

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi antara manusia yang menggunakan media massa atau yang disebut sebagai komunikasi massa, bertujuan agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima secara serentak oleh masyarakat luas. menurut Joseph A. Devito (dalam Nurudin, 2009), komunikasi massa menargetkan khalayak yang besar. Namun, definisi ini menjadi ambigu karena tidak mencakup seluruh masyarakat, termasuk semua pembaca dan penonton televisi. Komunikasi massa mencakup pesan yang disampaikan melalui media audio, visual, atau keduanya. Media massa bertindak sebagai perantara dalam komunikasi massa, yang dapat dibagi menjadi media elektronik seperti radio dan televisi, serta media cetak seperti majalah dan koran. Saat ini, media massa juga meluas ke media digital berbasis internet.

Menurut Defleur dan Denis, ada tujuh unsur dalam komunikasi massa, yakni sebagai berikut:

- . Komunikator
- a. Pesan
- b. Media
- c. Komunikan
- d. Gatekeeper (bertindak sebagai penyeleksi pesan yang akan disampaikan)
- e. Feedback (respon pesan dari komunikan)

Berbagai ahli mengemukakan fungsi-fungsi dari komunikasi massa. Meskipun terdapat perbedaan di antara satu sama lain, namun mempunyai inti yang sama. Dominick mengidentifikasi beberapa dari fungsi komunikasi massa, termasuk hiburan, penyebaran nilai-nilai, ketertarikan, penafsiran, dan pengawasan. Sementara itu, Effendy menyebutkan bahwa komunikasi massa berfungsi sebagai sarana

pendidikan, informasi, dan pengaruh. DeVito juga menyatakan bahwa tujuan komunikasi massa adalah untuk meyakinkan, memberikan status, membius, membangun persatuan, memprivatisasi, dan menciptakan rasa memiliki hubungan dekat dengan tokoh media.

Melalui pendapat dari berbagai ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi dari komunikasi massa adalah:

Sebagai sumber informasi tentang suatu kejadian, sebuah konsep, dan berbagai hal lainnya.

- a. Bertujuan agar mempengaruhi cara pandang masyarakat hingga dapat merubah perilaku masyarakat terkait suatu hal.
- b. Menyediakan hiburan untuk masyarakat, yang berfungsi sebagai sarana untuk bersantai dan mengurangi stres akibat kelelahan.
- c. Komunikasi massa juga berperan dalam memberikan pendidikan ke masyarakat, diantaranya meliputi berbagai aspek seperti etika dan nilai-nilai kehidupan yang dapat diadaptasikan oleh masyarakat.

Effendy (2006) juga menyatakan bahwa dampak yang didapatkan oleh masyarakat dapat berupa pengetahuan (kognitif), emosi yang dirasakan (afektif), dan perubahan perilaku masyarakat setelah menerima pesan (behavioral).

2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Media massa memiliki 5 karakteristik utama, pertama media massa memiliki sifat yang satu arah. Walaupun beberapa media melibatkan khayalak umum untuk berinteraksi atau biasa disebut dialog interaktif seperti radio atau televisi namun hal tersebut hanya untuk keperluan yang terbatas.

Kedua media massa selalu menyeleksi siapa yang akan menjadi khayalakunya. Sebagai contoh majalah *elle* untuk kalangan menengah keatas, majalah *XY kids* untuk pemuda yang suka dengan game, surat kabar Kompas yang menargetkan pembacanya mereka yang tertarik dengan berita politik dan berita umum lainnya, dan sebagainya. Disamping itu khalayak juga dapat menyeleksi dan memilih tayangan atau media apa

yang ingin mereka konsumsi mulai dari jenis, isi siaran hingga waktu atau kapan mereka ingin mengkonsumsinya.

Ketiga, luasnya jangkauan khayalak yang dapat dijangkau oleh media massa. Seperti contoh untuk menyampaikan berita kepenjuru kota memerlukan banyak orang jika menyampaikan berita dari mulut kemulut, bahkan jutaan orang dapat terlibat hanya untuk menyampaikan satu berita. Namun dengan media massa hanya membutuhkan satu pemancar atau satu channel untuk menyampaikan suatu berita. Dengan waktu yang singkat dan biaya yang terjangkau satu berita dapat menjangkau khayalak luas yang lebih efisien dan efektif.

Keempat, media massa sebisa mungkin harus berusaha membidik khayalak tertentu. Sebagai contoh sebelum membuat tayangan youtube produser dan timnya selalu membuat riset tentang tayangan apa yang akan disajikan, khayalak seperti apa yang ingin digapai dilihat dari demografi, geografi hingga latarbelakang khayalak tersebut, serta bagaimana tayangan tersebut akan disampaikan. Misalnya tayangan learning by googling sebagai alternatif pembelajaran dikelas yang membosankan bagi beberapa anak muda.

Kelima, media massa harus dikelola oleh institusi yang peka terhadap social dan kondisi lingkungannya. Dengan besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa, media massa tidak bisa sembarangan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Karena media massa dapat mempengaruhi tatanan politik, social, ekonomi serta persepsi Masyarakat terhadap sesuatu.

Oleh sebab itu untuk memahami media secara baik, kita perlu memahami lingkungan disekitar kita. Sedangkan untuk memahami Masyarakat kita perlu memahami latar belakang, asumsi serta nilai yang dianut oleh Masyarakat tersebut.

2.3 Media Massa

Pengertian dari media massa sendiri berevolusi penggunaannya ketika digunakan untuk menjelaskan komunikasi secara luas. Menurut (Elvinaro, 2007:14-17) fungsi dari media massa dibagi menjadi lima

bagian termasuk pengawasan, penafsiran, pertalian, penyebaran nilai-nilai, dan hiburan. Dalam menjelaskan sejarah media massa, terdapat empat faktor utama yang menghasilkan serangkaian aplikasi yang memiliki ciri khas yang spesifik dalam kehidupan masyarakat, Yaitu :

- a. Target, keperluan, atau penggunaan Interaktif yang spesifik.
- b. Alat untuk berkomunikasi kepada khalayak luas dari tempat yang jauh.
- c. Bentuk organisasi sosial yang memberikan keterampilan dan struktur untuk an disalurkan.
- d. Bentuk organisasi pemerintahan yang terstruktur untuk kepentingan masyarakat umum.

Dampak besar dari media massa memunculkan teori “peluru” yang diperkenalkan oleh Effendy (1994:264) menyatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh media massa memiliki dampak langsung dan segera pada individu (Melvin defleur, 1975)

Menurut Bungin (2006:72), media massa adalah sarana komunikasi dan informasi yang menyebarkan berbagai informasi secara luas dan dapat dijangkau oleh banyak orang. Secara konseptual, media massa berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan berita, pendapat, komentar, hiburan dan hal lainnya kepada masyarakat umum. Cagara mengartikan media sebagai sarana untuk mentransmisikan pesan dari pengirim pesan kepada subjek, sedangkan media massa merujuk pada berbagai alat atau saluran komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi yang digunakan untuk menyebarkan pesan dari sumber kepada khalayak.

Penting untuk dicatat bahwa perubahan dalam media selalu beriringan dengan perubahan dalam masyarakatnya (Straubhaar, 2008: 12-15). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat atau warga negara seringkali dihadapkan pada pengaruh kapitalisme media. Berbagai pandangan menyatakan bahwa perkembangan media mencerminkan kemajuan masyarakat, atau dengan kata lain, masyarakat mempengaruhi arah evolusi

media dengan konten yang mencerminkan preferensi, keinginan, dan aspirasi pasar.

Wiliam Abiq (dalam olii, 2007:20) menjelaskan bagaimana opini publik terbentuk. Menurutnya, opini publik adalah sekumpulan pandangan individu yang muncul dari diskusi dan interaksi antar individu dalam masyarakat. Dalam konteks ilmu komunikasi, opini publik merupakan proses komunikasi yang mengajukan isu kepada individu-individu dengan harapan mendapatkan tanggapan atau umpan balik (*feedback*)

2.3 New Media

Teori *New Media* adalah konsep yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengkaji evolusi media. Dalam teori ini, terdapat dua perspektif utama. Pertama, perspektif interaksi sosial, yang mengkategorikan media berdasarkan seberapa dekatnya dengan interaksi langsung. Media ini bersifat luwes dan berubah-ubah, memungkinkan manusia untuk mendapatkan pemahaman baru. Perspektif kedua adalah integrasi sosial, yang menggambarkan media bukan hanya sebagai saluran informasi, interaksi, atau distribusi, tetapi sebagai ritual, yaitu bagaimana manusia menggunakan media untuk membentuk masyarakat. Dalam konteks ini, media bukan hanya alat untuk menyampaikan informasi atau menarik perhatian, tetapi juga berperan dalam membentuk berbagai bentuk komunitas dan memberikan rasa kepemilikan.

New Media atau media *online* didefinisikan sebagai hasil komunikasi yang menggunakan teknologi komputer digital sebagai medianya. Definisi lain dari media *online* adalah media yang menggabungkan berbagai elemen, menunjukkan adanya konvergensi media di dalamnya dimana beberapa media digabungkan menjadi satu. *New Media* adalah jenis media yang menggunakan internet, berbasis teknologi, memiliki fleksibilitas, potensi interaktivitas, dan dapat beroperasi baik secara pribadi maupun secara publik.

McQuail mengklasifikasikan media baru menjadi empat unsur, yaitu:

1. Media komunikasi interpersonal, seperti handphone, telepon, dan email.
2. Media yang interaktif, seperti komputer, *video game*, dan permainan yang berbasis internet.
3. Media pencarian informasi, seperti portal atau mesin pencari (*search engine*).
4. Media partisipasi kolektif, seperti penggunaan internet untuk berbagi informasi, opini, pengalaman, dan menjalin hubungan melalui komputer dimana penggunaannya tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat membangkitkan afeksi dan emosional.

2.3.1 Fungsi dan Manfaat New Media

Seperti yang umumnya dikenal, komunikasi massa mengacu pada proses penyampaian pesan kepada khalayak yang luas secara bersamaan melalui berbagai teknologi. Media adalah alat atau teknologi yang digunakan untuk menyebarkan pesan tersebut. Di bawah ini terdapat beberapa peran *new media* dalam implementasinya:

a. Informasi

Mengedarkan dan berbagi informasi adalah peran utama dari media. Informasi dianggap sebagai pengetahuan yang memuat kekuatan, dan media menyajikan fakta serta pendapat yang terpercaya dan terkini mengenai berbagai peristiwa dan situasi kepada masyarakat luas sebagai bahan informatif. Media massa menyampaikan informasi yang bisa berupa pendapat, fakta objektif, serta sumber primer dan sekunder. Fungsi informatif media juga memungkinkan subjek untuk memahami peristiwa di sekitar mereka dan mencari kebenaran tersebut. Media mengedarkan informasi utamanya melalui siaran berita di radio, televisi, serta artikel di surat kabar atau majalah.

b. Pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi yang bervariasi kepada setiap orang dari berbagai lapisan masyarakat. Mereka berusaha untuk memberikan pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan berbagai jenis konten. Contoh dari bentuk pendekatan langsung adalah melalui program pendidikan jarak jauh. Berbagai macam program seperti drama, dokumenter, wawancara, cerita, dan yang lainnya dibuat untuk memberikan pendidikan kepada khalayak secara tidak langsung. Penggunaan media massa terutama di negara-negara berkembang digunakan sebagai instrumen yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

c. Hiburan

Hiburan adalah fungsi dari media yang juga penting dan seringkali dianggap sebagai fungsi yang paling jelas dan umum digunakan. Pada dasarnya, hiburan adalah bentuk pertunjukan yang memberikan rasa senang kepada subjek. Media memenuhi peran ini dengan memberikan hiburan kepada khalayak melalui berbagai sarana seperti koran, majalah, radio, televisi, dan media *online* yang menyediakan cerita, film, serial, dan komik untuk menghibur subjek. Tidak hanya itu, tema-tema seperti olahraga, berita, ulasan film, seni, dan mode juga berkontribusi dalam membuat waktu senggang penonton menjadi lebih menyenangkan.

d. Persuasi

Persuasi merupakan kegunaan lain dari media massa yang mengikutsertakan upaya agar dapat mempengaruhi pikiran manusia. Media massa dapat mengubah pikiran subjeknya dengan berbagai macam cara, sebab konten media mempunyai kemampuan dalam membentuk opini dan menetapkan agenda subjeknya. Media dapat mengubah suara, mengubah sikap hingga dapat merubah perilaku subjek. Dengan menggunakan artikel, editorial, dan berbagai macam konten lainnya, media massa mampu meyakinkan

subjek walaupun tidak semua penonton sadar akan pengaruh tersebut.

e. Pengawasan

Pengawasan atau yang diketahui dengan *surveillance*, merujuk pada observasi yang dilakukan secara hati-hati terhadap masyarakat. Kegunaan dari media massa adalah mengamati masyarakat secara terperinci dan terus-menerus, serta memberikan peringatan terkait tindakan-tindakan yang dapat membahayakan khalayak massa di masa depan, dengan tujuan mengurangi potensi kerugian. Selain itu, media massa juga bertugas untuk melaporkan perilaku yang tidak pantas yang terjadi di masyarakat kepada pihak berwenang, serta mencegah praktik-praktik yang dapat merugikan khalayak massa. Ini juga mencakup memberikan informasi mengenai ancaman-ancaman seperti peristiwa alam, kondisi ekonomi negara yang menurun, peningkatan inflasi, hingga konflik militer.

f. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses transmisi budaya dimana media berfungsi sebagai cermin masyarakat yang membantu dalam mengajarkan individu, khususnya anak-anak dan pendatang baru, untuk memahami dan mematuhi norma budaya atau sosial dalam masyarakat mereka. Proses sosialisasi ini memungkinkan masyarakat untuk belajar bagaimana menjadi bagian dari entitas sosial atau budaya yang lebih besar. Dalam konteks ini, sosialisasi melalui media membantu membentuk perilaku, sikap, dan keyakinan masyarakat, yang pada akhirnya memperkuat ikatan sosial dan mempersatukan mereka sebagai satu kesatuan.

2.4 YouTube Sebagai Media Massa

Masyarakat saat ini semakin terlibat dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dengan perkembangan teknologi yang cepat. Hampir semua orang sudah familiar menggunakan perangkat dan layanan *online* dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi massa

merujuk pada penyebaran informasi kepada khalayak luas melalui media massa, yang terdiri dari media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi koran dan majalah, sedangkan media elektronik mencakup radio, film, televisi, dan media daring seperti internet. Media daring, termasuk media sosial, merupakan salah satu inovasi terbaru yang memiliki dampak signifikan bagi masyarakat *modern*. Media sosial, seperti yang populer saat ini, memfasilitasi berbagi pesan dan informasi di antara pengguna. Youtube, sebagai salah satu *platform* media sosial yang sangat populer, menarik banyak pengguna dari berbagai kalangan (Kindarto, 2013).

Youtube merupakan *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunduh, menonton, dan berbagi berbagai jenis video. Youtube tidak hanya menawarkan berita dan informasi serba guna yang dibutuhkan oleh banyak orang, tetapi juga digunakan secara luas untuk hiburan dan pembelajaran. Selain sebagai sumber informasi, Youtube juga memungkinkan akses terhadap musik, cuplikan film, dan video lainnya sehingga menjadikannya lebih dari sekedar saluran televisi konvensional seperti yang diusung dalam slogan mereka.

Menurut laporan terbaru dari “We Are Social”, pada Oktober 2023, Indonesia memiliki 139 juta pengguna youtube, menjadikannya negara keempat dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia. Meskipun demikian, terjadi penurunan pengguna aktif bulanan youtube sebesar 0,9% secara tahunan dan 1,4% secara kuartalan pada periode tersebut. Secara global, pengguna youtube yang berusia 18 tahun keatas didominasi oleh laki-laki dengan proporsi 54,4%, sementara perempuan menyumbang 45,6%.

2.5 Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Menurut Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahulukan oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera (sensoris). Namun proses itu tidak berhenti sampai situ, melainkan stimulus diteruskan dan proses selanjutnya

merupakan proses persepsi. Maka dari itu proses persepsi tidak bisa lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Proses itu akan berlangsung setiap saat waktu individu menerima stimulus melalui alat indera, seperti mata sebagai alat penglihatan, telinga sebagai alat pendengar, hidung sebagai alat penciuman, lidah sebagai alat pengecap, kulit sebagai alat peraba, yang semua alat indera itu digunakan untuk menerima stimulus dari luar individu. M Husaini dan M. Noor (1981:103) menyatakan bahwa persepsi merupakan obyek di sekitar yang ditangkap dan proyeksi pada bagian tertutup dalam otak sehingga kita dapat mengamati onyek tersebut.

Persepsi adalah awal dari sebuah pemikiran yang ditunjukkan oleh seseorang. Persepsi seseorang bisa berbeda antara individu lainnya karena berbagai faktor, termasuk tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap suatu hal. Setiap kali ada pendapat yang disuarakan, persepsi yang menyertainya pasti akan timbul bersamaan.

Persepsi adalah pengalaman tentang suatu objek, kejadian atau hubungan yang didapatkan dari menyimpulkan berbagai informasi dan menjelaskan sebuah pesan yang ada di dalamnya. Persepsi merupakan proses internal yang memperkenalkan kita untuk bisa memilih, mengelompokkan, dan menjelaskan bagaimana rangsangan dari lingkungan sekitar dengan proses itu bisa mempengaruhi perilaku kita. Persepsi adalah inti dari persepsi yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Sedangkan menurut Dedy Mulyana (2007:179) mengatakan bahwa persepsi adalah proses internal yang memungkinkan untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan perilaku seseorang.

Beberapa prinsip persepsi yang dikemukakan Mulyana (2000: 75) adalah sebagai berikut:

1. Persepsi berdasarkan pengamatan adalah bagaimana manusia melihat seseorang, obyek, atau kejadian, serta bagaimana mereka meresponsnya berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka terkait dengan hal-hal yang serupa.

2. Pemahaman bersifat selektif, dimana setiap manusia sering menerima berbagai rangsangan indrawi secara bersamaan. Oleh karena itu, penting untuk memilih rangsangan yang relevan untuk fokus perhatian kita, karena faktor ini menjadi kunci dalam menentukan apa yang kita perhatikan secara khusus.
3. Pemahaman bersifat dugaan, dimana pemahaman asumsi terjadi karena informasi yang kita terima tentang suatu objek melalui indera tidak pernah menyeluruh. Pemahaman ini adalah hasil langsung dari kesimpulan yang diambil.
4. Persepsi bersifat evaluatif, yang berarti terkadang orang menilai pesan sebagai suatu upaya untuk mencapai kebenaran. Namun, terkadang indera dan pemahaman kita dapat menyesatkan, sehingga kita meragukan seberapa akurat pemahaman kita terhadap realitas yang sebenarnya. Oleh karena itu, untuk mencapai tingkat kebenaran yang lebih baik, diperlukan evaluasi yang teliti.
Persepsi bersifat kontekstual, yang artinya pengaruh konteks adalah yang paling kuat dalam cara kita memahami suatu objek. Situasi yang ada saat kita melihat seseorang, objek, atau kejadian memiliki dampak besar pada cara pikir kita. Prinsip harapan kita, seperti kesamaan atau kedekatan, kelengkapan, dan kecenderungan kita untuk memahami sesuatu rangsangan atau kejadian berdasarkan struktur dan latar belakang.

2. Jenis-jenis Persepsi

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif. Persepsi ini menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya, kenal atau tidak) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya.
- b. Persepsi negatif. Persepsi ini menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya, kenal atau tidak) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang dipersepsi.

Dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik positif ataupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dan munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsi (Irwanto, 2002: 71).

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Bimo Walgito mengungkapkan beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya persepsi, yaitu:

1. Objek yang dipersepsikan

Objek yang menerima stimulus dapat berasal dari luar atau dalam tubuh individu. Stimulus tersebut mengenai alat indra atau reseptor yang kemudian mentransmisikan informasi melalui syaraf. Mayoritas stimulus berasal dari lingkungan eksternal individu

2. Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu juga harus ada syarat sensoris sebagai alat yang meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf. Otak adalah sebagai pusat dari kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon itu diperlukan syaraf motoris.

3. Perhatian

Untuk menyadari atau mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, seperti langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian adalah pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan pada suatu kumpulan objek.

4. Aspek-aspek Persepsi

Aspek-aspek persepsi menurut Rokeach & Hamka Walam dalam Bimo Walgito menjelaskan bahwa aspek persepsi dibagi menjadi 3, yaitu:

a. Komponen Kognitif

Pada aspek ini berhubungan dengan pengenalan aspek kognitif menyangkut dengan komponen pengetahuan, pengharapan, cara berfikir atau mendapatkan pengetahuan dan pengalaman masa lalu. Serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran individu pelaku persepsi.

b. Komponen Efektif

Aspek ini berhubungan dengan komponen perasaan dan keadaan emosi individu terhadap suatu objek tertentu dan segala sesuatu yang menyangkut evaluasi, baik atau buruk berdasarkan faktor emosional seseorang. Perasaan seseorang berkaitan dengan kebutuhan yang dimiliki setiap individu. Objek-objek yang dapat melayani kebutuhan akan dihargai positif, dan sebaliknya objek-objek yang menghalangi akan dinilai negatif. Jadi, evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem yang dimilikinya.

c. Komponen Konatif

Konatif merupakan aspek yang berhubungan dengan motif dan tujuan timbulnya suatu perilaku yang terjadi disekitar yang diwujudkan dalam perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari sesuai persepsinya terhadap suatu objek atau keadaan tertentu.

Suatu kejadian yang terjadi pada seseorang akan sangat mempengaruhi persepsi dari orang tersebut. Kemudian akan mempengaruhi seseorang itu dalam bersikap dan berperilaku terhadap sesuatu yang ada dilingkungannya. Seperti saat individu berbuat baik seperti siap membantu dan berbuat sesuatu yang menguntungkan objek berarti individu tersebut memiliki sikap yang positif. Sebaliknya jika individu itu memiliki sikap yang negatif kepada objek, maka ia akan mencela, menyerang, bahkan menghilangkan objek tersebut.

5. Proses terjadinya Persepsi

Dalam bukunya Bimo Walgito menjelaskan proses terjadinya persepsi diawali dengan objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat Indera atau reseptor. Terdapat perbedaan antara objek dan stimulus, namun terkadang objek itu sendiri dapat menjadi stimulus terjadinya persepsi. Stimulus adalah segala sesuatu yang berasal dari lingkungan atau situasi yang dapat diterima oleh manusia yang setelah itu menimbulkan efek, reaksi atau respon. Sedangkan objek adalah segala sesuatu yang dapat dikenali, diamati dan diinterpretasikan oleh indra.

Bentuk persepsi yang dilakukan pada penelitian ini melalui indera penglihatan. Individu mengadakan persepsi melihat dengan matanya tetapi mata bukanlah satu-satunya bagian hingga individu dapat mempersepsi apa yang dilihatnya. Mata hanyalah salah satu alat yang menerima stimulus, dan stimulus ini dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, sampai akhirnya individu dapat menyadari apa yang dilihat.

Jika seseorang melihat sesuatu objek maka stimulus yang menenai mata bukanlah objek secara langsung, namun sinar yang dipantulkan oleh objek itu yang bekerja sebagai stimulus yang mengenai mata. Sinar yang mengenai mata mempunyai sifat gelombang, ada yang bergelombang pendek dan ada juga yang bergelombang panjang. Disamping itu sinar juga mempunyai sifat kekuatan atau intensitas gelombang yang bermacam-macam. Perbedaan soal intensitas akan membawa perbedaan soal terang tidaknya sinar yang diterima. Perbedaan panjang pendeknya gelombang akan membawa perbedaan dalam warna yang dilihat. Apabila seseorang melihat suatu benda, maka dari benda itu dapat dilihat bentuknya, jaraknya, warnanya, ukurannya, dan kadang-kadang gerakannya.

2.6 Penelitian Terdahulu

Referensi dari penelitian sebelumnya merupakan komponen penting dalam melaksanakan penelitian. Untuk mengisi kekosongan informasi dalam penelitian ini, peneliti memerlukan penelitian terdahulu yang fokus pada

variabel serupa. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kumpulan penelitian tersebut sehingga mampu menambah wawasan bagi pembaca mengenai analisis persepsi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami keberagaman persepsi khalayak dengan berbagai interpretasi mengenai Tari Topeng Bapang. Berikut adalah perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya untuk menunjukkan orisinalitasnya.

Pertama, skripsi berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dalam Menonton Tayangan Liga Paranormal Di Trans TV” oleh Jamaludin, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah objek yang digunakan yaitu berupa tayangan. Perbedaannya terletak pada penelitian ini menggunakan tayangan televisi, dan peneliti menggunakan tayangan YouTube.

Kedua, skripsi berjudul “Persepsi Audiens Pada Tayangan Talk Show Rumpi No Secret di Trans TV ” oleh Endar Diah Mayangsari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaan dari skripsi penelitian ini adalah teori yang di gunakan. Penelitian terdahulu menggunakan teori S-O-R, sementara peneliti menggunakan teori encoding-decoding.

Kertiga, skripsi berjudul “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Makassar Terhadap Tayangan channer YouTube Nessi Judge” oelh Siti Astri Ayu Pratiwi mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah membahas topik yang sama tentang persepsi dan menggunakan tayangan dalam objek penelitian. Perbedaan penelitiannya terletak pada tujuan penelitian yang mana penelitian terdahulu ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi subjek, sementara peneliti ingin menganalisis persepsi subjek terhadap tayangan tari topeng bapang.

Keempat, skripsi berjudul “Persepsi Pengurus UKM Birohmah Tentang Tayangan Mistis Pada Tayangan Youtube Jurnalrisa” oleh Arief Rizki Ramadhan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Lampung. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah dengan menggunakan teori persepsi dari Bimo Walgito dan media massa yang digunakan adalah YouTube. Perbedaan penelitiannya terletak pada pengumpulan data yang dilakukan penelitian terdahulu ini menggunakan wawancara mendalam sementara peneliti menggunakan wawancara.

2.7 Kerangka Teori

