**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Kajian Literatur / Tinjauan Pustaka**

**2.1.1 Review Penelitian**

Rujukanpenelitian pertama skripsi dari Ria Novi Purwanti mahasiswa Universitas Pasundan pada Tahun 2013 dengan Judul Skripsi **Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Website Fisip Unpas**.

Dalam penelitiannya peneliti menggunkana metode kualitatif dengan jenis penelitian yaitu deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan, obsevasi, dan wawancara mendalam. Penelitian lebih menitik beratkan pada persepsi mahasiswa mengenai media *website* di universitas pasundan yang menyampaikan berbagai informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para user atau pemakai melalui web browser agar bisa diakses oleh para mahasiswa.

Rujukanpenelitian kedua skripsi dari Tria Kusumawardhani mahasiswa Universitas Bakrie pada Tahun 2017 dengan Judul Skripsi. **Persepsi Nasabah dalam penggunaan Aplikasi Mobile Banking Jenius.** Hasil dari penelitian ini begitu banyak makna dan pesan didalamnya. Makna dan pesan pada skripsi tersebut sangat membantu karena didalamnya ada saran dan kritik yang membangun untuk kepentingan mahasiswa itu sendiri dan juga skripsi ini menjadi alat ukur menyampaikan aspirasi.

**Tabel 2.1 Review Penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nama penelitian& Tahun Penelitian** | **Judul penelitian** | **Pendekatan Teori metodelogi** | **Perbedaan penelitian** |
| Ria Novi Purwanti  2013  (Unpas) | Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Website Fisip Unpas | Persepsi  Deddy Mulyana | Penelitian ini ingin mengetahui persepsi mahasiswa mengenai media website fisip unpas |
| Kartika  Anggraeni  2017  (Universitas Bakrie) | Persepsi Nasabah dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Bangking Jenius | Persepsi  Devito | Penelitian ini ingin mengetahui persepsi Nasabah dalam penggunaan Aplikasi Mobile Banking Jenius |

*Sumber : Modifikasi Peneliti (2018)*

**2.1.2 Kerangka Konseptual**

**2.1.2.1 New Media**

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pendangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011).

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13). Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media. karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (old media) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (modern media/new media).

Salah satu bagian dari new media adalah “Network Society”. “Network society” adalah formasi sosial yang berinfrastuktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/new media/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya.

Media baru/new media/ media online sangat berbeda jauh dengan media konvesional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di sama ratakan dengan media konvensional. Pandangan new media dari masyarakat sekitar, karena masyarakat selalu berhubungan dengan adanya new media misalnya internet yang mencakup jejaring sosial, televisi analog,iPhone maupun game. Berikut adalah pandangan masyarakat

Luasnya jejaring sosial yang bisa menghubungkan semua user di seluruh dunia bisa berkomunikasi dengan mudah, hal ini yang memicu masyarakat untuk bermain game di internet maupun online jejaring sosial, tetapi dampak negatif dari faktor ini adalah terkadang masyarakat bisa terasingkan dari dunia luar(nyata) karena terlalu fokus pada new media di dunia maya

Komponen dari new media yaitu Handphone, Internet, dan Komputer. Handphone / Smart Phone dapat dijadikan sebagai komponen New Media karena dengan Smart Phone kita dapat mengakses bebesapa situs jejaring sosial. Internet dijadikan sebagai komponen New Media karena dengan Internet kita dapat mengakses berbagai informasi dimanapun kita berada. Internet memudahkan kita untuk melakukan sebuah interaksi sosial dengan manusia sekitar. Komputer dijadikan sebagai komponen New Media karena computer juga dapat memudahkan kita mendapatkan informasi. Ketiga komponen diatas tidak dapat saling dipisahkan, antara Smart Phone dengan Internetm dan juga Komputer dengan Internet. Ketiganya saling berkaitan dan harus seimbang dalam pemakaiannya.

**2.1.2.2 Karakteristik New Media**

Segala bentuk media baru sudah terbukti dapat memudahkan banyak orang, terutama dalam bidang komunikasi dan informasi. Menurut **Denis McQuail** karakteristik New Media sebagai berikut :

1. Adalah saling keterhubungan (Interkonetivitas)

2. Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun

Pengirim pesan

3. Interaktivitasnya

4. Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka.

5. Sifatnya yang ada dimana-mana

**2.1.2.3 Manfaat New Media**

Jelas new media (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (new media/media online). Media online/media baru (New Media) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media online / Media Baru (New Media).

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, internet jauh leih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu. Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (channel) untuk menyampaikan pesan (message) dari komunikator/penyalur pesan (source) kepada komunikan/penerima pesan (receiver). Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (feedback) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut. Selain itu, terdapat partisipasi antar individu dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksi. Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bias memfasilitasi taransmisi informasi yang snagat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004:114).

**2.1.2.4 Pengertian Internet**

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (new media). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Menurut Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya Jurnalisme Kontemporer, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensikan seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer.

Menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Setyani, 2013:5). Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, handphone dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas email, website, newsgroup, e-commerce dan sebagainya (Lievrouw, 2006:221).

Tidak dapat dipungkiri internet termasuk di dalamnya jejaring sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masyarakat, baik itu berdampak positif ataupun negative. Dampaknya pun tidak terbatas terhadap kalangan tertentu saja, namun telah meluas ke semua kalangan baik kalangan terpelajar maupun bukan kalangan terpelajar. Intenet mampu untuk menyediakan askes untuk layanan telekomunikasi dan berbagai sumber daya informasi untuk jutaan pemakaiannya yang tersebar di seluruh dunia. Internet memliki berbagai macam layanan-layanan internet meliputi komunikasi secara langsung seperti email dan juga chatting.

**2.1.2.5 Manfaat Internet Bagi Masyarakat**

Adapaun manfaat internet bagi masyarakat yaitu internet sebagai sumber informasi, apapun tentu akan sangat membantu kehidupan masyarakat. Bagi mereka yang bekerja di bidang pendidikan, bidang literasi, atau bidang kesenian, bisa mencari berbagai informasi dari internet, dengan internet dapat mempermudah atau mempercepat suatu pekerjaan. Misalnya, ada suatu data dari satu kantor yang harus diserahkan pada kantor lain, penyerahan ini bisa memanfaatkan media surat elektronik (email) yang tentunya menggunakan internet. Dan dalam hal pergaulan, internet juga punya peranan yang sangat besar.

Banyaknya forum dan jejaring sosial saat ini yang bisa membantu siapa saja untuk menambah pergaulan. Ini juga merupakan salah satu manfaat internet bagi masyarakat. Manfaat jejaring sosial juga tak hanya menambah pergaulan, namun juga mempererat pertemanan dan membuat kita berlatih untuk bersosialisasi lebih baik, Manfaat internet bagi masyarakat tak cuma terbatas pada para pebisnis, dan juga untuk para konsumen.

**2.1.2.5 Aplikasi Digibank**

Aplikasi adalah alat bantu untuk mempermudah dan mempercepat proses pekerjaan dan bukan merupakan beban bagi penggunanya. Seiring dengan pergeseran kehidupan ke arah digital, berbagai kegiatan pun kini beralih mengikutinya. Komunikasi, misalnya, bertegur sapa tidak lagi harus dilakukan saat bertatap muka. Di jarak yang jauh dan waktu yang berbeda pun, Anda masih dapat bercengkerama dengan kerabat. Inovasi teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan tersebut kini juga merambah dunia finansial. Perkembangan fintech (*financial technology*) telah berinovasi dari kegiatan perbankan yang awalnya terkesan rumit karena Anda harus melakukan berbagai transaksi dengan datang ke kantor cabang.

Hadirnya digital banking menjadi solusi atas urusan perbankan yang cukup menyita waktu. Kini, segala hal menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan hanya dari genggaman Anda seperti hal nya aplikasi yang bernama Digibank by DBS. Digibank merupakan sebuah aplikasi perbankan yang dikeluarkan oleh Bank DBS, Bank asal singapura mengenalkan layanan digital banking berbasis aplikasi baru ke pada masyarakat indonesia. Masyarakat dengan mudah dapat membuka rekening tanpa saldo minimun dan tanpa di bebankan biaya adminstrasi, serta dapat menikmati bunga 3 persen.

Seringkali, kegiatan Anda terganggu untuk mengurus urusan perbankan. Untuk melakukan sebuah transaksi misanya melakukan pengiriman uang, Anda perlu datang ke bank terdekat dan mengisi sejumlah form yang perlu diisi dan pastinya menyertakan berbagai dokumen. Belum lagi, antrean panjang yang mengular membuat Anda harus menghabiskan waktu lebih lama. Inilah alasan sebagian orang menjadi risih jika harus melakukan transaksi keuangan di bank konvensional.

Dengan adanya digital banking, melakukan berbagai transaksi bukan lagi hal yang akan membuat Anda harus besusah payah dan mengorbankan aktivitas Anda yang cukup padat. Berbagai fitur telah dihadirkan ke dalam digital banking agar Anda dapat melakukan berbagai transaksi perbankan seperti transfer, mengecek saldo, bahkan melakukan pembayaran hanya dari genggaman. Tidak lagi ada waktu yang terpotong untuk pergi ke bank, mobilitas dan kegiatan Anda kini dapat dinikmati sepenuhnya .Digibank by DBS adalah sebuah aplikasi perbankan berbasis mobile yang diberi nama Digibank by DBS, digibank menjadi bank digital yang hadir dalam aplikasi smartphone pertama di indonesia.

Digibank *by* DBS adalah layanan/kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik digital atau melalui media digital yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah yang memungkinkan calon nasabah/nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registerasi, transaksi bank dan penutupan rekening. Termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain kurs mata uang, investasi, deposito, promo. Selain itu terdapat nya virtual Assistant yang berteknologi *artificial intelligence* (Al) program tersebut layaknya customer service di bank dengan begitu nasabhah bisa bebas kapan saja mengajukan pertanyaan tanpa harus datang ke kantor cabang, tujuan dari semua itu adalah memudahkan untuk mengajukan pertanyaan seputar digibank secara real time, dan juga kebutuhan lainnya dari nasabah bank.

Digibank byDBS dianggap sebagai cara baru melakukan transaksi perbankan terutama berkat potensinya untuk menghemat biaya. Bank melihat bahwa hal tersebut bukan sekedar men-digitalisasi produk yang sudah ada, tapi merubah pola pikir dan solusi menjadi digital sesuai perilaku dan kebutuhan masyarakat. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *handphone* di menu Apple App Store dan Play Store. Pembukaan rekening digibank hanya dalam 5 menit melalui aplikasi digibank. Cukup siapkan e-KTP dan sidik jari untuk verifikasi biometrik. Sementara dari sisi keamanan, Digibank meenggunakan soft token. Sehingga ketika melakukan kegiatan perbankan tidak perlu menunggu sms masuk dan memberikan tingkat keamanan lebih tinggi.

**2.2 Kerangka Teoritis**

**2.2.1 Pengertian Persepsi**

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang di peroleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi. Pembentukan persepsi harus melalui proses yang ditangkap oleh alat indera manusia. Proses ini yakni penerimaan stimulus oleh individu melalui alat penerimaan yakni alat indra. Lalu, stimulus tersebut akan diteruskan oleh syaraf ke bagian otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya adalah proses pembentukan persepsi yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda satu dengan yang lainya.

Persepsi sendiri meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihatan, indra penciuman, indra pengecap, dan indra pendengaran), atensi, dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor idrawi mata, telinga, kulit, otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadao gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekananm hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rabgsangan –rangsangan ini dikirimkan ke otak.

Menurut Kenneth A. Sereno dan edward M. Bodaken, persepsi adalah sarana yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan seseorang. Kenneth A.Sereno dan Edward M Bodaken, juga Judy C.Pearson dan Paul E.Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktifitas, yaitu : seleksi, organisasi, dan interpetasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencangkup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat di definisikan sebagai “meletakan suatu rangsangan bersama rangsangan lainya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna” Persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktifitas yang itergrated dalam diri individu. (walgito,2004,hal.70)

Respon akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk stimulus yang akan mendapatkan respon individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Pengalaman-pengalaman yan dialami individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil pesepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain. Lalu persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. (Rakhmat, 2007, hal.51)

**2.2.2 Syarat Terjadinya Persepsi**

Menurut Walgito (1989:54) ada tiga syarat terjadinya persepsi yaitu adanya objek yang di persepsi, adanya indra atau reseptor, serta adanya perhatian. Adanya objek atau peristiwa sosial yang menimbulkan stimulis, dan stimulus mengenai alat indra (reseptor). Dalam hal ini objek diamati adalah perilaku keterampilan guru dalam menggunakan media pembelajarab, disini siswa diminta memberikan suatu persepsi terhadapnya. Alat indra merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi dan merupakan alat untuk menerima stimulus, tetapi harus ada pula syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Selanjutnya **Walgito** dalam bukunya **Pengantar Psikologi Umum** menambahkan “bahwa persepsi dipengruhi banyak faktor diantaranya faktor perhatian dari individu, yang merupakan aspek psikologis individu dalam mengadakan persepsi (1989:56)

Adanya perhatian dari individu merupkan langkah pertama dalam mengadakan persepsi, tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. Individu harus mempunyai perhatian pada objek yang bersangkutan. Bila telah memperhatikanya selanjutnya individu mempersepsikan apa yang diterimanya dalam alat indera.

Persepsi dipengaruhi faktor interen yang berkaitan dengan diri sendiri (mislanya latar belakang pendidikan, perbedaan, pengalaman, motivasi, kepribadian, dan kebutuhan) dan faktor ekstren yang berkaitan dengan intensitas dan ukuran rangsang, gerakan, pengulangan, dan sesuatu yang baru. Dengan demikianm membicarakan persepsi pada dasarnya berkenaan dengan proses perlakuan seseorang terhadap informasi tentang suatu objek yang masuk pada dirinya melalui pengamatan dengan menggunakan panca indera yang dimilikinya.

**A. Komponen Persepsi**

Seperti telah diuraikan pada sub-bab sebelumnya bahwa inti dari komunikasi adalah persepsi, sedangkan inti dari persepsi itu sendiri adalah interpretasi atau penafsiran. Berikut ini penguraian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan persepsi selain dari penafsiran itu sendiri. Adapun hal-hal yang berhubungan dengan persepsi atau komponen dari persepsi anatara lain :

**1. Penginderaan (sensasi)**

Pengertian sensasi umumnya selama ini merujuk pada suatu hal fenomenal. Sensaonya sebenarnya hasil dari kerja laat-alat indra (indra peraba, indra penglihatan, indra penciuman, indra pengecap, dan indra pengecap). Sensasi merujuk pada pesan yang dikirmkan ke otak lewat penglihatanm pendegaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Penginderaan dapat ditangkap melalui alat-alat indera kita antara lain :

a. Pada pesan non-verbal mata sebagai indera penglihatan dalam menyampaikan pesan ke otak untuk kemudian diinterprestasikan. Otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual sehingga dapat dikatakan penglihatan sebagai indera yang paling utama.

b. Telinga sebagai indera pendengaran juga dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian ditafsirkan dan suara ini dapat diterima dari semua arah.

c. Hidung sebagai indera penciuman

d. Kulit sebagai indera peraba

e. Lidah sebagai indera pengecap maupun perasa.

Makna pesan yang dikirmkan ke otak harus dipelajari, seseorang tidk lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa guka itu manis dan itu mebakar. Semua indra punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia.

**2. Atensi**

Selanjutnya atensi, dalam proses persepsi, atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum seseorang memberikan respon atau menafsirkan kejadian ataupun rangsangan apapun, orang tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Dalam hal ini rangsangan menarik perhatian seseorang akan dianggap lebih penting oleh orang tersebut, dari pada rangsangan yang tidak menarik perhatianya. Rangsangan yang tidak menarik perhatian seseorang akan cenderung diabaikan oleh orang tersebut.

**3. Interpretasi**

Interpretasi sebuah pesan yang diperoleh seseorang melalui salah satu atau lebih indera orang tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi. Namun tidak semua pesan atau rangsangan yang ditangkap oleh indera seseorang akan diinterprestasikan semuanya oleh orang tersebut, karena berbagai alasan anatar lain : tidak sesuao kepentingannya, keterbatasan kemampuan panca indera dalam menangkap rangsangan yang terlampau banyak dalam satu waktu yang sama, dan tidak semua rangsangan memiliki daya tarik yang sama bagi orang tersebut.

Tubbs dan Moss dalam bukunya Human Communication (2003;39-40) mengemukakan bahwa kompnen persepsi terdiri dari seleksi atau selektif, organisasi dan penafsiran. Persepsi adalah suatu proses aktif dimana setiap orang memperhatikaan, mengorganisasikan, dan menafsirkan semua pengalamanya secara selektif. Pemelihan stmuli tersebut bergantung pada minat, motivasi, keinginan, dan harapan.

Manusia cenderung mengorganisasikan stimuli secara efektif, berarti bahwa stimuli diurutkan dan disajikan dalam seuah gambaran yang menyeluruh, lengkap, dan dapat diindera. Stimuli di persepsi dan diorganisasi secara selektif, selanjutnya stimuli ditafssirkan secara selektif pula. Artinya stimuli diberikan makna secara unik oleh orang yang menerimanya sesuai masa lalu, asumsi perilaku, suasana hati, dan harapan orang tersebut.

Oleh Mulyana (2001:169) dikatakan bahwa tiga tahap ataupun komponen persepsi baik sensasi, atensim dan interpretasi atau seleksi (mencangkup sensasi dan atensi), organisasi dan interpretasi pada dasarnya adalah sama.

**B. Proses Terjadinya Persepsi**

Proses persepsi secara umum terbagi dalam empat tahap menurut **Schermerhorn (1994: 153-155) ,** yakni :

1. Perhatian dan Seleksi (Attention and Selection)

Pemilihan secara selektif hanya memberikan kesempatan pada persepsi yang kecil dari seluruh informasi yang ada. Proses seleksi ini berasal dari proses yang terkontrol, yaitu individu secara sadar memutuskan informasi mana yang akan diperhatikan dan mana yang diabaikan.

2. Organisasi (Organization)

Pada tahap ini seluruh informasi yang telah masuk seleksi pada tahap sebelumnya akan diorganisasikan. Adapun cara untuk mengorganisasikan secara efesien adalah skeman, Schema adalah kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang diorganisasi dengan pemberian konsep atau stimulus yang dibangun melalui pengalaman.

3. Interpretasi (Interpretation)

Setelah perhatian digambarkan pada stimulus terntetu dan informasi telah diorganisasikan maka individu akan mencoba untuk memperoleh jawaban tentang makna dari informasi tersebut. Tahap ini sangat dipengaruhi oleh causal attribution, yaitu sebuah percobaan untuk menjelaskan mengapa sesuatu itu terjadi seperti itu.

4. Pencarian Kembali (Retriveral)

Informasi yang telah disimpan dalam memori harus dicari kemballi bila informasi tersebut digunakan. Individu akan lebih mudah mendapatkan kembali informasi yang telah tersimpan bila telah terskema dan terorganisir

Jadi proses persepsi diawali dengan perhatian dan seleksi terhadap informasi yang ada, kemudia informasi yang telah terseleksi tersebut diorganisir setelah itu mulailah tahap interpretasi yaitu individu mencoba memahami makna informasi tersebut. Ketika individu membutuhkan informasi tersebut, maka dilakukan tahap pencarian kembali. (Schermerhorn, 1994:153-155).

**2.3 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 yang mengenal hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukakn oleh peneliti.

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indra peraba, indra penglihat, indra penciuman, 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 dikirmkan ke otak harus dipelajari.

Penelitian ini menggunakan teori perspektif sebagai kerangka pemikiran yang menjai tolak ukur dalam membahas dan memecahkn masalah yang ada dalam penelitian ini. Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (robert a. Baron dan paul b. Paulus, understanding human relations, a practical guide to people at work, 1991:34)

Persepsi timbul karena adanya dua faktor baik intenal maupun eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya sistem, nilai, tujuan, kepercayaan, dan tanggapan nya terhadap hasil yang dicapai. Faktor ekstrenal berupa lingkungan. Kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh suatu prosoes yang dikenal dengan komunikasi.

Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkunganya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukunya suatu pencatatan yng benar terhadap situasi. Seperti dilakukan krech ( dalam thoha, 2000:124 ).

Persepsi adalah suatu proses kognitif yang komplek dan menghasilkan suatu gamabr unik tentang kenyatan yang barangkali berbeda dari kenyataanya. Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti, maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenaranya, yaitu teori yang mengenal hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti. Suatu aplikasi dibuat adalah dengan tujuan untuk bisa digunakan oleh *user* dengan harapan apikasi tersebut mudah, baik mudah dimengerti, dioperasikan agar dapat diterima oleh masyarakat.

Faktor kemudahan pengunaan yang dirasakan pun menjadi bagian dari model dalam pengadopsian teknologi. Kemudahan pengunaan yang dirasakan menunjukan tingkatan dari seberapa mudah aplikasi digibank by DBS oleh nasabah untuk dimengerti, dipelajari, dan dioperasikan. Apabila digital banking memiliki *user interface* yang baik nasabah pun akan mempercayai bahwa menggunakan digibank by DBS tidaklah sulit. Jika kemudahan pengunaan memang dirasakan tinggi makan nasabah dapat mengerti, belajar, atau mengoperasikan teknologi tersebut dengan mudah. Namun jika dirasakan rendah maka nasabah akan merasa sulit untuk mempelajari teknologi ini, Hal tersebut membuat faktor ini menjadi salah satu variabel didalam penelitian ini.

Dalam menggunakan digibank, kepercayaan pengguna digibank dapat ditunjukan melalui persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan pengunaan. Karena manusia adalah mahluk sosial serta mahluk individual yang dinamis dan kritis sehingga apa yang meraka 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 yang dilihat, dia dengar dan dia rasakan.

Definisi persespsi menurut Kenneth A. Sereno dan edward M. Bodaken, persepsi adalah sarana yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan seseorang. Kenneth A.Sereno dan Edward M Bodaken, juga Judy C.Pearson dan Paul E.Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktifitas, yaitu : seleksi, organisasi, dan interpetasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencangkup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat di definisikan sebagai “meletakan suatu rangsangan bersama rangsangan lainya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna” Elemen-elemen persepsi meliputi **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 dikirmkan 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 diinterprestasikan. Oleh karena otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan mungkin merupakan indra yang paling penting. Pendengaran juga menympaikan pesan verbal ke otak untuk di tafsirkan. 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 di pantai.

**Atensi** tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau manafsirkan kejadian atau rangsangan apapaun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dn juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian kita. Atau atensi juga adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainya.

**Interprestasi** atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidsk dapat menginterprestasikan makna setiap objek secara langsung melainkan menginterprestasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengertahuan, mengenai objek yang sebenarnya melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut, atau proses komunikasi melalui lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol yang sama, baik secara simultan

Alih-alih mengenali objek-objek tersebut sebagai spesifik dan kejadian-kejadian tertentu memiliki pola tertentu. Alasan nya sederhana saja, karena persepsi kita adalah proses aktif yang menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang kita terima. Sebenarnya hanya rangsangan-rangsangan tertentu yang kita perhatikan, mungkin sebagian kecil saja dari semua rangsangan tersebut, sementara kita mengabaikan sebagian besar lainya karena selain tidak sesuai dengan kepentingan kita, kemampuan panca indra pun terbatas; dan lagi tidak semua rangsangan itu mempunyai daya tarik yang sama. Umumnya kita dapat memperhatikan satu rangsangan saja secara penuh. Kalau kita memperhtikan dua atau lebih rangsangan pada saat yang sama, kualitas perhatian kita akan berkurang terhadap rangsangan-rangsangan tersebut

Persepsi juga dapat dikatagorikan sebagai sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indra disertai adanya suatu pegalaman, peristiwa yang sedang terjadi dan menimbulkan sebuah pesan, seperti penginderaan yang 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 dan permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian**

**Persepsi Masyarakat tentang Aplikasi**

**Digibank by DBS**

**New Media**

Pierre Levy

**Persepsi**

Kenneth K.Sereno

**Sensasi**

**Atensi**

**Interpretasi**

***Sumber: Hasil modifiksi peneliti dengan pembingbing. 2018***