dapat didefinisikan sebagai komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi.

Dari pengertian tersebut, maka kita dapat memahami bahwasannya komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang berlangsung secara formal maupun non-formal dalam sebuah sistem yang disebut organisasi, yang bentuknya bisa didefinisikan sebagai berikut :

a. *Downward Communication*

b. *Upward Communication*

c. *Horizontal Communication*

5. Komunikasi Massa

Komunikasi massa ialah suatu proses dimana suatu organisasi memproduksi dan menyebar luaskan pesan kepada publik atau suatu proses komunikasi dimana pesan dari media dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audiens. Oleh karena itu, komunikasi massa mempunyai karakteristik utama yaitu “Media Massa” sebagai alat penyebar pesannya.

Fungsi komunikasi massa itu sendiri ialah :

- a. Sebagai informasi : kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, pesan dan fakta, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar sana.
- b. Sebagai sosialisasi : menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- c. Motivasi
- d. Bahan diskusi
- e. Pendidikan
- f. Kemajuan budaya
- g. Hiburan
- h. Integrasi

7. **Jurnalistik**

Secara etimologis jurnalistik dari kata *journ*. Dalam Bahasa Prancis *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukan lah pers dan bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massabekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

**Sumadaria** mengatakan dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** bahwa :

**Secara teknis jurnalistik dapat didefinisikan sebagai kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2005:2-3)**

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa jurnalistik adalah suatu cabang ilmu yang mempelajari hal ihwal tentang pers. Atau ilmu jurnalistik adalah ilmu pengetahuan kemasyarakatan yang mempelajari gejala pers dalam segala seginya.

Dalam definisi jurnalistik yang dimaksud dengan informasi adalah :

1. *News* (berita)
2. *View* (pandangan atau opini)
3. Karangan bebas yang disebut *feature* (berisikan fakta dan opini)

Penulisan informasi adalah aktivitas atau penyusunan berita, opini, dan feature untuk dipublikasikan atau dimuat di media massa. Pelakunya adalah wartawan (*journalist*) dan penulis (*writer*).

Jurnalistik merupakan bagian dari ilmu komunikasi, yang mempunyai hubungan sangat erat dengan perkembangan pers saat ini. Jurnalistik sendiri merupakan suatu proses dari mulai mencari, mengolah, sampai dengan menyajikan kepada masyarakat atau khalayak. Perkembangan pers saat dari dahulu sampai saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat.

## **8. Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik mempunyai bentuk, dari bentuk itulah yang membantu kita untuk membedakan jurnalistik satu dengan yang lainnya, dilihat dari segi bentuk dan



pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar, seperti disampaikan oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** diantaranya :

1. **Jurnalistik Media Cetak**
2. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif**
3. **Jurnalistik Media Elektronik Audivisual**  
(2005:4)

Berdasarkan pemaparan diatas yang termasuk kedalam jurnalistik media cetak yaitu surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid harian, tabloid mingguan, dan majalah. Jurnalistik media cetak ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor verbal dan fak visual. Faktor verbal artinya jurnalistik menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraph yang efektif dan komunikatif. Dalam faktor visualnya, menunjukkan pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan dari produk yang dihasilkan.

Jurnalistik media elektronik auditif atau disebut sebagai juga sebagai jurnalistik radio siaran, lebih banyak di pengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Selanjutnya adalah jurnalistik media elektronik audiovisual atau disebut juga jurnalistik televisi siaran, yang berarti merupakan gudang dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal.

Setiap bentuk jurnalistik tersebut memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasanya itu terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengolahan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa.

## **9. Jenis-Jenis Jurnalistik**

Jurnalistik memiliki berbagai jenis tersendiri, karena jurnalistik mempunyai aliran-aliran dan karakteristik yang beragam jenis. **Romli** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan mengenai jenis-jenis jurnalistik meliputi yakni :

1. *Jazz journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberian hal-hal sensasional, yang menggemparkan, menggegerkan.
2. *Adversary journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa.
3. *Government-say-so journalism*, yaitu jurnalistik yang memberitakan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.
4. *Checkbook journalism*, yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.
5. *Alcohol journalism*, yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.

Istilah-istilah jurnalistik juga ditemukan pada jenis-jenis jurnalistik seperti yang dikutip oleh Romli dari Malik dalam bukunya **Jurnalistik Praktis** yaitu sebagai berikut :

1. *Electronic journalism*, yakni pengetahuan tentang berita-berita yang melalui media massa modern seperti televisi, radio, film dan lain sebagainya.
2. *Junker journalism*, yaitu praktik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan, yang diongkosi oleh pengundang.
3. *Gutter journalism*, yakni tekni jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.
4. *Gossip journalism*, yaitu jurnalistik yang menekankan berita kasak kusuk dan isu yang kebenarannya masih diragukan.
5. *Development journalism*, yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1997:71)

Jurnalistik terus berkembang dari masa kemasa. Jurnalistik juga dikenalkan pada lembaga-lembaga pendidikan formal. Kemudian dengan seiringnya perkembangan zaman dan majunya teknologi yang begitu pesat dapat menghasilkan radio dan televisi, jurnalistik menjadi semakin luas karena tidak lagi mengolah laporan harian untuk sarana surat kabar, tetapi juga untuk sarana radio dan televisi. Oleh karena itu di zaman modern seperti ini jurnalistik merupakan salah satu bidang ilmu komunikasi yang di minati oleh banyak kalangan, baik hanya untuk sekedar mengerti atau bahkan sebagai media pembelajaran.

## **10. Produk Jurnalistik**

Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, bulletin, atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media online internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut produk

jurnalistik. Surat kabar, tabloid, majalah, dan bulletin dapat digolongkan tiga kelompok besar : 1. Berita (*news*), 2. Opini (*views*), 3. Iklan (*advertising*).

Dari tiga komponen besar itu, hanya berita dan opini saja yang disebut produk jurnalistik. Iklan bukanlah produk jurnalistik walaupun teknik yang digunakannya merujuk pada teknik jurnalistik.

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadaria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** adalah :

**1. Tajuk Rencana**

**Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual, fenomena, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.**

**2. Karikatural**

**Secara jenis jurnalistik, karikatural diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang syarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.**

**3. Pojok**

**Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tentunya yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik dan nada kalanya reflektif.**

**4. Artikel**

**Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang bersifat actual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberi tahu, mempengaruhi, dan meyakinkan atau gambar khayalan pembaca.**

**5. Kolom**

**Kolom adalah opini singkat seseorang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.**

**6. Surat Pembaca**

**Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat dalam rubric khusus surat pembaca.**

**(2006:17)**

Dari pemaparan diatas kita bisa mendapatkan informasi dari surat kabar, tabloid, majalah, bulletin atau berkalaanya seperti radio, televise, dan media online internet yang bisa kita nikmati.

## 11. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri antara self dengan God. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya.

Dalam buku *Trans-Per Understanding Human Communication*, 1975, disebutkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses di mana individu menciptakan pengertian. Di lain pihak Ronald L. Applbaum dalam buku *Fundamental Concept in Human Communication* mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai: Komunikasi yang berlangsung dalam diri kira, ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita (Uchayana 1993)

**Gambar 2.1**  
**Komunikasi Intrapersonal**



Sumber : Cunningham, dalam Deetz (1992)

Dari berbagai definisi di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang ini berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan, dia berbicara pada dirinya sendiri, berdialog dengan dirinya sendiri, dia bertanya kepada dirinya sendiri, dan dijawab oleh dirinya sendiri.

## 12. Sistem Komunikasi Intrapersonal

Dalam komunikasi intrapersonal, akan dijelaskan bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya dan menghasilkannya kembali. Proses pengolahan informasi, yang di sini kita sebut komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

Gambar 2.2

### Proses Komunikasi Intrapersonal



Sumber : Deddy Mulyana

1. Sensasi

Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. 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.”

Definisi sensasi, fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Kita mengenal lima alat indera atau pancaindera. Kita mengelompokkannya pada tiga macam indera penerima, sesuai dengan sumber informasi. Sumber informasi boleh berasal dari dunia luar (eksternal) atau dari dalam diri (internal). Informasi dari luar diindera oleh eksteroseptor (misalnya, telinga atau mata). Informasi dari dalam diindera oleh ineroseptor (misalnya, system peredaran darah). Gerakan tubuh kita sendiri diindera oleh proprioseptor.

## 2. 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). Sensasi adalah bagian dari persepsi. Persepsi, seperti juga sensasi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Faktor lainnya yang memengaruhi persepsi, yakni perhatian.

## 3. Memori

Dalam komunikasi Intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam memengaruhi baik persepsi maupun berpikir. Memori adalah system yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan

pengetahuannya untuk membimbing perilakunya (Schlessinger dan Groves). Memori melewati tiga proses:

- a. Perekaman (encoding) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkuit saraf internal.
- b. Penyimpanan (storage) adalah menentukan berapa lama informasi itu berada berserta kita, dalam bentuk apa, dan di mana.
- c. Pemanggilan (retrieval), dalam bahasa sehari-hari, mengingat lagi, adalah menggunakan informasi yang disimpan.

Jenis-jenis memori diketahui dengan empat cara :

- a. Pengingatan (Recall), Proses aktif untuk menghasilkan kembali fakta dan informasi secara verbal (kata demi kata), tanpa petunjuk yang jelas.
- b. Pengenalan (Recognition), Agak sukar untuk mengingat kembali sejumlah fakta; lebih mudah mengenalnya.
- c. Belajar lagi (Relearning), Menguasai kembali pelajaran yang sudah kita peroleh termasuk pekerjaan memori.
- d. Redintegrasi (Redintegration), Merekonstruksi seluruh masa lalu dari satu petunjuk memori kecil.

#### 4. Berpikir

Dalam berpikir kita terlibat semua proses yang kita sebut sensasi, persepsi, dan memori. Berpikir merupakan manipulasi atau organisasi unsure-unsur lingkungan dengan menggunakan lambing-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak. Berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Berpikir kita lakukan untuk memahami relaitas dalam rangka mengambil keputusan (decision making), memecahkan persoalan (problem solving). Dan menghasilkan yang baru (creativity).

## A. Menetapkan Keputusan (Decision Making)

Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang kita ambil beraneka ragam. Tanda-tanda umumnya:

- 1) Keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual.
- 2) Keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternative.
- 3) Keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

## B. Memecahkan persoalan (Problem Solving)

Proses memecahkan persoalan berlangsung melalui lima tahap :

- 1) Terjadi peristiwa ketika perilaku yang biasa dihambat Karena sebab-sebab tertentu.
- 2) Anda mencoba menggali memori anda untuk mengetahui cara apa saja yang efektif pada masa lalu.
- 3) Pada tahap ini, anda mencoba seluruh kemungkinan pemecahan yang pernah anda ingat atau yang dapat anda pikirkan.
- 4) Anda mulai menggunakan lambing-lambang verbal atau grafis untuk mengatasi masalah.
- 5) Tiba-tiba terlintas dalam pikiran anda suatu pemecahan. Pemecahan masalah ini biasa disebut Aha-Erlebnis (Pengalaman Aha), atau lebih lazim disebut insight solution.

Pemecahan masalah dipengaruhi faktor-faktrot situasional dan personal. Faktor-faktor situasional terjadi, misalnya, pada stimulus yang menimbulkan masalah. Pengaruh faktor-faktor biologis dan sosiopsikologis terhadap proses pemecahan masalah.

## C. Berpikir Kreatif (Creative Thinking)



Berpikir kreatif menurut James C. Coleman dan Coustance L. Hammen, adalah “*thinking which produces new methods, new concepts, new understanding, new inventions, new work of art.*” Berpikir kreatif harus memenuhi tiga syarat:

- 1) Kreativitas melibatkan respons atau gagasan yang baru, atau yang secara statistik sangat jarang terjadi. Tetapi kebaruan saja tidak cukup.
- 2) Kreativitas ialah dapat memecahkan persoalan secara realistis.
- 3) Kreativitas merupakan usaha untuk memertahankan insight yang orisinal, menilai dan mengembangkannya sebaik mungkin.

Ketika orang berpikir kreatif, cara berpikir yang digunakan adalah berpikir analogis. Guilford membedakan antara berpikir kreatif dan tak kreatif dengan konsep konvergen dan divergen. Kata Guilford, orang kreatif ditandai dengan cara berpikir divergen. Yakni, mencoba menghasilkan sejumlah kemungkinan jawaban. Berpikir konvergen erat kaitannya dengan kecerdasan, sedangkan divergen kreativitas. Berpikir divergen dapat diukur dengan *fluency*, *flexibility*, dan *originality*.

### **2.1.3 Kerangka Teoritis**

#### **1. Persepsi**

Salah satu komponen 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 yang ditangkap oleh panca indera kita, yaitu mata. Kita melihat pemandangan di sekitar kita. Kemudian, apa yang kita lihat tersebut di proses dalam pikiran kita sehingga membentuk suatu persepsi, tentu terdapat faktor yang

mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

Pada penjelasan sebelumnya, kita mengetahui bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini maksudnya suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indra. Lalu, stimulus tersebut akan segera diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan saraf, dan proses selanjutnya adalah proses persepsi yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satu sama yang lainnya.

Ada beberapa batasan yang diberikan oleh para ahli mengenai persepsi. Pengertian persepsi dapat dijelaskan bahwa persepsi adalah kemampuan membedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsangan.

**Jalaludin Rakhmat** dalam bukunya yang berjudul **Psikologi Komunikasi** mengatakan bahwa :

**Persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan informasi. (2001:51)**

Selain itu juga, persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi objek orang, kejadian, situasi, dan kegiatan. Hal pertama yang harus diingat tentang definisi ini bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Manusia tidak pasif dalam menerima rangsangan stimuli. Sebaliknya, manusia aktif berinteraksi dan merespon suatu pesan dalam memaknai suatu objek atau fenomena. Dalam prosesnya, ketika orang menerima pesan, ia akan menyeleksi (memusatkan perhatian dari apa yang ia anggap penting dalam beberapa hal),

kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberikan makna pada suatu objek atau peristiwa.

Menurut **Julia T.Wood** dalam bukunya *Communication In Our Lives, Fourth Edition* mengatakan terjadinya sebuah persepsi terbagi tiga yaitu :

**1. *Selecting***

**Pada situasi tertentu orang memusatkan pribadinya pada apa yang ia anggap penting, mereka tidak peduli pada beberapa hal lain yang ada disekitar objek. Contohnya, ketika anak sedang mendengarkan lagu tiba-tiba orang tuanya mengaji dengan suara lebih keras, dia akan mengalihkan perhatiannya pada suara yang lebih keras. Rangsangan yang orang maknai berdasarkan beberapa unsur pemicu perhatian, seperti halpenting, relevan dan mendalam.**

**2. *Organizing***

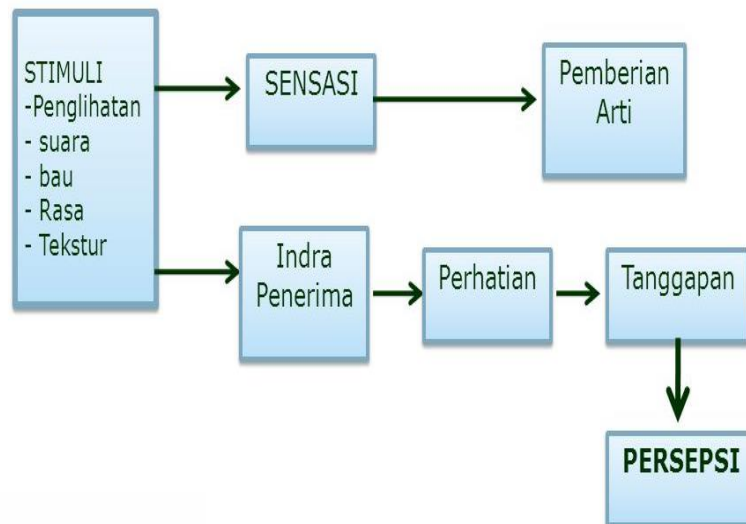
**Orang mengorganisasikan pesan itu dengan cara yang berbeda, dan pesan tersebut harus dipahaminya. Setelah menyeleksi suatu pesan, kemudian dia akan menyusunnya dalam beberapa macam kategori. Teori yang menjelaskan bagaimana kita mengornasasikan persepsi adalah *Contruivism*, yang mana situasi yang telah diorganisasikan, dan pengalaman menginterpretasikan dari percobaan struktur kognitif yang disebut *schemata*.**

**3. *Interpretasi***

**Interpretasi adalah proses subjektif menjelaskan persepsi untuk mendapatkan maknanya kepada suatu objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang mereka katakana dan lakukan.  
(2006:39-45)**

Persepsi terdiri dari tiga proses yaitu : memilih, pengorganisasian, dan interpretasi proses ini tumpang tindih dan berkesinambungan, sehingga mereka berbaur dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, sehingga saling mempengaruhi satu sama lainnya.

**Gambar 2.3**  
**Proses Persepsi**



Sumber : Deddy Mulyana

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut **Jalaludin Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi (2009:52)** banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut :

### 1. Perhatian (*Attention*)

**Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan alat indra lainnya.**

### 2. Faktor-faktor fungsional

**Faktor-faktor fungsional (personal) yang menentukan persepsi berasal dari kebutuhan, pengalaman masalah hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut faktor-faktor personal, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu.**

### 3. Faktor-faktor structural

**Faktor-faktor structural(stimuli) yang menentukan persepsi berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek sadar (karakteristik fisik, warna, ukuran, dan intensitas) yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. (2009:52)**

Dalam sebuah persepsi jika tidak ada faktor-faktor yang mempengaruhinya maka sebuah persepsi itupun tidak akan timbul dalam individu tertentu ataupun sebuah kelompok

publik yang lain, sehingga individu harus mampu mengerti tentang terjadinya sebuah persepsi dalam dirinya ataupun orang lain.

### **3. Hakikat Persepsi**

Persepsi ternyata banyak melibatkan kegiatan kognitif, orang yang telah menentukan apa yang telah akan diperhatikan. Setiap kali kita memusatkan perhatian lebih besar kemungkinan tak akan memperoleh makna dari apa yang kita tangkap, lalu menghubungkannya dengan pengalaman yang lalu, dan dikemudian hari akan diingat kembali.

Kesadaran juga mempengaruhi persepsi, bila kita dalam keadaan bahagia, maka pemandangan yang kita lihat akan sangat indah sekali. Tetapi sebaliknya, jika kita dalam keadaan murung, pemandangan yang indah yang kita lihat akan membuat kita merasa bosan, ingatan akan berperan juga dalam persepsi. Indra kita akan secara teratur akan menyimpan data yang kita terima, dalam rangka memberi arti. Orang cenderung terus-menerus untuk membanding-bandingkan penglihatan, suara dan pengidraan yang lainnya dengan ingatan pengalaman lalu yang mirip. Proses informasi juga mempunyai peran data persepsi. Bahasa jelas dapat mempengaruhi kognisi kita, memberikan bentuk secara tidak langsung seseorang mempersepsi dunia.

Persepsi mempunyai sifat objektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan diri masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan oleh individu yang satu dengan yang lainnya. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau ditafsirkan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah anggapan seseorang terhadap sesuatu. Anggapan tersebut muncul setelah seseorang menerima informasi

ataupun stimulus yang telah dialami sebelumnya untuk dijadikan suatu referensi dalam bertindak. Meskipun persepsi muncul secara disadari ataupun tidak disadari oleh seseorang.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan oleh 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.

Berhenti terbitnya majalah Rolling Stone Indonesia beberapa waktu belakangan ini turut menciptakan beberapa dampak bagi perkembangan informasi di industri musik. Hal ini didukung oleh kenyataan bahwa industri media massa di Indonesia sampai saat ini belum punya majalah musik alternatif untuk menggantikan peran majalah Rolling Stone Indonesia. Dari kejadian ini, peneliti terfokus untuk mencari tahu persepsi masyarakat di kalangan industri musik mengenai kandasnya perjalanan majalah Rolling Stone Indonesia.

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

Menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, mengatakan bahwa :

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

Selanjutnya, **Mulyana** mengemukakan definisi-definisi persepsi sebagai berikut: 1.) Sensasi, 2.) Atensi, 3.) Interpretasi. (hal;th)

Merujuk pada pemikiran tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa 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 itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena 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 parfume yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam dipantai.

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu 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.

Sedangkan interpretasi adalah pemberian kesan atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan 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 sebuah pesan, seperti pengindraan kita mengenai lingkungan dimana yang kita ketahui bersama bahwa lingkungan sangat mempengaruhi terjadinya suatu persepsi akibat suatu perubahan (Fenomena) yang terjadi.

Adanya persepsi seolah menjadi aspek penting dalam berkomunikasi. Tanpa kita sadari di kehidupan sehari-hari dalam berkomunikasi kita akan mengeluarkan persepsi-persepsi kita atas suatu hal yang berkembang di masyarakat. Persepsi terbentuk karena suatu stimulus di dalam diri individu yang menerima suatu rangsangan sehingga rangsangan tersebut dapat diterima oleh diri individunya itu sendiri. Rangsangan tersebut membentuk suatu aksi yang dilakukan untuk mengatasi keadaan yang dikehendaki.

Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi baik positif maupun negatif ibarat file yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita. File itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya. Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut :



**Gambar 2.4**

**Bagan Kerangka Pemikiran**



**Sumber : Deddy Mulyana, Pembimbing & Olahan Peneliti**