

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

Manusia sejatinya adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan bantuan dan ketergantungan dengan manusia lain, sangat sulit jika manusia hidup secara sendirian untuk memenuhi segala kebutuhan pribadinya. Dalam hal dasar manusia membutuhkan orang lain untuk saling berkomunikasi guna menjalani kehidupan sosialnya, dimana komunikasi sendiri mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan guna mendekatkan satu individu dengan individu lain, atau satu individu dengan kelompok lain. Oleh karena itu komunikasi memiliki arti yang sesuai secara harfiah yaitu membuat sama (*make common*), Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila adanya kesamaan pesan antara penyampaian pesan (komunikan) dan orang yang menerima pesan (komunikator).

Sejarah dalam ilmu komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu, yang kemudian para ahli menjabarkan dan mendefinisikan komunikasi dari sudut pandang mereka masing-masing. Komunikasi berasal dari kata Latin "*communicare*" yang berarti "menyampaikan". Komunikasi didefinisikan sebagai proses mengkomunikasikan makna dari satu entitas atau kelompok ke entitas lain melalui penggunaan tanda, simbol, dan norma semiotik yang semuanya dipahami secara kolektif, sesuai dengan etimologi kata tersebut. Lalu kata komunikasi atau *communication* dalam

bahasa inggris yang awalnya berasal dari kata latin juga yang memiliki arti yaitu *communis* atau berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang memiliki arti “membuat sama” (*to make common*), (Effendy, 2009:9). “Sama disini memberi makna bahwa komunikasi bisa saling terjadi apabila mempunyai kesamaan pandangan dan pesan antara pemberi pesan atau komunikator dan penerima pesan atau komunikan”. Lalu menurut ahli *Harold Lasswell* (Mulyana, 2017:69),

Mengatakan bahwasannya cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut. *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?*. Atau Siapa, Mengatakan Apa, Dengan Saluran Apa, Kepada Siapa, Dengan Pengaruh Apa?.

Analisis kelima pertanyaan diatas dapat diartikan sebagai berikut :

Pertama, *Who?* Yaitu sumber (*source*) dimana pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Kebutuhannya bisa bervariasi, bisa dari sekadar mengucapkan “selamat pagi” untuk memelihara hubungan baik yang sudah lama dibangun, menyampaikan informasi, menghibur, hingga kebutuhan untuk mengubah ideologi, keyakinan agama dan perilaku pihak lain. Kedua, *Says What?* Yaitu pesan apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tadi. Pesan memiliki tiga komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

Ketiga, *In Which Channel?* Yaitu saluran atau media sebagai alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh saja merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah salurannya verbal dengan cara tatap muka secara langsung atau salurannya nonverbal dengan cara menggunakan media cetak, elektronik, internet, dll.

Keempat, *To Whom?* Yaitu penerima (*receiver*) atau sering disebut juga sasaran atau tujuan (*destination*), komunike (*communicatee*), penyandi balik (*decoder*), atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*) yaitu orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia cerna dan pahami, proses ini disebut peyandian balik (*decoding*). Kelima, *With What Effect?* Yaitu efek apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya bertambahnya pengetahuan dari tidak tahu menjadi tahu, terhibur, perubahan sikap dari setuju menjadi tidak setuju, perubahan keyakinan, perubahan perilaku dan sebagainya.

Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi. *Bernard Barelson dan Gary A. Steiner* (Mulyana, 2017:68). Kemudian menurut *Theodore M. Newcomb* (Mulyana, 2017:68) mengatakan “bahwa setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima”. Kemudian menurut

Carl I. Hovland (Mulyana, 2017:68) mengatakan “komunikasi adalah proses yang memungkinkan seorang komunikator menyampaikan rangsangan yang biasanya lambang-lambang verbal untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)”. Lalu pakar *Gerald R. Miller* (Mulyana, 2017:68) menjelaskan “jika komunikasi terjadi maka suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”. Kemudian *Everett M. Rogers* (Mulyana, 2017:69) mengatakan “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. Lalu menurut *Raymond S. Ross* (Mulyana, 2017:69) menjelaskan “komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator”. Kemudian pakar selanjutnya yaitu *Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante* (Mulyana, 2017:69) mengatakan “komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”.

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai pengertian komunikasi menurut para ahli yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu komunikasi merupakan bentuk interaksi antara individu satu dan individu lainnya untuk melakukan pertukaran informasi antara satu dan lainnya dengan maksud dan tujuan tertentu.

2.1.1 Elemen Komunikasi

Menurut Laswell (Mulyana, 2017:69-70) menjelaskan bahwasannya “komunikasi itu merupakan upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan tertentu”. Berdasarkan definisi menurut Laswell ini maka dijabarkan menjadi lima unsur komunikasi dimana satu sama lain saling bergantung, sebagai berikut :

1. Sumber (*source*)

Sumber sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*) atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Kebutuhannya bervariasi, mulai dari sekadar mengucapkan "selamat pagi" atau “apa kabar?” untuk memelihara hubungan baik yang sudah lama dibangun, menyampaikan informasi, menghibur, hingga kebutuhan untuk mengubah ideologi, keyakinan agama dan perilaku pihak lain. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan. Proses inilah yang disebut penyandian (*encoding*).

2. Pesan (*message*)

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen: makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, famflet). Kata-kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatapan mata, dan sebagainya), juga melalui musik, lukisan, patung, tarian, dan sebagainya.

3. Saluran atau Media

Saluran atau Media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, yakni cahaya dan suara, meskipun kita bisa juga menggunakan kelima indra kita untuk menerima pesan dari orang lain. Kita dapat mencium wangi parfum yang merangsang fantasi kita yang liar ketika

berdekatan dengan seorang wanita yang tidak kita kenal di sebuah kafe, mencicipi ketupat lebaran yang disuguhkan tuan rumah, atau menjabat tangan sahabat yang baru lulus ujian sarjana. Jabatan tangan yang erat (sentuhan) dapat juga menyampaikan lebih banyak pesan daripada kata-kata. Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan: apakah langsung (tatap-muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi). Surat pribadi, telepon, selebaran, *Overhead Projector* (OHP), sistem suara (*sound system*) multimedia, semua itu dapat dikategorikan sebagai (bagian dari) saluran komunikasi. Pengirim pesan akan memilih saluran-saluran itu, bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai dan jumlah penerima pesan yang dihadapi. Kita mungkin membaca artikel ilmiah di surat kabar, mendengarkan ceramah agama lewat radio atau menonton siaran olahraga lewat televisi.

4. Penerima (Receiver)

Penerima Sering juga disebut sasaran atau tujuan (*destination*), komunike (*communicatee*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami dan cermati. Proses ini disebut penyandian-balik (*decoding*).

5. Efek

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan dari tidak tahu menjadi tahu, terhibur, perubahan sikap dari tidak setuju menjadi setuju, perubahan keyakinan, perubahan perilaku dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu, dan sebagainya.

2.1.2 Jenis Komunikasi

Berdasarkan jenis komunikasi, maka komunikasi dipecah menjadi tiga jenis, yang pertama adalah komunikasi antarpribadi atau interpersonal, dimana jenis komunikasi ini terjadi antar dua orang, baik secara langsung (*face to face*) ataupun menggunakan media tertentu seperti telepon, internet, dsb. Komunikasi jenis ini memiliki sifat dua arah atau timbal balik atau (*two face traffic communication*).

Kedua adalah komunikasi kelompok atau grup komunikasi, dimana jenis komunikasi ini terjadi antara seseorang terhadap beberapa orang dalam suatu kelompok. Dan yang ketiga adalah komunikasi massa, dimana komunikasi ini melalui media massa (media cetak dan elektronik), sebab dari awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari perkembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa), (Nurudin, 2017:3-4).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Mulyana (2017:5-34) menjabarkan bahwa fungsi komunikasi terdapat empat bagian, diantaranya sebagai berikut :

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial. setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep untuk diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk nubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belayar, perguruan tinggi, RT, RW, desa. kota. dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia bisa dipastikan akan "tersesat," karena ia tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apa pun yang ia hadapi. Komunikasi pula yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi - situasi problematik yang ia masuki. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab, karena cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari

lewat pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain yang intinya adalah komunikasi.

2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan - perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal.

Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Seorang atasan menunjukkan simpatinya kepada bawahannya yang anggota keluarganya baru meninggal dengan menepuk bahunya. Orang dapat menyalurkan kemarahan dengan mengumpat, berkecak pinggang, mengepalkan tangan dengan memelototkan matanya. Mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi, unjuk rasa, mogok makan atau aksi diam.

3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun (bernyanyi *Happy Birthday* dan pemotongan kue ulang tahun), pertunangan (melama, tukar cincin), siraman, pernikahan (ijab-qabul, sungkem kepada orang-tua, sawer, dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

Ritus-ritus lain seperti berdoa (shalat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui. Ketika seorang dosen menyatakan bahwa ruang kuliah kotor, pernyataannya tersebut dapat membujuk mahasiswa untuk membersihkan ruang kuliah tersebut. Bahkan komunikasi yang menghibur (*to entertain*) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih lewat pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal seperti berbicara sopan, mengobrol janji, mengenakan pakaian necis dimana gaya berpakaian para pria yang biasanya bercirikan setelan jas, dasi, sepatu kulit dan pakaian modis lainnya, dan sebagainya yang pada

dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan. Taktik itu misalnya lazim dilakukan politikus berkampanye politik.

2.1.4 Karakteristik Komunikasi

Berdasarkan kegiatan komunikasi yang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari maka dalam setiap proses komunikasi tersebut akan memiliki karakteristik komunikasi. Dimana menurut Harun (dalam Hendrayady, 2021:6-7) bahwa ada enam proses, berikut penjelasannya :

1. Suatu proses, pada dasarnya komunikasi adalah bentuk rangkaian dari peristiwa ataupun tindakan yang terjadi berdasarkan tahapan ataupun urutan dan berkaitan semuanya satu sama lain didalam suatu masa dan kurun waktu tertentu. Dimana komunikasi sebagai suatu proses maka tidaklah bersifat statis namun bersifat dinamis, maksud bahwa komunikasi akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung secara terus menerus.
2. Upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan, merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sengaja, dan sadar serta sesuai dengan maksud, tujuan atau keinginan dari pelakunya. Sadar disini menunjukkan bahwa suatu bentuk komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam keadaan mental psikologis yang dapat dikendalikan atau dapat dikontrol. Sengaja disini berikan arti bahwa komunikasi yang dilakukan oleh seseorang memang sesuai dengan kehendak individu tersebut. Dimana

tujuan ini menunjukkan pada hasil atau akibat dari hasil komunikasi yang ingin dicapai oleh individu tersebut.

3. Menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari individu yang terlibat. Dimana suatu kegiatan komunikasi akan berjalan dengan baik apabila semua pihak terlibat dalam kegiatan komunikasi tersebut. Baik dua orang ataupun lebih secara bersamaan yang mempunyai perhatian yang sama dengan tema maupun topik dari pesan yang ingin disampaikan atau dikomunikasikan.
4. Bersifat simbolis, komunikasi yang kita lakukan dengan menggunakan simbol harus dengan bahasa verbal. Misalnya saat kita menggunakan *emoticon* yang tersedia di beberapa aplikasi media sosial saat ini. *Emoticon* “ 😊 “ *emoticon* ini mengartikan dan menunjukkan ekspresi kita sedang tersenyum dan masih banyak lagi simbol-simbol lainnya.
5. Bersifat transaksional, komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan secara *take and give* atau memberi dan menerima, tidak bisa dilakukan hanya dengan satu arah saja. Dengan melakukan kegiatan ini maka komunikasi akan menjadi lebih efektif dan jelas terarah maksud tujuan dari pembicaraannya.
6. Menembus faktor waktu dan ruang, bagi siapapun yang ikut serta dalam proses kegiatan berkomunikasi tidak harus ada pada lokasi maupun di tempat yang sama. Apalagi pada zaman sekarang yang sudah serba digital, berbicara saja bisa dilakukan secara jarak jauh menggunakan gawai, menggunakan *zoom meeting* ataupun menggunakan aplikasi telekonferensi

lainnya untuk melakukan panggilan rapat atau *meeting* diberbagai belahan dunia manapun kita berada.

2.2 Persepsi

2.2.1 Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia sekelilingnya. Jadi dengan mempersepsi setiap individu memandang dunia berkaitan dengan apa yang dia butuhkan. Apa yang dia nilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. Semua kebutuhan yang ingin dipenuhi ini membuat persepsi individu menjalani suatu proses personal yang rumit, karena apa yang dipersepsikan itu sangat tergantung dari sejauh mana pengaruh beragam faktor pembentuk persepsi, Lindsay dan Norman (dalam Liliweri, 2015:166).

Ekspresi mengenal orang lain merupakan studi awal tentang persepsi. Darwin mendorong munculnya permasalahan persepsi dengan pertanyaan, "Apa ciri-ciri keputusan yang baik tentang orang lain?" Muhadjir (dalam Sobur, 2016:385-386). Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris perception berasal dari bahasa Latin *perceptio*; dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Kata persepsi umumnya dikaitkan dengan kata lain, menjadi; persepsi diri, persepsi sosial menurut Rakhmat (dalam Sobur, 2016:385-386). Tegiuri (dalam Sobur, 2016:385-386) menawarkan istilah *la connaissance d'atru* atau mengenal orang lain. Dalam kepustakaan berbahasa Inggris, istilah yang banyak digunakan adalah social perception. Objek fisik umumnya memberikan stimulus fisik yang sama sehingga orang mudah membuat persepsi yang sama. Pada

dasarnya, objek berupa pribadi memberikan stimulus yang sama pula, namun kenyataannya tidaklah demikian.

Menurut Muhadjir (dalam Sobur, 2016:385-386), “keragaman stimulus dengan objek pribadi atau orang dipelajari oleh banyak ahli”. Ada yang memilih orang sebenarnya (*Sherman*), fotonya (*Allport*), filmnya (*Cline*), gambar diagram orang (*Titchener*), dan suara orang (*Davitz*). Sementara studi meragamkan suara emosionalnya dengan isi yang sama (*Horowitz*), yang lain membuat sebaliknya (*Soskin*). Beberapa studi meneliti ketepatan ekspresi emosional (*Goodenough*, *Munn*, *Leavitt*). Beberapa menemukan bahwa ketepatan berkaitan dengan macam emosi yang diekspresikan (*Davitz*). Persepsi (*perception*) dalam arti sempit adalah penglihatan, cara seseorang mata sesuatu, sedangkan dalam arti luas adalah pandangan atau pengertian, yaitu cara seseorang memandang atau mengartikan sesuatu *Leavitt* (dalam Sobur, 2016:385-386).

Menurut DeVito (dalam Sobur, 2016:385-386), “persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi indra kita”. Yusuf (dalam Sobur, 2016:385-386) menyebut persepsi sebagai “pemaknaan hasil pengamatan”. Sedangkan Gulo (dalam Sobur, 2016:385-386) mendefinisikan “persepsi sebagai proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indra-indra yang dimilikinya”. Rakhmat (dalam Sobur, 2016:385-386) menyatakan bahwa “persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Bagi Atkinson (dalam Sobur, 2016:385-386), “persepsi adalah proses saat kita mengorganisasikan dan menafsirkan pola stimulus

dalam lingkungan”. Menurut *Verbeek* (dalam Sobur, 2016:385-386), “persepsi dapat dirumuskan sebagai suatu fungsi yang secara langsung manusia dapat mengenal dunia riil yang fisik”. *Brouwer* (dalam Sobur, 2016:385-386) menyatakan bahwa “persepsi (pengamatan) adalah suatu replika dari benda di luar manusia yang intrapsikis, dibentuk berdasarkan rangsangan-rangsangan dari objek”.

Menurut *Pareek* (dalam Sobur, 2016:385-386) memberikan definisi yang lebih luas ihwal persepsi ini; dikatakan, "Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi pada rangsangan pancaindra atau data". Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi dapat dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (decoding) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada definisi *John R. Wenburg* dan *William W. Wilmot* (dalam Sobur, 2016:385-386) "Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna".

Definisi *Rudolph F. Verderber*: ““Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indriawi” , Mulyana (dalam Sobur, 2016:385-386). “Persepsi disebut inti komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif”. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas, Mulyana (dalam Sobur, 2016:385-386).

“Persepsi sebuah proses yang kompleks di mana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan sensoris menjadi gambaran yang bermakna dan koheren dengan dunia sekelilingnya” *Berelson & Steiner*, (dalam Liliweri, 2015:166-167). Lalu proses di mana organisme menginterpretasi dan mengorganisir sensasi untuk menghasilkan pengalaman yang berarti tentang dunia. Dengan kata lain, individu sedang berhadapan dengan situasi atau rangsangan. Individu menafsirkan rangsangan, berdasarkan pengalamannya, tadi menjadi sesuatu yang berarti bagi dia, meskipun apa yang dia tafsirkan itu mungkin jauh berbeda dari kenyataan sesungguhnya Lindsay & Norman, (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Kemudian proses di mana seorang individu menerima rangsangan melalui berbagai indra dan menafsirkan rangsangan itu”, *Engel & Kolat*, (dalam Liliweri, 2015:166-167).

“Proses mental untuk mendapatkan kesan sensoris lalu menghubungkan kesan itu dengan makna”, *Aaker dan Myers*, (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Aktivitas individu yang belajar, membaharui perspektif, dan berinteraksi dengan apa yang diamati”, *Bennett, Hoffman, and Prakash*, (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Aktivitas membuat kesimpulan dengan membuat kategorisasi tertentu dari yang ditampilkan stimulus sehingga dapat menjadi informasi yang relatif lengkap”, *Bennett, Hoffman, & Prakash*, (dalam Liliweri, 2015:166-167).

“Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan” (Rakhmat, (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Suatu proses di mana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan sensoris, lalu memberikan arti

bagi kesan itu”, *Robbins*, (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Persepsi adalah proses mengalami dunia Anda dan kemudian membuat merasakan apa yang Anda alami”, *DeVito* (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Proses pemilihan, pengorganisasian, dan penafsiran terhadap informasi sensoris dengan indra kita”, Lane, (dalam Liliweri, 2015:166-167). “Proses untuk melakukan seleksi, mengorganisasikan, dan interpretasi masukan sensoris yang individu terima melalui indra (sensasi) secara sadar, terintegrasi demi mendapatkan informasi dari lingkungan internal dan eksternal” *Gould*, (dalam Liliweri, 2015:166-167).

2.2.2 Proses Persepsi

Berdasarkan proses persepsi terdapat tiga dimensi utama (Sobur, 2016:447), sebagai berikut :

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, dimana individu memilih konten pesan yang dia inginkan lalu mengabaikan konten dari sudut pandang pengirim.
2. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang anak mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Reaksi yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi.

2.2.3 Pengaruh Faktor-Faktor Personal Pada Persepsi Interpersonal

Pengaruh faktor-faktor personal yang mempengaruhi persepsi seorang individu, sebagai berikut (Riswandi, 2013:62-64) :

1. Pengalaman

Pengalaman orang mempengaruhi kecermatan persepsi. Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal. Pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian peristiwa yang pernah kita hadapi. Seperti ibu lebih berpengalaman mempersepsi anaknya dari pada bapaknya.

2. Motivasi

Motivasi adalah dorongan dari dalam, dorongan sesaat, mos atau keinginan yang menggerakkan seseorang untuk berbuat sesuatu guna mencapai tujuan secara keseluruhan. Di dalam motivasi sendiri terdapat asumsi yang menyatakan bahwa orang yang di dalam dirinya ada keinginan, dorongan, atau tujuan yang ingin dicapai dalam menonton cenderung akan lebih berhasil dibandingkan dengan orang yang menonton tanpa dilandasi oleh motivasi.

Motivasi terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang berasal dari rangsangan di dalam diri setiap individu. Ia terdiri dari dorongan dan minat individu untuk melakukan suatu aktivitas tanpa mengharap ataupun meminta ganjaran.

b. Motivasi ekstrinsik, yaitu diwujudkan dalam bentuk rangsangan dari luar yang bertujuan menggerakkan individu untuk melakukan suatu aktivitas yang membawa manfaat kepada individu itu sendiri.

3. Kepribadian (*Personality*)

Pribadi atau kepribadian ialah sifat dan perilaku tipikal atau khas seseorang yang berbeda dengan orang lain. Seseorang dikatakan pribadi atau mempunyai kepribadian jika ia berinteraksi dengan orang lain. Dalam konsep pribadi atau kepribadian termaktub karakteristik dari struktur-struktur, pola tingkah laku, minat, emosi, nilai, keyakinan, motif, potensi yang dimiliki seseorang yang tampak oleh orang lain ketika ia berbuat sesuatu.

2.3 Gawai

2.3.1 Pengertian Gawai

Menurut *Stephen Nelson* (dalam Pratiwi, 2019:5-6) mengatakan bahwa gawai mempunyai arti perangkat pintar adalah perangkat elektronik yang tanpa kabel (kecuali saat sedang diisi daya), seluler (dengan mudah) diangkut, selalu terhubung (melalui WiFi, 3G, 4G, dll.) dan mampu komunikasi suara dan video, data, penjelajahan internet, "lokasi geografis" (untuk tujuan pencarian) dan yang dapat beroperasi sampai batas tertentu secara mandiri. Dipercaya secara luas bahwa jenis perangkat ini akan melebihi jumlah bentuk komputasi pintar lainnya dan komunikasi dalam waktu yang sangat singkat.

Gawai menurut oleh Widiawati, Sugiman dan Edy (dalam Pratiwi, 2019:5) mengatakan gawai ini adalah proyek yang kompleks, dibuat dengan berbagai aplikasi yang dapat menyajikan berbagai media berita, hobi jejaring sosial, bahkan hiburan. Akibatnya, perangkat ini berbeda dari telepon genggam yang ada sebelum penemuan Internet. Jika ponsel baru terhubung ke jaringan internet, itu bisa dianggap sebagai gadget. Menurut definisi, ponsel (atau *smartphone* dalam bahasa Inggris) adalah perangkat portabel dengan fungsi berikut: komunikasi utama melalui telepon dan transmisi pesan singkat (SMS). Namun, seiring kemajuan teknologi, ponsel pun ikut maju, dengan penambahan fitur-fitur baru seperti pemutar musik, e-mail, akses internet, bluetooth, game, dan fotografi. Telepon genggam telah berkembang menjadi telepon pintar atau gawai di dunia sekarang ini.

Perbedaan keduanya terletak pada *software* atau prosedur yang digunakan. Perbedaan utama adalah bahwa gawai memiliki kemampuan komputasi dan konektivitas yang lebih tinggi daripada perangkat seluler lainnya. Perbedaan antara keduanya terletak pada jenis program atau operasi yang digunakan. Perbedaan yang mendasar adalah telepon pintar memiliki kapabilitas komputer dan konektivitas yang lebih tinggi dari telepon genggam dengan aplikasi tambahan jaringan internet. Meningkatnya gawai dikalangan masyarakat global ditengarai memiliki hubungan erat dengan pembelian telepon cerdas seperti iPhone dan Android secara besar-besaran, Arifin, (dalam Pratiwi, 2019:6). Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari beberapa pendapat diatas bahwa gawai adalah alat komunikasi yang *modern* dengan

berbagai fungsi yang bisa dinikmati dan digunakan untuk mempermudah dan membantu kegiatan manusia.

2.3.2 Karakteristik Gawai

Dikutip dari laman *niatku.com*, beberapa karakteristik yang umum ada pada gawai yaitu :

1. **Mobile OS.**

MobileOS yang sering digunakan pada gawai adalah: Symbian OS, iPhone OS, Windows Mobile OS, RIM Blackberry, Linux, Palm OS, Android. Hingga saat ini hanya iOS dan Android saja yang dapat bertahan untuk operasi sistem pada gawai.

2. **Open Source**

Sumber terbuka adalah dimana proses sistem pengembangan yang tidak dikoordinasi oleh suatu individu atau lembaga pusat, tetapi oleh para pelaku yang bekerja sama dengan memanfaatkan kode sumber (*source-code*) yang tersebar dan tersedia bebas (biasanya menggunakan fasilitas komunikasi internet). Seperti berbagai merek gawai (Samsung, Oppo, Vivo, Xiaomi, Realme) yang tersebar dipasaran bebas menggunakan operasi sistem Android yang dikembangkan oleh Google karena bersifat open source, sedangkan operasi sistem iOS bersifat tidak open source, operasi sistem yang dikembangkan oleh *Apple inc* ini hanya eksklusif untuk perangkat

gawai yang mereka buat saja (*iPhone series*) dan pihak apple sendiri tidak mengizinkan untuk digunakan di merek gawai lain.

3. ***Web Feature***

Fitur web ini mengacu pada konten tekstual, aural, atau visual yang dilihat di situs web. Dimana didalamnya terdapat konten elemen kreatif apa pun, misalnya, teks, aplikasi, gambar, pesan email yang diarsipkan, data, layanan elektronik, file audio dan video, dan sebagainya.

4. ***Enhanced***

Hardware Fitur hardware eksternal seperti layar sentuh lebar dan sensitif, *built-in keyboard*, resolusi kamera tinggi, sisi kamera depan untuk *video conferences*.

5. ***MobilePC***

Pada umumnya gawai memiliki prosesor yang cukup tinggi., selain itu memiliki penyimpanan memori yang besar dan memiliki RAM tambahan yang cukup besar seperti sebuah PC desktop atau laptop.

6. ***Technology Support***

Pada poin ini memberi arti bahwa didalam gawai terdapat fitur yang berhubungan dengan komputer, baik perangkat lunak (*software*) maupun pengembangan jaringan seperti teknologi jaringan 4G dan 5G (uji layak coba) yang bisa dinikmati saat ini.

2.3.4 Sejarah Gawai

Dengan awal abad kedua puluh, kehidupan manusia telah mengalami semua jenis perubahan evolusioner. Perubahan ini sangat penting dari sudut pandang teknis. Berbagai dan teknologi canggih diterapkan dalam kehidupan manusia. Perlahan namun pasti, ketersediaan teknologi mengubah setiap aspek kehidupan manusia. Era saat ini bisa disebut era digital, era dimana aktivitas manusia bertumpu pada teknologi. Tetapi bagaimana aktivitas manusia bergantung pada teknologi? Bahkan, tidak mungkin memisahkan seseorang darinya. Sangat sederhana sehingga merupakan alat yang paling dekat dengan kehidupan manusia sehari-hari. Gawai atau sebutan lain untuk gadget sering disebut juga *smartphone* karena kompleksitas dan kecerdasannya.

Istilah gawai memang belum terlalu populer di kalangan masyarakat saat ini. Gawai memang bentuk kata baru yang diterjemahkan dari Bahasa Inggris sebagai implikasi dari pesatnya kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini yang tidak mungkin dapat kita bendung. Gawai sendiri baru muncul setelah tahun 2010-an yang lalu kemudian di resmikan menjadi bahasa baku yang ditandai dengan masuknya kata baru ke dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pada KBBI gawai memiliki arti sebagai peranti elektronik atau mekanik dengan fungsi praktis. Dengan pengertian ini hanya memiliki arti yang sedikit berbeda dari kata asalnya yaitu *gadget*. Dengan begitu, gawai yang sekarang beredar di masyarakat berbeda dengan telepon yang biasa digunakan sebelum adanya teknologi internet seperti saat ini.

Dari masa ke masa gawai telah begitu banyak mengalami perkembangan teknologi yang cukup signifikan. Jika dulu gawai hanya sebatas penggunaan telepon dan mengirim pesan singkat. Kini tidak lagi, sejak hadirnya kecanggihan teknologi pada gawai mampu mengubah kegunaan gawai. Karena saat ini gawai bukan lagi sebagai alat untuk berkomunikasi, melainkan juga sebagai sarana hiburan dan bisnis *online* yang sedang marak akhir-akhir ini. Meskipun demikian, tentu tak salah jika kita kembali menengok sejarah perkembangan gawai yang terus berevolusi sampai saat ini. Sebelum menggunakan gawai seperti saat ini, pada abad ke - 9 gawai masih menggunakan kabel dengan tombol nomor berbentuk bundar. Sehingga pada saat itu gawai tidak bisa dibawa keluar rumah hanya bisa digunakan disatu tempat saja.

Dikutip dari *Kompasiana.com* (di akses pada 20 april 2022 pukul 14.12 WIB), pada tahun 1973 Martin Cooper telah mengembangkan gawai tanpa menggunakan kabel. Penemuan Martin ini mengubah perkembangan gawai di seluruh dunia, yang awalnya menggunakan kabel beralih menjadi telepon genggam tanpa kabel (nirkabel) atau *wireless*. Penemuan gawai pada saat itu masih menggunakan teknologi yang bersifat 0G, sebelum sekarang ini yang telah memasuki teknologi 4G. Berikut ini merupakan perkembangan kecanggihan teknologi pada gawai:

1. 0G merupakan tahapan perkembangan pertama kecanggihan teknologi pada gawai yang menggunakan jaringan radio khusus dengan jangkauan jaringan terbatas dan hanya tersambung dengan telepon umum biasa. Bentuk pada

jaringan ini hampir sama dengan penggunaan walkie-talkie, tetapi perbedaannya terdapat pada penggunaan nomor dan jaringan tersendiri.

2. 1G atau bisa dikatakan sebagai generasi pertama merupakan perkembangan teknologi pada gawai yang cukup modern, ditemukan pada sekitar abad 80-an. Menggunakan teknologi komunikasi yang disebut dengan Frequency Divison Multiple Acces (FDMA). Pada teknologi ini, kegunaannya hanya bisa digunakan untuk panggilan telepon.
3. 2G dan 2,5G merupakan kecanggihan teknologi yang sudah memasuki penggunaan digital. Era 2G dikenal dengan teknologi Code Division Multiple Acces (CDMA) dan General Packet Radio Service(GPRS). Kelebihan teknologi ini jika dibanding teknologi sebelumnya yaitu, 2G bukan hanya bisa digunakan untuk komunikasi suara namun juga penggunaan pesan singkat atau Short Message Service (SMS).
4. 3G merupakan perkembangan teknologi wireless yang berkembang pada abad 20-an. Teknologi ini bisa dikatakan sebagai pembaruan teknologi yang cukup signifikan, karena pada saat itu telah ditetapkan oleh International Telecommunication Union (ITU). Penggunaan 3G telah mengubah jaringan komunikasi menjadi lebih cepat dan efisien dibanding generasi-generasi sebelumnya. Sehingga tak heran generasi-generasi sebelumnya sudah tidak lagi digunakan dan bahkan hampir dilupakan.
5. 4G merupakan generasi keempat atau fourth generation yang dikembangkan oleh Jepang untuk mewujudkan teknologi dengan kecepatan jaringan yang besar dan biaya yang lebih efisien. Perkembangan 4G merupakan

pengembangan selanjutnya dari generasi-generasi sebelumnya. Jika melihat kelebihan 4G dibandingkan dengan generasi sebelumnya, 4G menawarkan jaringan pita lebar yang bisa digunakan untuk berbagai macam peralatan elektronik yang bisa disambungkan dengan USB. Selain itu 4G juga menyediakan kemampuan internet berbasis Session Initiation Protocol (SIP) yaitu di mana jaringan 4G mampu menerima seluruh transmisi atau berintegrasi dengan generasi teknologi sebelumnya seperti GSM ataupun CDMA.

6. 5G merupakan jaringan seluler generasi kelima (fifth generation / 5G) yang menjanjikan kecepatan pengunduhan dan pengunggahan data 10 sampai 20 kali lebih cepat dari kecepatan internet generasi sebelumnya. Dalam prakteknya, munculnya teknologi 5G dimaksudkan guna memberikan kemudahan kepada pengguna dalam hal kecepatan data, latency yang rendah, koneksi jaringan yang luas serta kapasitas jaringan yang lebih tinggi. Singkatnya, dengan teknologi 5G kamu bisa melakukan aktivitas yang berhubungan dengan internet 500% lebih cepat dibanding dengan 4G LTE yang sedang menjadi andalan. Lantas siapa penemu teknologi 5G ? ialah *Michael Lemke*, Pria berkebangsaan Jerman yang juga seorang ahli fisika yang bergelar PhD (dokter) ini disebut-sebut sebagai sosok penemu jaringan 5G. Untuk mewujudkan lahirnya teknologi 5G, kabarnya sudah memulai penelitiannya sejak tahun 2016 silam, tepatnya ini Dresden University of Technology, Jerman. Selain sebagai seorang ahli fisika, *Michael Lemke* juga menduduki posisi penting di salah satu brand seluler

ternama yaitu Huawei sebagai ahli teknologi senior. 24 tahun sudah ia menggeluti dunia teknologi komunikasi.

Berdasarkan penjelasan diatas ini telah memberikan wawasan yang luas kepada kita mengenai perkembangan teknologi gawai yang bisa kita nikmati sampai saat ini. Kecanggihan teknologi 4G dan disusul teknologi 5G yang lebih cepat tetapi masih dalam masa uji coba di indonesia pada era millenial saat ini tentu sangat membantu kehidupan manusia, terlebih pada penggunaan internet yang sudah menjadi komoditas umum masyarakat di seluruh dunia. Meskipun kita telah menikmati era 4G, kita tidak boleh melupakan sejarah perkembangan teknologi gawai. (dari www.lpmreference.com).

