

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Instagram Sebagai Media Komunikasi Sosial

Teori media baru ialah suatu konsep yang dirumuskan oleh Pierre Levy yang menggambarkan evolusi dalam dunia media. Istilah Media Baru merujuk pada kemajuan yang terjadi dalam teknologi digital, jaringan informasi dan komunikasi, serta komputer di penghujung abad ke-20 (Puspita, 2015). Dengan kata lain, media baru ialah bentuk platform yang muncul dari hubungan antara individu dengan komputer, terutama melalui internet. Ini mencakup berbagai platform seperti situs web, jaringan sosial daring, blog, forum online, dan lainnya yang memanfaatkan komputer sebagai sarana.

Ron Rice menerangkan bahwasanya media baru merujuk pada teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, termasuk PC, mainframe, dan notebook, yang memungkinkan user untuk saling berkomunikasi satu sama lain maupun dengan informasi yang mereka cari. Media baru berisi aspek teknologi yang mendukung interaksi digital, contohnya grafis yang memiliki tautan web. Dengan adanya media baru, juga muncul suatu wujud komunikasi baru yang dikenal sebagai komunikasi online.

Munculnya media baru ialah akibat dari percepatan dalam akses teknologi informasi yang sangat cepat dan luas. Kemudahan yang diberikan oleh media baru memungkinkan user untuk lebih mudah bersosialisasi dan beradaptasi secara besar-besaran. Media baru berdampak signifikan terhadap pilihan sumber informasi publik. Keberagaman informasi yang tersedia dipadukan dengan beragam fitur yang memudahkan akses ke media baru. Media baru menciptakan kesempatan bagi seluruh individu guna berkomunikasi dan menghapuskan batasan komunikasi diantaranya (Utami, 2021)

Berdasarkan Efendi *et al.*, (2017), Keuntungan dari media baru ialah memberikan kemudahan bagi individu guna mendapatkan apa yang diinginkannya, contohnya:

1. Arus data yang bisa diakses secara cepat dan mudah di lokasi mana pun serta pada waktu kapan pun

2. Sebagai sarana untuk menjalankan transaksi jual beli
3. Sebagai sumber hiburan, seperti permainan daring, penyiaran video, platform jejaring sosial, dan sejenisnya
4. Sebagai alat komunikasi yang efektif
5. Sebagai alat pendidikan melalui tersedianya buku berformat digital

Satu diantara bentuk komunikasi baru yang kini tengah tumbuh pesat ialah platform media sosial. Media sosial difungsikan sebagai sarana guna berhubungan dengan pengguna lain, berbagi data, berkolaborasi, dan mengekspresikan diri (Nasrullah, 2016). Platform ini memberikan kebebasan kepada para penggunanya untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi, kemudahan dalam penggunaannya dan bisa dipahami dengan cepat, tanpa biaya, serta memungkinkan interaksi dan pembagian informasi dengan mudah.

Instagram sebagai satu diantara platform sosial yang kini menjadi gaya hidup baru khalayak umum. Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yakni seorang pengusaha dan programmer di bidang internet. Instagram sering diartikan IG ialah jenis media sosial berbentuk aplikasi yang memungkinkan penggunanya membagikan video dan gambar serta mengimplementasikan filter pada video atau gambar tersebut sebelum membagikannya ke jaringan sosial lain. Istilah Instagram bersumber dari dua kata, yakni "insta" dan "gram". Instabersumber dari kata instan, yang menunjukkan bahwasanya pengguna aplikasi bisa membagikan video atau foto secara instan. Sementara gram diambil dari kata telegram, yang mencerminkan kemampuan pengguna untuk menyebarkan video dan foto dengan cepat (Kartini *et al.*, 2022).

Instagram telah menjadi platform yang menarik bagi beragam jenis akun, sebagaimana akun berita, informasi, kesehatan, hiburan, media promosi, dan toko online. Instagram ialah aplikasi untuk berbagi gambar, yang memungkinkan pengguna menerapkan filter digital dan menyebarkan ke beragam platform media sosial, khususnya Instagram sendiri. Video atau foto yang diunggah akan muncul di feed pengguna lain yang mengikuti akun tersebut. Hubungan pertemanan di Instagram memakai istilah *follower* dan *following*, sama halnya di Twitter. *Following* mengacu pada

individu yang memilih untuk mengikuti pengguna, sementara *follower* ialah pengguna lain yang memutuskan untuk mengikuti individu. Lalu, setiap pengguna memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dengan memberi komentar dan menyatakan ketertarikannya melalui respons suka pada gambar yang diunggah.

Sejumlah fitur yang ada di Instagram meliputi:

1. Kamera

Fitur kamera memberi kesempatan kepada pengguna Instagram untuk tidak hanya meng-upload gambar dari penyimpanan. Namun, juga bisa merekam atau menangkap momen secara langsung melalui aplikasi, lalu melakukan pengeditan, menambahkan caption baru, dan membagikannya.

2. Editor

Editor ialah sebuah fungsi yang memberi kesempatan bagi pengguna untuk memperbaiki gambar yang diambil memakai kamera pada perangkatnya. Di dalamnya terdapat sepuluh alat editing canggih yang memungkinkan penyesuaian kontras, pencahayaan, dan saturasi hanya dengan menggerakkan jari. Dalam pembaruan terbaru Instagram, foto tidak lagi diharuskan berbentuk persegi, melainkan kini menunjang format lanskap dan potret. Hal tersebut memberikan kebebasan bagi pengguna untuk membagikan foto melalui sudut pengambilan yang lebih luas.

3. *Tag* dan *Hastag*

Fitur berikut seperti pada umumnya jejaring sosial, mempunyai kemampuan untuk mengorganisasi foto ke dalam satu kategori atau menandai teman.

4. *Caption*

Caption berperan seperti penjelasan, di mana pengguna bisa menuliskan beberapa kalimat mengenai gambar yang diupload. Selain itu, juga bisa menambahkan tagar.

5. Integrasi ke media sosial

Instagram juga memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk memposting video atau foto ke platform sosial lainnya sebagaimana

Twitter, Facebook, Flickr, dan Tumblr. Ketika fitur ini diaktifkan, setiap kali gambar dibagikan, Instagram akan langsung membagikannya ke jejaring sosial yang telah dihubungkan.

6. *Instastory*

Instastory ialah inovasi terkini dari Instagram, yang mengadaptasi format dari Snapchat di mana konten yang diunggah hanya akan tersedia dalam waktu satu hari dengan batasan waktu maksimum 15 detik.

7. *Explore*

Fitur berikut memperlihatkan konten yang dilihat *follower* atau *following* pengguna.

Sebagai platform media sosial yang dipakai oleh banyak orang, Instagram mempunyai sejumlah manfaat dan kekurangan. Adapun rincian tentang kekurangan dan kelebihan Instagram meliputi:

1. Kelebihan Instagram

a. Gampang dipakai

Kemudahan yang disajikan oleh Instagram menjadikannya platform yang dengan cepat menarik perhatian publik untuk mengaksesnya. Mengupload gambar atau klip video, memberikan komentar, mengikuti akun, memberikan suka, sampai mencari melalui hashtag bisa dijalankan dengan sangat mudah.

b. Media utama berupa foto

Menjadi platform media sosial yang istimewa, meskipun berbagi melalui gambar, membuat media ini menampilkan penampilan serta mutu gambar yang optimal. Gambar-gambar yang menarik ialah alasan utama orang memilih Instagram sebagai sarana.

c. Koneksi dengan media sosial yang lain

Kelebihan yang dimiliki Instagram dalam menghubungkan dengan beragam platform sosial media menawarkan kemudahan khusus bagi para penggunanya. Oleh karenanya, pengguna bisa menghemat waktu dikarenakan tidak perlu memposting berulang kali di situs media sosial lainnya.

2. Kelemahan Instagram

a. Spamming

Kemudahan yang ditawarkan Instagram untuk berinteraksi menjadikan platform ini rentan terhadap spamming. Biasanya, aktivitas spamming ini sering terjadi di kolom komentar. Tetapi, bisa menghindarinya dengan mengatur akun menjadi private sehingga tidak semua orang bisa memberikan komentar pada postingan.

b. Tidak adanya penyaring konten

Dengan aksesibilitas yang ditawarkan oleh Instagram, siapa pun bisa membuat akun di platform tersebut. Hal ini tentu saja membuat Instagram sangat gampang dijangkau oleh individu-individu yang ingin menyebarluaskan konten negatif.

Fungsi Media Sosial Secara umum, fungsi media sosial meliputi:

1. Media sosial mampu meluaskan jangkauan hubungan antar manusia melalui pemanfaatan teknologi web dan jaringan internet.
2. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan beragam individu secara bersamaan.
3. Media sosial memudahkan pengguna dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan. Seseorang yang menerima pesan A bisa dengan gampang membagikannya kepada individu lain.

Sebagai platform media sosial, Instagram memungkinkan adanya komunikasi sosial yang tidak terbatas. Melalui Instagram, individu bisa berinteraksi secara langsung dengan orang di penjuru dunia dengan beragam cara (Wijaya & Zakaria, 2022). Instagram ialah satu diantara dari banyak aplikasi media sosial yang dirancang untuk berinteraksi dan mencari informasi melalui video dan foto yang disertai keterangan (Samatan & Puspita, 2022). Instagram telah menjadi satu diantara jenis aplikasi media sosial yang berdampak signifikan pada para penggunanya (Acuti *et al.*, 2018).

Saat menjalankan komunikasi di Instagram, pengguna memiliki berbagai cara untuk berinteraksi, sebagaimana menyukai sebuah posting, memberi komentar pada konten tertentu, membagikan post tersebut, menyimpannya, bercakap-cakap secara personal dengan akun lain, atau melihat *hashtag*. Sebagai

contoh, tagar mengenai perjuangan perempuan ialah #perempuanhebat, yang memungkinkan publik untuk menemukan beragam postingan mengenai perjuangan perempuan pada beragam isu kehidupan, dan membagi informasi yang menyediakan kutipan yang memberi semangat bagi perempuan yang tengah berjuang menghadapi tantangannya.

2.1.2 Tinjauan Umum Tentang Persepsi

Persepsi diambil dari istilah Inggris "*perception*," yang berarti perspektif, pengamatan, reaksi yang mengisyaratkan proses kesadaran individu terhadap beragam hal yang ada di sekitarnya melalui indra yang dimiliki; atau pemahaman tentang lingkungan yang didapat melalui analisis informasi dari indra (Sumarandak et al., 2021). Yang bermakna, persepsi ialah suatu tahapan yang diawali dengan penginderaan, di mana fungsi indra berperan dalam menangkap rangsangan dari luar individu.

Jafar (2019) menjelaskan bahwasanya persepsi ialah sebuah tahapan yang dilakukan oleh individu untuk menangkap dan mengatur makna dari kesan yang diterimanya melalui panca indera, seperti mendengar, melihat, menyentuh dan merasakan, demi memahami lingkungannya. Melalui indera, terutama mata yang berfungsi untuk melihat, hidung untuk mencium, telinga untuk mendengar, lidah untuk merasa, dan kulit pada telapak tangan untuk merasakan sentuhan, semua organ ini berperan nyata dalam menangkap rangsangan dari luar, yang terjadi sesuai peristiwa yang ada. Setiap informasi yang diterima dari luar akan diolah oleh pikiran individu yang bertugas untuk mengambil keputusan, sehingga individu bisa memahami segala hal melalui pengamatan (Saleh, 2018). Persepsi ialah sudut pandang secara keseluruhan atau umum tentang suatu objek, dicermati dari berbagai sudut yang bisa dimengerti oleh individu. Persepsi ialah penilaian yang didasarkan pada pengetahuan atau pengalaman yang terkadang bervariasi antar individu atau bahkan bisa berbeda dari situasi yang nyata (Akbar, 2015).

Persepsi seseorang mengenai lingkungan sekitar akan berdampak pada interaksinya dengan dunia di sekitarnya. Sikap seseorang pada lingkungannya bisa terdiri dari tiga kategori. Pertama, seseorang bisa menolak lingkungannya saat ia merasa tidak cocok dengan kondisi yang ada. Kedua, seseorang bisa

menerima lingkungannya ketika situasi di sekitarnya sesuai dengan keadaannya. Ketiga, seseorang bersikap netral bila dirinya tidak merasakan kecocokan dengan kondisi lingkungan, namun pada kondisi berikut, ia tidak melanjutkan dengan langkah lain tentang bagaimana bersikap (Walgito, 2002).

Dengan demikian, kesimpulannya memaparkan bahwasanya cara pandang individu berdampak pada tindakannya, atau bisa dikatakan bahwa tindakan seseorang ialah refleksi dari cara pandang yang dimilikinya. Persepsi ialah gambaran atau reaksi langsung dari suatu penyerapan yang dilakukan individu untuk memahami berbagai hal melalui inderanya. Pada definisi ini, sudah jelas bahwasanya persepsi ialah reaksi atau kesan yang ada pada diri individu sesudah dirinya melakukan penyerapan guna memahami berbagai objek, melalui inderanya.

Berdasarkan Walgito (2022), ada sejumlah aspek yang berperan pada persepsi diantaranya:

1. Objek yang dipersepsi

Objek menghasilkan rangsangan yang mempengaruhi reseptor atau organ indera. Rangsangan ini bisa bersumber dari lingkungan luar yang diamati oleh individu, namun bisa juga bersumber dari dalam diri individu yang secara langsung mempengaruhi saraf penerima yang berfungsi sebagai reseptor.

2. Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Reseptor atau alat indera difungsikan guna mendeteksi rangsangan, lalu syaraf sensoris berperan sebagai jembatan guna mengirimkan rangsangan yang ditangkap oleh reseptor menuju sistem saraf pusat, yakni otak yang menjadi pusat kesadaran. Guna menghasilkan reaksi, dibutuhkan motoris yang mampu membentuk persepsi individu.

3. Perhatian

Guna memahami atau membentuk persepsi, perhatian menjadi hal yang sangat penting, yakni sebagai langkah dasar pada proses tersebut. Perhatian ialah penghimpunan atau fokus dari berbagai kegiatan individu yang diarahkan kepada kumpulan objek tertentu.

Aspek-aspek itu menyebabkan evaluasi individu bervariasi dan berimplikasi pada cara seseorang memandang sebuah rangsangan atau objek, meski objek itu identik. Pandangan kelompok atau individu bisa sangat berbeda dibandingkan dengan pandangan kelompok atau individu lainnya, meskipun kondisi yang dihadapi serupa. Variasi dalam persepsi bisa disebabkan oleh perbedaan individual, sikap, karakter, atau dorongan. Menurut hakikatnya, tahapan pembentukan persepsi ini berlangsung di dalam diri individu, tetapi persepsi juga terpengaruh oleh pengalaman, pengetahuan yang dimiliki, dan proses pembelajaran (Akbar, 2015).

2.1.3 Tinjauan Umum Tentang Kesetaraan Gender

Santrock dalam Aldianto (2015) memaparkan bahwasanya istilah gender dan seks mempunyai perbedaan dalam hal variasi aspek. Seks (jenis kelamin) merujuk pada aspek biologis pria dan wanita, sementara gender terkait dengan aspek budaya dan sosial pria dan wanita. Perbedaan antara seks dan gender ialah seks lebih fokus pada fisik individu, sementara gender lebih terkait dengan perilakunya. Di samping itu, jenis kelamin ialah status yang bersifat bawaan atau alami, sementara gender ialah status yang didapat melalui suatu proses.

Gender ialah pandangan atau perspektif individu mengenai wanita atau pria yang tidak hanya berlandaskan pada perbedaan jenis kelamin biologis. Gender ialah hal yang sifatnya sosial dan bukan biologis. Dikarenakan gender tidak diwariskan sejak dilahirkan, namun diperoleh dari proses sosialisasi, maka sifatnya bisa mengalami perubahan.

Sehingga bisa disimpulkan bahwasanya gender dan seks ialah dua konsep yang berbeda, dikarenakan seks (jenis kelamin) ialah karakteristik bawaan, sementara gender berhubungan dengan fungsi dan peran yang dihasilkan dari kondisi budaya dan sosial. Gender pada dasarnya lebih fokus pada unsur feminitas dan maskulinitas individu pada suatu budaya. Sehingga, gender pada intinya ialah suatu konstruksi yang dibangun, diperkuat, disosialisasikan, dan dilegitimasi dalam konteks budaya dan sosial.

Kajian gender berfokus pada elemen feminitas atau maskulinitas individu. Peran gender tidak eksis secara terpisah, tetapi terhubung dengan identitas serta

berbagai sifat yang dianggap oleh publik kepada pria dan wanita yang melampaui sekadar perbedaan fisik, dan juga meliputi semua nilai budaya dan sosial yang ada pada khalayak umum, yang juga memberi kontribusi. Diskriminasi jenis kelamin menghasilkan perbedaan dalam gender, dan perbedaan tersebut sudah menimbulkan berbagai bentuk ketidakadilan.

Pengertian kesetaraan gender merujuk pada situasi di mana peran serta siklus sosial wanita dan pria ialah seimbang, setara, saling melengkapi, dan harmonis. Keadaan tersebut bisa dihasilkan bilamana pria dan wanita menerima perlakuan yang adil. Implementasi keadilan dan kesetaraan gender seharusnya mempertimbangkan aspek-aspek situasional dan kontekstual, bukan didasarkan pada perhitungan matematis yang sifatnya universal. Oleh karena itu, konsep kesetaraan ialah ide filosofis yang sifatnya kualitatif, dan tidak selalu diukur secara kuantitatif (Puspitawati, 2012)

Prinsip kesetaraan gender mengacu pada pemikiran bahwasanya baik pria maupun wanita seharusnya menerima perlakuan yang setara pada hal kesempatan dan hak, tanpa mempertimbangkan jenis kelamin. Prinsip tersebut berakar pada pandangan bahwasanya gender tidak seharusnya menjadi penentu dalam menilai kapasitas, kualitas, atau nilai seseorang di dalam komunitas (Dewi & Hayat, 2023). Berdasarkan Arkaniyati (2012), kesetaraan gender didefinisikan sebagai suatu ide yang menegaskan bahwasanya pria dan wanita mempunyai hak untuk mengembangkan potensi dirinya dan membuat keputusan tanpa dibatasi oleh sekumpulan prasangka, stereotip, dan norma gender yang kaku.

Ide mengenai kesetaraan gender membuka jalan bagi wanita untuk mengekspresikan diri tanpa batas di hadapan khalayak umum. Sejak zaman perjuangan R.A. Kartini, posisi emansipasi wanita telah mengalami kemajuan yang signifikan dibanding masa lalu. Ini diperkuat oleh adanya undang-undang yang dirancang guna menyamakan gender antara pria dan wanita, yang menegaskan bahwasanya semua warga negara memiliki hak yang setara pada aspek politik, sosial, hukum, dan ekonomi. Begitu pula, UU HAM yang menegaskan bahwasanya pria dan wanita memiliki HAM yang setara.

Walaupun kampanye untuk kesetaraan gender bagi wanita sudah berlangsung lama, ketidakadilan gender masih sering terlihat pada khalayak umum. Wanita merasakan ketidakadilan gender sebagai wujud dari diskriminasi. Diskriminasi tersebut muncul akibat budaya patriarki yang tidak terjaga.

Budaya patriarki ialah sistem yang memposisikan wanita di kedudukan yang lebih rendah dibandingkan pria. Dalam konteks ini, pria diberi kekuasaan yang lebih besar dan wanita dipandang sebagai individu yang lebih lemah dan tidak mampu bila dibanding pria (Susanto, 2015). Satu diantara indikasi dari budaya patriarki terlihat pada tingginya angka KDRT yang berdampak negatif pada wanita. Di dalam keluarga, wanita sering dipandang hanya sebagai sumber daya domestik yang tidak diupah guna mendukung pekerjaan suaminya, dan untuk melahirkan dan merawat anak-anak yang nantinya akan menjadi bagian dari tenaga kerja generasi mendatang (Jones, et.al, 2016). Sementara saat wanita memasuki ranah profesional sebagai pekerja, mereka masih dianggap ekonominya bergantung pada pasangannya, yang mengakibatkan upah yang minim, posisi yang tidak menguntungkan, dan jam kerja yang hanya setengah waktu. Praktik diskriminasi terhadap wanita ini menghasilkan rendahnya keikutsertaan wanita dalam perkembangan sehingga menimbulkan ketidakadilan atau kesenjangan gender (Minguez & Crespi, 2017).

Di sisi yang berbeda, agama dan budaya berdampak signifikan pada penerapan kesetaraan gender. Contohnya, dalam komunitas Aceh, anak laki-laki sejak usia dini sudah diperbolehkan untuk berada di dapur bersama ibunya dan saudara perempuannya (Daulay & Nurlian, 2008). Namun, di lain sisi, anak laki-laki yang terlalu sering tinggal di rumah akan mendapatkan ejekan dari temannya dikarenakan dinilai tidak biasa atau berbeda. Sementara itu, dampak agama pada penerapan kesetaraan gender di negara Arab masih tergolong sangat rendah. Ini bisa dilihat dari studi yang dijalankan sebelumnya oleh Kostenko et al., (2015) yang menemukan bahwasanya hanya sekelompok kecil individu yang mengadvokasi kesetaraan gender, yakni senilai 17% dari keseluruhan populasi. Banyak darinya mengungkapkan dukungan pada

demokrasi, namun tidak terhadap kesetaraan gender. Aspek-aspek seperti pendidikan, agama, dan status sosial pada bangsa-bangsa Arab tentunya memengaruhi dan membentuk pandangan ini. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya agama dan budaya memiliki kontribusi pada penerapan kesetaraan gender.

2.1.4 Teori Terpaan Media

Terpaan media ialah tingkat di mana audiens terpapar oleh informasi yang disampaikan oleh suatu media. Terpaan bukan hanya berkaitan dengan seberapa dekat seseorang dengan adanya media, namun juga mengenai seberapa terbuka individu terhadap isi pesan yang disampaikan media (Ihsan, 2016). Terpaan media berarti proses menyaksikan, mendengarkan, dan membaca informasi dari media, atau memiliki perhatian dan pengalaman pada pesan tersebut yang bisa berlangsung pada kelompok maupun individu (Tusan *et al.*, 2019).

Terpaan merujuk pada cara individu menerima rangsangan melalui indera sebagaimana penglihatan, rasa, dan suara. Terpaan media akan terjadi bila audiens benar-benar bersedia menerima pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Pandangan mengenai hal tersebut juga cenderung tetap, yakni individu biasanya mempunyai gambaran yang stabil perihal gratifikasi yang ditawarkan oleh media.

Terpaan media ialah suatu tindakan individu saat memanfaatkan media. Ini berarti bahwasanya seorang individu dianggap terpengaruh oleh suatu media (terutama instagram) dikarenakan durasi waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media serta konten yang diserap melekat pada pengguna media itu (Fitriyani & Anggraini, 2022).

Ardianto (2004) memaparkan untuk mengukur terpaan media bisa dicermati dari 3 aspek, yakni:

1. Frekuensi diukur dengan menghitung seberapa sering individu mengakses media selama satu hari, berapa kali dalam seminggu, dan seberapa sering dalam sebulan sepanjang tahun.
2. Durasi pemakaian media ditentukan oleh seberapa lama publik terlibat dengan media serta mengikuti program tertentu.

3. Perhatian ialah tahapan kognitif individu saat memperhatikan sebuah program. Ini mencakup menonton sambil menjalankan aktivitas lain, menonton tanpa menjalankan aktivitas lain, dan menonton sambil berdiskusi.

Bersumber uraian-uraian yang telah disampaikan sebelumnya, bisa disimpulkan bahwasanya definisi terpaan media pada riset berikut ialah kondisi di mana publik sasaran menerima pesan komunikasi yang ada di media massa. Oleh karenanya, peneliti bisa menyimpulkan bahwasanya guna menilai terpaan media, perlu diperhatikan durasi, frekuensi, dan intensitas individu dalam mengikuti berita di situs berita daring.

2.1.5 Teori S-O-R

Teori S-O-R ialah singkatan dari Stimulus-Organism-Respon. Teori berikut percaya bahwasanya munculnya suatu efek atau dampak ialah respon yang dilakukan oleh individu pada stimulus atau pesan yang bisa berupa tulisan, ucapan, atau gambar yang diterima. Besar kecilnya dampak yang muncul akan bergantung pada konten dan cara penyampaian pesan tersebut (Sendjaja, 2007).

Berdasarkan teori S-O-R, dampak yang terjadi ialah suatu respons tertentu, sehingga individu bisa berharap dan mengestimasi kecocokan antara materi pesan dan reaksi dari penerima pesan. Dampak dari media massa menarik bagi dua kelompok, yakni: kelompok yang berkeinginan untuk terhubung dengan individu lain dan ingin memanfaatkan saluran yang efisien guna menjangkau audiens, dan kelompok yang khawatir akan efek buruk dari media massa.

Model S-O-R ini bersumber dari model stimulus-respons yang berasal dari pendekatan psikologi, yang kemudian disesuaikan oleh De Fleur dengan menambahkan elemen organisme. Unsur-unsur yang terdapat dalam model berikut meliputi (Soehoet, 2002):

1. Stimulus bisa diartikan sebagai informasi yang disampaikan berbentuk gambar, tulisan, simbol tertentu, ucapan, dan lain-lain oleh pihak yang berkomunikasi kepada pihak yang berinteraksi.

2. Organisme atau manusia berperan sebagai individu penerima stimulus dari orang yang berkomunikasi. Dalam menerima stimulus, pihak yang berinteraksi memiliki pilihan untuk menyetujui atau menolak informasi yang diterimanya. Bila individu tersebut menerima informasi dari *communicator*, maka individu itu akan fokus dan berupaya memahami setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator tersebut.
3. Response (reaksi = tanggapan = jawaban = pengaruh = efek = akibat) ialah hasil yang muncul akibat suatu rangsangan yang didapat oleh individu yang berkomunikasi. Dampak yang timbul bisa berbentuk perubahan pada sikap, baik dari aspek afeksi, kognisi, maupun perilaku.

Stimulus atau pesan yang diberikan kepada penerima bisa ditolak atau diterima. Komunikasi baru bisa terjadi bila penerima memberikan perhatian. Ketika perhatian tersebut ada, langkah selanjutnya ialah penerima memahami. Ini yang menetapkan langkah berikutnya, apakah informasi tersebut diterima ataukah tidak oleh penerima. Setelah penerima menerima dan memproses informasi tersebut, maka akan muncul kesediaan atau kondisi untuk merubah pandangan.

Teori berikut juga berlandaskan pada anggapan bahwasanya aspek yang memicu perubahan perilaku sangat bergantung pada sifat dari rangsangan yang diterima oleh organisme yang bersangkutan. Apakah rangsangan itu bisa dipercaya ataukah tidak, hal ini juga akan berdampak pada sejauh mana rangsangan yang disampaikan akan diterima dan mampu mengubah sikap individu yang terlibat, atau sebaliknya, ditolak dan tidak memberi dampak apapun.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul (Nama Peneliti & Tahun Penelitian)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Terpaan Berita SARA di Media Online Line	Kuantitatif dengan metode	Tidak terdapat dampak dari intensitas laporan SARA di Media Online Line Today

No	Judul (Nama Peneliti & Tahun Penelitian)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Today Terhadap Persepsi Mahasiswa (Ega & Zulfebriges, 2019)	analisis regresi linear berganda	terhadap pandangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan 2015. Terdapat dampak dari konten pesan berita SARA di Media Online Line Today terhadap pandangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan 2015. Selain itu, ada dampak dari daya tarik berita SARA di Media Online Line Today terhadap pandangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan 2015.
2.	Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube) (Febrida & Oktavianti, 2020)	Metode penelitian kuantitatif dengan metode survei	Ada dampak dari iklan yang muncul di platform media sosial Youtube terhadap cara pandang konsumen. Iklan tersebut memengaruhi persepsi konsumen dengan proporsi 34%, sementara sisa 66% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi fokus riset ini.
3.	Pengaruh Terpaan Program Musik Rockline Pada Persepsi Pendengar Radio Gemilang FM (Giantoro, 2020)	Metode Kuantitatif dengan metode survei	Pengaruh terpaan program Rockline kepada Persepsi pendengar dikategorikan lemah (tidak cukup kuat) untuk mempengaruhi persepsi dalam perubahan sikap penontonnya, namun tetap mempunyai pengaruh walaupun tidak signifikan

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagaimana ditunjukkan pada tabel di atas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dari segi terpaan media. Baik

penelitian ini maupun penelitian terdahulu sama-sama menguji tentang pengaruh terpaan media terhadap persepsi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak kepada persepsi dan subjek penelitian. Jika penelitian sebelumnya menguji tentang pengaruh terpaan media terhadap persepsi mahasiswa, persepsi konsumen dan persepsi pendengar Radio Gemilang FM, maka dalam penelitian ini penulis akan menguji tentang pengaruh terpaan media terhadap persepsi *viewers* tentang kesetaraan gender.

2.3 Kerangka Berpikir

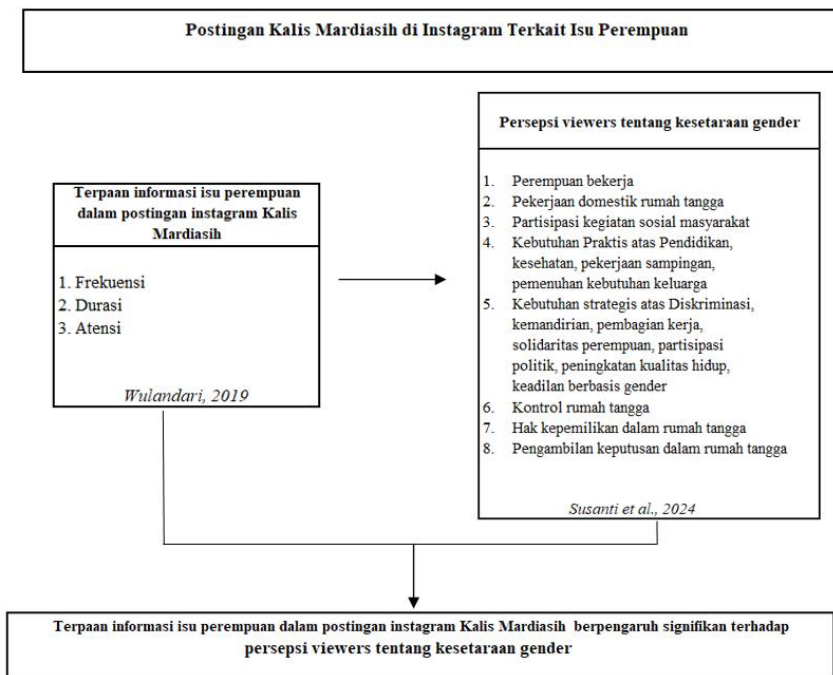
Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi terjadi karena adanya faktor yang mempengaruhi persepsi dan faktor yang mempengaruhi persepsi adalah Atensi (perhatian) (Ega & Zulfebriges, 2019). Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi jmenonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah. Media mempunyai kontrol untuk menonjolkan atau mengeliminasi suatu realita, oleh karena itu terpaan informasi bisa mempengaruhi persepsi seseorang, dimana persepsi tersebut dapat digiring oleh media dengan menonjolkan informasi tertentu (Rakhmat, 2012). Terpaan berita akan menimbulkan perhatian atau ketertarikan atas suatu pemberitaan pada suatu media.

Penelitian yang dilakukan oleh Ega & Zulfebriges (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Terpaan Berita SARA di Media Online Line Today Terhadap Persepsi Mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrida & Oktavianti (2020) yang menyatakan bahwa ada pengaruh terpaan iklan di media sosial Youtube terhadap persepsi konsumen, dan penelitian yang dilakukan oleh Giantoro (2020) yang menyatakan bahwa Pengaruh terpaan program Rockline kepada Persepsi pendengar dikategorikan lemah (tidak cukup kuat) untuk mempengaruhi persepsi penonton. Berdasarkan justifikasi ilmiah tersebut serta kesesuaian dengan

objek dan subjek penelitian yang diangkat, maka dalam penelitian ini mengusulkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terpaan informasi isu perempuan dalam postingan instagram Kalis Mardiasih berpengaruh signifikan terhadap persepsi viewers tentang kesetaraan gender

Terpaan informasi tentang isu perempuan dalam postingan instagram Kalis Mardiasih, yang diwujudkan dalam bentuk frekuensi, durasi dan atensi (Wulandari, 2019) diduga dapat merubah persepsi seseorang, termasuk dalam hal ini persepsi atas kesetaraan gender. Terdapat tiga konsep yang menjadi inti model analisis gender ini, yaitu: konsep tiga peran (reproduktif, produktif dan sosial), konsep kebutuhan (kebutuhan praktis dan strategis gender) dan konsep pendekatan *Women in Development* (WID) dan *Gender and Development* (GAD) (Susanti et al., 2024). Oleh karena hal tersebut, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran