

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Dalam melakukan peninjauan untuk membahas laporan mengenai persepsi dengan tema varian baru Covid-19, peneliti melakukan observasi penelitian terdahulu mengenai judul variabel yang serupa dan melakukan peninjauan objek agar mendapatkan data yang relevan untuk melakukan penulisan laporan penelitian.

Peneliti mengutip beberapa referensi sebagai rujukan dari penelitian saat ini yang dilakukan agar mendapatkan gambaran dan keterkaitan laporan masalah, berikut penelitian terdahulu menggunakan judul variabel yang serupa:

1. Penelitian terdahulu pertama dengan judul **“Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin Covid-19 Di Sumatera Selatan”** yang di tulis oleh **Zisi Lioni Argista** pada tahun 2021, penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menggunakan desain *cross sectional*, dan melakukan teknik pengumpulan data dengan metode *sampling* sebanyak 440 dan wawancara langsung serta pengisian kuisisioner secara online melalui aplikasi goggle form.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap vaksin covid-19 di Provinsi Sumatera Selatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berusia mulai dari 18-25 tahun, yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan

dan bermayoritas pendidikan terakhir SMA. Dari seluruh responden tersebut kebanyakan mempunyai pengetahuan yang tidak baik mengenai vaksin covid-19, selanjutnya responden tidak pernah terinfeksi covid-19. Dan mayoritas responden mungkin akan mengikuti vaksinasi covid-19 yang dilaksanakan oleh pemerintah, demi Indonesia yang sehat dan sejahtera

Penelitian terdahulu tentunya akan memiliki perbedaan pembuatan laporan dengan peneliti saat ini, perbedaan terletak pada objek, pada penelitian Zisi Lioni Argista lebih berfokus pada masyarakat provinsi secara keseluruhan sedangkan peneliti mengerucut pada satu daerah yang berada di Kabupaten Bandung,

Persamaan pada penelitian ini terletak pada faktor persepsi masyarakat mengenai Covid-19 serta teknik pengumpulan data menggunakan metode yang serupa.

2. Penelitian terdahulu kedua dengan judul **“Persepsi Masyarakat Terhadap Berita-Berita Covid-19 Di Media Sosial Facebook (Studi Desa Sungai Puar Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari)** yang di tulis oleh Dhea Mailana Wahyuni pada tahun 2021, penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara singkat atau Rapid Assessment Procedures (RAP) dengan metode wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah dengan jenis pertanyaan terbuka.

Bertujuan untuk mengetahui apa saja bentuk berita-berita Covid-19 di Media Sosial Facebook serta persepsi masyarakat dan efek berita-berita Covid-19 di media sosial Facebook terhadap masyarakat.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa Facebook setiap harinya memberikan informasi baru terkait Covid-19. Efek positif yang dirasakan masyarakat adalah sangat membantu mereka dalam mendapatkan informasi terkait Covid-19, informasi yang ingin dilihat terasa mudah untuk di dapat, serta berita tersebut bisa disimpan sehingga dapat disebarakan kepada orang terdekat. Tidak hanya itu masyarakat Desa Sungai Puar sangat terfasilitasi dengan adanya informasi berita di media sosial Facebook karena informasi yang diberikan berupa edukasi tentang Covid-19. Selain berefek positif bagi masyarakat ada juga yang berefek negative bagi masyarakat Desa Sungai Puar yaitu dalam hal kesehatan mental pada masa awal-awal Covid-19 viral di Facebook.

Penelitian terdahulu tentunya akan memiliki perbedaan pembuatan laporan dengan peneliti saat ini, perbedaan terletak pada objek. pada penelitian Dhea Mailana Wahyuni lebih berfokus pada persepsi masyarakat terhadap berita-berita Covid-19 di Media Sosial Facebook. Sedangkan, peneliti mengerucut pada satu daerah yang berada di Kabupaten Bandung dengan fokus vaksinasi.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada faktor persepsi mengenai vaksin dan menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang serupa yaitu observasi dan wawancara kepada informan.

3. Penelitian terdahulu ketiga dengan judul **“Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang”** yang di tulis oleh **Nazla Irwani** pada tahun 2021, penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, dan melakukan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam.

Tujuan Studi ini yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penerapan protocol kesehatan pada masa pandemic Covid-19 di Desa Baru Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan tidak diterapkan dengan baik oleh masyarakat meskipun mereka memahami bahwa virus corona itu ada dan berbahaya.

Penelitian terdahulu tentunya akan memiliki perbedaan pembuatan laporan dengan peneliti saat ini, perbedaan terletak pada objek, pada penelian Nazla Irwani lebih berfokus pada persepsi masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan. Sedangkan, peneliti lebih berfokus pada persepsi masyarakat tentan varian baru Covid-19.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada faktor persepsi masyarakat mengenai Covid-19 dan menggunakan metode kualitatif.

Tabel 2.1
Tabel Review Penelitian Sejenis

No	Nama	Judul	Metodelogi Penelitian	Hasil Penelitian	Analisis Perbedaaam
1	(Argista, Zisi Lioni & Sitorus, Rico Januar, 2021)	Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin Covid-19 Di Sumatera Selatan	Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menggunakan desain <i>cross sectional</i> , dan melakukan teknik pengumpulan data dengan metode <i>sampling</i> sebanyak 440 dan wawancara langsung serta pengisian kuisioner secara online melalui aplikasi goggle form.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berusia mulai dari 18-25 tahun, yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dan bermayoritas pendidikan terakhir SMA. Dari seluruh responden tersebut kebanyakan mempunyai pengetahuan yang tidak baik mengenai vaksin covid-19,selanjutnya responden tidak pernah terinfeksi covid-19. Dan mayoritas responden mungkin akan mengikuti vaksinasi covid-19 yang dilaksanakan oleh pemerintah, demi Indonesia yang sehat dan sejahtera	Perbedaan terletak pada objek, pada penelitian Zisi Lioni Argista lebih berfokus pada masyarakat secara keseluruhan sedangkan peneliti mengerucut pada satu daerah yang berada di Kabupaten Bandung,
2	(Wahyuni, Dhea Mailana, 2021)	Persepsi Masyarakat Terhadap Berita-Berita Covid-19 Di Media Sosial Facebook (Studi Desa Sungai Puar Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari	penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara singkat atau Rapid Assessment Procedures (RAP) dengan metode wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah dengan jenis pertanyaan terbuka	Hasil penelitian menyebutkan bahwa Facebook setiap harinya memberikan informasi baru terkait Covid-19. Efek positif yang dirasakan masyarakat adalah sangat membantu mereka dalam mendapatkan informasi terkait Covid-19, informasi yang ingin dilihat terasa mudah untuk di dapat, serta berita tersebut bisa disimpan sehingga dapat	Perbedaan pembuatan laporan dengan peneliti saat ini, perbedaan terletak pada objek. pada penelitian Dhea Mailana Wahyuni lebih berfokus pada persepsi masyarakat terhadap berita-berita Covid-19 di Media Sosial Facebook. Sedangkan, peneliti mengerucut pada satu daerah yang berada di Kabupaten Bandung dengan

No	Nama	Judul	Metodelogi Penelitian	Hasil Penelitian	Analisis Perbedaam
				disebarkan kepada orang terdekat. Tidak hanya itu masyarakat Desa Sungai Puar sangat terfasilitasi dengan adanya informasi berita di media sosial Facebook karena informasi yang diberikan berupa edukasi tentang Covid-19 Selain berefek positif bagi masyarakat ada juga yang berefek negative bagi masyarakat Desa Sungai Puar yaitu dalam hal kesehatan mental pada masa awal-awal Covid-19 viral di Facebook	fokus vaksinasi
3	(Nazla Irwani, 2021)	Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang	Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, dan melakukan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan tidak diterapkan dengan baik oleh masyarakat meskipun mereka memahami bahwa virus corona itu ada dan berbahaya	Perbedaan terletak pada objek, pada penelitian Nazla Irwani lebih berfokus pada persepsi masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan. Sedangkan, peneliti lebih berfokus pada persepsi masyarakat tentang varian baru Covid-19.

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Persepsi

1. Definisi Persepsi

Kerangka konseptual merupakan landasan teori yang mendukung relevansi mengenai judul yang dijadikan sebagai pembahasan yaitu. Persepsi merupakan bagian tindakan penafsiran informasi yang ada pada setiap lingkungan dengan melibatkan faktor seperti indera pada manusia (Penciuman, penglihatan dan pendengaran) yang mendominasi analisa pada persepsi yang sedang terjadi, pada dasarnya persepsi itu sendiri terbentuk karena adanya hubungan dengan kepekaan manusia atau meliputi system saraf dan terjadi karena di luar kesadaran manusia itu sendiri.

Dalam (**Walgito, 2010**) persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Persepsi juga merupakan aktivitas integred dalam diri individu.

Dalam (**Telford et al., 2008**) persepsi adalah aktivitas mempersepsikan orang lain dan apa yang membuat seseorang dikenali. Melalui persepsi, individu berusaha mencari tahu tentang orang lain. Persepsi juga dapat diartikan pembelajaran terhadap bagaimana individu membentuk kesan dan membuat kesimpulan tentang orang lain.

Dalam (**Sarwono, 2011**) Persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi indrawi. Dalam psikologi persepsi juga dapat diartikan sebagai proses perolehan, penafsiran, dan pengaturan informasi indrawi tentang orang lain. Apa yang diperoleh, ditafsirkan,

dipilih, dan diatur adalah informasi indrawi dari lingkungan sosial serta menjadi fokusnya adalah orang lain.

Dalam (**Zamroni, 2013**) berpendapat bahwa persepsi adalah proses individu dapat mengenali objek atau fakta objektif dengan menggunakan alat individu. Persepsi seseorang terhadap sesuatu objek tidak berdiri sendiri akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar dirinya.

Dalam (**Kotler & Keller, 2016**) persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan mengenai persepsi merupakan dapat ditarik kesimpulan persepsi merupakan proses dari setiap individu dalam mengenali objek atau fakta objektif terhadap sesuatu yang merangsang panca indera dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

2. Masalah Persepsi

Menurut **Judy. C Pearson** dan **Paul E.Nelson** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** dan dikutip oleh (**Deddy Mulyana, 2010**) menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu; seleksi, organisasi dan interpretasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, Deddy Mulyana masih dalam buku yang sama menyimpulkan bahwa “Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera manusia (indera peraba, pencium, penglihatan dan pendengar), atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan”.

Menurut pengertian tersebut, ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi, di antaranya:

1) Sensasi

Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indera. Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Persepsi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan. Semua indera mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecap, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi.

2) Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar. Atensi dipengaruhi oleh dua faktor:

A. Faktor Eksternal, faktor yang dipengaruhi oleh luar individu:

- a) Atribut objek.
- b) Gerakan secara visual tertarik kepada objek yang bergerak.

- c) Intensitas stimuli, kita akan memerhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain.
- d) Kebaruan, hal-hal yang baru dan luar biasa, yang beda, akan menarik perhatian.
- e) Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.

B. Faktor internal, faktor yang dipengaruhi dalam diri pribadi seseorang.

- a) Faktor-faktor biologis, hal-hal yang bersifat biologis atau sesuatu hal yang menjadi kebutuhan dalam manusia.
- b) Faktor-faktor sosiopsikologis, faktor yang bersifat psikologis atau yang berkaitan dengan jiwa seseorang yang terkait dengan kebutuhan-kebutuhan sosial seperti motif atau kebiasaan.

3) Interpretasi

Interpretasi adalah proses terpenting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mepersepsi suatu objek yang dipersepsi. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian, maka akan dipersepsi positif, dan demikian sebaliknya. Selain itu, adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun

negatif. Pada dasarnya persepsi berguna untuk memahami suatu objek dan persepsi orang lain melalui panca indera yang kita miliki karena pada saat seseorang melakukan komunikasi dengan yang lain maka akan menumbuhkan sikap yang akan kita amati tanpa disadari namun dapat memahami bicara komunikasi yang dilakukan.

3. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut (Walgito, 2010) ada dua macam yaitu faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi persepsi berkaitan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, syaraf atau pusat susunan syaraf, kepribadian dan pengalaman penerimaan diri serta keadaan individu pada waktu tertentu.

2) Faktor Eksternal

Faktor ini digunakan untuk obyek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan akan turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

- b. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- c. Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- d. Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- e. Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Sementara (**Sarwono, 2011**), mengatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

- 1) Perhatian, tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada disekitarnya sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Fokus perhatian antara satu dengan yang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- 2) Kesiapan mental seseorang terhadap ransangan yang akan timbul

- 3) Kebutuhan, kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi bagi tiap individu.
- 4) Sistem penilaian, sistem penilaian yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh terhadap persepsi.
- 5) Tipe kepribadian, pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh individu satu dengan yang lain atau dengan satu kelompok dengan kelompok yang lain.

(**Thoha, 2004**), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang adalah:

- 1) Psikologi

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologis. Contohnya seseorang yang biasanya berpakaian biasa saja akan terlihat aneh ketika melihat Wanita yang bercadar.

- 2) Family (keluarga)

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah keluarganya, keluarga disini termasuk ayah, ibu dan saudara dekat merupakan seseorang yang dapat membuat pengaruh bagi anaknya. Persepsi yang ditimbulkan oleh keluarga dapat membuat perilaku ikutikutan oleh anaknya. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus didalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan

persepsi-persepsi yang diturunkan kepada anaknya. Contohnya orang tua yang biasa berpakaian muslimah baik diluar maupun dalam rumah akan diajarkan kepada anaknya berpakaian muslimah.

3) Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat didalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini. Contoh Orang Amerika yang berpakaian bebas, tidak begitu halnya bagi masyarakat Indonesia khususnya Aceh.

Sedangkan **Robbins (dalam Yazid & Ridwan, 2017)** mengemukakan terdapat faktor yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

1) Individu yang bersangkutan

Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya, maka akan dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimiliki seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, pengetahuan, dan harapannya.

2) Sasaran dari persepsi

Sasaran dari persepsi dapat berupa orang, benda, ataupun aktivitas. Sifat-sifat itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlihat.

3) Situasi

Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian. Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi seseorang.

Persepsi juga memiliki faktor pada uraian di atas karena akan terdapat pengaruh yang akan meliputi penelusuran mengenai objek yang dilihat sama namun setiap individu memiliki nilai persepsinya masing-masing karena sudah dibekali dengan informasi pengetahuan, pengalaman dan proses pembelajaran sebelumnya.

2.1.2.2 Covid-19

Menurut **(Panji et al., 2020)**, epidemiolog Universitas Padjadjaran dalam artikelnya yang dipublikasikan Majalah Tempo pada 30 Mei 2020 mengingatkan tentang risiko ledakan kasus Covid-19 yang akan selalu ada, antara lain yang berisi: 1) kasus yang menjadi sumber penularan; dan 2) orang rentan yang menjadi sasaran penularan. Menurut Hadisumarto, bahaya Covid-19 akan semakin meningkat dan belum berkurang secara signifikan, kasus Covid-19 ini bisa berkurang apabila telah ditemukannya vaksin yang digunakan 60% populasi rentan. Demikian hal ini sesuai dengan pemerintah dan WHO, Hadisoemarto menambahkan tentang kebutuhan akan sistem surveilans dan pemeriksaan laboratorium yang kuat.

2.1.2.3 Dampak Omicron

Ahli Mikrobiologi Klinik Fakultas Kedokteran Unsoed dr Nia Krisniawati, Sp.MK. (2022) memaparkan dampak varian Omicron.

1. Dampak terhadap insidensi penyakit

Omicron terus menyebar secara global dan telah diidentifikasi di sebagian besar negara di enam wilayah WHO. Secara global, selama pekan 14 hingga 20 Februari 2022, jumlah kasus baru Covid-19 turun 21 persen dibandingkan dengan minggu sebelumnya. Jumlah kasus kematian menunjukkan tren menurun (8 persen).

2. Dampak terhadap transmisi (penularan)

Analisis berdasarkan metode yang digunakan oleh Campbell et al, dan yang berfokus pada negara-negara dengan data genom sekuensing yang diunggah ke GISAID (Global Initiative on Sharing Avian Influenza Data) pada 18 Februari, menemukan keunggulan tingkat replikasi (tingkat pertumbuhan) Omicron dibandingkan Delta di semua negara. Tingkat reinfeksi (infeksi berulang) dilaporkan lebih tinggi pada Omicron dibandingkan dengan Delta: 13,6 persen vs 10,1 persen di United Kingdom, dan 31 persen vs 21 persen di Denmark.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Ilmu Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi merupakan peran utama dalam menjalani kehidupan sehari-harinya antar satu individu dengan yang lainnya, komunikasipun bukan hanya batasan mengobrol biasa saja, komunikasi itu tidak ada batasannya karena berguna dalam penyebaran informasi dalam bentuk apapun. Dalam istilah komunikasi ada yang disebut komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan, bentuk penyampaian komunikasipun dapat diberikan melalui petunjuk simbol, slogan dan tema produk.

Dalam (**Hikmat, 2011**) bukunya Etikan & Hukum pers menyatakan bahwa komunikasi adalah “Proses mengubah perilaku orang lain (*communication in he process to modify the behafior of orthe individuals*)”.

Dalam (**Effendy, 2015**) bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek yaitu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Dalam (**Robbins, Stephen P., 2016**) menyebutkan bahwa Komunikasi membantu perkembangan motivasi dengan menjelaskan kepada para karyawan apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka bekerja, dan apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja yang di bawah standar

Berdasarkan definisi ilmu komunikasi yang telah diuraikan maka komunikasi merupakan faktor penyampaian perintah atau informasi yang dapat bersifat lisan maupun secara langsung dengan tujuan yang berbeda sebagai bagian dari motivasi kepada seseorang, meminimalisir kesalahan dan mencapai tujuan yang diharapkan bagi kehidupan.

2. Unsur Komunikasi

Dari pendapat di atas, bisa disimpulkan bahwa komunikasi bisa terjadi karena adanya beberapa unsur yang terkait untuk membangun sebuah komunikasi.

Berikut ini unsur pembangun komunikasi:

a. Sumber

Yaitu pusat informasi atau pengirim informasi. Komunikasi yang terjadi pada kita, bisa dari satu orang atau lebih (kelompok) misalnya

sebuah organisasi, perkumpulan dsb. Sumber komunikasi disebut juga komunikator.

b. Penerima

Yaitu pihak dimana ia menjadi tujuan untuk dikirim pesan atau info oleh sumber (komunikator). Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Penerima juga bisa disebut komunikan.

c. Pesan

Adalah informasi yang disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima (komunikan). Pesan tersebut bisa disampaikan dengan secara langsung atau melalui media komunikasi yang tersedia.

d. Media

Yaitu alat yang digunakan dalam berkomunikasi untuk mengirim pesan (informasi) dari sumber kepada penerima.

e. Efek

Yaitu sebuah pengaruh yang dipikirkan dan dirasakan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Yang kemudian akan mempengaruhi sikap seseorang dalam menelaah pesan.

f. Umpan Balik

Yaitu sebuah bentuk tanggapan balik dari penerima setelah memperoleh pesan yang diterima.

3. Jenis Komunikasi

Dalam (Arni, 2016) membagi komunikasi ke dalam beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal bentuk yang paling umum digunakan dalam organisasi. Oleh karena itu penting bagi seseorang pemimpin untuk mengetahui lebih banyak mengenai komunikasi verbal. Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata baik yang dinyatakan secara lisan maupun secara tertulis. Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus dari manusia. Tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan bermacam-macam arti melalui kata-kata. Kemampuan menggunakan komunikasi verbal secara efektif sangat penting, karena dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasian tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku untuk mencapai tujuan. Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tertulis. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar yang dipengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tertulis apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan dalam simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bias dibaca, kemudian dikirimkan pada karyawan yang dimaksudkan. Didalam

organisasi, terdapat bermacam-macam tipe dari komunikasi lisan seperti: instruksi, penjelasan, laporan lisan, pembicaraan untuk mendapatkan persetujuan kebijaksanaan, memajukan penjualan dan menghargai orang lain dalam organisasi. Sedangkan dalam komunikasi tertulis ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, seperti penampilan komunikasi dan pemilihan kata yang digunakan.

b. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal sama pentingnya dengan komunikasi verbal karena keduanya itu saling bekerja sama dalam proses komunikasi. Dengan adanya komunikasi nonverbal dapat memberikan penekanan, pengulangan, melengkapi dan mengganti komunikasi verbal, sehingga lebih mudah ditafsirkan maksudnya. Yang dimaksud dengan komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan. Atau dapat juga dikatakan bahwa semua kejadian di sekeliling situasi komunikasi yang tidak berhubungan dengan katakata yang diucapkan atau dituliskan. Dengan komunikasi nonverbal orang dapat mengekspresikan perasaannya melalui ekspresi wajah, nada atau kecepatanberbicara. Tanda-tanda komunikasi nonverbal belumlah dapat diidentifikasi seluruhnya tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa cara seseorang duduk, berdiri, berjalan, berpakaian, semuanya menyampaikan informasi pada orang lain. Tiap gerakan yang

seseorang dapat menyatakan asal kita, sikap kita, kesehatan atau bahkan keadaan psikologis seseorang. Arti dari sebuah komunikasi verbal dapat diperoleh melalui hubungan komunikasi verbal dan nonverbal. Atau dengan kata lain komunikasi verbal akan lebih mudah diinterpretasikan maksudnya dengan melihat tanda-tanda nonverbal mengiringi komunikasi verbal tersebut.

c. Komunikasi dari atas ke bawah

Komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dimulai dari manajemen puncak kemudian mengalir ke bawah melalui tingkatan-tingkatan manajemen sampai ke karyawan lini dan personalia paling bawah. Maksud utama komunikasi ke bawah adalah untuk memberi pengarahan, informasi, instruksi, nasehat/saran dan penilaian kepada bawahan serta memberikan informasi kepada para anggota organisasi tentang tujuan dan kebijaksanaan organisasi. Pesan atau berita ke bawah dapat berbentuk tulisan maupun lisan, dan biasanya disampaikan melalui memo, laporan atau dokumen lainnya, buletin, pertemuan atau rapat, dan percakapan serta melalui interaksi orang per orang atau kelompok kecil. Salah satu kelemahan saluran komunikasi ini adalah kemungkinan terjadinya penyaringan atau sensor informasi penting yang ditujukan ke para bawahannya. Dengan kata lain, informasi yang diterima para bawahan bisa jadi tidak selengkap aslinya.

d. Komunikasi dari bawah ke atas

Fungsi utama komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) adalah untuk mensuplai informasi kepada tingkatan manajemen atas tentang apa yang terjadi pada tingkatan bawah. Tipe komunikasi ini mencakup laporan-laporan periodik, penjelasan, gagasan, dan permintaan untuk diberikan keputusan. Hal ini dapat dipandang sebagai data atau informasi umpan balik bagi manajemen atas. Para manajer harus benar memiliki rasa percaya terhadap para bawahannya untuk mencapai keberhasilan saluran komunikasi ini. Kalau tidak, informasi sebagus apapun dari bawahan tidak akan bermanfaat baginya, karena yang muncul hanyalah rasa curiga atau ketidakpercayaan terhadap informasi tersebut.

e. Komunikasi Lateral atau Horizontal

Komunikasi ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a) Komunikasi di antara anggota dalam kelompok kerja yang sama.
- b) Komunikasi yang terjadi antara departemen-departemen pada tingkatan organisasi yang sama. Bentuk komunikasi ini pada dasarnya bersifat koordinatif, dan merupakan hasil dari konsep spesialisasi organisasi. Sehingga komunikasi ini dirancang guna mempermudah koordinasi dan penanganan masalah. Komunikasi lateral, selain membantu koordinasi kegiatan kegiatan lateral, juga menghindarkan prosedur pemecahan masalah yang lambat.

f. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang memotong secara menyilang diagonal rantai perintah organisasi. Hal ini sering terjadi sebagai hasil hubungan-hubungan departemen lini dan staff, yaitu bahwa hubungan-hubungan yang ada antara personalia lini dan staff dapat berbeda-beda, yang akan membentuk beberapa komunikasi diagonal yang berbeda beda pula.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi

(Nurjaman & Umam, 2012), fungsi dari *Public Relations* adalah menumbuhkan, mengembangkan, serta menjaga hubungan baik secara internal maupun external antara lembaga dengan publik. *Public Relations* harus dapat memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling pengertian, citra yang baik, dan mengkomunikasikan identitas perusahaan yang baik sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut.

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi

Menurut (Hermawan, 2012), ada empat tujuan komunikasi, sebagai berikut:

1. Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi berkaitan dengan penemuan diri (personal discovery). Jika anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenal diri sendiri dan juga mengenal orang lain. Persepsi diri anda dihasilkan dari apa yang telah anda pelajari mengenai diri sendiri dari orang lain melalui proses komunikasi, khususnya dalam perjumpaan atau pertemuan antar pribadi. Dengan membahas mengenai diri kita sendiri kepada orang lain, kita

mendapatkan umpan balik yang berharga dari orang lain mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Perasaan yang kita rasakan tidak jauh berbeda dengan perasaan orang lain. Hal positif ini membantu kita merasa bahwa kita “normal”. Penemuan diri dapat juga kita lakukan melalui suatu proses perbandingan sosial, kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan. Pernyataan tersebut berarti kita mengevaluasi diri sendiri dengan membandingkan diri kita dengan orang lain.

Menurut (**Hermawan, 2012**), dengan adanya komunikasi, kita tidak hanya dapat memahami diri kita sendiri, tetapi dapat pula memahami orang lain. Komunikasi juga membantu kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek peristiwa manusia lain. Saat ini kita memperoleh informasi mengenai hiburan, olah raga, perang, pembangunan ekonomi, informasi gizi dan kesehatan, serta produk-produk baru yang dapat kita beli. Kita mendapatkan banyak informasi melalui media, kemudian kita mendiskusikannya dengan orang lain, dan pada akhirnya kita mempelajari bahan-bahan tadi sebagai hasil interaksi kedua sumber ini (King dan Gilbert).

2. Untuk Berhubungan

Salah satu motivasi yang ada pada diri kita yang paling kuat merupakan berhubungan dengan orang lain. Kenyataannya kita ingin memiliki rasa disukai dan dicintai, dan kemudian kita juga ingin menyukai dan mencintai orang lain. Banyak waktu dan energi komunikasi yang kita habiskan untuk membina dan memelihara hubungan sosial. Seperti berkomunikasi dengan teman di sekolah, di

kantor, berkomunikasi di telepon, berbincang dengan orang tua, anak-anak, serta berinteraksi dengan mitra kerja. (**Hermawan, 2012**).

3. Untuk Meyakinkan

Menurut (**Hermawan, 2012**), keberadaan media massa sebagian besar untuk membuat kita yakin agar mengubah perilaku dan sikap kita. Media dapat hidup dikarenakan oleh dana dari iklan, yang di arahkan untuk mendorong dan memotivasi kita melakukan pembelian berbagai produk. Saat ini mungkin anda lebih banyak bertindak sebagai konsumen dibandingkan sebagai orang yang menyampaikan pesan melalui media, tetapi tidak lama lagi mungkin adalah yang akan merancang pesan-pesan itu. Dalam pertemuan antarpribadi sehari-hari kita berusaha melakukan perubahan terhadap sikap dan perilaku orang lain. Kita berusaha mengajak mereka melakukan sesuatu, melakukan percobaan cara diet baru, membeli produk tertentu, menonton film, memilih mata kuliah tertentu, yakin terhadap sesuatu itu benar atau salah, setuju atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya.

4. Untuk Bermain

Banyak perilaku komunikasi kita yang kita gunakan untuk bermain dan menghibur diri. Sebagian besar kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, music, dan film untuk memperoleh hiburan. Demikian juga banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk membuat orang lain merasa terhibur. Ada kalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir kita, tetapi ada kalanya komunikasi ini merupakan cara untuk mengikat dan menarik perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain (**Hermawan, 2012**).

2.1.3.4 Persepsi

1. Definisi Persepsi

Kerangka teoritis merupakan bahan yang bersifat studi literature yang fungsingnya untuk memperkuat isi dan pembahasan mengenai variabel diteliti serta teoritis juga akan membentuk pola dalam penyusunan sebuah laporan agar dapat lebih sempurna lagi.

Menurut **Rakhmat Jalaludin (dalam Natalia, 2012)**, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Proses persepsi bukan hanya proses psikologi semata, tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi.

Menurut **Boyd, Walker dan Larreche (dalam Fadila & Ridho, 2013)**, persepsi adalah proses dengan apa seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasi informasi.

Menurut **Pride dan Ferrell (dalam Fadila & Ridho, 2013)**, mendefinisikan persepsi sebagai proses pemilihan, pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman, dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan mengenai persepsi merupakan dapat ditarik kesimpulan persepsi merupakan proses dari setiap individu dalam mengenali objek atau fakta objektif terhadap sesuatu yang merangsang panca indera dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

2. Masalah Persepsi

Menurut **Judy. C Pearson** dan **Paul E. Nelson (dalam Mulyana, 2013)** menyimpulkan bahwa “Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera manusia (indera peraba, pencium, penglihatan dan pendengar), atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan.”.

Menurut pengertian tersebut, ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi, di antaranya:

1) Sensasi

Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indera. Sensasi berasal dari kata “*sense*” yang artinya penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Persepsi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan. Semua indera mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecapan, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi.

2) Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang

terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar. Atensi dipengaruhi oleh dua faktor:

A. Faktor Eksternal, faktor yang dipengaruhi oleh luar individu:

- a. Atribut objek.
- b. Gerakan secara visual tertarik kepada objek yang bergerak.
- c. Intensitas stimuli, kita akan memerhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain.
- d. Kebaruan, hal-hal yang baru dan luar biasa, yang beda, akan menarik perhatian.
- e. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.

B. Faktor internal, faktor yang dipengaruhi dalam diri pribadi seseorang.

- a. Faktor-faktor biologis, hal-hal yang bersifat biologis atau sesuatu hal yang menjadi kebutuhan dalam manusia.
- b. Faktor-faktor sosiopsikologis, faktor yang bersifat psikologis atau yang berkaitan dengan jiwa seseorang yang terkait dengan kebutuhan-kebutuhan sosial seperti motif atau kebiasaan.

3) Interpretasi

Interpretasi adalah proses terpenting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat

pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mepersepsi suatu objek yang dipersepsi. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian, maka akan dipersepsi positif, dan demikian sebaliknya. Selain itu, adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif. Pada dasarnya persepsi berguna untuk memahami suatu objek dan persepsi orang lain melalui panca indera yang kita miliki karena pada saat seseorang melakukan komunikasi dengan yang lain maka akan menumbuhkan sikap yang akan kita amati tanpa disadari namun dapat memahami bicara komunikasi yang dilakukan.

3. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut **(Walgito, 2010)** ada dua macam yaitu faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

a) Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi persepsi berkaitan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, syaraf atau pusat susunan syaraf, kepribadian dan pengalaman penerimaan diri serta keadaan individu pada waktu tertentu.

b) Faktor Eksternal

Faktor ini digunakan untuk obyek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan akan

turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

- 1) Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- 2) Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- 3) Keunikan dan kekontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- 4) Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- 5) Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Persepsi juga memiliki faktor pada uraian di atas karena akan terdapat pengaruh yang akan meliputi penelusuran mengenai objek yang dilihat sama namun setiap individu memiliki nilai persepsinya masing-masing karena sudah dibekali dengan informasi pengetahuan, pengalaman dan proses pembelajaran sebelumnya.

2.1.4 Kerangka Pemikiran

Ahli Mikrobiologi Klinik Fakultas Kedokteran Unsoed dr Nia Krisniawati, Sp.MK. (2022) memaparkan dampak varian Omicron.

1. Dampak terhadap insidensi penyakit

Omicron terus menyebar secara global dan telah diidentifikasi di sebagian besar negara di enam wilayah WHO. Secara global, selama pekan 14 hingga 20 Februari 2022, jumlah kasus baru Covid-19 turun 21 persen dibandingkan dengan minggu sebelumnya. Jumlah kasus kematian menunjukkan tren menurun (8 persen).

2. Dampak terhadap transmisi (penularan)

Analisis berdasarkan metode yang digunakan oleh Campbell et al, dan yang berfokus pada negara-negara dengan data genom sekuensing yang diunggah ke GISAID (*Global Initiative on Sharing Avian Influenza Data*) pada 18 Februari, menemukan keunggulan tingkat replikasi (tingkat pertumbuhan) Omicron dibandingkan Delta di semua negara. Tingkat reinfeksi (infeksi berulang) dilaporkan lebih tinggi pada Omicron dibandingkan dengan Delta: 13,6 persen vs 10,1 persen di United Kingdom, dan 31 persen vs 21 persen di Denmark.

Persepsi merupakan dapat ditarik kesimpulan persepsi merupakan proses dari setiap individu dalam mengenali objek atau fakta objektif terhadap sesuatu yang merangsang panca indera dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Pada dasarnya komunikasi merupakan peran utama dalam menjalani kehidupan sehari-harinya antar satu individu dengan yang lainnya, komunikasipun bukan hanya batasan mengobrol biasa saja, komunikasi itu tidak ada batasannya karena berguna dalam penyebaran informasi dalam bentuk apapun. Dalam istilah komunikasi ada yang disebut komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan, bentuk penyampaian komunikasipun dapat diberikan melalui petunjuk simbol, slogan dan tema produk.

Salah satu elemen penting pada komunikasi yaitu persepsi, setiap individu memiliki persepsi pada diri mereka masing-masing yang tumbuh secara alami kepekaan terhadap kejadian dilingkungan akan langsung dirangsang oleh individu tersebut melalui panca indera yang lalu menganalisa setiap peristiwa yang mereka lihat atau dengar disekitar.

Dalam (**Walgito, 2010**) persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Persepsi juga merupakan aktivitas integred dalam diri individu.

Dalam **Judy. C Pearson** dan **Paul E.Nelson** dikutip (**Mulyana, 2013**) masih dalam buku yang sama menyimpulkan bahwa "Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera manusia (indera peraba, pencium, penglihatan dan pendengar), atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang

dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan.”.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka peneliti akan membentuk model kerangka pemikiran yang melibatkan panca indera terhadap lingkungan sekitarnya dan dilakukan proses persepsi mengenai apa yang terjadi pada peristiwa tersebut.

Menurut pengertian tersebut, ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi, di antaranya:

1) Sensasi

Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indera. Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Persepsi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan. Semua indera mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecapan, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi.

2) Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang

terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar. Atensi dipengaruhi oleh dua faktor:

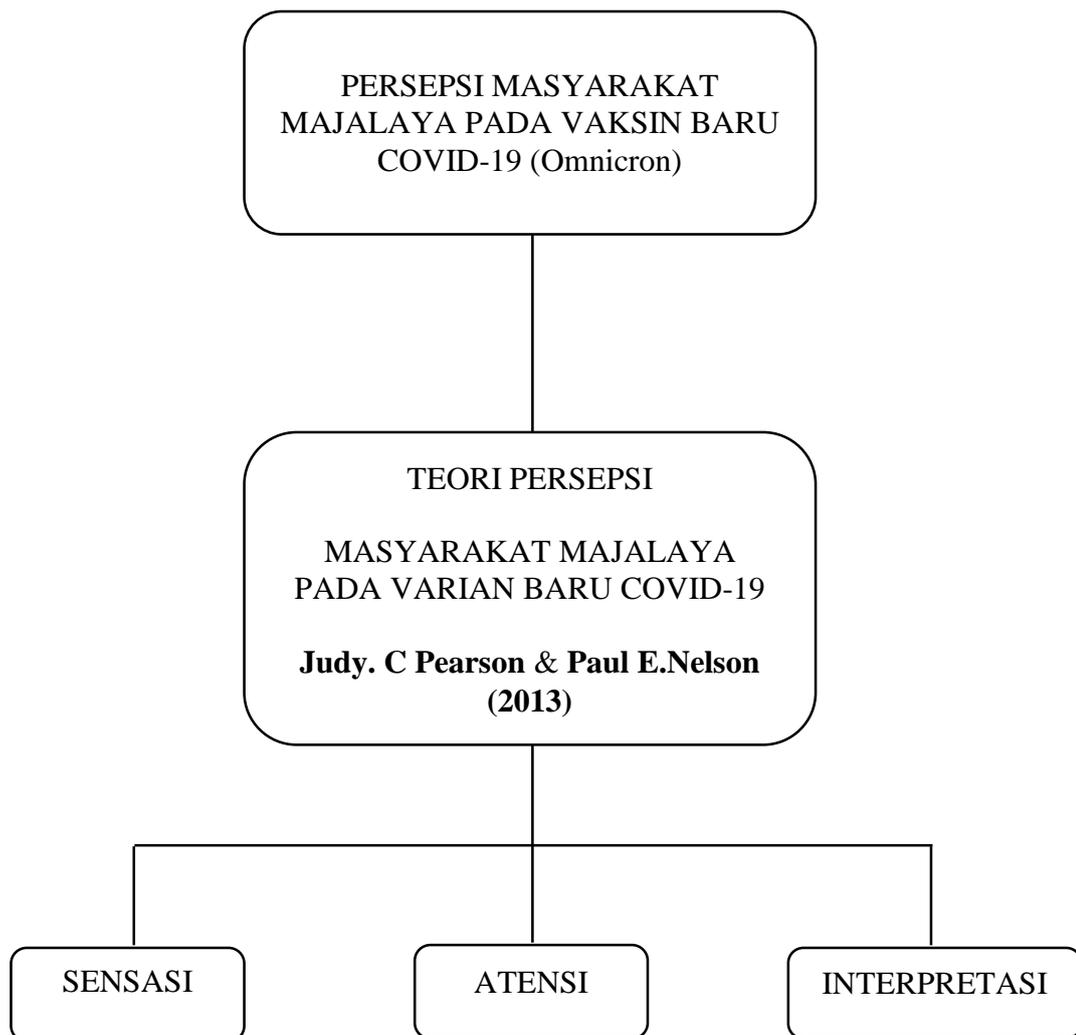
3) Interpretasi

Interpretasi adalah proses terpenting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mepersepsi suatu objek yang dipersepsi. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian, maka akan dipersepsi positif, dan demikian sebaliknya. Selain itu, adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif. Pada dasarnya persepsi berguna untuk memahami suatu objek dan persepsi orang lain melalui panca indera yang kita miliki karena pada saat seseorang melakukan komunikasi dengan yang lain maka akan menumbuhkan sikap yang akan kita amati tanpa disadari namun dapat memahami bicara komunikasi yang dilakukan

Persepsi juga dapat digolongkan kedalam kategori yang berdasarkan pengalaman, peristiwa, dan panca indera yang akan menimbulkan suatu pesan atau informasi kepada setiap masyarakat dan akan memiliki pengaruh pada setiap

masyarakat yang tidak melihat atau merasakannya secara langsung sehingga penilaian mengenai persepsi akan terus berkembang dengan perbedaan penilaian.

Peneliti akan mengemukakan struktur kerangka pemikiran yang dilakukan dari permasalahan dengan tema sebagai berikut:



Gambar 2.1

Gambar Kerangka Pemikiran

Sumber: Judy. C Pearson dan Paul E.Nelson & Deddy Mulyana, Modifikasi Peneliti dan Pembimbing 2022