

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Dalam menyusun penelitian ini peneliti membutuhkan review penelitian sejenis atau penelitian terdahulu yang telah ada. Review penelitian sejenis ini merupakan suatu kumpulan penelitian sebelumnya yang telah dibuat oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Review penelitian sejenis ini digunakan untuk perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis agar menjadi sebuah acuan atau referensi. Tujuannya agar dapat membuat penelitian ini memiliki kualitas yang lebih baik dan juga menghindari terulangnya penelitian dan kesamaan penelitian dari peneliti sebelumnya. Ada beberapa hal yang akan dibandingkan dan dibahas dalam review penelitian sejenis ini seperti halnya adalah nama peneliti dan tahun, judul penelitian, metode penelitian dan teori, hasil penelitian, dan perbedaan penelitian. Penelitian sejenis ini penulis dapatkan melalui jurnal, website, dan juga skripsi terdahulu dari perpustakaan kampus Universitas Pasundan. Peneliti mendapatkan beberapa penelitian yang sejenis, diantaranya:

- a. Aditya Nugraha Megantara, Universitas Pasundan (2020). Persepsi Mahasiswa Kota Bandung Pada Program Acara TONIGHT SHOW NET TV, Studi Kualitatif dengan Teori Persepsi Walgito (2002) yang mendapatkan hasil

penelitian bahwa beberapa faktor yang menentukan informan menyukai program acara TONIGHT SHOW di NET TV.

- b. Ririn Adlina Febriantje, Universitas Pasundan (2018). Persepsi Masyarakat Bandung Pada Pengguna Transportasi Online, Metode Kualitatif dengan Teori Bernard Berelson dan mendapatkan hasil penelitian bahwa transportasi online saat ini dapat mengubah perilaku dan juga gaya hidup seseorang atau masyarakat.
- c. Rida Melani, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro (2020), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost Perspektif Ekonomi Islam. Metode Kualitatif dengan Teori Keputusan Konsumen dan memperoleh Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost yaitu gaya hidup, pengetahuan, dan keluarga.
- d. Senna Saflinda Cendikia Putra, Ketut Indraningrat, Abdul Halim, Univeritas Jember (2017). Persepsi Mahasiswa Terhadap E-commerce melalui *Facebook* di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember, Metode Kualitatif dengan Triangulation data dan mendapatkan hasil penelitian adanya dua kelompok persepsi, mengenai *Facebook* menjadi trend dalam berbelanja online saat ini, dan informannya menggunakan E-Commerce *Facebook* atas dasar kemauan tersendiri serta informan lainnya beranggapan bahwa hanya direkomendasikan dari teman.

Agar dapat mempermudah penjelasan dan perbandingannya, peneliti membuat tabel penelitian sejenis sebagai berikut:

Tabel 2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian dan Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Aditya Nugraha Megantara (2020)	Persepsi Mahasiswa Kota Bandung Pada Program Acara TONIGHT SHOW NET TV	Metode Kualitatif dengan Teori Persepsi Walgito (2002)	Peneliti memperoleh beberapa faktor yang menentukan informan menyukai program acara TONIGHT SHOW di NET TV	Perbedaannya pada objek penelitiannya, yaitu penulis membahas Kost Per-Jam Melalui Media Sosial <i>Facebook</i>

<p>Ririn Adlina Febriantje (2018)</p>	<p>Persepsi Masyarakat Bandung Pada Pengguna Transportasi Online</p>	<p>Metode Kualitatif dengan Teori Bernard Berelson</p>	<p>Peneliti mendapatkan bahwa transportasi online saat ini dapat mengubah perilaku dan juga gaya hidup seseorang atau masyarakat</p>	<p>Perbedaannya pada subjek penelitian dan objek penelitiannya, yang mana subjek penulis melalui Mahasiswa dan objeknya membahas mengenai Kost Per-Jam melalui <i>Facebook</i></p>
<p>Rida Melani (2020)</p>	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost Perspektif Ekonomi Islam.</p>	<p>Metode Kualitatif dengan Teori Keputusan Konsumen</p>	<p>Peneliti memperoleh Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost yaitu gaya hidup, pengetahuan, dan keluarga.</p>	<p>Pada subjek penelitian, yang mana subjek penulis merupakan mahasiswa dan subjek yang ditentukan oleh peneliti adalah mahasiswa juga. Untuk objeknya penulis menggunakan rumah kost sebagai objek penelitian.</p>

<p>Senna Saflianda Cendikia Putra, Ketut Indraningrat, Abdul Halim (2017)</p>	<p>Persepsi Mahasiswa Terhadap E-commerce melalui <i>Facebook</i> di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>Peneliti memperoleh dua kelompok persepsi, mengenai <i>Facebook</i> menjadi trend dalam berbelanja online saat ini, dan informannya menggunakan E-Commerce <i>Facebook</i> atas dasar kemauan tersendiri serta informan lainnya beranggapan bahwa hanya direkomendasikan dari teman.</p>	<p>Perbedaannya pada objek penelitian, yang mana peneliti membahas persepsi mengenai E-commerce melalui <i>Facebook</i>, sedangkan penulis membahas mengenai Kost Per-Jam melalui Grup <i>Facebook</i>. Untuk objeknya penulis dan an ini menggunakan media sosial <i>Facebook</i> sebagai objek penelitian.</p>
---	--	--------------------------	---	--

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

Komunikasi diartikan sebagai keterlibatan dua orang ataupun lebih dikarenakan adanya suatu proses dalam komunikasi untuk disampaikannya pada komunikan. Komunikasi singkatnya didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan harapan adanya suatu feedback atau umpan balik. Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia karena tanpa adanya komunikasi tidak akan teradinya suatu interaksi sesama manusia dalam organisasi maupun perseorangan. Selanjutnya dari beberapa pengertian mengenai komunikasi adalah pemahaman. Memahami berarti paham atau dapat menafsirkan. Seseorang akan dapat memahami sebuah film dengan lebih jelas daripada sekadar menonton gambar tidak bergerak tanpa penjelasan atau suara.

Penting bagi makhluk sosial untuk memiliki pemahaman bersama tentang apa yang dimaksud dengan kata komunikasi. Mendefinisikan komunikasi ini merupakan proses menghasilkan makna dengan mengirim dan menerima simbol dan tanda verbal dan nonverbal yang dipengaruhi oleh berbagai konteks. Definisi ini dibangun di atas definisi lain dari komunikasi yang telah diulang dan disempurnakan selama bertahun-tahun. Faktanya, sejak studi komunikasi yang sistematis dimulai di perguruan tinggi dan universitas sedikit lebih dari seratus tahun yang lalu, ada lebih dari 126 definisi komunikasi yang diterbitkan (Geoffrey Alleyne, 2017).

Menurut Thomas M. Scheidel, dalam berkomunikasi seseorang akan menyatukan dan mendukung identitas dirinya. Namun, pada dasarnya tujuan seseorang dalam berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis dirinya sendiri. Untuk membangun kontak sosial dalam komunikasi adalah dengan bergabung di lingkungan sekitar, tentunya seseorang akan mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang kita inginkan (**Mulyana, 2017**).

Pada dasarnya, komunikasi melibatkan penggunaan kode yang dibuat dengan gesture, mata, suara dan kode lainnya yang dibuat dari seseorang. Apapun caranya, selalu ada proses di mana seseorang menginisiasi makna yang disampaikan kepada lawan bicara (penerima). Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi adalah sesuatu yang dilakukan oleh manusia setiap harinya dengan cara yang berbeda dan melalui sarana yang berbeda. Kata dari '*communicate*' secara historis terkait juga dengan kata '*common*' yang mana kata tersebut memiliki arti '*to share*' untuk berbagi, '*to make common*' untuk membuatnya umum atau sama. Maka dapat dijadikan pengertian bahwasannya ketika berkomunikasi, dari satu manusia ke manusia lain dapat meningkatkannya suatu pengetahuan baru yang menjadi suatu hal yang umum atau pemikiran yang sama, seperti kata '*to share*' dan juga '*to make common*'.

Pentingnya komunikasi pada kegiatan sosial, budaya, pendidikan, dan kebijakan politik telah disadari oleh ilmuwan atau pakar terdahulu sejak Aristoteles yang hidupnya telah ratusan tahun sebelum masehi. Akan tetapi, kajian Aristoteles ini semata-mata berkisar dengan retorika bagian dalam lingkup yang kecil. Sebagai

khalayak sosial, individu tidak bisa hidup seorang diri sehingga harus memanfaatkan relasi komunikasi sebagai alat yang dapat membaca apa yang mereka inginkan atau pikirkan untuk orang lain agar mereka memahami apa yang dimaksud. Melalui komunikasi, seseorang bisa memperbaiki dirinya tidak lagi terpencil dan terisolir di lingkungannya. Komunikasi bisa berperan sebagai fasilitas ataupun sarana untuk seseorang agar dapat memasyarakatkan atau memberitahu suatu informasi atau fakta pada orang lain.

Adapun tujuan yang dikemukakan oleh Gordon I. Zimmermann yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yang menyatakan bahwa adanya dua kategori besar dalam tujuan komunikasi. Yang pertama seseorang akan berkomunikasi ketika mereka ingin menyelesaikan kebutuhannya, seperti tugas-tugasnya dan membeli makanan ataupun pakaian untuk diri sendiri serta untuk memuaskan rasa keingintahuan yang ada di lingkungannya untuk menikmati hidup. Kemudian, yang kedua seseorang akan berkomunikasi untuk memupuk hubungan dengan orang lain.

Pentingnya dalam berkomunikasi adalah untuk membangun rujukan dan menggunakannya untuk pedomannya dalam menafsirkan situasi yang akan dihadapi. Namun ketika orang-orang yang tidak berkomunikasi dianggap sebagai manusia yang tersesat karena mereka tidak menempatkan dirinya ke dalam suatu lingkungan sosial.

Dengan tidaknya berkomunikasi seseorang juga tidak mengetahui bagaimana caranya mereka minum, makan, serta berbicara kepada manusia lain ataupun memperlakukan orang lain dengan cara yang beradab karena cara-cara tersebut

dapat dipelajari melalui pengasuhan dari keluarga ataupun pergaulan dari banyak orang yang yang nantinya akan menciptakan seseorang akan bersosialisasi dengan baik (**Mulyana, 2017**).

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari George Herbert Mead, yang mana ia mengatakan bahwa seseorang yang berkomunikasi akan mengembangkan konsep dirinya dari interaksi yang dilakukan oleh individu tersebut ke dalam masyarakat. Maka dari itu, pentingnya mengenali diri sendiri ataupun seseorang lewat komunikasi, karena komunikasi inilah yang akan menjadi cermin dan memantulkan bayangan seseorang tersebut (**Morrison, 1936**).

Dengan komunikasi seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan mulai dari kebutuhan emosional dan juga intelektual nya karena mereka akan membangun sebuah hubungan yang hangat dengan orang-orang di sekitarnya.

Harold Dwight Lasswell, ia merupakan ilmuwan yang sangat terkenal dan tidak asing lagi dalam dunia komunikasi. Ia menekankan bahwa adanya lima unsur utama dalam menjawab pertanyaan yang diajukan dari: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, dan With What Effect?* Jawaban dari paradigma yang Lasswell pertanyakan meliputi unsur sebagai berikut:

1. Komunikator, orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan, isi atau informasi yang akan disampaikan dari komunikator.
3. Media, bentuk dalam menyalurkan pesan.
4. Komunikan, orang yang akan menerima pesan.
5. Efek, harapan komunikator dari perubahan ataupun tanggapan komunikan saat menerima pesan.

Maka dari itu, dapat ditekankan kembali seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa komunikasi dapat terjadi pada dua orang ataupun lebih. Komunikator melakukan kegiatan penyampaian pesan yang telah didapat melalui media (melalui handphone, televisi, surat kabar ataupun media lainnya) lalu disampaikan kepada komunikan atau sebagai penerima pesannya guna memperoleh efek tertentu.

Komunikasi mengacu pada penggunaan sinyal untuk mentransfer informasi suara, data, gambar, dan/atau video antar lokasi, aplikasi utamanya adalah dalam ilmu komunikasi. Kemajuan telepon, radio, televisi, dan internet saat ini, benar-benar mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Dengan demikian komunikasi merupakan puncak dari semua komponen tersebut untuk membentuk kegiatan yang dapat dipahami, berpengetahuan, dan informatif untuk menyampaikan informasi, pesan, atau pemikiran lain yang relevan kepada penerima atau sekelompok penerima.

Ada beberapa hal yang menurut Prof Deddy Mulyana yang diungkapkan dalam bukunya bahwa masih banyaknya kekeliruan mengenai komunikasi antara lain sebagai berikut:

- 1) Yang pertama, orang-orang menganggap bahwa tidak ada yang sulit mengenai komunikasi. Mereka menganggap bahwa komunikasi adalah salah satu kemampuan yang alamiah karena orang-orang dapat mengetahui komunikasi serta sudah terbiasa untuk melakukannya dan menganggap dirinya sudah mampu berkomunikasi dengan baik.

- 2) Yang kedua, dalam berkomunikasi dibutuhkannya keterampilan seperti halnya Bakat maupun sikap dari bawaan saat lahir dan bukan diperoleh dari usaha ataupun tingkat pendidikan.
- 3) Yang ketiga, Komunikasi akan terjadi apabila seseorang menghendaknya
- 4) Yang keempat komunikasi Dianggap merupakan proses yang verbal padahal dengan proses nonverbal juga komunikasi akan mampu mempengaruhi orang lain.
- 5) Yang kelima, Makna diperoleh dari komunikasi atau melalui kata-kata yang padahal makna akan diciptakan dari orang itu sendiri

2.1.2.2 Jenis Komunikasi

Ada berbagai jenis informasi. Dua jenis utama adalah komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal, seperti diantaranya:

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal dinyatakan merupakan kajian yang tidak semudah orang bayangkan. Jenis komunikasi ini menggunakan simbol-simbol ataupun lambang yang lainnya yang mengartikan dengan satu kata ataupun lebih. Komunikasi verbal dikategorikan sebagai pesan yang disengaja karena stimulus atau rangsangan dari pembicara atau komunikator nya disadari dan dan apapun yang dilakukannya dengan secara sadar untuk membangun sebuah hubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa menjadi salah satu kode verbal dalam jenis komunikasi ini karena bahasa juga didefinisikan sebagai simbol dan mengartikan dari simbol-simbol tersebut agar mudah dipahami oleh suatu komunitas ataupun lingkungan sekitar.

Komunikasi verbal merupakan berbagi informasi ataupun pesan dengan berbicara langsung ataupun dengan menggunakan kata-kata seperti lisan maupun tulisan. Pesan ini dapat berupa apa informasi yang dapat didengar seluruh orang seperti di media misalnya melalui televisi telepon ataupun bertemu secara langsung. Untuk meningkatkan keterampilan ataupun keefektifan terhadap komunikasi interpersonal komunikasi verbal ini sangat dibutuhkan.

Karena dalam faktor-faktornya yang dapat berkontribusi sebagai keefektifitasan komunikasi dengan kejelasan suaranya ataupun persepsi si dari penerimanya secara langsung. Dengan kata-kata seseorang akan dapat meluapkan emosinya ataupun mengungkapkan perasaan maupun gagasan yang ingin disampaikan. Komunikasi verbal ini dianggap sangat penting dan mengandung makna denotatif. Media yang paling utama dari komunikasi verbal ini adalah bahasa karena bahasalah yang mampu menerjemahkan dari perasaan ataupun informasi seseorang kepada orang lain. **(Kusumawati, 2016)**

Komunikasi verbal ketika dilakukan secara dua arah, akan dapat ditanggapi secara langsung. Kontak mata, gesture dan ekspresi seseorang sangat mempengaruhi, dan juga dengan kecakapan dalam mencerna serta memahami dari maksud informasinya, akan membantu tercapainya konteks informasi yang diberi, dan nantinya akan mendapatkan tanggapan yang sesuai dengan informasi tersebut.

Komunikasi verbal juga dipengaruhi oleh kontak mata, gerak tubuh dan ekspresi wajah. Keterampilan mendengar dan memahami penerima membantunya memahami konteks informasi dan mengembangkan tanggapannya sesuai dengan

itu. Dengan cara penyajian informasi yang baik dapat membangun dampak komunikasi pada penerimanya yang baik pula.

b. Komunikasi Nonverbal

Dalam berkomunikasi, bukan hanya kata-kata tertulis maupun yang tidak tertulis. Komunikasi non-verbal ini berbicara mengenai komunikasi yang dilakukan dengan tidak menggunakan kata-kata, namun penerima pesannya mengerti tentang apa yang disampaikan oleh pengirim pesannya. Seperti halnya, melalui gesture atau gerak tubuh manusia, melalui ekspresi wajah seseorang, ataupun hanya melakukan kontak mata. Adapun faktor dari visual seseorang yang mendukung pesan tersebut.

Untuk mengefektifkan komunikasi non-verbal ini, dapat menggunakan simbol-simbol ataupun gambar yang dapat membantu kelancaran dalam penyampaian pesannya. Informasi mengenai diri seseorang juga dapat dilihat dengan hanya melalui kontak mata, seperti halnya melihat seseorang yang rambutnya acak-acakan dan kotor, seseorang akan dapat menerima pesan atau menilainya secara langsung. Kemudian komunikasi non-verbal ini juga dapat mencerminkan sesuatu dalam diri seseorang, ataupun melihat minat maupun preferensi diri mereka sendiri.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan pedoman menuju terwujudnya komunikasi yang efektif. Melalui proses komunikasi terjadi pembagian makna yang sama antara pengirim dan penerima. Komunikasi adalah proses yang kompleks, dan sulit untuk menentukan di mana atau dengan siapa pertemuan komunikasi dimulai dan diakhiri. Cara komunikasi yang berbeda dan jarak yang diperlukan untuk mentransfer

informasi membuat proses menjadi rumit. Individu yang mengikuti proses komunikasi akan berpeluang untuk menjadi lebih produktif dalam setiap aspek profesinya. Komunikasi yang efektif mengarah pada pemahaman. Komunikasi membuat hal dalam menyampaikan pikiran lebih mudah dan membantu untuk memahami perspektif orang lain.

Umumnya proses komunikasi melalui beberapa tahapan yang biasanya dikenal dengan *Source - Message - Channel Receiver* atau singkatnya SMCR. Unsur tersebut hadir dalam proses komunikasi yang dimulai dari pengirim pesan dan diakhiri oleh penerima pesan. Pengirim pesan tersebut merupakan individu, organisasi ataupun suatu kelompok yang akan memulai komunikasi. '*Source*' atau sumber ini adalah unsur yang dibebankan atas keberhasilannya suatu pesan. Persepsi, budaya, sikap, profesi bahkan pengetahuan dari pengirim dapat mempengaruhi pesan. Komunikasi menjadi cara di mana pesan yang bermakna dapat disampaikan di antara orang-orang untuk menyampaikan ide. Segala jenis media dapat digunakan oleh komunikasi untuk menyampaikan pesan.

Dalam proses komunikasi terjadi transmisi pesan dari pengirim kepada penerima. Pemahaman pesan merupakan hasil dari proses komunikasi. Pesan ditransmisikan melalui media atau saluran tertentu. Respon terhadap pesan diketahui dengan menerima umpan balik dari penerima komunikasi. Terkadang komunikasi terdistorsi oleh elemen noise. Pada saat-saat seperti itu komunikasi gagal mencapai tujuannya.

Proses yang memungkinkan partisipan untuk mengirim, menerima, dan memahami pesan adalah proses *encoding* dan *decoding*. Encoding adalah proses

mengubah pikiran menjadi komunikasi. Proses awal dimana pengirim dilibatkan untuk proses encoding atau pengkodean dalam menyampaikan makna yang mengartikan pesan dalam bentuk ide ataupun konsep. Adapun simbol yang dapat mengartikan berbagai macam seperti halnya kata-kata, *gesture*, ataupun bahasa. Simbol tersebut digunakan dalam mengkodekan suatu ide atau konsep menjadi pesan yang lebih mudah dimengerti oleh orang lain. Decoding adalah proses mengubah komunikasi menjadi pikiran.

Dalam hal tersebut, mereka tidak hanya berkomunikasi secara verbal, tetapi mereka memiliki berbagai pilihan, atau saluran untuk komunikasi. Pesan yang dikodekan dikirim melalui saluran, atau rute sensorik di mana pesan berjalan, ke penerima untuk decoding. Sementara komunikasi dapat dikirim dan diterima menggunakan jalur sensorik (penglihatan, penciuman, sentuhan, rasa, atau suara), sebagian besar komunikasi terjadi melalui saluran visual (penglihatan) dan/atau pendengaran (suara).

Ada tiga faktor atau komponen penting lainnya didalam suatu proses komunikasi, yaitu:

a) Efek atau Hasil

Saat menerima pesan, efek atau hasil inilah yang didapatkan oleh komunikan atau penerima pesannya. Sejauh mana penerima pesan ini menangkap informasi akan bertumpu dengan beberapa faktor, yang meliputi:

- Banyaknya individu yang mengetahui atau memahami topik
 - Diterimanya pesan dan keterkaitan atau relasi yang telah ada antara komunikator dan komunikannya.
- b) Feedback atau Umpan Balik (balasan komunikasi)

Setelah pesan diterima, komunikasi dapat menanggapi pesan tersebut, baik dengan senyuman, anggukan, ataupun tanggapan lainnya. Romeltea mengutip **(Bovee, CL, & Thill, 1992)** mengatakan bahwa kurangnya tanggapan, dalam arti, merupakan suatu bentuk tanggapan.

Dengan tidak adanya umpan balik, komunikator belum dapat membuktikan bahwa pesannya itu dapat diterima atau disampaikan dengan benar. Pengirim dan penerima akan mencapai keberhasilan proses komunikasi jika diikuti dengan langkah yang benar. Jika terjadinya kesalahpahaman komunikator atau pengirim pesannya dapat mengoreksi atau mengklarifikasi pesannya.

c) Noise atau Hambatan

Adapula faktor yang dapat menghambat jalannya suatu proses komunikasi. Terlihat sederhana namun pada nyatanya tidak. Hambatan yang dimaksud ini pencapaian yang diharapkan oleh pengirim pesan tidak tercapai makna yang sama dan terjadinya misscommunication atau gangguan yang muncul saat proses komunikasi berlangsung. Ini merupakan hal yang dampaknya negatif, hambatan umumnya terjadi pada:

- Kata kata atau simbol yang digunakan pengirim bertentangan dengan penerima
- Bahasa yang salah

- Saluran atau media komunikasi yang tidak tepat
- Bisingnya lingkungan sekitar

Noise atau gangguan adalah kebisingan yang hadir dalam proses komunikasi. Peran dari noise adalah untuk menghalangi atau menciptakan suatu hambatan dalam komunikasi sehingga pesan yang dimaksud dapat tercapai setengah atau tidak sampai sama sekali kepada penerima. Seperti contoh, jika ada bayi menangis di bioskop selama film, perhatian akan terganggu yang mengakibatkan pesan yang dimaksudkan dari film tersebut tidak sampai kepada penerima pesan atau yang menonton film tersebut.

Kemudian, adapula penyampaian mengenai proses komunikasi yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy yang beranggapan bahwa adanya dua tahapan dari proses komunikasi, yaitu proses komunikasi secara primer, dan proses komunikasi secara sekunder, seperti yang dideskripsikan seperti berikut (**Effendy, 2003**):

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses dari komunikasi yang dilakukan secara primer ini adalah penyampaian pesannya ini dengan memanfaatkan lambang maupun simbol yang menjadi medianya. Dengan menggunakan media lambang ataupun simbol tersebut, proses komunikasi ini menggunakan bahasa, isyarat ataupun warna yang dapat membuat seorang penerima nya akan langsung mengerti atau menerima pesan tersebut, karena dari media itulah yang membuat para penerima pesan dapat menerjemahkan pesannya tersebut.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Berbeda dengan proses komunikasi yang dilakukan secara sekunder ini, pengiriman pesannya yaitu melalui media keduanya setelah media lambang. Proses sekunder ini dianggap sangat penting karena dirasa lebih efisien dalam menyampaikan pesan serta mencapai harapan keberhasilannya terhadap suatu pesan kepada komunikan. Namun, hal ini juga telah diketahui hanya membuat pesan-pesan yang kesannya bersifar informatif.

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Komunikasi melakukan banyak fungsi, seperti menginformasikan dan membangkitkan kesadaran, mendidik, membujuk, memotivasi, menghibur, dan lain sebagainya. Fungsi komunikasi adalah untuk membujuk, menginformasikan, dan memotivasi, yang membantu penerima pesan membuat keputusan yang lebih baik dan lebih efisien (Effendy, 2003). Jika dijabarkan seperti ini:

- Mengendalikan/mengontrol: Perilaku komunikasi mengontrol perilaku seseorang dalam berbagai cara. Setiap orang memiliki kekuatan dan pedoman yang harus dipatuhi oleh orang lain. Seperti contohnya Bos atau atasan dengan karyawan.
- Motivasi: Komunikasi membantu mengembangkan motivasi dengan menjelaskan kepada seseorang tentang apa yang mereka lakukan dan tindakan apa yang dapat diambil jika apa yang ia lakukan masih kurang maksimal.

- Ekspresi emosional: Bagi banyak orang, dan beberapa kelompok kerja komunikasi adalah sumber utama interaksi sosial. Komunikasi dalam kelompok adalah mekanisme dasar bagi anggota untuk mengekspresikan kekecewaan dan kepuasan. Oleh karena itu, komunikasi adalah ekspresi emosi emosi dan kepuasan kebutuhan sosial.
- Informasi: Berkomunikasi melalui transmisi data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan alternatif, dan memberikan informasi yang dibutuhkan individu dan kelompok untuk membuat keputusan

Fungsi komunikasi mengacu pada bagaimana orang menggunakan bahasa untuk tujuan tertentu dan juga mengacu pada bagaimana bahasa dipengaruhi oleh waktu, tempat, dan situasi yang berbeda yang digunakan untuk mengontrol perilaku orang yang digunakan untuk mengatur sifat dan melihat kegiatan yang sedang dilakukan orang. Fungsi komunikasi yang paling mendasar dalam suatu komunikasi adalah mengatur/mengendalikan, menginformasikan, berinteraksi sosial, berekspresi dan memotivasi.

Secara psikologis kebutuhan utama sebagai manusia dan menjadi manusia yang sehat mental membutuhkan hubungan sosial yang ramah, yang hanya dapat dipenuhi dengan menjalin hubungan baik dengan orang lain (**Candra, 2020**).

Abraham Maslow menunjukkan bahwa manusia memiliki lima kebutuhan dasar: kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, harga diri dan realisasi diri. Sebelum mengejar kebutuhan yang lebih tinggi, kebutuhan yang lebih mendasar harus dipenuhi. Kita mungkin sudah dapat memenuhi kebutuhan

fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Sekarang kita harus memenuhi kebutuhan sosial, harga diri dan realisasi diri (**Fisher & Royster, 2016**).

Dalam bukunya, Mulyana mengutip dari William I. Gordon yang mengatakan bahwa adanya empat fungsi komunikasi yang telah dikategorikan, yaitu fungsi komunikasi sosial, fungsi komunikasi ekspresif, fungsi komunikasi ritual serta fungsi komunikasi instrumental (**Mulyana, 2017**). Berikut peneliti deskripsikan dari empat fungsi diatas:

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Yang mendukung dalam fungsi komunikasi sosial ini adalah komunikasi budaya atau kultural. Para ahli telah menyatakan bahwa komunikasi ini bergantung pada masing-masing budaya seseorang, karena diperlukannya timbal balik agar efektif saat berkomunikasi. Komunikasi kultural ini juga menjadi salah satu bagian dari perilaku komunikasi yang nantinya akan menjadikan suatu pengembangan ataupun mewariskan budaya untuk memelihara kelestariannya. Fungsi dari komunikasi sosial ini menjadi mekanisme dalam penormaannya bagi setiap budaya disuatu masyarakat. Dengan secara horizontal maupun vertikal, komunikasi akan mensosialisasikannya secara turun temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kemampuan komunikasi ini dapat dijadikan sebagai pengikat waktu atau yang dimaksudkan dengan kemampuan dari manusia itu sendiri dalam mewariskan pengetahuannya ke setiap generasi maupun budayanya (Alfred Korybski dalam Mulyana, 2017).

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Dalam komunikasi sosial, komunikasi ekspresif ini dianggap menjadi salah satu fungsi yang sangat erat kaitannya, dan dapat dilakukan saat sendiri maupun berkelompok. Komunikasi ekspresif ini tidak otomatis untuk mempengaruhi orang lain tetapi dalam komunikasi ini ini akan menyampaikan perasaan (emosinya) dalam diri seseorang. Komunikasi ekspresif ini dapat disebut juga dengan komunikasi yang menggunakan pesan-pesan yang non-verbal. Karena dari perasaan atau emosi seseorang seperti halnya rasa sayang peduli sedih ataupun gembira akan di ungkapkan melalui kata-kata dan yang paling utama adalah melalui perilaku non-verbal. (Mulyana, 2017).

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Semua fungsi komunikasi ini sangat erat kaitannya, dari satu fungsi ke fungsi komunikasi lainnya. Biasanya komunikasi ritual ini dilakukan secara kolektif atau sudah menjadi keputusan bersama, seperti halnya melakukan tunangan, siraman, empat bulanan dan lain sebagainya. Komunikasi ritual ini dianggap sangat erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif, karena komunikasi ini menyatakan perasaan atau emosi yang paling dalam dari diri seseorang. Kegiatan komunikasi ini dimungkinkan telah adanya komitmen dari setiap kelompoknya terkait rasa emosional sebagai perekat bagi keterpaduannya kelompok tersebut.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental ini memberikan beberapa tujuan umum seperti halnya memberikan informasi mengajar, mendorong, mengubah sikap, maupun perilaku dan juga menghibur. Dapat diringkas bahwa semua dari tujuan fungsi

komunikasi instrumental ini adalah untuk mengajak atau mempersuasi orang. Komunikasi yang bersifat informasikan atau mengajak dapat diartikan bahwa komunikatornya menginginkan kau menginginkannya dapat mempercayai fakta ataupun informasi yang telah disampaikan. Dalam komunikasi instrumental ini bukan hanya bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik ataupun membangun sebuah hubungan tetapi dapat menghancurkan hubungan tersebut.

Dari fungsi-fungsi di atas yang telah dijelaskan kita tidak akan dapat membedakan fungsi dari komunikasi tersebut karena kejadian dalam komunikasi yang sesungguhnya itu seringkali mempunyai fungsi yang saling tumpang tindih atau bermakna ganda. Dan walaupun ada fungsi yang dianggap sangat mendominasi namun tetap saja fungsi fungsi lainnya tidak dapat di dipisahkan.

2.1.2.5 Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal merupakan reaksi terhadap tindakan atau rangsangan tertentu dalam diri sendiri, atau singkatnya berkomunikasi dengan diri sendiri. Seperti yang dikatakan oleh (McLean, 2005) komunikasi intrapersonal adalah seperangkat bentuk komunikasi dengan diri sendiri, yang mungkin termasuk self-talk, imajinasi dan perilaku imajiner, dan bahkan memori dan ingatan. Kita mungkin, misalnya, berkomunikasi dengan diri kita sendiri tentang apa yang ingin kita makan karena rangsangan internal dari rasa lapar, atau kita mungkin bereaksi secara intrapersonal terhadap suatu peristiwa yang kita saksikan. Tidak seperti bentuk komunikasi lainnya, komunikasi intrapersonal hanya terjadi di dalam kepala kita. Bentuk-bentuk komunikasi lain harus dirasakan oleh orang lain untuk dihitung

sebagai komunikasi. Komunikasi intrapersonal biasanya tidak direncanakan dan tidak mencakup tujuan yang jelas

Komunikasi intrapersonal adalah salah satu landasan dari komunikasi antar pribadi yang didalamnya terdapat konteks-konteks disiplin komunikasi, namun komunikasi ini tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Karena sebelum dilakukannya komunikasi dengan orang lain, dilakukannya terlebih dahulu komunikasi dengan diri sendiri atau mempersepsikan makna pesan dari orang lain agar tidak terjadinya kesalahpahaman atau miskomunikasi.

Komunikasi ini biasanya sering tidak disadari karena seseorang sudah terbiasa bergelut dengan pemikirannya sendiri. Namun, keberhasilan dalam komunikasi intrapersonal ini bergantung dari keefektifan komunikasi yang kita lakukan dengan diri sendiri sebelum melakukannya dengan orang lain.

Komunikasi intrapersonal melayani beberapa fungsi sosial. vokalisasi internal, atau berbicara kepada diri sendiri, dapat membantu kita mencapai atau mempertahankan penyesuaian sosial. Komunikasi intrapersonal juga didefinisikan sebagai komunikasi dengan diri sendiri atau pemikiran reflektif. Seperti bentuk komunikasi lainnya, komunikasi intrapersonal dipicu oleh beberapa stimulus internal atau eksternal. Tidak seperti bentuk komunikasi lainnya, komunikasi intrapersonal hanya terjadi di dalam kepala diri sendiri. Misalnya, seseorang dapat menggunakan self-talk untuk menenangkan dirinya dalam situasi stres, atau orang pemalu dapat mengingatkan dirinya untuk tersenyum selama suatu acara.

Komunikasi intrapersonal dapat membantu membangun dan menata konsep diri sendiri. Dalam membentuk pemahaman tentang siapa 'diri kita' dan didasarkan pada bagaimana orang lain berkomunikasi dengan individu dan bagaimana individu tersebut memproses komunikasi itu secara intrapersonal. Orang pemalu dalam contoh sebelumnya mungkin menginternalisasi rasa malu sebagai bagian dari konsep dirinya karena orang lain mengaitkan perilaku komunikasinya dengan rasa malu dan mungkin bahkan memberi label "pemalu" sebelum dia memahami apa artinya itu (**Geoffrey Alleyne, 2017**).

Komunikasi intrapersonal akan membahas konsep diri lebih banyak dalam dengan adanya kajian yang berfokus mengenai pada persepsi yang akan terdapat pada kerangka teoritis. Setiap orang menggunakan komunikasi intrapersonal atau "self-talk" untuk melepaskan emosi, memproses emosi, memikirkan sesuatu, atau melatih apa yang akan direncanakan untuk dikatakan atau dilakukan di masa depan.

Dari bentuk-bentuk komunikasi, komunikasi intrapersonal paling sedikit menerima studi formal. Jarang ditemukan kursus yang dikhususkan untuk topik tersebut, dan umumnya terpisah dari empat jenis komunikasi lainnya (Verbal, Nonverbal, Tertulis, dan Visual). Perbedaan utama adalah bahwa komunikasi intrapersonal tidak dibuat dengan maksud bahwa orang lain akan melihatnya. Di semua tingkat lainnya, fakta bahwa komunikator mengantisipasi konsumsi pesan mereka adalah hal yang sangat penting guna memudahkan dalam mengenal pribadi sendiri (Lindawati, 2014)

Seperti bentuk komunikasi lainnya, komunikasi intrapersonal yang kompeten membantu memfasilitasi interaksi sosial dan dapat meningkatkan kesejahteraan diri sendiri. Sebaliknya, gangguan dalam kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara intrapersonal dikaitkan dengan penyakit mental.

Komunikasi Intrapersonal dapat direncanakan atau tidak direncanakan, tetapi karena interaktif, biasanya lebih terstruktur. Komunikasi Intrapersonal juga lebih berorientasi pada tujuan tertentu daripada memenuhi kebutuhan instrumental dan relasional. Dalam hal kebutuhan instrumental, tujuannya mungkin kecil seperti menyapa seseorang untuk melakukan kegiatan di pagi hari atau yang utama seperti menyampaikan keinginan diri sendiri untuk menjalin hubungan berkomitmen dengan seseorang.

Komunikasi Intrapersonal memenuhi kebutuhan relasional dengan mengomunikasikan keunikan hubungan tertentu. Karena bentuk komunikasi ini berhubungan langsung dengan hubungan pribadi kita dan merupakan bentuk komunikasi yang paling umum, contoh miskomunikasi dan konflik komunikasi paling sering terjadi di sini seperti pasangan, bos dan karyawan, dan anggota keluarga semuanya harus terlibat dalam komunikasi Intrapersonal yang kompleks, dan itu tidak selalu berjalan dengan baik. Untuk menjadi komunikator Intrapersonal yang kompeten, kita memerlukan keterampilan manajemen konflik dan keterampilan mendengarkan, antara lain, untuk menjaga hubungan positif.

2.1.2.6 Media

Media merupakan salah satu bentuk penyaluran yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi ataupun pesan. Secara pengertian yang mendasar kata tersebut memiliki arti perantara ataupun mengantar yang maksudnya adalah perantara dari sumber pesan dengan yang menerima pesan. Media adalah bentuk jamak dari medium. Ini menggambarkan saluran komunikasi apa pun. Ini dapat mencakup apa saja mulai dari kertas cetak hingga data digital. Secara umum, media mengacu pada televisi, radio, surat kabar, internet, dan bentuk komunikasi lainnya.

Media komunikasi mengacu pada cara, sarana atau saluran transmisi pesan dari pengirim ke penerima. Media komunikasi menunjukkan penggunaan verbal atau nonverbal dalam proses komunikasi. Tanpa bahasa, tidak ada yang bisa berkomunikasi. Setiap kali komunikasi berlangsung, media digunakan di sana. Dalam telekomunikasi, sarana ini adalah alat transmisi dan penyimpanan atau saluran untuk penyimpanan dan transmisi data. Jadi media komunikasi dianggap sebagai bagian integral dari proses komunikasi sebagai bagian integral dari proses komunikasi.

2.1.2.7 Media Sosial

Media sosial dikatakan sebagai new media, dimana individu maupun kelompok berinteraksi secara virtual atau online melalui internet. Media sosial adalah salah satu cara agar dapat berinteraksi dengan orang lain maupun keluarga. Kemampuannya dalam keterhubungan dan berbagi informasi dengan orang-orang secara bersamaan menjadi kekuatan tersendiri bagi media sosial saat ini. Berbagi

foto, video, bermain game, bahkan bisnis dapat menjadi kegiatan mendukung teknologi yang terdapat dalam media sosial. Tak dapat dipungkiri juga bahwa pemerintah atau dunia politik turut memanfaatkan media sosial dalam suatu pemilihan ataupun kampanye.

Komunikasi saat penggunaan sinyal asap zaman dulu hingga sampai panggilan telepon atau video call yang lebih canggih saat ini manusia telah membuktikan bahwa ternyata tidak adanya batasan dalam memajukan proses yang kita gunakan untuk berkomunikasi. Perubahan teknologi selama kurang lebih dua puluh tahun terakhir telah memengaruhi banyak orang dan hubungan-hubungannya, baik pengguna berat atau bukan. Bahkan orang-orang yang tidak terlibat dengan teknologi sebanyak orang lain masih terpengaruh olehnya, karena orang-orang yang berinteraksi dengan mereka menggunakan dan dipengaruhi oleh media baru dalam tingkat yang berbeda-beda. Teknologi saat ini masih terus-menerus mengadopsi teknologi interaktif baru dalam menunjukkan untuk menjadi yang terdepan agar membuat hidup lebih sederhana dengan cara yang lebih nyaman dan cerdas. Beragamnya platform komunikasi di media online seperti pesan teks, suara, video, dan dan penyimpanan online yang lengkap dapat dengan mudah memungkinkan tujuan kontak yang efisien dan efektif (**Krum, 2013**).

Media sosial adalah bagian umum dari pengalaman menggunakan internet, dan banyak penelitian saat ini cenderung tentang media sosial daripada 'internet'. Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna (**Kaplan & Michael Haenlein, 2010**)

Sifat pribadi dan sosial media baru juga menciptakan keterbukaan yang belum tentu menjadi bagian dari realitas sosial offline seseorang. Adapun pendapat lain mengenai media sosial yang mengatakan bahwa media sosial mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web atau online yang mengubah suatu proses komunikasi menjadi dialog interaktif. Di dalam sebuah media sosial dapat membuat suatu kegiatan seperti membuat website pribadi kemudian dapat berinteraksi bersama teman untuk berbagi informasi. Media sosial juga mempunyai banyak jaringan sosial yang memiliki pengguna melebihi populasi warga negara, banyaknya akun media sosial sesuai dengan kebutuhan individu semakin beragam seperti halnya akun pertama digunakan untuk berbagi foto dan video dan akun yang kedua hanya digunakan untuk berbagi ke teman dekat saja, maka dari itu banyaknya pengguna media sosial yang jumlahnya menjadi lebih banyak daripada pemilik akun asli atau pengguna asli media sosial tersebut.

Bagi beberapa orang, media sosial hanya digunakan untuk terus terikat dengan teman ataupun keluarga. Namun, saat ini kebanyakan orang memilih untuk menggunakan media sosial sebagai kepentingan utama bisnis, peluang karir bahkan suatu tempat bercerita bagi mereka.

Media sosial mengaburkan batas antara pribadi dengan profesi dalam banyak hal yang bisa berdampak positif dan juga negatif. Seperti halnya iklan yang menawarkan laptop dan juga smartphone guna meningkatkan harapan bahwa orang akan terus bekerja dari rumah atau saat berlibur. Namun disaat yang sama orang juga menggunakan media sosial bertujuan tidak terkait dengan profesi atau pekerjaan di saat bekerja dan hanya ingin menyeimbangkan pekerjaan atau

kehidupannya. Namun ada beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam alasan pribadi saat bekerja dapat memiliki dampak yang positif dikarenakan dapat menghilangkan kebosanan membantu mengurangi stress ataupun mengarah pada kepuasan bekerja yang lebih besar.

2.1.2.8 Facebook

Facebook didefinisikan sebagai situs web jejaring sosial online di mana orang dapat membuat profil, berbagi informasi seperti foto dan kutipan tentang diri mereka sendiri, dan menanggapi atau menautkan ke informasi yang diposting oleh orang lain.

Facebook juga diartikan sebagai jaringan media sosial yang menghubungkan orang melalui platform online. Dengan berbagi konten seperti posting status teks, gambar, video, dan tautan eksternal seperti posting blog, pengguna *Facebook* dapat menyumbangkan ide dan bergabung dalam percakapan dengan orang lain yang memiliki minat yang sama atau berbeda. Selain berbagi ide mereka sendiri, pengguna dapat terlibat dengan konten yang dibagikan orang lain di *Facebook* dengan menanggapi dengan emoji suka, tawa, ketidaksetujuan, dan bahkan pelukan. Komentar dan berbagi adalah cara tambahan yang dapat digunakan pengguna untuk berinteraksi dengan konten satu sama lain.

Situs jejaring sosial paling populer pada zamannya, yang memungkinkan siapa saja untuk berbagi foto, komentar, dan video secara online. Didirikan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg, situs ini gratis untuk anggota dan memperoleh pendapatan dari iklan. Nama *Facebook* berasal dari dokumen kertas dengan nama

dan wajah yang diberikan kepada mahasiswa baru untuk membantu mereka mengenal satu sama lain. Menggunakan pencarian bawaan, anggota dapat menemukan anggota *Facebook* lain dan "berteman" dengan mereka dengan mengirimkan undangan, atau mereka dapat mengundang orang untuk bergabung dengan *Facebook*. Namun hal tersebut telah dianggap mudah seiring berkembangnya teknologi dan juga *Facebook* itu sendiri. Adapun beberapa fitur umum yang *Facebook* miliki dan beberapa fitur baru lainnya, sebagai berikut:

- Profil *Facebook*

Profil Facebook adalah tempat informasi dimana orang akan menghidupkan dunia maya nya. Nama individu tersebut, foto, kota asal, tempat kerja, riwayat pendidikan, dan sebagainya semuanya dapat ditambahkan ke profil *Facebook*. Mereka dapat membuat profil sebagai publik atau pribadi seperti yang orang tersebut inginkan dengan menonaktifkan informasi yang tidak ingin terlihat secara non-public profil *Facebook*

- Newsfeed atau Beranda

Newsfeed ini adalah tempat di mana semua posting teman akan muncul atau lebih umumnya dikenal dengan beranda atau kabar berita yang dapat diperbaharui tiap menit bahkan detiknya. Mereka juga akan melihat pembaruan dari halaman bisnis yang disukai. Postingan milik dirinya sendiri juga akan muncul di umpan berita tempat teman mereka yang dapat melihatnya.

- Status atau Postingan

Kedua istilah ini sering digunakan secara bergantian, tetapi "postingan" adalah istilah yang digunakan *Facebook* untuk menggambarkan sesuatu yang dibagikan di umpan berita atau beranda nantinya. Teks, gambar, video, dan lokasi hanyalah beberapa jenis kiriman yang dapat dibagikan ke umpan berita untuk dilihat oleh teman.

- Teman

Ini merupakan orang-orang yang telah dikirim permintaan dan mereka telah menerimanya ataupun sebaliknya. Tidak seperti situs jejaring sosial lain yang memungkinkan seseorang untuk mengikuti tanpa diikuti mereka kembali, sistem pertemanan *Facebook* mengharuskan orang lain untuk berteman satu sama lain. Akun pribadi untuk seorang individu tidak boleh memiliki lebih dari 5.000 teman.

- Story

Seperti story/cerita yang ada di media sosial lain, cerita *Facebook* adalah cara lain pengguna individu dan halaman bisnis dapat terhubung dengan teman dan pengikut mereka. Cerita adalah konten pendek yang hanya terlihat selama 24 jam. Setelah 24 jam, cerita menghilang dari umpan berita.

- Grup

Pengguna *Facebook* dengan minat yang sama akan merasa terbantu untuk membuat grup di platform. Grup adalah komunitas pengguna yang berinteraksi satu sama lain berdasarkan berbagai topik yang ditetapkan oleh admin grup dan pengguna lain. Hanya pengguna individu yang dapat ditambahkan ke grup, halaman

tidak dapat menjadi bagian dari grup *Facebook* namun bisa dibagikan. Admin memiliki berbagai izin yang dapat mereka aktifkan atau nonaktifkan untuk memiliki fungsi grup dengan cara tertentu. Banyaknya kehadiran fitur baru dari *Facebook* seperti di atas termasuk fitur "Grup" *Facebook* yang memang terbilang sudah lama dikenal, dan komunitas orang mana pun dapat membuatnya. admin grup dapat menerima semua anggota atau menolak permintaan berdasarkan kriteria Grup.

- Berbagai fitur *Facebook* lainnya

Facebook bukan hanya platform untuk konten dan koneksi viral. Ini juga merupakan pusat komunikasi komunitas, Streaming Video, Marketplace, dan Game.

Facebook, perusahaan yang memiliki platform termasuk *Facebook*, Instagram dan WhatsApp, berganti nama menjadi "Meta" pada 28 Oktober dengan fokus pada gagasan bahwa perusahaan ingin dikenal lebih dari layanan *Facebook*. Rebranding *Facebook* datang sebagai kejutan bagi konsumen aplikasi ini, tetapi Mark Zuckerberg, pendiri *Facebook*, mengklaim bahwa penggantian nama itu untuk menandakan bahwa perusahaan itu bercabang dan terkait dengan lebih dari satu produk. Dia menambahkan bahwa Meta adalah representasi yang lebih baik dari apa yang sedang dikerjakan perusahaan.

2.1.2.9 Kost

Dalam penulisan, yang kerap dikenali dengan sebutan kos atau kost sebenarnya merupakan kata tidak baku dari sebuah kata 'Indekos'. Namun dengan berjalannya

waktu kata indekos jarang dipakai oleh masyarakat umum dan lebih memperisingkatnya lagi dengan sebutan 'kos atau kost' sebagaimana nyamannya mereka. Rumah kos adalah bangunan yang berisi beberapa kamar yang biasanya telah dilengkapi oleh barang-barang ataupun kosongan. Kost berbeda dari hotel maupun apartemen di mana mereka sering dapat disewa untuk jangka waktu yang lebih lama. Misalnya, periode sewa dimulai dari satu bulan.

Rumah kost menyediakan tempat peristirahatan yang cukup sempurna untuk para mahasiswa ataupun pekerja rantauan. Kost juga mempunyai aturan yang telah dibuat oleh pemilik dan disepakati oleh penghuninya, namun tidak sedikit pemilik kost yang membebaskan aturan. Umumnya kos-kosan ini terdapat berbagai sudut pandang atau perbedaan antara kost dan kontrakan. Seperti halnya dibawah ini:

- Dalam sistem pembayaran kos-kosan melakukan pembayaran dalam jangka waktu perbulan ataupun kelipatan (misal: pertiga bulan pertama). Sedangkan untuk kontrakan biasanya dalam jangka pertahun maupun kelipatan.
- Fasilitas kost biasanya sudah dilengkapi dengan kasur, lemari, ataupun kamar mandi didalam. Sedangkan kontrakan difasilitasi hanya sebuah rumah petak yang terdapat kamar, dapur kecil dan juga kamar mandi pribadi, kontrakan juga biasanya kosongan tidak dapat fasilitas seperti di kost.
- Lalu ada pula dalam jangka waktunya, rumah kost lebih pendek jangka waktunya dibanding rumah kontrakan, yang mana jika penyewa kost merasa tidak betah tinggal menunggu beberapa hari atau berapa minggu sampai masanya habis, berbeda dengan rumah kontrakan yang umumnya tahunan. Maka penyewanya akan melakukan oper kontrak pada orang lain. Tidak

dipungkiri juga dengan rumah kost, penyewa bisa juga melakukan hal yang sama dengan sistem oper kost. Tetapi memang harus ada kesepakatan terlebih dahulu dengan pemilik kost, agar tidak terjadinya kesalahpahaman.

- Teras atau tempat untuk parkir di kost-kostan difasilitasi untuk bersama oleh seluruh penghuni kost, sedangkan untuk kontrakan, telah disediakan lahan parkir sendiri didepan kamar.
- Biaya listrik dan air untuk kost digunakan bersama maka pemilik kost biasanya sudah memberi kebebasan untuk listrik dan air karena melalui satu meteran. Untuk kontrakan tagihan listrik biasanya ditanggung secara pribadi oleh penghuninya.
- Bangunan kost banyaknya disatukan dengan rumah pemilik kost tersebut ataupun jaraknya tidak jauh oleh pemilik kost atau penjaga kost, guna dapat mengawasi penghuni kos. Bedanya kontrakan lebih masing-masing dengan pemilik kontrakannya.
- Kost menggunakan sistem dapur bersama yang dapat digunakan seluruh penghuni kost, jika persediaan seperti gas habis biasanya penghuni kost akan iuran. Berbeda dengan kontrakan yang mempunyai dapur pribadi dan persediaan ditanggung sendiri.
- Untuk batas waktu berkunjung tamu, kost mempunyai aturan batasan waktu tamu dan juga penerimaan tamu diperbolehkan lawan jenis masuk ataupun dilarang masuk, sesuai dengan aturan yang dibuat pemilik kost. Sedangkan untuk kontrakan kebebasan waktu tamu berkunjung dibebaskan dan sesuai

penghuni kontrakan tersebut, namun tidak dipungkiri juga ketaatan atau patuhnya terhadap aturan setempat.

Banyaknya sudut pandang antara kost dan kontrakan ini menjadikan ketertarikan tersendiri bagi setiap orang yang akan menempatinnya.

Umumnya banyak mahasiswa ataupun pekerja yang menjadikan rumah kos ini menjadi alternatif saat berkuliah ataupun bekerja rantau dari luar kampung halamannya. Maka dari itu diharuskannya para mahasiswa mencari tempat tinggal untuk sementara waktu selama perkuliahannya berlangsung. Agar didapatkannya rumah kos yang sesuai dengan keinginan para mahasiswa maka ada beberapa hal untuk menjadi bahan pertimbangannya sebelum memutuskan untuk memilih tempat kost mana yang akan ditinggalinya.

Dengan adanya grup info kos di berbagai daerah ini sangat membuat para mahasiswa ataupun masyarakat merasa lebih terbantu. Namun, ada pula kriteria rumah kost yang tidak seharusnya dijadikan ataupun ditawarkan di sosial media seperti halnya kost per jam pada penelitian ini. Adapun hal yang menjadi pertimbangan untuk mencari rumah kos bagi para mahasiswa yaitu seperti lingkungan sekitar yang menjadikan faktor dari para mahasiswa untuk memilih kost. **(Melani, 2020)**

Dengan fasilitas yang nyaman dan aman mahasiswa pasti akan lebih memilih tempat tersebut untuk dijadikan rumah singgahnya. Selain itu juga ga ada beberapa tempat yang mendukung untuk dipilih sebagai rumah kost bagi para mahasiswa yaitu tempat yang strategis untuk ke kampus, ke warung ataupun mudah dalam

mencari makanan di sekitar kost, fotokopi serta tempat yang yang sekiranya dibutuhkan bagi para mahasiswa.

Keinginan dan keputusan dari para konsumen adalah salah satu proses awal dari kegiatan seseorang dengan sadar serta terarah, baik secara individu maupun kelompok. Jadi, ketika konsumen telah mengambil keputusan untuk memilih kegiatan tersebut, ia harus bertanggung jawab dan dan menjaga keputusan tersebut yang nantinya akan menimbulkan suatu aktivitas dan akan mengakhiri aktivitas tersebut. Dapat dihubungkan seperti adanya kost per jam ini karena dari keputusan konsumen yang akan memutuskan jasa tersebut akan digunakan untuk lakukan Kegiatan apa serta hal tersebut akan dilakukan dengan secara sadar dan terarah. Maka dari itu terciptalah kegiatan yang negatif maupun positif dari jasa kost per-jam ini.

2.1.2.10 Grup Info Kost Facebook

Jika saat dahulu masyarakat lebih sering untuk berkumpul berbagi ide atau bertukar informasi secara langsung secara Face to Face. Sekarang, dengan hadirnya banyak media sosial terutama Facebook yang memberikan layanan seperti halnya komunitas online atau juga dapat disebut dengan Grup. Grup Facebook ini menjadi wadah bagi para pengguna Facebook untuk menjadi suatu bagian atau tergabungnya anggota-anggota dalam sebuah komunitas secara online (Yusmawati, 2018).

Beragamnya jenis grup yang terdapat dalam grup Facebook sesuai dengan tujuan masing-masing dari para adminnya atau yang membentuk grup itu sendiri seperti halnya grup komunitas profesi, grup preloved atau penjualan baju bekas, grup diskusi dan edukasi, serta termasuknya Group infokost di berbagai daerah. Grup info kost yang berada di berbagai daerah dapat membantu itu para pencari kos mulai dari pencarian hunian yang biasa saja sampai hunian yang istimewa.

Yang terdapat dalam grup tersebut terdiri dari banyaknya penawaran seperti penawaran kos-kosan apartemen hingga rumah kontrakan. Pemesanannya dapat dilakukan sesuai dengan pemilik dari kost tersebut seperti pertemuan langsung ataupun perjanjian melalui online atau virtual. Namun hal tersebut masih kurang dapat dipercaya karena mengingat banyaknya penipuan yang marak terjadi di lingkungan grup Facebook.

Grup Info Kost merupakan grup yang menyediakan informasi mengenai penyewaan indekos atau kost yang disewakan diseluruh daerah yang ada di indonesia, grup info kost ini dapat memudahkan untuk para pencari kost yang terdekat disekitar daerah yang diinginkan. Grup ini biasanya dibuat oleh seorang admin di suatu daerah, misalnya Grup Info Kost Bandung, Info Kost dan Kontrakan Indramayu, Kost Bekasi Murah dan lain sebagainya.

Dalam fitur grup ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan para pencari kos melalui *search engine* saat masuk dalam grup kos tersebut. Dan hal ini sangat membantu untuk mendapatkan kos yang sesuai dengan budget ataupun daerah yang diinginkan. Informasi kos-kosan yang disewakan dapat diberikan secara langsung oleh pemilik kosnya ataupun over kontrakan atau kost. Aturan dalam grup tersebut

terdapat pada admin yang mendirikan grup tersebut, seperti halnya akan ditinjau kembali apakah postingan yang akan di bagikan oleh pemilik kost sesuai dengan aturan grup kost atau tidak jika melanggar, kemungkinan postingannya tidak akan disebarakan atau dibagikan oleh admin. Namun, jika postingannya sesuai admin akan meloloskan postingan tersebut dan dibagikan kepada seluruh anggota grup kost.

2.1.2.11 Kategori Kost

Kost saat ini memiliki banyak tipe dan juga mempunyai sistem sewa yang beragam. Kebanyakan rumah kost ini terletak dilokasi yang strategis seperti berdekatan dengan tempat kerja maupun kampus. Adapun beberapa kategori kost seperti dibawah ini:

- Tipe A, B, dan C

Tipe kost ini diurutkan dari yang termurah sampai termahal. Untuk tipe kost A umumnya berada di kisaran Rp. 500.000 hingga Rp. 700.000 tetapi tergantung dari daerah sekitar. Kost tipe A dilengkapi dengan barang yang menurut pemilik kost penting, yaitu kasur dan juga lemari. Fasilitas kamar mandi tersedia diluar (digunakan bersama) ataupun didalam kamar (pribadi) sesuai dengan harga sewa kamar kost nya.

Lalu, tipe kost B yang sebenarnya tidak terlalu berbeda dengan tipe A hanya saja fasilitasnya yang lebih lengkap dan sedikit mewah. Seperti penyediaan kamar mandi dengan shower, closet duduk dan juga perkamarnya yang memakai token listrik pribadi. Kost Tipe C ini paling lengkap diantara tipe A dan juga B karena

difasilitasi dengan AC juga kamar mandi yang lebih mewah dan modern, bahkan penyediaan meja kecil. Harga sewanya juga sudah pasti berbeda jauh yang biasanya dikisaran Rp. 1.000.000 sampai Rp. 1.500.000. Kost tipe ini juga memiliki keamanan CCTV.

- Kost eksklusif

Terlihat dari nama 'eksklusif' sudah pasti kost tipe ini lebih mewah dari kost tipe A, B dan C atau dapat disebut kost reguler. Kost ini hampir mirip dengan apartemen dan hotel, karena fasilitas yang sangat lengkap dan lebih modern. Biasanya yang tinggal di kost ini seperti pekerja kantor, pasangan suami istri, mahasiswa pendapatan orang tua tinggi dan lain sebagainya. Karena mayoritasnya tipe kost eksklusif ini terletak dengan perkantoran besar ataupun universitas ternama. Namun, biasanya kost eksklusif ini tidak terlalu mengetatkan aturan kost seperti kost reguler. Kisaran harganya Rp. 2.000.000 sampai Rp. 5.000.000 perbulannya yang hampir menyamai apartemen.

- Kost sesuai gender

Kost ini biasanya bertujuan untuk menghindari hal yang tidak diinginkan oleh pemilik kost maupun penghuni. Kost putri, dikhususkan untuk perempuan. Umumnya kost ini ketat aturan seperti batas jam malam, batas kunjungan tamu ataupun penerimaan tamu. Kost putra, dikhususkan untuk laki-laki. Namun biasanya kost putra tidak terlalu ketat aturan seperti kost putri.

- **Kost campuran**

Penghuni kost campuran ini diisi oleh laki-laki dan juga perempuan. Kost campur biasanya diisi oleh karyawan, namun tidak dipungkiri lagi banyak mahasiswa juga mengisi kost campuran ini. Selain harganya yang lebih murah dan aturannya yang tidak terlalu ketat seperti diperbolehkannya akses keluar masuk 24 jam karena memiliki kunci gerbangnya sendiri.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Persepsi

Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi. Meskipun persepsi sebagian besar merupakan proses kognitif dan psikologis, cara memandang orang dan objek di sekitar akan mempengaruhi komunikasi pula. Seseorang akan merespons secara berbeda terhadap suatu objek atau orang yang dianggap menyenangkan daripada yang dilakukan diri sendiri terhadap sesuatu yang bagi kita dianggap tidak menyenangkan. Tapi bagaimana seseorang dapat menyaring sejumlah besar informasi yang masuk, mengaturnya, dan membuat makna dari apa yang membuatnya melalui filter persepsi ke dalam realitas sosial.

Saat menjalani kehidupan sehari-hari, sebagai makhluk sosial dapat merasakan segala macam orang dan objek, dan kita sering memahami persepsi ini dengan menggunakan pengalaman sebelumnya untuk membantu menyaring dan mengatur informasi yang diterima. Biasanya orang menemukan informasi baru yang mengubah cara pandang berpikir tentang seseorang, kelompok, atau objek. Persepsi

yang dibuat tentang orang lain dan yang dibuat orang lain tentang diri sendiri memengaruhi cara seseorang berkomunikasi dan bertindak.

Adanya pembagian 2 persepsi pada manusia yaitu persepsi pada objek atau lingkungan fisik dan persepsi terhadap manusia itu sendiri. Dikarenakan manusia mempunyai sifat yang dinamis maka persepsi terhadap manusia dianggap menjadi lebih sulit dan lebih kompleks lagi. Manusia dianggap mempunyai sifat yang emosional dan harus lebih berhati-hati dalam menilai karena akan menjadikan resiko yang besar apabila kita tidak mengetahuinya. Ini dikarenakan persepsi yang memproses objek ataupun kejadian kejadian yang dialami atau pun di lingkungan sekitar. Kemudian adanya gambaran yang menjadi perbedaan bagi setiap orang yang menjadi realitas sosial.

Persepsi juga dapat dipengaruhi dari suatu pengharapan karena seseorang biasanya mengharapkan hal yang mereka inginkan terjadi. Setelahnya mereka akan terus mengharapkan informasi tersebut dan memperhatikan dengan detail mengenai informasi yang mereka harapkan dan tidak memperdulikan informasi yang akan membuat pengharapan mereka tidak terpenuhi.

Di dalam persepsi juga emosi menjadi salah satu pengaruh yang paling utama. Karena ketika seseorang sedang merasa senang mereka tidak memperdulikan hal-hal kecil yang padahal itu membuat emosi mereka menurun. Seperti halnya ketika seseorang mendapatkan uang banyak mereka tidak akan terlalu memperdulikan ketika mereka tiba-tiba terpeleset di depan banyak orang. Hal ini dikarenakan ketika seseorang merasa dalam emosi yang baik mereka akan cenderung lebih mudah tersenyum ataupun ramah kepada orang lain dan sebaliknya pula ketika seseorang

sedang merasa suasana hatinya tidak baik akan menjadi seseorang yang mudah tersinggung atau pun akan cepat marah ketika hal-hal yang kecil ditimbulkan dari orang lain (**Mulyana, 2017**).

Manusia menerima informasi melalui kelima inderanya, tetapi bidang persepsi seseorang (di dunia sekitar) mencakup begitu banyak rangsangan sehingga otak kita tidak mungkin memproses dan memahami semuanya. Jadi, saat informasi masuk melalui indera, berbagai faktor memengaruhi apa yang sebenarnya berlanjut melalui proses persepsi. Memilih adalah bagian pertama dari proses persepsi, di mana seseorang memusatkan perhatian pada informasi sensorik tertentu yang masuk. Pikirkan tentang bagaimana, dari banyak kemungkinan rangsangan lain untuk diperhatikan, misalnya seseorang mungkin mendengar suara yang tidak asing di lorong, melihat sepasang sepatu yang ingin dibeli dari Mall, atau mencium sesuatu yang dimasak untuk makan malam saat pulang dari rumah. Orang tersebut dengan cepat memotong dan mendorong ke latar belakang semua jenis pemandangan, bau, suara, dan rangsangan lainnya, tetapi bagaimana orang tersebut memutuskan apa yang harus dipilih dan apa yang harus ditinggalkan.

“Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, persepsi merupakan sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran dari sekeliling dan lingkungan kita”

Adapun penjelasan mengenai persepsi oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi edisi revisi 2017 yang mengatakan bahwa persepsi merupakan inti dari komunikasi yang umumnya dikenal sebagai penyandian-balik atau *decoding* dalam proses komunikasi. Maka dari itu persepsi lah yang dapat

menentukan seseorang memilih suatu informasi dan juga mengabaikan informasi yang lain. Di dalam persepsi seseorang dapat memilih untuk menerima suatu pesan atau mengabaikan pesan yang lain. Untuk membentuk persepsi dibutuhkanlah tahap untuk proses pemilihan pengorganisasian dan penginterpretasian guna membuat sebuah rangsangan yang akan diterima mengenai suatu hal yang akan selanjutnya dapat mengungkapkan pandangan argumen maupun kapan mengenai hal tersebut.

Terdapat syarat untuk terjadinya suatu persepsi seperti yang di dinyatakan oleh **(Walgito, 1989)** yang mempunyai tiga syarat terjadinya persepsi yaitu melalui objek yang akan dipersepsi, lalu adanya reseptor atau indera penerima, dan adanya attention atau perhatian. Dalam hal ini ditentukannya terlebih dahulu mengenai objek yang akan diamati dan objek tersebut diminta untuk memberikan suatu persepsi. Kemudian adanya reseptor yang merupakan peran utama dalam membantu untuk mempelajari tentang lingkungan di sekitar, atau mengenai keadaan lingkungan internal seseorang. Rangsangan dari berbagai sumber, dan dari jenis yang berbeda, diterima dan diubah menjadi sinyal otak sebagai pusat kesadaran dari sistem saraf.

Langkah awal dalam pengadaan persepsi yaitu adanya perhatian dari individu karena jika tanpa adanya perhatian atau *attention* tidak akan terjadinya persepsi. *Attention* atau perhatian membutuhkan objek yang yang bersangkutan oleh individu, setelah dilakukannya *attention* kemudian individu akan mempersepsikan apa yang diterima oleh alat indera nya. Latar belakang seseorang, perbedaan pengalaman, kepribadian, dan juga kebutuhan merupakan salah satu faktor internal

yang berkaitan dalam persepsi. Selain itu adanya suatu ukuran atau intensitas, gerakan, rangsangan, atau suatu hal yang baru merupakan faktor eksternal dari persepsi. Maka dari itu persepsi berkaitan dengan proses seseorang yang dalam melakukan suatu informasi mengenai objek yang akan masuk pada ada dirinya nya pengamatan menggunakan alat indera yang dimiliki.

Berdasarkan pada uraian di sub-bab sebelumnya komunikasi memiliki suatu kajian yaitu persepsi, lalu interpretasi atau penafsiran termasuk dalam inti dari persepsi itu sendiri. Adapun komponen-komponen dari kajian persepsi antara lain:

a. Sensasi (Penginderaan)

Sensasi adalah masukan tentang bagian fisik yang diperoleh oleh reseptor sensorik seseorang, dan persepsi adalah proses dimana otak memilih, mengatur, dan menafsirkan sensasi ini. Sensasi dan persepsi adalah dua proses terpisah yang sangat erat hubungannya. Penginderaan yang sama dapat bervariasi dari satu orang ke orang lain karena otak setiap orang menafsirkan rangsangan secara berbeda berdasarkan pembelajaran, memori, emosi, dan harapan individu tersebut. Reseptor sensorik adalah neuron khusus yang merespons jenis rangsangan tertentu. Ketika informasi sensorik dideteksi oleh reseptor sensorik, sensasi telah terjadi.

Sebagai contoh kejadian sensasi yaitu disaat seseorang berada di suatu restoran, telinga sebagai reseptor menangkap suara orang sedang bernyanyi, lalu hidung menghirup wangi makanan, dan saat itulah terjadinya proses sensasi saat pengindraan seseorang yang dapat mengubah informasi menjadi sebuah rangsangan saraf yang dapat dimengerti oleh otak dengan mudah melalui proses transduksi atau

sebuah proses impuls syaraf dan diterukan ke otak. Sensasi dapat ditangkap melalui alat indera dan merujuk pesan yang dikirimkan ke otak melalui indera-indera di bawah ini:

- Mata, merupakan bagian dari indera penglihatan yang menerima rangsangan dan dapat menginterpretasikan penyampaian suatu pesan nonverbal pada otak.
- Telinga merupakan bagian dari indera pendengaran, untuk mendengarkan bunyi disekitar dan merupakan alat keseimbangan untuk manusia dalam mendengar. Telinga dalam sensasi digunakan untuk menyampaikan pesan nonverbal ke otak yang selanjutnya akan di maknai atau diinterpretasikan melalui suara yang dapat diperhatikan dari segala arah.
- Hidung merupakan bagian dari indera penciuman yang memiliki rangsangan ke otak dengan memberikan efek bahwa ketika penciuman terdeteksi oleh reseptor, lalu otak menempatkan wangi tersebut untuk mengidentifikasi dan persepsi.
- Kulit merupakan bagian dari indera peraba. Didalam otak, saat kulit menerima rangsangan, informasi tersebut akan diolah dan diterima untuk diterjemahkan.
- Lidah merupakan bagian dari indera pengecap dan juga perasa, yang memiliki reseptor.

Yang menjadi faktor paling penting dalam sensasi ini adalah fungsi alat indra karena untuk mempermudah penerimaan informasi. Seperti yang dikatakan oleh Lefrancois yang dikutip oleh Deddy Mulyana jika manusia tidak mempunyai alat indra hal ini sama saja mereka seperti rumput karena mereka hanya dapat menerima cahaya ataupun humiditas. Maka dari itu pentingnya alat indra untuk memperoleh pengetahuan bagi manusia untuk mempermudah berinteraksi kepada lingkungan

sekitarnya. Sensasi juga dikaitkan dengan stimulus atau rangsangan hal ini karena apapun yang menyentuh alat indra itu merupakan hasil stimulus. Ketajaman dari sensasi juga dapat di lihat melalui faktor personal nya. Ketika faktor dari personal tersebut berbeda dengan orang lain maka kapasitas dari alat indranya pun berbeda yang disebabkan dari perbedaan pengalaman ataupun budaya.

b. Atensi (Perhatian)

Atensi merupakan proses dalam persepsi yang tidak dapat dihindarkan, sederhananya seseorang akan memperhatikan suatu kejadian terlebih dahulu yang membuat sebuah rangsangan sebelum pemberian respon atau menafsirkan kejadian tersebut. Rangsangan ini menjadi bagian yang sangat penting karena merupakan hal untuk menarik perhatian atau atensi seseorang, jika tidak adanya rangsangan seseorang tidak akan dapat tertarik perhatiannya. Apabila rangsangan tersebut dianggap tidak menarik, individu pada umumnya tidak akan tertarik dan cenderung akan mengabaikannya.

Seseorang cenderung memperhatikan informasi yang menonjol ataupun yang memang dapat berpotensi agar orang tersebut tertarik dan memperhatikannya. Atensi merupakan sejauh mana sesuatu dapat menarik perhatian seseorang dalam konteks tertentu. Hal-hal yang dapat menarik perhatian dapat bersifat abstrak seperti sebuah konsep ataupun objeknya. Seringkali rangsangan yang sesuai dan memenuhi dengan kebutuhan seseorang akan tertarik, tetapi terkadang seseorang menemukan hal yang menarik namun belum tentu memenuhi kebutuhan. **(Geoffrey Alleyne, 2017)**

Kenneth E. Andersen menegaskan bahwa atensi atau perhatian merupakan dari proses seseorang ketika stimulus menjadi hal yang paling utama atau menonjol saat seseorang dalam keadaan sadar ketika stimulus lainnya melemah. Dapat dikatakan terjadinya proses atensi ini ketika seseorang dapat mengkonsentrasikan dirinya untuk melihat suatu kejadian dengan salah satu alat indra nya sedangkan menyampingkan stimulus dari alat indra yang lain.

c. Interpretasi (Penafsiran)

Interpretasi adalah bagian ketiga dari proses persepsi, di mana individu memberikan makna pada pengalamannya menggunakan struktur mental yang dikenal sebagai skema. Skema seperti sekumpulan data atau informasi yang tersimpan, informasi terkait yang akan digunakan untuk menafsirkan pengalaman baru. Intepretasi digunakan untuk menafsirkan perilaku orang lain dan membentuk kesan mengenai tentang siapa dirinya secara pribadi. Hasil akhir dari informasi yang didapat oleh seseorang dalam intepretasi akan diubah kembali untuk menjadikan sebuah pola pikir untuk memberikan tanggapan pada objek yang sedang dilihat, didengar ataupun dirasakan.

Dalam interpretasi terkadang ada beberapa titik didalam hidup manusia yang dapat membuat frustasi ataupun gangguan yang berputar dalam otak yaitu mengenai pemilihan informasi, pesan ataupun objek yang telah didapatkan. Namun saat seseorang mampu menyesuaikan skema atau pesan yang telah ada menjadi salah satu tanda kompleksitas kognitif dan merupakan bagian yang penting dalam kompetensi komunikasi. Maka dari itu, proses dalam menginterpretasikan sedikit

menantang namun menjadi waktu untuk belajar dan berkembang karena interpretasi dapat mempengaruhi perilaku seseorang.

Manusia yang memiliki sifat dinamis menjadikan persepsi dianggap lebih sulit dan kompleks. Setelah membahas dalam uraian di atas proses persepsi diawali oleh tahap perhatian atau *selection* pada informasi yang telah didapat. Selanjutnya, informasi tersebut akan diseleksi atau diorganisir dan kemudian akan ditafsirkan oleh individu tersebut, lalu dipahami kembali mengenai makna dari informasinya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sebagai suatu landasan untuk menelaah masalah yang sudah dirancang oleh peneliti seperti yang ada pada pertanyaan masalah maka dari itu diperlukannya sebuah kerangka pemikiran yang berisi mengenai teori ataupun pendapat dari para ahli yang telah diuji kebenarannya seperti halnya teori yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

Persepsi menjadi salah satu komponen yang penting dalam komunikasi. Persepsi dikatakan menjadi hal yang penting karena persepsi merupakan inti dari suatu proses komunikasi atau terjadinya komunikasi. Berkaitannya penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa Mengenai Kost Per-Jam Melalui Grup *Facebook* maka dari itu perlunya suatu kajian mengenai tolak ukur yang digunakan yaitu suatu data mendalam terkait persepsi. Persepsi dalam kehidupan sehari-hari sering kali terlihat terhadap realitas dunia.

Persepsi dapat ditingkatkan dengan menyadari bagaimana skema, kekuatan bersosialisasi, ramalan yang terpenuhi dengan sendirinya, dan pola berpikir negatif dapat mendistorsi kemampuan kita untuk menggambarkan dan mengevaluasi diri kita sendiri. Bagaimana seseorang memandang orang lain dapat ditingkatkan dengan mengembangkan keterampilan mendengarkan dan empati yang lebih baik, menjadi sadar akan stereotip dan prasangka, mengembangkan kesadaran diri melalui refleksi diri, dan terlibat dalam pemeriksaan persepsi. **(Geoffrey Alleyne, 2017)**

“Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, persepsi merupakan sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran dari sekeliling dan lingkungan kita”

Timbulnya suatu persepsi dikarenakan adanya dua faktor yaitu melalui internal maupun eksternal. Dalam proses untuk memahami persepsi tergantung pada faktor internal nya yang mana sesuatu di dalamnya terdapat nilai tujuan kepercayaan dan tanggapan terhadap hasil yang ingin dicapai. Selanjutnya adanya faktor eksternal yang merupakan lingkungan sekitar. Pokok dasar dalam memahami persepsi terletak pada bagian pengenalan maka persepsi dikatakan sebagai suatu penafsiran yang dianggap unik terhadap situasi dan konsep mengingat atau pencatatan yang benar terhadap suatu situasi.

Persepsi pada dasarnya bersifat kompleks tentang pesan yang akan memasuki otak, bisa saja saat kejadian atau informasi yang dilihat menjadi sangat berbeda pada saat memssuki otak. Dalam memahami komunikasi, perlunya mempelajari

mengapa pesan dapat memiliki perspektif yang berbeda, dan hal tersebut ada pada kajian persepsi.

Sensasi termasuk kedalam kajian-kajian persepsi, yang singkatnya merupakan proses menangkap stimuli atau rangsangan dari suatu pesan. Lalu adapula atensi yang merupakan suatu perhatian atau memproses informasi kecil dari informasi secara luas, karena sebelum melakukan suatu penafsiran atau respon, harus dilakukannya atensi atau perhatian dahulu mengenai peristiwa tersebut. Kemudian, ada interpretasi yang mana ini juga termasuk dalam kajian persepsi, interpretasi merupakan tahap penafsiran pesan dengan teoritis pada suatu objek atau pesan dan pengetahuan mengenai 'nyatanya' pesan atau objek tersebut.

Atensi juga termasuk dalam proses persepsi dikarenakan atensi ini tidak dapat dihindari karena hal yang paling awal sebelum seseorang yang mendapatkan suatu informasi atau menafsirkan pesannya maka lebih dulu melihat rangsangan atau kejadian tersebut agar yang nantinya akan menjadi proses atensi. Atensi juga dapat menarik perhatian seseorang namun jika respon tersebut dianggap tidak terlalu menarik maka seseorang cenderung akan tidak memperdulikannya dan lebih memilih rangsangan atau stimulus lainnya.

Interpretasi adalah tindakan menjelaskan, membingkai ulang, atau menunjukkan pemahaman tersendiri mengenai sesuatu. Seseorang yang menerjemahkan satu bahasa ke bahasa lain disebut juru bahasa karena mereka menjelaskan apa yang dikatakan seseorang kepada seseorang yang tidak mengerti. Interpretasi mengharuskan individu untuk terlebih dahulu memahami suara, teks, bahasa, atau ide, dan kemudian memberikan penjelasan tentangnya. Seperti halnya

google search yang dapat menghasilkan banyak data, tetapi akan memerlukan interpretasi dari seseorang terhadap data tersebut agar orang dapat memahaminya dengan lebih mudah.

Dari beberapa kajian persepsi diatas, yang meliputi sensasi sebagai alat indera, atensi sebagai suatu proses dalam pengolahan informasi dari sensasi yang telah didpaatkan, lalu interpretasi sebagai proses penafsiran atau pemaknaan dari hasil sensasi dan juga atensi yang akan menghasilkan proses informasi menjadi lengkap. Terdapat konsep persepsi yang disampaikan yaitu diperlukannya gambaran batasan, dan juga ruang lingkup persepsi, dimulai adanya stimulus sampai seterusnya. Menurut Rakhmat (seperti dikutip dalam Ririn, 2018) adanya unsur-unsur yang meliputi perhatian, fungsional, struktural dan juga memori.

a. Perhatian

Menurut Kenneth E. Andersen (seperti dikutip dalam **(Rakhmat, 2013)**) menyatakan bahwa perhatian merupakan suatu proses mental di saat stimulus atau rangsangan yang menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya menurun. Perhatian dapat terjadi jika seseorang mengkonsentrasikan dirinya dengan alat inderanya lalu menerima informasi lainnya melalui alat indera lainnya. Dalam unsur perhatian terdapat faktor eksternalnya guna menarik perhatian yaitu melalui gerakan, intensitas, stimuli, kebaruan, dan pengulangan. Selanjutnya ada faktor internal untuk menarik perhatian namun terbagi lagi menjadi faktor biologis dan faktor sosiopsikologis,

- Faktor biologis merupakan suatu kebutuhan individu seperti halnya seseorang merasa sedang lapar dan pikirannya akan didominasi oleh makanan. Maka dari itu menurut orang yang sedang lapar yang dapat menarik perhatiannya adalah sebuah makanan saja. Sedangkan orang yang sudah merasa kenyang akan kebalikannya yaitu menaruh perhatian pada hal yang lain bukan makanan.
- Sedangkan faktor sosiopsikologis merupakan sikap, kebiasaan, dan juga kemauan yang mempengaruhi apa yang orang perhatikan. Dalam faktor ini juga terdapat Bagaimana latar belakang kebudayaan pengalaman dan juga pendidikan yang dapat menentukan apa yang kita perhatikan. Seperti halnya disaat mahasiswa komunikasi berbicara cara dengan orang yang penting mereka akan memperhatikan, bagaimana orang tersebut berbicara dengan wibawanya, dan juga bagaimana berkomunikasi yang baik disaat menjadi orang “tinggi”.

b. Fungsional

Dalam unsur fungsional berasal dari kebutuhan pengalaman di masa lalu dan hal yang termasuk dengan apa yang disebut faktor personal atau pribadi. Karakteristik seseorang yang yang dapat memberikan respon pada stimulus merupakan salah satu hal yang dapat menentukan persepsi. Dikatakan persepsi bersifat selektif secara fungsional artikan sebagai objek yang mendapat suatu tekanan dalam persepsi seseorang umumnya objek tersebut dapat memenuhi tujuan individu atau seseorang yang akan melakukan persepsi. Dalam faktor fungsional terdapat kerangka rujukan yang mempengaruhi persepsi lazim. Kerangka rujukan ini mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada informasi atau pesan yang akan diterimanya.

c. Struktural

Unsur struktural berasal dari sifat stimulus fisik dan hasil saraf yang ditimbulkan oleh sistem saraf individu. Dalam teori Gestalt, di saat seseorang mempersepsi sesuatu seseorang dapat mempersepsi nya dengan keseluruhan. Seperti yang dimaksud dengan kotler Ketika seseorang ingin memahami suatu kejadian atau informasi keseluruhan ia tidak dapat melihat fakta-fakta secara terpisah maka dari itu tu keseluruhan dan melihat konteksnya lingkungannya ataupun masalah yang sedang dihadapinya,

d. Memori

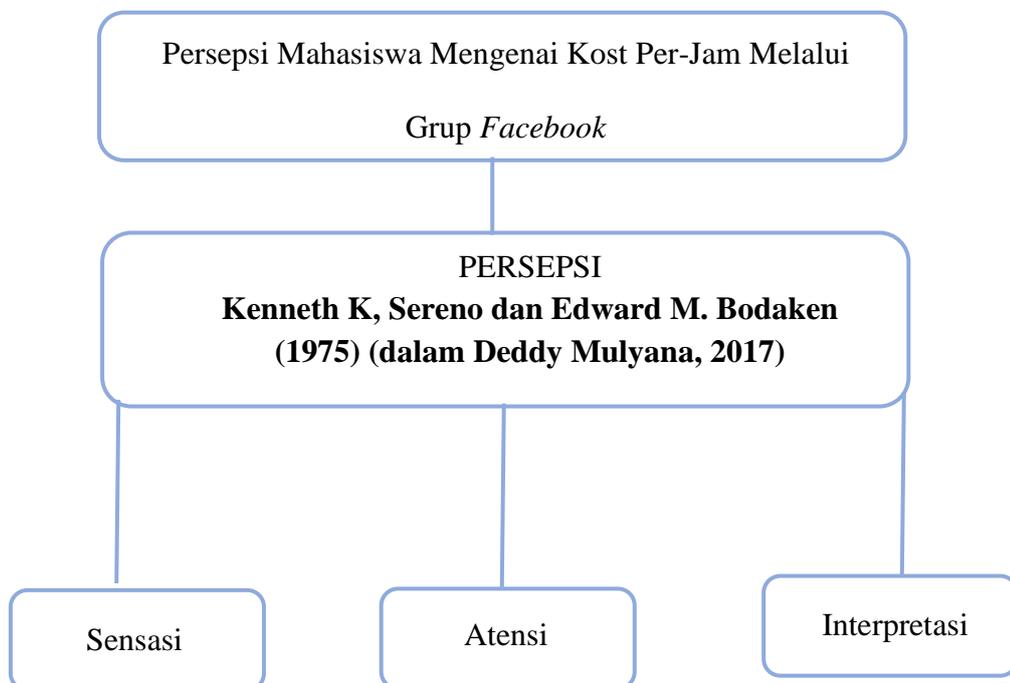
Dalam kajian komunikasi intrapersonal memori merupakan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi persepsi maupun cara berfikir. Saat mempelajari memori seseorang dapat membawa psikologi kognitif pada model manusia sebagai pengolah informasi. Stimulus setiap harinya bahkan setiap saat selalu mengenai alat indra manusia stimulus itu secara sadar atau tidak sadar akan direkam. John Griffith ahli matematika menjelaskan bahwa adanya 100 triliun bit rata-rata kemampuan manusia untuk menyimpan informasi. Sederhananya memori melalui tiga Proses yaitu perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan.

Perekaman merupakan pencatatan kumpulan informasi yang yang dilalui oleh reseptor alat indera dan saraf internal. Penyimpanan merupakan proses yang kedua dalam menentukan Berapa lama informasi itu itu ada dan bentuknya apa serta dimana. Penyimpanan ini dapat aktif maupun pasif karena jika menyimpan secara aktif seseorang akan menambahkan informasi tambahan lainnya, sedangkan secara

pasif tidak terjadinya penambahan. Pemanggilan atau dengan bahasa sehari-hari dikenal dengan mengingat kembali atau mengingat ulang yang merupakan Penggunaan informasi yang telah disimpan.

Berdasarkan pada uraian di atas kerangka pemikiran yang dapat dibuatkan bagan secara singkat sebagai berikut:

Tabel 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Deddy Mulyana (2017), dan olahan Peneliti 2021