

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup tanpa orang lain. Hal ini berarti, manusia membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi yang sering dilakukan merupakan kebutuhan yang mendasar bagi setiap manusia. Komunikasi memegang peranan penting dalam mendekatkan satu orang kepada orang lain, dimana hal ini sesuai dengan artinya secara harfiah yang bermakna bersama-sama (*common*). Sejarah ilmu komunikasi dikembangkan oleh ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu. Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Menurut Raymond S. Ross (1983: 5) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh sang komunikator.

M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981: 18) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan penukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. Menurut Harold D. Laswell. Sebagaimana dikutip oleh Sendjaja (1999: 7) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *Who Says What In which Channel to Whom With What Effect* (siapa yang mengatakan

apa dengan saluran apa kepadasiapa dengan efek bagaimana?) Kata atau istilah “komunikasi” (Bahasa Inggris)

berasal dari bahasa latin “*Communicates*” atau *communication* atau *communicare* yang berasal “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus Bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. (Riswandi 2009: 1).

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas kepada komunikasi verbal. Tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan seni dan teknologi. (Wiryanto, 2006: 6).

Dalam “bahasa” komunikasi, pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*). Sedangkan orang yang menerima pernyataan dinamakan komunikan (*communicate/communicant*). Dengan demikian, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator pada komunikan dengan maksud dan tujuan tertentu (Suryanto, 2017: 14).

John Fiske menyatakan bahwa secara umum, komunikasi adalah interaksi sosial melalui pesan. Komunikasi melibatkan tanda (*signs*) dan kode (*codes*). Penerimaan atau pengkonstruksian tanda atau kode atau komunikasi tersebut memakan praktik hubungan sosial. (Fiske, 2007: 8).

Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian komunikasi yang telah diuraikan diatas, maka kesimpulan dari komunikasi adalah suatu bentuk interaksi

antara satu manusia dengan manusia lainnya untuk melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain dengan tujuan tertentu.

Maka dari itu, Komunikasi adalah hal paling penting, dilihat dari kehidupan sosial Manusia yang sudah jelas akan memerlukan Manusia lain untuk hidup, yang mana tidak ada satupun Manusia yang bisa hidup sendiri, maka dari itu Manusia bisa disebut sebagai Makhluk sosial, karena Manusia tidak bisa hidup tanpa Manusia lainnya, dan itu merupakan kebutuhan Manusia dari lahir hingga dewasa nanti.

2.1.1 Elemen Komunikasi

Menurut Laswell (Riswandi 2009:3), menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Berdasarkan definisi Lasweel ini diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

1. Sumber

Sumber atau (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoding*), komunikator, pembicara (*speaker*) atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau negara.

2. Pesan

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut. Pesan mempunyai 3 komponen. Yaitu, makna digunakan untuk menyampaikan pesan dan bentuk atau organisasi pesan.

3. Saluran atau Media

Saluran atau media yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Pada dasarnya saluran komunikasi manusia adalah dua saluran, yaitu cahaya dan suara. Saluran juga merujuk pada acara penyampaian pesan, apakah langsung (tatap muka) atau lewat media (cetak dan elektronik).

4. Penerima

Penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunikate, penyandi balik (*decoder*) atau khalayk, pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yaitu orang yang menerima dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan, penerima pesan menafsirkan seperangkat simbol verbal dan/atau nonverbal yang ia terima.

5. Efek

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku. Kelima unsur diatas sebenarnya belum lengkap, bila

dibandingkan dengan unsur-unsur komunikasi yang terdapat dalam model-model yang lebih baru. Unsur-unsur yang sering ditambahkan adalah umpan balik (*feedback*). Gangguan komunikasi (*noise*), dan kontes atau situasi komunikasi.

2.1.2 Jenis Komunikasi

Berdasarkan jumlah komunikan, komunikasi dapat dibagi menjadi tiga jenis. Pertama adalah komunikasi antar pribadi atau interpersonal (*dyadic communication*). Komunikasi terjadi antara dua orang, baik secara langsung (*face to face*) maupun media tertentu, seperti telepon, internet, dan sebagainya. Komunikasi jenis ini memiliki sifat dua arah atau timbal balik (*two way traffic communication*).

Bentuk kedua adalah komunikasi kelompok atau grup komunikasi, yang merupakan komunikasi seseorang terhadap beberapa orang dalam suatu kelompok. Bentuk ketiga adalah komunikasi massa, yaitu komunikasi melalui media massa baik komersil maupun non komersil, seperti televisi, majalah, newsletter, press release, dan lain sebagainya. Komunikasi massa menyampaikan pesan kepada komunikan yang beragam dan dalam jumlah yang besar, bahkan massif (Effendy, 2000: 53).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana (2004) dalam Suryanto (2017: 30), menyebutkan bahwa fungsi komunikasi terdiri atas empat bagian yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi Sosial

Fungsi Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, dan memperoleh kebahagiaan.

2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan secara sendiri dan kelompok komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain. Namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan non-verbal. Misalnya perasaan syang, marah, benci, takut, sedih atau simpati, dapat dikomunikasikan melalui perilaku non-verbal.

3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasa dilakukannya secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup yang disebut antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara tujuh bulanan, kelahiran, sunatan, ulang tahun, tunangan, naik haji ke mekkah, dan sebagainya.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, dan

perilaku. Menggerakkan tindakan, menghibur. Jika diringkas, maka semua tujuan diatas dapat dikelompokkan membujuk atau bersifat persuasif. Komunikasi yang memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahasa pembicara menginginkan pendengarannya mempercayai bahwa informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui.

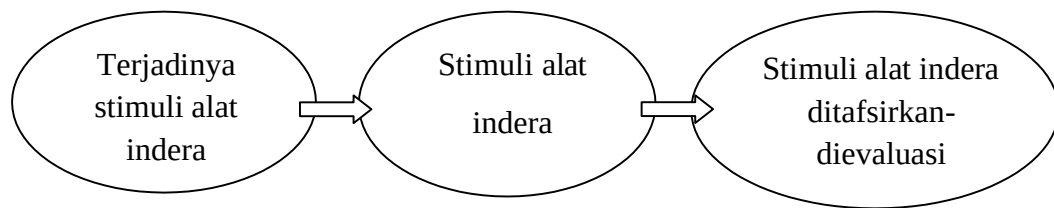
2.2 Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyediaan balik (*decoding*). Persepsi mencakup penginderaan (Sensasi) melalui alat-alat/panca indra (mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah) atensi, dan interpretasi (Riswandi 2009: 50).

1. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui panca indra manusia. Panca indra adalah reseptor yang berfungsi sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar.
2. Atensi atau perhatian berarti sebelum manusia merespon atau menafsirkan objek atau kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Jadi persepsi mensyaratkan suatu objek untuk dipersepsi, termasuk diri sendiri atau orang lain.
3. Interpretasi adalah tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atas informasi yang samai kepada kita melalui panca indra.(Riswandi. 2009:50).

Proses persepsi adalah seleksi, organisasi, dan interpretasi. Sebenarnya yang dimaksud seleksi mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat dalam interpretasi. yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna”. Sebenarnya kita sulit membedakan sensasi dengan persepsi misalnya, apa yang terjadi ketika anda membawa bunga mawar? Apakah anda terlebih dulu merasakan sensasi fisiologis (bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga mawar) ? kedua hal itu terjadi secara serempak. Sebenarnya, ketiga tahap persepsi (sensasi, atensi dan interpretasi, atau seleksi, organisasi dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung serempak (Mulyana, 2007:181).

Sobur juga mengatakan dalam bukunya, bahwa proses persepsi itu saling berkaitan, tidak saling terpisah. Ketiga tahap itu saling berkaitan, bersifat kontinu, bercampur baur, dan bertumpang tindih satu sama lain.



Gambar 2.1:

Bagan Proses Terjadinya Persepsi

Sumber: Sobur, 2003

Sobur menjelaskan gambar diatas sebagai berikut:

1. terjadinya stimuli alat indera (sensory stimulation).

Pada tahap ini, alat indera distimuli (dirangsang), misalnya kita melihat, mencicipi, serta meraba sesuatu. Beberapa contoh diatas adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh alat indera kita.

2. Stimuli terhadap alat indera

Pada tahap kedua, rangsangan terhadap alat indera diatur. Menurut berbagai prinsip, salah satunya adalah prinsip proksimitas (proximity) atau kemiripan. Orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain dipersepsikan secara bersama-sama atau sebagai satu kesatuan (unity). Persepsi lain adalah kelengkapan (clouser). Kita memandang atau mempersepsikan suatu gambaran atau pesan yang lengkap.

3. Stimuli alat indera ditafsirkan-dievaluasi

Penafsiran – evaluasi kita tidak semata-mata didasarkan pada rangsangan luar melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Stimuli alat indera, diatur terjadinya stimuli alat indera, dan ditafsirkan kebutuhan,

keinginan, sistem nilai, keyakinan tentang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya ada pada kita.

Dengan demikian, persepsi bersifat kompleks lebih dari sekedar proses penginderaan. Karena, dalam persepsi ini terjadi berbagai kegiatan interaksi yang sangat rumit dari serangkaian kegiatan. Pertama, diterimannya rangsangan melalui alat-alat indera yang dimiliki oleh setiap individu. Kedua, rangsangan yang diterima oleh alat-alat indera diproses berdasarkan kemiripan. Ketiga, memnrikan kesimpulan dari rangsangan yang telah diproses. Poin penting dalam persepsi ini adalah adanya proses kognitif dalam menyaring data hasil penginderaan atau pengrekayasa secara sempurna dari data. Dengan kata lain, seseorang individu harus memiliki kerja otak yang sistematis dan akan lebih sulit sebagai seorang individu untuk menghasilkan persepsi bila tidak memiliki pengetahuan.

Proses persepsi menurut Walgito, (2002: 54), adanya dua komponen pokok yaitu seleksi dan interpretasi. Seleksi yang dimaksud adalah proses penyaringan terhadap stimulus pada alat indera. Stimulus ditangkap oleh indera terbatas jenis dan jumlahnya, karena adanya seleksi. Hanya sebagian kecil saja yang mencapai kesadaran pada individu. Individu cenderung mengamati dengan lebih teliti dan cepat terkena hal-hal yang meliputi orientasi mereka. Interpretasi sendiri merupakan proses untuk mengorientasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan inteprestasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dan mempersepsi suatu objek yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada penyesuaian

makan akan dipersepsi positif, dan demikian sebaliknya. Selain itu adanya pengalaman langsung individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Ketika individu membangun suatu persepsi, maka selalu muncul pertanyaan, apa itu persepsi dan bagaimana persepsi itu terjadi? Dalam kajian psikologi didefinisikan sebagai proses dimana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling. Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama yaitu:

1. Individu memperhatikan dan membuat seleksi
2. Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indra
3. Individu membuat interpretasi.

Pada umumnya, para pemerhati psikologi komunikasi mengikuti lima tahapan utama, yakni tahapan *stimulation, organization, interpretation-evaluation, memory and recall*. Persepsi manusia mengikuti tahapan proses diatas, yakni:

1. Pada tahap I, individu menerima stimulus (rangsangan dari luar), indra akan menangkap makna terhadap stimulus, selanjutnya
2. Pada tahap II, stimulus tadi di organisasikan berdasarkan tatanan tertentu misalnya berdasarkan *schemata* (membuat semacam diagram tentang stimulus atau dengan skema (refleksi perilaku), kemudian pada tahap III, individu membuat interpretasi dan evaluasi terhadap stimulus berdasarkan pengalaman masa lalu atau pengetahuan tentang apa yang diterima itu.

3. Pada tahap IV, stimulus yang sudah diorganisasikan itu terekam dalam memory.
4. Pada tahap V, semua rekamana itu dikeluarkan, itulah persepsi (Liliweri, 2011:157).

Meskipun banyak stimulus berbeda-beda yang sampai kepada kita tentang masalah yang sama, apa yang bisa kita hayati adalah terbatas pada saat-saat tertentu. Apa yang kita hayati tidak hanya bergantung pada stimulus, tetapi juga pada proses kognitif yang merefleksikan minat, tujuan, dan harapan seseorang pada saat itu. Pemusatan persepsi ini disebut “perhatian”.

Perhatian mempunyai fungsi memiliki dan mengarahkan rangsangan-rangsangan yang sampai kepada kita, sehingga tidak kita terima secara kacau. Perhatian dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor yang terdapat pada objek yang dimati itu sendiri, yaitu intrnsitas, ukuran, kontras, pengulangan, dan gerakan. Sedangkan faktor dalam adalah kebutuhan psikologis, latar belakang, pengalaman, kepribadian, sikap dan kepercayaan umum, dan penerimaan diri. (Dirgagunarsa, 1996:107).

Dapat disimpulkan bahwa faktor luar biasanya digunakan untuk persepsi visual terhadap barang-barang. Akan tetapi, faktor tersebut juga dapat digunakan untuk orang dan keadaan. Beberapa faktor yang dianggap penting pengaruhnya terhadap seleksi rangsangan ialah:

- a. Intensitas, pada umumnya rangsangan yang lebih intensif mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens. Mislanya

iklan pada billboard yang menggunakan lampu lebih terang lebih diperhatikan orang ketimbang lampu yang redup pada malam hari. Iklan yang diperkuat dengan lampu-lampu yang lebih terang lebih menarik perhatian.

- b. Ukuran, pada umumnya benda-benda yang lebih besar lebih menarik perhatian. Barang yang lebih besar lebih cepat dilihat. Banyak perusahaan memanfaatkan faktor ini dalam mengemas produk mereka, sehingga membuat barang kelihatan lebih besar.
- c. Kontras, biasanya hal-hal lain dari yang biasa kita lihat akan cepat menarik perhatian. Banyak orang secara sadar atau tidak melakukan hal-hal aneh untuk menarik perhatian.
- d. Pengulangan, biasanya hal-hal yang berulang dapat menarik perhatian,. Misalnya pada waktu-waktu tertentu iklan yang sama dipertontonkan berkali-kali agar penonton ingat dengan produk tersebut dan lebih memperhatikannya daripada produk lain yang tidak cukup sering muncul dimedia.
- e. Gerakan, hal-hal yang bergerak lebih menarik perhatian daripada hal-hal yang diam. Kebanyakan iklan yang diperhatikan di malam hari menggunakan prinsip ini dengan menciptakan ilusi gerak melalui pengaturan berbagai lampu secara cerdas.

Sedangkan faktor dalam yang mempengaruhi seleksi persepsi \. Dalam menyeleksi berbagai gejala untuk persepsi, faktor-faktor dalam berkaitan dengan diri sendiri. Faktor-faktor tersebut yakni:

a. Kebutuhan psikologis

Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsi. Kadang-kadang ada hal yang kelihatn (yang sebenarnya tidak ada), karena kebutuhan psikologis. Mislanya, seseorang yang lapar bisa melihat makanan dibanyak tempat. Mereka suka berhalusinasi bahwa segala hal berubah menjadi sebuah makanan yang menggiurkan.

b. Latar belakang

Latar belakang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Orang-orang dengan latar belakang tertentu mencari orang-orang dengan latar belakang yang sama. Mereka mengikuti dimensi tertentu yang serupa dengan mereka. Mislanya, dalam sebuah organisasi, seorang mahasiswa baru jurusan ilmu komunikasi, terlebih dahulu ia akan mendekati mahasiswa dengan jurusan yang sama didalam organisasi tersebut.

c. Pengalaman, yang serupa dengan latar belakang ialah faktor pengalaman. Pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari hal-hal yang serupa dengan pengalaman pribadinya. Seseorang yang mempunyai pengalaman buruk dalam bekerja dengan jenis tertentu mungkin akan menyeleksi orang-orang ini untuk jensi persepsi tertentu.

d. Kepribadian

Kepribadian juga mempengaruhi persepsi. Seorang yang introvert mungkin akan tertarik kepada orang-orang yang serupa atau sama sekali

berbeda. Berbagai faktor dalam kepribadian mempengaruhi seleksi dalam persepsi.

- e. Sikap dan kepercayaan umum, hal tersebut juga mempunyai sikap tertentu terhadap karyawan wnaita atau karyawan yang termasuk kelompok tertentu, besar kemungkinan akan melihat berbagai hal kecil yang tidak diperhatikan oleh orang lain.
- f. Penerimaan diri, merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi. Mereka yang lebih ikhlas menerima kenyataan diri akan lebih cepat menyerap sesuatu daripada mereka yang kurang ikhlas menerima realitas dirinya. Kecermatan persepsi dapat ditingkatkan dengan membantu orang-orang untuk lebih menerima diri mereka sendiri.

Faktor-faktor yang berperan dalam persepsi menurut Walgito dalam bukunya, mengemukakan adanya beberapa faktor diantaranya adalah:

1. Objek yang dipesepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat-alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga datang dari dalam diri individu yang bersangkutan. Tetapi, sebagian besar stimulus datang dari luar individu.

2. Alat indera, saraf dan pusat susunan saraf

Alat indera atau resptor merupakan alat untuk merima stimulus. Disamping itu juga harus ada saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf

yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan saraf motoris.

3. Perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemutusan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek

2.2.1 Faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Rakhmat (Sobur, 2013:460) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat dikategorikan menjadi faktor fungsional, faktor situasional, dan faktor personal.

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional dihasilkan dari kebutuhan. Kegembiraan (suasana hati),, pelayanan dan pengalaman masa lalu seseorang individu. Pada dasarnya, persepsi ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi bergantung pada karakteristik orang yang memberikan respon terhadap stimulu tersebut. Krech dan Crutchlicld merumuskan dalil persepsi yang pertama: persepsi bersifat selektif secara fungsional. Hal tersebut berarti seseorang mempersepsi sesuatu akan memberikan tekanan yang sesuai dengan tujuannya. Kerangka rujukan (*frame of reference*) merupakan faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi persepsi. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi cara seseorang memberi makna pada

pesan yang diterimanya. Psikologi menganggap kerangka rujukan amat berguna untuk menganalisis interpretasi perseptual terhadap peristiwa yang dialami, hal ini dikemukakan oleh Rakhmat (Sobur, 2013:461).

2. Faktor Struktural

Krech dan Crutchfield (Sobur, 2013:461) mengatakan faktor struktural berarti timbul atau dihasilkan dari bentuk stimulasi dan efek netral yang dirimbulkan dari sistem saraf individu, bila mempersepsi sesuatu, seseorang mempersepsinya sebagai keseluruhan. Seseorang tidak melihat bagian-bagiannya. Kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Meskipun stimulu yang diterima tidak lengkap. Seseorang akan menginterpretasikannya secara konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsi.

Dalam Hubungan dengan konteks, Krech dan Crutchfield membuat dalil persepsi ketiga: sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur pada umumnya ditentukan oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Bila seseorang termasuk dalam kelompok tertentu, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok yang dipengaruhi oleh keanggotaan kelompok. Selanjutnya, dalil persepsi keempat: menyatakan bahwa objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama.

3. Faktor Situasional

Faktor situasional dengan bahasa nonverbal. Pertunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah dan petunjuk para linguistik adalah beberapa dari faktor situasional yang mempengaruhi persepsi.

4. Faktor Personal

Faktor personal terdiri atas pengalaman, motivasi dan kepribadian. Pengalaman akan membantu seseorang dalam meningkatkan kemampuan persepsi. Pengalaman bertambah melalui rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi, faktor yang mempengaruhi stimuli yang akan diproses adalah motivasi. Seseorang dengan kebutuhan hubungan interpersonal yang sangat tinggi lebih memperhatikan tingkah laku kolega terhadap dirinya daripada seseorang dengan kebutuhan hubungan interpersonalnya rendah menurut Guirdham (Sobur, 2013:462). Kemudian, kepribadian adalah ragam pola tingkah laku dan pikiran yang memiliki pola tetap yang dibedakan dari orang lain yang merupakan karakteristik individu.

2.3 Media Massa Televisi

Setelah mesin cetak, penemuan terpenting dalam teknologi komunikasi adalah televisi. Televisi telah mengubah bagaimana guru mengajar, mengubah pemerintah dalam memerintah, mengubah pemimpin agama dalam berkhotbah, dan mengubah cara kita belajar dalam mengatur perabotan rumah. Televisi telah mengubah sifat, cara beroperasi, dan hubungan khlayak dengan buku, majala, film, dan radio. Komputer, dengan kekuatan jaringan yang dimilikinya, dapat saja

mengambil alih posisi televisi sebagai medium komunikasi massa, namun televisi bahkan sudah menentukan masa depannya sendiri.

Menurut Morissan (2011: 6), kemunculan televisi awalnya ditanggapi biasa saja oleh masyarakat. Harga pesawat televisi ketika itu masih mahal, selain itu belum tersedia banyak program untuk disaksikan. Pengisi acara televisi pada masa itu bahkan sangat meragukan masa depan televisi, mereka tidak yakin televisi dapat berkembang dengan pesat. Pembawa acara televisi ketika itu harus mengenakan make-up biru tebal agar dapat terlihat normal ketika muncul di layar televisi. Mereka juga harus menelan tablet garam untuk mengurangi keringat yang membanjir dibadan mereka karena intensitas cahaya lampu studio yang tinggi, menyebabkan para pengisi acara sangat kepanasan. Kemudian setelah perang dunia ke-2 berakhir, teknologi mulai disempurnakan dan berhasil mendorong kemajuan televisi.

Kamera televisi tidak lagi membutuhkan terlalu banyak cahaya sehingga para pengisi acara di studio tidak lagi kepanasan. Selain itu, layar televisi sudah menjadi lebih besar sehingga terdapat lebih banyak program yang tersedia dan sejumlah stasiun televisi lokal pun mulai membentuk jaringan. Masa depan televisi mulai terlihat menjanjikan. Kini hampir semua negara di dunia memiliki stasiun televisi. Di Asia, bidang “Broadcasting” ini di pelopori oleh Jepang pada tahun 1953, Filipina tahun yang sama. Muangthai pada tahun 1955. Indonesia dan RRC tahun 1962, Singapura tahun 1963 dan disusul oleh Negara Malaysia (Adi Badjuri, Jurnalistik Televisi 2010: 5).

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi dan informasi dan komunikasi setiap media massa jelas melahirkan satu efek sosial yang bermuatan pada perubahan nilai social dan budaya manusia. Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi pergaulan hidup manusia (<http://jurnal.usu.ac.id>).

2.3.1 Karakteristik Televisi

Didalam buku Ardianto (2007:137-139) terdapat tiga macam karakteristik televisi, yaitu:

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*) yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran (*picturization*) yakni kegiatan merangkai

gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan melibatkan banyak orang. Televisi di Indonesia, umumnya lebih banyak memberikan informasi berbentuk hiburan terhadap khalayak. Selain memiliki kelebihan ternyata televisi juga memiliki kekurangan, diantaranya yakni: biaya produksi yang mahal, pesan yang disampaikan hanya selintas dan dapat disimpan oleh khalayak, dan juga tidak dapat melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung seperti media cetak.

Program siaran televisi di Indonesia pada umumnya diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Stasiun televisi dapat memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan produksi acara televisi dapat meraih keuntungan dari produksinya.

Ada empat kekuatan televisi menurut Syahputra (2006:70), yaitu:

- a. Menguasai jarak dan waktu, karena teknologi televisi menggunakan elektromagnetik, kabel-kabel dan fiber yang dipancarkan transmisi melalui satelit.
- b. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa cukup besar, nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan cukup cepat.

- c. Daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi. hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak.
- d. Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis.

Sedangkan kelemahan televisi menurut Syahputra (2006:70), yaitu:

- a. Media televisi terikat waktu tontonan.
- b. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar.
- c. Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa. Bersifat “*transitory*”, karena sifat ini membuat isi pesannya tidak dapat di memory oleh pemirsanya. Lain halnya dengan media cetak, informasi dapat disimpan dalam bentuk kliping.

Menurut Muda (2003: 9), pada umumnya isi program siaran televisi meliputi:

- a. *News Reporting*
- b. *Talk Show*
- c. *Call – in Show*
- d. *Documentair*
- e. *Magazine*
- f. *Rural Program*
- g. *Advertising*

- h. *Education/Instructional*
- i. *Art & Culture*
- j. *Music*
- k. *Tv Movies*
- l. *Sinetron/Drama*
- m. *Game Show/Kuis*
- n. *Komedy, dll.*

2.4 Program Acara TalkShow

Gelar wicara atau talkshow adalah suatu jenis acara televisi atau radio yang berupa perbincangan atau diskusi seorang atau sekelompok orang “tamunya” tentang suatu topik tertentu (atau beragam topik) dengan dipandu oleh gelar wicara itu sendiri. Tamu dalam suatu gelar wicara biasanya terdiri dari orang-orang yang telah mempelajari atau memiliki pengalaman luas yang terkait dengan isu yang sedang diperbincangkan. Suatu gelar wicara bisa dibawakan dengan gaya formal maupun santai dan kadang dapat menerima telepon berupa pertanyaan atau tanggapan dari pemirsa atau orang yang berada diluar studio.

Program Acara *talkshow* sebagai media komunikasi yang sudah lama dikenal, bahkan sejak era kejayaan radio ketika sebuah acara *talkshow* pertama di radio diciptakan oleh J. Anthony pada tahun 1930 (*radio History by Carla Gesell-Streeter*). Sementara di televisi, acara *talkshow* disiarkan untuk pertama kalinya pada 27 september 1951 oleh jaringan televisi NBC (Aylesworth, 1987), dengan nama program *Tonight Show* (Wahyudi, 1996: 90).

Menurut Morissan (2011: 222), gelar wicara atau *talkshow* merupakan program yang dipandu *host* dan mengundang narasumber untuk membahas suatu topik. Mereka yang menjadi narasumber adalah orang-orang yang memiliki nilai berita atau mempunyai pengalaman langsung dengan suatu peristiwa yang sedang dibahas. Tema yang diangkat sangat beragam seperti masalah sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, politik, olahraga, dan isu-isu hangat yang ada di masyarakat.

Di era globalisasi saat ini, program-program acara *talkshow* mulai berbenah untuk menyajikan tayangan yang menarik khalayak. Kemasannya pun lebih bervariasi, lebih segar, penuh diskusi dan hiburan. Konsep acara *talkshow* atau berbincang-bincang di televisi terutama di Indonesia, saat ini dianggap sebagai konsep acara yang seringkali dianggap membosankan, terlalu berat untuk dipahami, dan tidak menarik kemasannya. Hal ini membuat stasiun televisi, seperti Tvone, SCTV, METRO TV, RCTI, Net Tv, Trans Tv dan Trans 7, berbenah untuk menyajikan program-program acara *talkshow* yang bersifat ringan, menghibur, mudah dipahami dan tidak membosankan. Sebenarnya *talkshow* dikategorikan menjadi dua, yakni yang sifatnya ringan dan menghibur atau yang sifatnya formal dan serius. Namun secara umum, *talkshow* sendiri adalah program atau acara yang mengulas suatu permasalahan melalui perbincangan, diskusi, wawancara dan interaksi dengan narasumber tanpa kehadiran aktor yang memerankan karakter tertentu.

Talkshow yang sifatnya formal dan serius umumnya termasuk dalam kategori berita, sementara *talkshow* yang bersifat ringan dan menghibur termasuk dalam kategori informasi. Untuk kategori yang kedua ini, *talkshow* biasanya

disampaikan dalam suasana yang santai dan penuh keakraban dengan mengundang satu atau lebih narasumber untuk membahas topik yang sedang hangat dan mudah dipahami oleh pemirsa. Suasana santai dan ringan ini tercermin dari kepiawaian sang tuan rumah acara (*host*) alias moderator yang menghidupkan suasana dan komentar-komentar atau ulah jahil yang memancing gelak tawa. Tak heran moderatorlah yang menjadi kunci kesuksesan program acara ini salah satu format yang sering digunakan televisi dalam menampilkan wacana “serius” adalah talkshow. Talk show merupakan wacana broadcast yang dilir sebagai produk media maupun sebagai *talk oriented* terus-menerus.

Sebagai produk media, talk show dapat menjadi ‘teks’ budaya yang berinteraksi dengan pemirsannya dalam produksi dan pertukaran makna. Sebagai sebuah proses dialog, talkshow akan mempehatikan masalah efisensi dan akurasi, pada aspek kontrol pembawa acara, kondisi partisipan dan event evaluasi audiens. Definisi talk show menurut Farlex (2005) dalam The Free Dictionary : A television or radio show in which noted people, such as authorities in a particular field, participate in discussion or are interviewed and often answer questions from viewers. Talk show mempunyai ciri tipikal: menggunakan percakapan sederhana dengan bahasa yang universal. Tema yang diangkat mestilah benar-benar penting atau dianggap penting untuk diketahui khalayak atau setidaknya menarik bagi pemirsanya. Wacana yang diketengahkan merupakan isu atau trend yang sedang berkembang dan hangat dimasyarakat

2.5 Tinjauan Mahasiswa

Mahasiswa atau anak didik adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar-mengajar, mahasiswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Mahasiswa akan menjadi faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya.

2.5.1 Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual atau bisa juga definisi mahasiswa adalah orang menuntut ilmu atau belajar diperguruan tinggi, baik itu universitas, institute, ataupun akademi. Mereka ialah orang-orang yang terdaftar sebagai murid di suatu perguruan tinggi dapat disebut dengan mahasiswa. Secara lebih singkatnya mahasiswa yaitu suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi, universitas, institute, maupun akademik, itulah pengertian mahasiswa secara umum.

Masa usia mahasiswa sebenarnya berumur sekitar 18 sampai 25 tahun. Mereka dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai remaja dewasa awal atau dewasa madya. Dilihat dari segi perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pemantauan pendirian hidup (Syamsu, 2011:60). Mahasiswa menurut Knopfermacher (Suwono Yusuf, 2011: 60) adalah insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi dididkan diharapkan menjadi

calon-calun intelektual. Sedangkan pengertian mahasiswa menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), mahasiswa ialah pelajar perguruan tinggi. Di dalam struktur pendidikan Indonesia, mahasiswa menduduki jenjang satuan pendidikan tertinggi diantara yang lain

