

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya atau terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Berikut beberapa contoh penelitian sebelumnya.

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No.	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial YouTube Sebagai Media <i>Content Video Creative</i> (Studi Deskriptif Mahasiswa UNISMUH Makasar), Muh Jamil Reza, 2021.	Metode Penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori persepsi.	Lokasi penelitian ini di kampus UNISMUH Makasar dan Output Penelitiannya.
2.	Persepsi Siswa Terhadap Pengguna WhatsApp di Tengah Pandemi Covid-	Metode Penelitian sama-sama menggunakan metode	Lokasi Penelitian & Output Penelitian

	19 Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Kelas X Mipa 4 MAN Pinrang, Purnama Hudawis, Universitas Agama Islam Negeri Parepare, 2021.	penelitian kualitatif dan menggunakan teori persepsi.	
3.	Persepsi Mahasiwa Terhadap Berita Online Jejamo.com Sebagai Sumber Informasi Seputar Lampung (Studi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015), M. Hadi Saputra, UIN Raden Intan Lampung, 2018.	Metode Penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori persepsi.	Lokasi Penelitian, Output Penelitian
4.	Persepsi Masyarakat Tentang Pergaulan Bebas di Masa Peminangan (Studi Kasus di Desa Banarjoyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur), Ivanna	Metode Penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori persepsi.	Lokasi Penelitian, Output Penelitian

	Frestilya Ari Shandi, IAIN Metro, 2020.		
5.	Persepsi Masyarakat Pedesaan Tentang Melanjutkan Studi ke Jenjang Perguruan Tinggi Bagi Perempuan di Dusun Arjosari Desa Sumberputih Kecamatan Wajak Kabupaten Malang, Rizka Isro'atul Mufidah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.	Metode Penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan persepsi	Lokasi Penelitian & Output Penelitian

Dari uraian tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa Lokasi penelitian dan Output Penelitian memiliki perbedaan, rata-rata penelitian sebelumnya mengambil Lokasi Penelitian kepada mahasiswa dan masyarakat, sedangkan peneliti mengambil penelitian berlokasi di Cirebon dan menggunakan beberapa *Followers* dari akun Instagram @bachrulalam_ sebagai Informan pendukung. Tidak hanya itu pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan penelitian, yaitu mengambil Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif dan menggunakan teori persepsi.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI (2001) Komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lainnya. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi yang efektif dapat terjalin dengan baik apabila kedua belah pihak saling mengakui kekurangan dan kelebihan orang lain serta mengerti kelemahan orang lain. Oleh karena itu, segala hambatan dapat diatasi dengan baik, segala macam ego dalam diri kita dapat dihilangkan sehingga hanya ada keinginan untuk bisa saling memahami orang lain seutuhnya tanpa ada pamrih yang lain.

Komunikasi secara termitologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward (1998:16) mengenai komunikasi “*Human communication is the process through which individuals-in relationships, group, organizations, and societies-respond to and create messages to adapt to the environment and one another*”. Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat yang merespons dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam Effendy (1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan cara menjawab oertanyaan sebagai berikut: *Who Says, What In, Which Channel, To Whom, With What Effect*.

Paradigma Lasswell tersebut menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu :

- (1) Komunikator (Siapa yang mengatakan ?)
- (2) Pesan (Mengatakan apa ?)
- (3) Media (Melalui saluran/*channel*/media apa ?)
- (4) Komunikan (Kepada siapa ?)
- (5) Efek (Dengan dampak/efek apa?)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses Komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

2.2.2 Tinjauan Persepsi

a) Pengertian Persepsi

Terdapat suatu proses yang ditempuh setiap individunya untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra setiap individunya agar bisa menghasilkan makna bagi lingkungan mereka, itulah disebut persepsi. Menurut Desiderato (Rakhmat, 2015:50) persepsi merupakan pengalaman tentang peristiwa, objek, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan pesan singkat. Menurut Asrori (2020: 11) persepsi merupakan proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu tersebut berada, yang berasal proses belajar dan pengalaman. Persepsi memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensor stimuli*). Objek yang dimaksud merupakan konten berbahasa arab, yang akan menjadi objek dari sebuah penelitian.

Persepsi mempengaruhi terhadap peristiwa/pengalaman atau background dari individu yang mempersepsikan suatu kondisi. Tidak hanya itu hubungan sangat berpengaruh terhadap terjadinya persepsi, yang dimaksud hubungan merupakan siapa atau apa kaitannya dengan apa yang dipersepsikan oleh individu tersebut. Sehingga akan menimbulkan persepsi yang relevan terhadap objek yang dipersepsikannya. Pada saat memberikan suatu tanggapan tertentu terhadap suatu objek, tentu adanya suatu proses mempersepsi terlebih dahulu, sebagai mana Walgito Bimo (2015: 51) menyatakan, persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan.

Penginderaan itu sendiri merupakan, suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Oleh karena itu persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan itu sendiri merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk kedalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi. Diakibatkan persepsi bertautan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera.

b) Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi setiap manusia terhadap suatu stimulus beragam, dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut. Menurut Rakhmat, Jalaludin (2015:50) persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. David Krech. Dan Richard S. Crutchfield (dalam Rakhmat, Jalaludin 2015:50) menyebutkan faktor persepsi yaitu faktor fungsional dan faktor struktural, dari berbagai faktor tersebut, faktor perhatian adalah faktor yang paling mempengaruhi persepsi.

Walgito, Bimo (2004: 115-118) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perhatian ada dua faktor, yaitu faktor yang berasal dari stimulus atau dari luar individu yang terdiri dari intensitas atau kekuatan stimulus, ukuran

situmulus, perubahan stimulus, ulangan dari stimulus, dan pertentangan atau kontras serta faktor individu yang terdiri dari sifat temporer individu dan sifat struktural, dan aktivitas yang sedang berjalan pada individu.

Rakhmat, Jalaludin (2015:51-53) menyatakan bahwa perhatian dipengaruhi oleh faktor eksternal penarik perhatian seperti gerakan, intensitas, kebaruan, dan perulangan serta faktor internal pengaruh perhatian seperti faktor biologis dan faktor sosiopsikologis. Rakhmat, Jalaludin (2015: 54-61) menyatakan faktor yang mempengaruhi persepsi secara garis besar dari faktor fungsional merupakan faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain yang termasuk faktor-faktor personal, dan faktor struktural merupakan sifat stimuli dan efek saraf yang ditimbulkan oleh individu itu sendiri.

c) Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi melalui suatu proses, dimulai ketika objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Antara objek dan stimulus itu berbeda, tetapi ada kalanya bahwa objek dan stimulus itu menjadi satu. Misalnya dalam hal tekanan, benda sebagai objek langsung mengenai kulit, sehingga akan terasa tekanan tersebut (Walgito, Bimo 2004:90). Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita kemudian disaring dan sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selective perception*.

Selective attention dipengaruhi oleh karakteristik objek atau individu yang dipersepsikan, terutama gerakan, intensitas, besaran, pengulangan dan keaslian. *Selective attention* dipicu oleh sesuatu atau orang yang mungkin saja diluar konteks, seperti mendengar individu lainnya berbicara dengan aksen asing.

2.2.3 Tinjauan Tentang New Media

Terminologi *New Media* mengacu pada perubahan berskala besar dalam produksi media, distribusi media dan penggunaan media yang bersifat teknologis, tekstual, konvensional dan budaya (Martin, Lister 2009:20). Perubahan berskala besar merupakan perubahan yang masif, pada produksi media sekarang bisa dilakukan oleh siapapun karena terdapat ruang yang tak terbatas dan bisa mendistribusikan media tersebut ke internet dengan gampang dan mudah. Hal tersebut berpengaruh kepada penggunaan medianya dari sisi teknologinya menggunakan alat-alat yang baru dengan tekstual yang beragam bahkan sampai ke kebudayaan kita.

Pada era masyarakat informasi industri media massa mau tidak mau harus bertransformasi dari bentuk analog menjadi digital. Karena ciri khas produk teknologi di era ini menawarkan produktivitas, efisiensi, kecepatan dan lintas batas. Perangkat komunikasi teks, audio dan visual yang sebelumnya terpisah kini berpadu dan konvergen dalam satu perangkat transmisi yang menggabungkan fungsi media penyiaran lama ke dalam satu *platform* media baru. Semuanya didukung oleh jaringan global internet, yang bahwa media massa, computer, dan jaringan telekomunikasi

saling berintegrasi atau belakangan lazim disebut sebagai konvergensi media (Straubhaar & LaRose, 2006). Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, eksistensi media sosial yang memberikan ruang kepada warga untuk berbagai informasi secara independen kian menguat. Bahkan media sosial mampu mempengaruhi pembuat kebijakan negeri ini, seperti halnya media pemberitaan *mainstream*. Sebut saja Koin Keadilan Prita melalui media sosial *Facebook* dan blog <http://koinkeadilan.com> yang berhasil menggugah masyarakat Indonesia untuk mengumpulkan koin. Koin terkumpul mencapai lebih besar dari nilai denda tuntutan pencemaran nama baik oleh RS. Ommi Internasional, yakni sebesar Rp. 240.00.000 (Respati, 2009).

New Media merupakan media yang berkembang pada era komunikasi interaktif bisa disebut juga sebagai ciri utama *New Media*. Kita tidak hanya menjadi konsumen informasi namun juga bisa menjadi produsen informasi. Terlebih sudah banyak pilihan berbabagai macam media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter dan lainnya. Pencarian informasi lebih mudah dan cepat menurut Hidajanto Djamal dan Andi dalam buku dasar-dasar penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi (2015), media baru membuat pencarian informasi lebih mudah dan dapet. Manfaat ini memudahkan manusia untuk mencari serta mendapatkan apa yang dibutuhkan, termasuk informasi.

Media sosial Instagram contohnya, dengan adanya aplikasi media sosial Instagram kemudahan dalam mendapatkan informasi sangat membantu penggunanya, tidak hanya itu Instagram bisa dijadikan akses untuk melihat “Jendela dunia” dari segi hiburan, Pendidikan, dan sebagainya. Bisa juga dijadikan sebagai *Platform* jual beli,

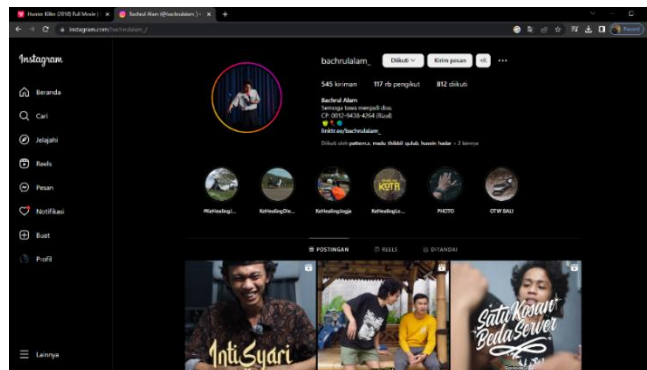
mencari teman dan lainnya. Tidak hanya kita bisa menjadi konsumen, kita juga bisa menjadi produsen apa yang konsumen butuhkan. Terlebih banyak sekali konten-konten atau video atau foto yang menghadirkan komunikasi non verbal yang berpengaruh.

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkannya *Platform* media sosial Instagram pada tahun 2010, aplikasi Instagram telah memiliki 400 Juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak 89% Instagrammers yang berusia 18-34 Tahun mengakses IG (Instagram) setidaknya satu pekan sekali untuk bisa mengakses atau berkegiatan di sosial media Instagram. *Platform* Instagram sering digunakan juga untuk kegiatan amal, seperti penggalangan dana untuk masyarakat kurang mampu atau untuk masyarakat yang terdampak musibah.

Media Sosial Instagram contohnya, Instagram merupakan salah satu *platform* yang sedang banyak diminati oleh berbagai kalangan karena dengan fitur-fitur yang dihadirkan oleh media sosial Instagram mudah diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Perkembangan inovasi fitur-fitur di Instagram yang memiliki kemudahan untuk mengaksesnya. Sebagai *user* bisa sebagai *platform* untuk mengkonsumsi berita-berita atau sebagai penikmat saja, di dalam terdapat banyak informasi yang di konsep dengan cara seperti audio visual, audio, gambar, dan lainnya. Terdapat banyak sekali konten-konten menarik di *platform* Instagram tersebut yakni, konten edukasi, konten hiburan, dan lainnya. *Content Creator* adalah pelaku dari penyajian konten-konten tersebut yang akan berdampak terhadap *Folloers* atau hanya sekedar menonton saja.

2.2.4 Tinjauan Tentang *Content Creator*

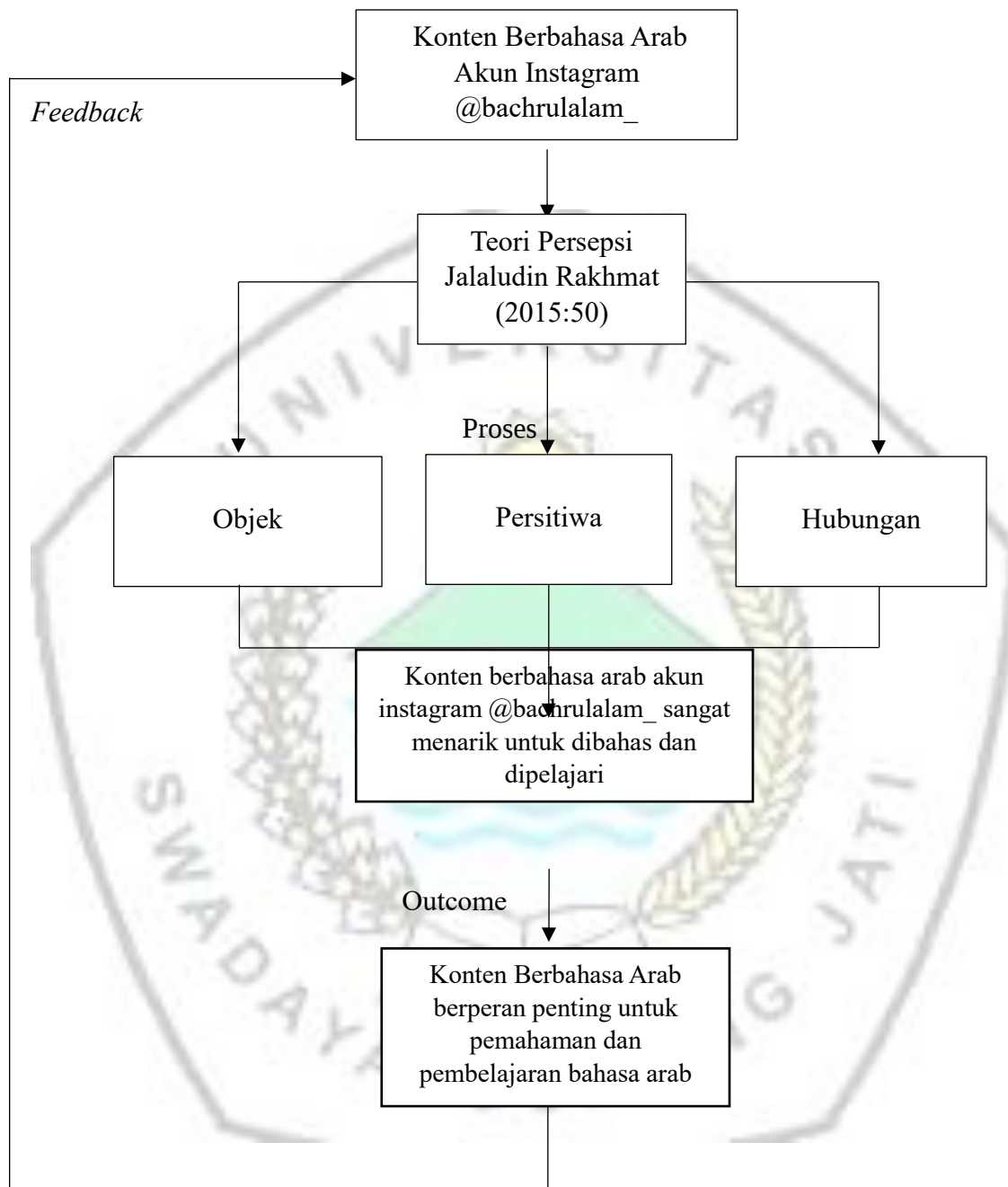
Fenomena konten di Indonesia tidak lepas dari perkembangan pada penggunaan *platformnya* itu sendiri. Inovasi fitur perangkat komunikasi saat ini menawarkan medium komunikasi yang kian interaktif. Sehingga pengguna *platform* media sosial, khususnya Instagram bisa melihat bahkan membuat berbagai macam jenis konten, baik berupa visual, audio, atau deksripsi. *Content Creator* (Pencipta Konten) merupakan individu atau kelompok yang menyajikan berupa audio visual atau foto ysng berisikan konsep konten berupa hiburan, Pendidikan, dan lainnya. Penyebaran konten dari berbagai *Platform* memudahkan masyarakat dalam mengakses atau mendaptkan informasi, baik berupa peningkatan kemampuan informasi, pemyebaran berita bahwan kegiatan jual beli. kegiatan penyebaran tersebut peran *Content Creator* sangatlah penting terlebih pada pembahasan kali ini akan merujuk pada konten berbahasa arab akun *Instagram @bachrulalam_*. Terdapat beberapa konten yang memiliki dasar konten berbahasa arab, dengan nama lengkap Muhamad Bachrul Alam, pada akun *Instagram @bachrulalam_* menyajikan konsep konten-konten dengann tema atau issue-issue tertentu yang diangkat menjadi sebuah konten audio visual yang memiliki banyak *views* dari *Followers* atau bukan *Followersnya*. Pada konten berbahasa arab itu diharapkan untuk lebih belajar lagi mengenai bahasa agama Islam.



Gambar 2.1 akun instagram **@bachrulalam_**
 Sumber : instagram @bachrulalam_, 2023

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran merupakan model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan beberapa faktor-faktor masalah penting. Kerangka pemikiran juga menjadi penjelasan sementara tentang berbagai gejala yang menjadi objek penelitian. Berikut contoh kerangka pemikiran oleh peneliti. Menurut Rakhmat, Jalaludin (2015:50) Persepsi merupakan sebuah pengamatan mengenai suatu objek yang dinamakan sebagai tujuan vital, peristiwa sebagai faktor dari mempersepsikan objek dan hubungan yang mengkaitkan perolehan dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi membuat seseorang bisa menafsirkan apa yang dilihat, dirasakan dan akan mengeluarkan output jangka pendek baik itu output negative maupun positive, output tersebut berpengaruh besar terhadap kondisi objek yang dilihat dan peristiwa yang disampaikan.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran