

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan- kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Menurut Barry J. Zimmerman dan Manuel Martinez-Pons, persepsi merupakan proses penginterpretasian stimulus yang diterima oleh panca indera menjadi suatu pemahaman. Persepsi ini yang kemudian akan menggerakkan mahasiswa untuk dapat mengatur dan mengelola dirinya dalam kegiatan perkuliahan daring.

Persepsi sosial dapat diartikan sebagai proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi indrawi tentang orang lain. Apa yang diperoleh, ditafsirkan, dipilih, dan diatur adalah informasi indrawi dari lingkungan sosial, serta yang menjadi fokusnya adalah orang lain. Menurut Desiderato menyatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensorystimuli*).

Persepsi pada intinya merupakan suatu interpretasi dari hasil panca indera dalam suatu objek walaupun hasilnya berbeda dan dalam keadaan sadar. Di sini objek yang dimaksud adalah pemberitaan pembelajaran online di Channel TVone, sehingga persepsi mahasiswa yang sesuai dalam masalah ini sangat berpengaruh dalam kehidupan sekitar untuk memahami bagaimana pemberitaan tersebut berpengaruh besar pada lingkungan sekitar.

2. Bentuk-bentuk persepsi

Menurut Walgito bentuk-bentuk persepsi adalah sebagai berikut:¹

a. Persepsi melalui Indera Penglihatan

Alat indera merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi. Seseorang dapat melihat dengan matanya tetapi mata bukanlah satu-satunya bagian hingga individu dapat mempersepsi apa yang dilihatnya, mata hanyalah merupakan salah satu alat atau bagian yang menerima stimulus, dan stimulus ini dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, hingga akhirnya individu dapat menyadari apa yang dilihat.

b. Persepsi melalui Indera Pendengaran

Seperti halnya dalam penglihatan, dalam pendengaran individu dapat mendengar apa yang mengenai reseptor sebagai suatu respon terhadap stimulus tersebut. Kalau individu dapat menyadari apa yang didengar, maka dalam hal ini individu dapat mempersepsi apa yang didengar, dan terjadilah suatu pengamatan atau persepsi.

c. Persepsi melalui Indera Pencium

Orang dapat mencium bau sesuatu melalui alat indera pencium yaitu hidung. Sel-sel penerima atau reseptor bau terletak dalam hidung sebelah dalam. Stimulusnya berwujud benda-benda yang bersifat khemis atau gas yang dapat menguap, dan mengenai alat-alat penerima yang ada dalam hidung, kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak, dan sebagai respon dari stimulus tersebut orang dapat menyadari apa yang diciumnya yaitu bau yang diciumnya.

¹Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Andi, 2004), hlm.118

d. Persepsi melalui Indera Pengecap

Indera pengecap terdapat di lidah. Stimulusnya merupakan benda cair. Zat cair itu mengenai ujung sel penerima yang terdapat pada lidah, yang kemudian dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, hingga akhirnya orang dapat menyadari atau mempersepsi tentang apa yang dikecap itu. Mengenai rasa ini ada empat macam rasa pokok yaitu rasa pahit, manis, asin, asam. Masing-masing rasa ini mempunyai daerah penerima rasa sendiri-sendiri pada lidah.

e. Persepsi melalui Indera Peraba(Kulit)

Indera ini dapat merasakan rasa sakit, rabaan, tekanan dan temperatur. Tetapi tidak semua bagian kulit dapat menerima rasa-rasa ini. Pada bagian-bagian tertentu saja yang dapat untuk menerima stimulus- stimulus tertentu. Rasa-rasa tersebut di atas merupakan rasa-rasa kulit yang primer, sedangkan di samping itu masih terdapat variasi yang bermacam- macam. Dalam hal tekanan atau rabaan, stimulusnya langsung mengenai bagian kulit bagian rabaan atau tekanan. Stimulus ini akan menimbulkan kesadaran akan lunak, keras, halus, kasar.

Bentuk persepsi pada intinya merupakan persepsi yang tidak hanya dilakukan oleh penglihatan saja, namun dengan alat indera secara lengkap agar menghasilkan suatu data yang maksimal dan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan, dimana stimulus itu bersifat kuat maka hasil yang didapat agar lebih spesifik. Dan dalam hal ini stimulus yang dimaksud adalah pemberitaan tentang pembelajaran online di TVOne kemudian yang memberikan persepsi adalah mahasiswa.

3. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Hamka proses terjadinya persepsi melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a). Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, yaitu proses ditangkapnya suatu stimulus (objek) oleh panca indera.
- b). Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, yaitu proses diteruskannya stimulus atau objek yang telah diterima alat indera melalui syaraf-syaraf sensoris ke otak.
- c). Tahap ketiga, merupakan proses yang dikenal dengan nama proses psikologis, yaitu proses dalam otak, sehingga individu mengerti, menyadari, menafsirkan dan menilai objek tersebut.
- d). Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan, gambaran atau kesan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang di artikan, atau dalam konteks situasi dimana persepsi tersebut dibuat. Gifford dalam Ariyanti, juga menyebutkan bahwa persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut:

a. Personal Effect

Dalam hal ini disebutkan bahwa karakteristik dari individu akan dihubungkan dengan perbedaan persepsi terhadap lingkungan. Hal tersebut, sudah jelas akan melibatkan beberapa faktor antara lain kemampuan perseptual dan pengalaman atau pengenalan terhadap kondisi lingkungan. Kemampuan perseptual masing-masing individu

akan berbeda-beda dan melibatkan banyak hal yang berpengaruh sebagai latar belakang persepsi yang keluar. Proses pengalaman atau pengenalan individu terhadap kondisi lingkungan lain yang dihadapi, pada umumnya mempunyai orientasi pada kondisi lingkungan lain yang telah dikenal sebelumnya dan secara otomatis akan menghasilkan proses perbandingan yang menjadi dasar persepsi yang dihasilkan. Pembahasan terhadap hal-hal yang berpengaruh sebagai latar belakang terbentuknya persepsi dan mencakup pembahasan yang sangat luas dan kompleks.²

b. Cultural Effect

Gifford memandang bahwa konteks kebudayaan yang dimaksud berhubungan dengan tempat asal atau tempat tinggal seseorang. Budaya yang dibawa dari tempat asal dan tinggal seseorang akan membentuk cara yang berbeda bagi setiap orang tersebut dalam “melihat dunia”. Selain itu, Gifford menyebutkan bahwa faktor pendidikan juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap lingkungan dalam konteks kebudayaan.

c. Physical Effect

Kondisi alamiah dari suatu lingkungan akan mempengaruhi persepsi seseorang yang mengamati, mengenal dan berada dalam lingkungan tersebut. Lingkungan dengan atribut dan elemen pembentuknya yang menghasilkan karakter atau tipikal tertentu akan menciptakan identitas bagi lingkungan tersebut. Misalnya ruang kelas secara otomatis akan dikenal bila dalam ruang tersebut terdapat meja yang diatur berderet, dan terdapat podium atau mimbar dan papan tulis di bagian depannya.

²Stephen P. Robbins, *Prilaku Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007) cet 1, hlm . 174

5. Pengertian Berita

Kata “berita” berasal dari kata sangsekerta, vrit (ada atau terjadi) atau vritta (kejadian atau peristiwa). Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, Berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut News. Dalam The Oxford Paperback Dictionary terbitan Oxford University Press (1979), news diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa terbaru”. Adapun definisi berita yang dikemukakan para pakar komunikasi dan jurnalistik:

- a). Berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum (Eric C. Hepwood).
- b). Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka (Michel V. Charnley).

Menurut the New Glorier Webster International Dictionary, berita adalah:

- a). Informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi, atau tentang sesuatu yang belum diketahui sebelumnya.
- b). Berita adalah informasi yang disajikan oleh media semisal surat kabar, radio dan televisi.
- c). Berita adalah sesuatu atau seseorang yang dipandang oleh media merupakan subjek yang layak untuk diberitakan³.

Berita (news) adalah sajian utama sebuah media massa di samping views (opini). Mencari bahan berita kemudian menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa).

³ Mochammad Sinung Restendy, Daya Tarik Jurnalistik, Pers, Berita, dan Perbedaan Peran dalam News Casting, *Jurnal al-Hikmah vol. 4 no. 2* diakses pada Oktober 2016

6. Nilai- Nilai Berita

- a. Cepat, yakni aktual atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita (news).“Tulisan jurnalistik,” kata Al Hester, “adalah tulisan yang memberi pembaca pemahaman atau informasi yang tidak ia ketahui sebelumnya.”
- b. Nyata (faktual), yakni informasi tentang sebuah fakta (fact), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata (real event), pendapat (opinion), dan pernyataan (statement) sumber berita.Dalam unsur ini terkandung pula pengertian sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta sebagaimana adanya.“Seorang wartawan harus menulis apa yang benar saja,” ujar M.L. Stein.Seraya mengingatkan “jangan sekali-kali ia mengubah fakta untuk memuaskan hati seseorang atau suatu golongan.Jika sumber anda dapat dipercaya itulah yang paling penting.”⁴
- c. Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Misalnya peristiwa yang akan berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara luas, atau dinilai perlu untuk diketahui dan diinformasikan kepada orang banyak seperti kebijakan baru pemerintah.
- d. Menarik, artinya mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping yang aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan orang banyak juga berita yang bersifat menghibur (lucu),

⁴ ML Stein, *Bagaimana Menjadi Wartawan*, (Bina Aksara, 1988), hlm. 26

mengandung keganjilan atau keanehan, atau berita “human interest” (menyentuh emosi, menggugah perasaan).⁵

7. Unsur- Unsur Berita

Dalam praktik jurnalistik para pakar memberikan pedoman dalam menulis berita dengan menggunakan formula (rumusan) 5W+1H. Pedoman ini juga sering disebut sebagai syarat kelengkapan sebuah berita. Berikut ringkasan dari formula yang dimaksud (2010):

1. Who; Berita harus mengandung unsur “siapa”, ini dapat ditarik ekuivalensinya dengan unsur prominence; harus menyebutkan sumber yang jelas. Dengan kata lain, berita harus mempunyai sumber yang jelas. Jadi, penekanannya adalah sumber berita itu. “siapa” bisa mengacu pada individu, kelompok, atau lembaga. Tidak diperbolehkan membuat berita yang tidak jelas sumbernya. Sebuah berita yang tidak jelas sumbernya akan diragukan kebenarannya, kecermatan, dan ketelitiannya.
2. What; Setelah mengetahui sumber berita, selanjutnya penting untuk mengetahui “apa” yang dikatakannya: who to say what. Dengan kata lain, “apa” adalah mencari tahu hal yang menjadi topik berita tersebut. Jika menyangkut suatu peristiwa atau kejadian, yang menjadi “apa” adalah kejadian atau peristiwa itu.
3. Where; Berita juga harus menunjuk pada tempat kejadian; “dimana” terjadinya peristiwa atau fakta itu. ini merupakan bagian dari unsur “jarak” (proximity) jika kita merujuk pada McDougall. Jadi, “dimana” menyangkut tentang masalah jauh

⁵ Khosahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*. (Jakarta: Grasindo, 2014) hlm.5-6

dekatnya jarak peristiwa dalam arti geografis ataupun batin/emosional.

4. When; Unsur penting berikutnya yang harus dikandung sebuah berita adalah “kapan” terjadinya peristiwa tersebut. Unsur “kapan” inilah yang juga dimaksudkan dengan unsur baru terjadinya (timeliness) demi mengejar aktualitas seperti dipersyaratkan oleh McDougall.
5. Why; Kelengkapan unsur sebuah berita harus dapat menjelaskan “mengapa” peristiwaitu sampai terjadi. Hal itu berkaitan dengan tujuan untuk memenuhi rasa ingin tahu pembaca mengenai penyebab terjadinya suatu peristiwa. Setiap peristiwa tidak pernah terjadi begitu saja dan selalu punya alasan mengapa bisa terjadi. Alasan mengapa sampai terjadi juga perlu di sampaikan atau dijelaskan kepada pembaca demi memenuhi rasa ingin tahunya.
6. How; “Bagaimana” terjadinya suatu peristiwa juga sangat dinantikan oleh pembaca. Masyarakat yang sudah mengetahui mengapa suatu peristiwa terjadi tentu akan menuntut lebih jauh tentang “bagaimana” persisnya peristiwa terjadi. Keingintahuan mengenai “bagaimana terjadinya” ini bisa mencakup gabungan unsur-unsur berita lainnya seperti daya tariknya, cuatannya, akibat yang ditimbulkannya, kedekatan emosi, dan bahkan kehangatannya dengan pengalaman pribadi atau kelompok yang mengetahui berita dimaksud.

8. Jenis-Jenis Berita

Jenis- jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Straight News (Berita langsung); Apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar atau yang menjadi berita utama (headline) merupakan berita jenis ini,
- b. Depth News; Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.
- c. Investigation News; Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
- d. Interpretative News; Berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan.
- e. Opinion News; Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi dan sebagainya.⁶

9. Kelebihan Pembelajaran Daring

E-Learning memiliki kelebihan sebagai berikut:

- a. Tersedianya fasilitas e-moderating dimana pengajar dan siswa dapat berkomunikasi secara mudah melalui fasilitas internet secara reguler atau kapan saja kegiatan berkomunikasi itu dilakukan tanpa dibatasi oleh jarak, tempat, dan waktu.
- b. Pengajar dan siswa dapat menggunakan bahan ajar yang terstruktur dan terjadwal melalui internet.
- c. Siswa dapat belajar (me-review) bahan ajar setiap saat dan dimana saja apabila diperlukan mengingat bahan ajar tersimpan di computer.

⁶Eric Persadanta Bangun dan Ferry V.I.A Koagouw, Analisis isi unsur kelengkapan berita pada media online manadosonline.com.

- d. Bila siswa memerlukan tambahan informasi yang berkaitan dengan bahan yang dipelajarinya, ia dapat melakukan akses di internet.
- e. Baik pengajar maupun siswa dapat melakukan diskusi melalui internet yang dapat diikuti dengan jumlah peserta yang banyak.
- f. Berubahnya peran siswa dari yang pasif menjadi aktif.
- g. Relatif lebih efisien. Misalnya bagi mereka yang tinggal jauh dari Perguruan Tinggi atau sekolah konvensional dapat mengaksesnya.

10. Kekurangan Pembelajaran Daring

E-learning memiliki kekurangan sebagai berikut:

- b. Kurangnya interaksi antara pendidik dan peserta didik atau bahkan antar sesama peserta didik itu sendiri.
- c. Kecenderungan mengabaikan aspek akademik atau aspek sosial dan sebaliknya mendorong tumbuhnya aspek bisnis/komersial.
- d. Proses pembelajaran cenderung ke pelatihan dari pada pendidikan.
- e. Berubahnya peran pendidik mengetahui teknik pembelajaran yang menggunakan ICT/medium komputer.
- f. Peserta didik yang tidak mempunyai motivasi belajar.
- g. Tidak semua tempat tersedia fasilitas internet..
- h. Kurangnya personel dalam hal penguasaan bahasa pemrograman komputer⁷.

⁷Nur hayati, *Metode pembelajaran daring/ E-learning yang efektif*. Ghanesa University of Education, diakses pada april 2020

11. Media Sosial Youtube

Media Sosial Youtube 24 Youtube adalah situs web berbagi video daring terbesar di dunia. Dibuat oleh tiga mantan karyawan Paypal pada Februari 2005 untuk membuat media sosial dimana pengguna bisa mengunggah video. Awalnya, situs ini di pegang secara independen oleh ketiga pemiliknya yaitu Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Setelah didirikan, Youtube mendapat suntikan modal pertamanya dari seorang investor yaitu Sequoia Capital sebesar \$ 11,5 juta di bulan November 2005 – April 2006. Dengan tambahan modal yang cukup besar, Youtube mulai berkembang secara pesat dari bulan Juli 2006, ada lebih dari 65.000 video baru yang di upload setiap hari di Youtube, dan ada 100 juta video yang di tonton per harinya.

Pada masa globalisasi saat ini, hiburan menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia, maka dari itu, media *online* Youtube dapat memberikan hiburan yang menarik dan dapat diakses dengan mudah menggunakan teknologi internet yang semakin canggih. Namun, media Youtube tidak hanya digunakan untuk sekedar hiburan saja, banyak juga kegunaan dari youtube seperti digunakan untuk mengakses materi materi belajar yang dibutuhkan pada saat ini.

Karena perkembangannya yang semakin pesat, Youtube berhasil menarik minat dari perusahaan Googl.inc. Bulan Oktober 2006 Google.inc mengakuisisi Youtube dengan nilai transaksi sebesar \$1,65 miliar. Saat itu, menurut penyedia data market internet 'ComScore', situs Youtube merupakan penyedia video daring online terbesar di Amerika Serikat dengan market share 43 persen dan lebih dari 6 miliar video dilihat di bulan Januari 2009.

Dengan format berkas atau file FLV (Flash Video) yang mudah dijangkau dimana mana itu sebagai standar pengodean video yang di upload oleh para user. Cara ini membuat Youtube semakin mudah diakses oleh masyarakat secara instan di internet. Ditambah dengan kemudahan mengakses situs Youtube melalui smartphone, masyarakat membuat Youtube menjadi tontonan alternatif selain televisi.

Situs ini memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengunggah konten mereka sendiri seperti video klip, klip TV, hingga video blogging dengan 25 teknologi HTML5 dan Adobe Flash Video. Pengguna situs ini tidak hanya masyarakat biasa tetapi juga media korporat semacam BBC, CBS, VEVO dan berbagai macam organisasi lainnya. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terdaftar. Video-video yang berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih.

