

BAB II

KAJIAN TEORETIS TENTANG MEDIA ONLINE

A. PERSEPSI

1. Pengertian Persepsi

Istilah persepsi sering digunakan dalam bahasa sehari-hari. Namun, sedikit sekali dari kita yang benar-benar mengerti makna dari persepsi tersebut. Ada yang mengartikan persepsi sebagai perspektif, pandangan, atau pola pikir. Secara ilmiah kata-kata tersebut kurang tepat, makna persepsi dari sisi ilmiah sehingga tidak akan terjadi tumpang tindih dalam penggunaannya.¹

Kehidupan individu sejak dilahirkan tidak terlepas dari interaksi dengan lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Dalam interaksi ini, individu menerima rangsang atau stimulus dari luar dirinya. Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali dengan proses pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indra, kemudian individu ada perhatian, lalu diteruskan ke otak dan kemudian individu menyadari sesuatu yang dinamakan persepsi.²

Dalam memahami realitas, manusia membutuhkan persepsi yang akan memberikan makna terhadap apa yang dilihatnya, didengarnya, dirabanya,

¹ Suciati, *Psikologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2015), cet. Ke-1, h. 85.

² Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004), h.93.

diciumnya, dan dirasakannya. Hasil persepsi akan menjadi pertimbangan dalam melakukan respon, baik berupa sikap maupun perilaku. Sebuah persepsi diawali dengan kehadiran realitas. Persepsi akan muncul manakalah sudah terjadi proses penginderaan terlebih dahulu (sensasi). Stimulus akan diberi makna oleh individu, motif, sikap kepribadian, kebiasaan dan sebagainya. Hal inilah yang menyebabkan persepsi yang beragam dari stimulus yang sama.³

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi terbagi menjadi dua yaitu. Pertama, tanggapan (penerimaan) langsung dari suatu serapan. Kedua, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.⁴

Persepsi adalah pemaknaan atau arti terhadap informasi (*energy stimulus*) yang masuk ke dalam kognisi manusia, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁵

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses menafsirkan informasi yang diperoleh melalui indrawi (seperti mata, telinga, hidung, mulut dan jari) terhadap stimuli-stimuli yang ada. Persepsi terhadap stimulus yang sama akan ditanggapi secara berbeda

³ Suciati, *Op. Cit.*, h. 86.

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

⁵ Nina W. Syam, *Psikologi: Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2011), cet. Ke-1, h. 3.

oleh setiap orang karena persepsi mempunyai sifat subjektif (tergantung terhadap pribadi masing-masing).

Persepsi sendiri meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra manusia (indra peraba, indra penglihatan, indra penciuman, indra pengecap dan indra pendengaran), *atensi* dan *interpretasi*. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor indrawi-mata, telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirimkan ke otak.⁶

Kenneth A. Sereno, Edward M. Bodaken dan Judy C. Pearson juga Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas. Yaitu, *seleksi*, *organisasi* dan *interpretasi*. Yang dimaksud dengan *seleksi* sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi*, sedangkan *organisasi* melekat pada *interpretasi*, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna”.⁷

⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), cet. Ke-14, h. 181.

⁷ *Ibid*, h. 181.

Tahap awal dalam penerimaan informasi ialah sensasi, dari sensasi kepada persepsi. Webster (1993) mendefinisikan sensasi sebagai aktivitas merasakan atau keadaan emosi yang menggembirakan atau menghebohkan penyebab keadaan emosi yang menggembirakan atau menghebohkan. Sedangkan Solomon (1996) mendefinisikan sensasi adalah sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita (seperti mata, telinga, hidung, mulut dan jari) terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Sedangkan persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan.⁸

2. Proses Persepsi

Proses persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

a. Rangsangan (*stimulus*)

Pengertian *stimulus* merupakan rangsangan dari dunia sekeliling yang ditangkap oleh indra, kontak antara indra dengan stimulus inilah yang disebut sebagai *respons*, dan disaat inilah terjadi proses stimulasi. Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada sesuatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. *Atensi*

⁸ Tedy Pawitra, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), cet. Ke-2, h. 61-62.

Selanjutnya ialah *atensi*, atensi tidak terelakkan karena sebelum merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun yang di tangkap melalui panca indra, terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan diri sendiri. Dalam beberapa kasus, rangsangan yang menarik perhatian cenderung dianggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian. Contohnya orang yang paling diperhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh.⁹

c. Interpretasi

Interpretasi adalah tahap terpenting dalam persepsi. Sebenarnya seseorang tidak dapat menginterpretasikan makna objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang dipercayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.¹⁰

⁹ Saipul Annur dan Akmal Hawi, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan PTAIS di Sumatera Selatan*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2015), h. 13.

¹⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: PT Prenada Media Group, 2015), h. 169-174.

3. Macam-Macam Persepsi

Persepsi dibedakan menjadi dua macam, yaitu *External Perception* dan *Self Perception*. *External Perception* adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu. *Self Perception* adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan dari dalam diri individu. Dalam hal ini yang menjadi obyek adalah diri sendiri.¹¹

Sedangkan persepsi itu sendiri dapat dibagi beberapa macam diantaranya adalah:¹²

a. Persepsi Positif

Persepsi positif merupakan penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Penyebab munculnya persepsi positif seseorang karena adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber.

b. Persepsi Negatif

Kita mempersepsikan bahwa perubahan yang akan terjadi banyak mendatangkan kerugian bagi diri kita. Jadi, yang dibangun adalah bayangan-bayangan negatif mengenai sesuatu. Reaksi yang akan diberikan

¹¹ Sunaryo, *Op. Cit.*, h.94.

¹² Widyastuti, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 34.

adalah berupa penolakan terhadap sesuatu tersebut. Sering kali alasan mengapa kita mempersepsikan perubahan secara negatif adalah alasan yang didasari untung-rugi bagi diri kita sendiri.¹³

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Untuk lebih mempermudah pemahaman terhadap persepsi sosial, Robbin (1989) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memberi pengaruh terhadap pembentukan persepsi sosial seseorang. Adapun faktor tersebut adalah:¹⁴

a. Faktor penerima (*the perceiver*)

Apabila seseorang mengamati orang lain yang menjadi objek sasaran persepsi dan mencoba untuk memahaminya, tidak dapat disangkal bahwa pemahaman sebagai suatu proses kognitif akan dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian seorang pengamat. Diantara karakteristik kepribadian utama itu adalah konsep diri, nilai dan sikap, pengalaman di masa lampau, dan harapan-harapan yang terdapat dalam dirinya.¹⁵

Seseorang yang memiliki konsep diri (*self concept*) tinggi dan selalu merasa diri secara mental dalam keadaan sehat, cenderung melihat orang

¹³ Widjo Hari Murdoko, *Personal Quality Managemnt: Mengefektifkan Pengembangan Diri dengan Mengaktifkan Empat Pilar Kualitas Pribadi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), h. 131.

¹⁴ Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosyakarya, 2010), cet. Ke-1, h. 37.

¹⁵ *Ibid.*, h. 37.

lain dari sudut tinjauan yang bersifat *positif* dan *optimistik*, dibandingkan seseorang yang memiliki konsep diri yang rendah. Nilai dan sikap seseorang tidak pelak lagi memberi sumbangan pendapat seseorang tentang orang lain. Orang yang memegang nilai dan sikap otoritarian tentu akan memiliki persepsi yang berbeda dengan orang yang memegang nilai dan sikap liberal. Pengalaman dimasa lalu sebagai bagian dasar informasi juga menentukan pembentukan persepsi seseorang. Harapan-harapan sering kali memberi semacam kerangka dalam diri seseorang untuk melakukan penilaian terhadap orang lain ke arah tertentu.

b. Faktor situasi

Pengaruh faktor selanjutnya ialah situasi, dalam proses persepsi dapat dipilah dalam tiga hal, yaitu seleksi, kesamaan, organisasi. Secara alamiah, seseorang akan lebih memusatkan perhatian pada objek-objek yang dianggap lebih disukai, ketimbang objek-objek yang tidak disukainya. Proses kognitif semacam itu lazim disebut dengan seleksi informasi tentang keberadaan suatu objek, baik itu bersifat fisik maupun sosial.¹⁶

Unsur kedua dalam faktor situasi adalah kesamaan. Kesamaan adalah kecenderungan dalam proses persepsi sosial untuk menafsirkan orang-

¹⁶ *Ibid*, h. 38.

orang ke dalam suatu kategori yang kurang lebih sama. Dalam hal ini, terdapat kecenderungan dalam diri manusia untuk menyesuaikan orang-orang lain atau objek-objek fisik kedalam struktural yang ada dalam dirinya.

Unsur yang terakhir dalam faktor situasi adalah organisasi perseptual. Dalam proses persepsi sosial, individu cenderung untuk memahami orang lain dengan objek persepsi ke dalam sistem yang bersifat logis, teratur, dan runtut. Pemahaman sistematis semacam ini bisa disebut dengan organisasi perseptual. Apabila seseorang menerima informasi maka ia mencoba untuk menyesuaikan informasi itu kedalam pola-pola yang sudah ada.

c. Faktor obyek

Selain faktor kepribadian yang menerima dan faktor situasi, proses pembentukan persepsi sosial dapat dipengaruhi oleh faktor objek. Dalam persepsi sosial secara khusus, objek yang diamati itu adalah orang lain. Ciri yang terdapat dalam diri objek sangat memungkinkan untuk dapat memberi pengaruh yang menentukan terhadap terbentuknya persepsi sosial. Ciri yang pertama yang dapat ditimbulkan kesan diri pada penerima adalah keunikan suatu objek, ciri yang kedua adalah kontrasan, ciri yang ketiga adalah ukuran atau *intensitas* yang terdapat

dalam objek dan yang terakhir adalah ciri kedekatan objek dengan latar belakang sosial orang lain.¹⁷

5. Prinsip-Prinsip Dalam Persepsi Sosial

a. Persepsi berdasarkan pengalaman

Berbicara soal pengalaman, setiap manusia pastinya mempunyai pengalaman yang berbeda-beda walaupun objeknya sama, pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari. Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (pembelajaran) masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa.¹⁸

b. Persepsi bersifat selektif

Setiap saat manusia dihadapkan dengan jutaan rangsangan indrawi, kemudian bagaimana cara untuk menafsirkan rangsangan tersebut. Pastinya tidak akan mampu untuk menafsirkan semua itu, manusia harus belajar dari mengatasi kerumitan tersebut dengan memperhatikan sedikit saja rangsangan tersebut. Atensi atau perhatian manusia pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas atau

¹⁷ *Ibid*, h. 39.

¹⁸ Mulyana, *op. Cit.*, h. 191.

kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan tersebut dengan cermat.

Ada dua faktor yang mempengaruhi atensi yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang menyangkut dari dalam tubuh, faktor ini dipengaruhi oleh faktor biologis, faktor fisiologi, faktor sosial budaya dan faktor psikologis. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang menyangkut dari luar tubuh yakni atribut-atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, *intensitas*, *kontras*, kebaruan, dan perulangan objek yang dipersepsikan.

c. Persepsi bersifat dugaan

Data yang diperoleh mengenai objek lewat pengindraan tidak pernah lengkap, persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan. Hal ini terjadi karena manusia tidak mungkin memperoleh seperangkat rincian yang lengkap lewat kelima indra tersebut. Proses persepsi yang bersifat dugaan itu memungkinkan manusia menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun. Karena informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat suatu kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat pengindraan.

Dengan demikian, persepsi adalah proses mengorganisasikan informasi yang tersedia, menempatkan rincian yang diketahui dalam skema organisasional tertentu yang memungkinkan manusia memperoleh makna lebih umum.

6. Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi

Persepsi manusia sering tidak cermat, salah satu penyebabnya adalah asumsi atau pengharapan manusia. Manusia mempersepsikan sesuatu atau seseorang sesuai dengan pengharapannya.¹⁹

Ada beberapa bentuk gangguan persepsi tersebut adalah sebagai berikut:²⁰

a. *Ilusi*

Ilusi adalah interpretasi yang salah atau menyimpang tentang penyerapan (persepsi) yang sebenarnya sungguh-sungguh terjadi karena adanya rangsang atau pancaindra.²¹

b. *Depersonalisasi*

Depersonalisasi ialah perasaan yang aneh tentang dirinya atau perasaan bahwa pribadinya sudah tidak seperti biasa lagi, tidak menurut

¹⁹ *Ibid.*, h. 230-250.

²⁰ Sunaryo, *op. Cit.*, h. 94.

²¹ *Ibid.*, h. 96.

kenyataan atau kondisi *patologis* yang seseorang merasa bahwa dirinya atau tubuhnya sebagai tidak nyata.

c. *Stereotip*

Stereotip adalah gagasan atau kepercayaan yang dimiliki banyak orang tentang sesuatu atau kelompok yang didasarkan bagaimana penampilan mereka di luar, yang mungkin tidak benar atau hanya sebagian benar.²²

Secara ringkas *stereotip* adalah kategorisasi atas suatu kelompok secara serampangan dengan mengabaikan perbedaan-perbedaan individual. Kelompok-kelompok ini mencakup: kelompok ras, kelompok etnik, kaum tua, berbagai pekerjaan dan profesi, atau orang dengan penampilan fisik tertentu.

d. Prasangka

Istilah prasangka (*prejudice*) berasal dari kata latin *praejudicium*, yang berarti preseden, atau penilaian berdasarkan keputusan dan pengalaman terdahulu. Prasangka umumnya bersifat negatif, prasangka ini bermacam-macam, yang populer adalah prasangka rasial, prasangka kesukuan (etnik), prasangka gender dan prasangka agama. Sebagaimana stereotip, prasangka ini alamiah dan tidak terhindarkan. Penggunaan prasangka memungkinkan

²² Allo Liliweri, *Prasangka, Konflik dan Komunikasi Antarbudaya*, (Jakarta: Kencana, 2018), cet. Ke-2, h. 376.

seseorang merespon lingkungan secara umum alih-alih secara khas sehingga terlalu menyederhanakan masalah, budaya dan kepribadian sangat mempengaruhi prasangka.²³

B. Tokoh Masyarakat

Menurut kodratnya, manusia adalah makhluk masyarakat. Manusia selalu hidup bersama dan berada di antara manusia lainnya. Dalam bentuk konkretnya, manusia bergaul, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan manusia lainnya, keadaan ini terjadi karena dalam diri manusia terdapat dorongan untuk hidup bermasyarakat dan dorongan keakuan yang mendorong manusia bertindak untuk kepentingan dirinya sendiri.²⁴

Membicarakan kehidupan bermasyarakat, maka tidak akan lepas dengan namanya tokoh masyarakat, pada tokoh masyarakat adalah orang yang mempunyai pengaruh dan dihormati di lingkungan masyarakat. Indonesia adalah Negara yang terdiri beberapa suku dan budaya yang berbeda mulai dari Sabang sampai Maroke. Penyebutan nama tokoh masyarakat sendiri berbeda-beda ada yang menamakan tokoh suku, tokoh adat dan lain-lain.²⁵

Tokoh masyarakat merupakan orang-orang yang senantiasa dihormati dan disegani oleh masyarakatnya. Oleh karena sifat-sifat yang dimilikinya, tokoh

²³ Mulyana Deddy, op. Cit, h. 230-250.

²⁴ Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 59.

²⁵ *Ibid*, h. 40.

masyarakat diharapkan dapat memberikan bimbingan kepada anggota masyarakat lain untuk tetap menjalankan norma-norma kehidupan.²⁶

Pagaralam khususnya Kelurahan Curup Jare sendiri ada beberapa tokoh masyarakat yang dijadikan panutan atau pemimpin berdasarkan pengetahuan, pengalaman dan pengaruhnya di masyarakat. Kota Pagaralam lebih dikenal dengan sebutan Pagaralam Besemah. Etnik Besemah adalah suatu kelompok masyarakat yang bermukim di Wilayah Kota Pagaralam ruang lingkup Provinsi Sumatera Selatan. Pada masyarakat Besemah memiliki banyak hal yang dapat dijadikan pedoman berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Selain agama/keyakinan sebagai pedoman hidup tersebut misalnya tradisi-tradisi, kepercayaan masyarakat setempat, dan lain-lain dapat menjadi acuan dalam menjalani dan menghadapi derasnya globalisasi.²⁷

Model pemimpin Pagaralam saling terintegrasi, pemimpin formal terintegrasi dengan pemimpin nonformal. Korelasinya saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Pemimpin formal adalah mereka yang mendasarkan kepemimpinannya pada legalitas yang diberikan kepadanya, misalnya jabatan-jabatan.²⁸

²⁶ Nana Supriana, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: Grafindo Media Pratama, 2006), h. 155.

²⁷ Aprianto, *Implementasi Filosofi Kepribadian: Pada Kecerdasan Spritual dan Perilaku Generasi Muda Islam Etnik Besemah di Pagaralam*, (Palembang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Raden Fatah Palembang, 2015), h. 4.

²⁸ Arief Budiman, *Kebebasan, Negara dan Pembangunan*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), cet. Ke-1, h. 27.

Sedangkan pemimpin nonformal adalah tugas yang tidak ada surat keputusan atau SK, dan tidak ada aturan dalam undang-undang yang ada dalam pemerintahan, hanya aturan yang tidak tertulis di masyarakat, namun mengikat dan dibutuhkan tanggung jawab yang tinggi karena akan dinilai oleh masyarakat umum.²⁹

Ada beberapa tokoh masyarakat Pagaralam yang dijadikan panutan oleh masyarakat seperti di Kelurahan Curup Jare tokoh masyarakat tersebut adalah:

1. Lurah

Seperti yang kita ketahui bahwa dalam suatu masyarakat terdapat beberapa organisasi-organisasi yang dijadikan acuan bagi masyarakat itu sendiri, di Kelurahan Curup Jare Kota Pagaralam Lurah dianggap sebagai subjek yang mempunyai kekuatan dan kekuasaan. Lurah merupakan pimpinan dari Kelurahan sebagai perangkat Daerah Kabupaten atau Kota. Seorang Lurah berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Camat. Tugas Lurah adalah melaksanakan kewenangan pemerintah yang dilimpahkan oleh camat sesuai karakteristik wilayah dan kebutuhan daerah serta melaksanakan pemerintahan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.³⁰

²⁹ Beni Kurniawan, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), h.104.

³⁰ [Id.m.wikipedia.org/wiki/lurah](https://id.m.wikipedia.org/wiki/lurah). Diakses pada 17 Mei 2019.

Peran Kepala Lurah di Pagaralam sebagai pemimpin yang sangat dekat dengan hal-hal yang bersifat kepentingan masyarakatnya. Hal ini tidak dapat dielakkan karena Kepala Lurah memiliki massa yang besar dan dengan sangat mudah menggerakkan masyarakatnya. Dari kekuatan tersebut Kepala Lurah memiliki peran yang kuat dan berbeda dibandingkan masyarakat pada umumnya.

2. Sekretaris Lurah

Selain Kepala Lurah yang sangat berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat adalah Sekretaris Lurah. Sekretaris Lurah merupakan orang yang melakukan korespondensi, memelihara warkat dan lainnya. Untuk perorangan atau organisasi, mendapatkan informasi dan masalah-masalah lainnya.³¹

3. Kasi Pelayanan Umum

Di dalam pemerintahan Kelurahan, Kasi Umum memiliki tugas membantu Sekretaris Kelurahan dalam melaksanakan administrasi umum, tata usaha dan kearsipan, pengelolaan inventaris kekayaan Kelurahan, serta mempersiapkan bahan rapat dan laporan.³²

³¹ Nani Nuraeni, *Panduan Menjadi Sekretaris Profesional*, (Jakarta: Visimesia, 2008), cet.ke-1, h. 2.

³² <http://kelurahanjetis.blogspot.com/p/tugas-pokok.html>. Diakses pada 14 Juni 2019

Melaksanakan pelayanan masyarakat yang menjadi ruang lingkup tugasnya dan yang belum dapat dilaksanakan pemerintah desa atau kelurahan.³³

4. Kasi Pemerintahan

Tugas pokok Kasi Pemerintahan adalah membantu Kepala Kelurahan dalam melaksanakan pengelolaan administrasi kependudukan, administrasi pertanahan, pembinaan, ketentraman dan ketertiban masyarakat Kelurahan, mempersiapkan bahan perumusan kebijakan penataan, Kebijakan dalam Penyusunan produk hukum Kelurahan.³⁴

5. PKK Kelurahan Curup Jare

PKK adalah gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, selanjutnya adalah gerakan nasional dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah yang pengelolaannya dari, oleh dan untuk masyarakat menuju terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju dan mandiri, kesejahteraan dan keadilan gender serta kesadaran hukum dan lingkungan.³⁵

³³ Redaksi Bmedia, *UUD 1945 dan Perubahannya*, (Jakarta: Bmedia Imprint Kawan Pustaka, 2017), cet. Ke-2, h. 176.

³⁴ *Ibid*, h. 178.

³⁵ <http://pkkelurahanpadurenan.blogspot.com/2012/03/pengertian-tujuan-dansasaran-pkk.html>. diakses pada 8 Juni 2019.

C. Media Online

1. Pengertian Media Online

Media merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi setiap hari, kapan saja dan dimana saja antara satu orang dengan orang yang lain. Setiap orang akan selalu memerlukan media massa untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian di sekitar mereka, dengan media massa pula orang akan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan pada saat tertentu mereka menginginkan informasi. Disisi lain manusia dapat berbagi kejadian-kejadian yang terjadi di sekitar mereka kepada orang lain. Sehingga antara satu orang dengan orang lain di daerah yang berbeda dapat melakukan pertukaran informasi mengenai kejadian disekitar mereka melalui media massa.³⁶

Media online disebut juga dengan *Digital Media* adalah media yang tersaji secara *online* di internet. *New media* atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi yang terdapat bersama dengan komputer digital.³⁷

Definisi lain media *online* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen, artinya terdapat *konvergensi* media di dalamnya.

³⁶ Kuskridho Ambard, *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online*, (Jakarta: UGM Press, 2018), h. 90.

³⁷ Allan Stuart, *Online News: Journalism and The Internet*, (Landon: Open University Press, 2006), h. 29.

Dimana beberapa media disajikan satu. *New media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter, *fleksibel*, berpotensi *interaktif* dan dapat berfungsi secara *privat* maupun secara *public*.³⁸

Secara teknis atau fisik, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter) radio online, TV online dan email. *Website* berita merupakan media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini.³⁹

2. Jenis-Jenis Media Online

Berdasarkan perkembangan zaman media online dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:⁴⁰

a. Mesin pencari (*Search Engine*)

Mesin pencari adalah situs web yang menjadi pintu masuk menuju berbagai informasi yang diinginkan atau dicari, seperti *google*, *bing* dan *yahoo*.

³⁸ *Ibid*, h. 30.

³⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktik Mengola Internet*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 30.

⁴⁰ <http://www.baticmedia.com/20018/02/pengertian-media-online-jenis-jenisnya.html>. diakses pada 18 Juni 2019.

b. Portal

Website yang menyediakan beraneka ragam informasi, yaitu portal berita (*news portal*) atau situs berita seperti CNN, BBC, Detik, Republika Online, Okezone, dll.

c. Media Sosial (Jejaring Sosial)

Situs web yang menjadi forum online untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, ngobrol atau bertegur sapa, seperti Blog, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram, LinkedIn, MySpace, Path, dll.

d. Surat Elektronik

Surat Elektronik merupakan akun di sebuah situs web yang menyediakan sarana bertukar pesan atau informasi melalui internet, seperti Yahoo Mail dan Google Mail (Gmail).

e. Perdagangan Elektronik

Situs jual beli online, bisnis online, berupa penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, serta transaksi barang dan jasa yang dilakukan secara online, termasuk Marketplace seperti Kaskus, Berniaga, Bukalapak, dll.⁴¹

3. www.pagaralampos.com

⁴¹ *Ibid.*

Pagaralampos.com adalah salah satu media massa online yang ada di Kota Pagaram. Akhirnya Pagaralampos.com dapat hadir meramaikan dunia media online. Kehadiran Pagaralampos.com tentu tidak terlepas dari fenomena bisnis online yang makin diminati, bahkan menjadi alternatif dan mulai menggeser posisi media massa yang telah hadir jauh lebih lama, terutama koran, tabloid dan majalah.⁴²

Trend bisnis online, termasuk jurnalistik online beberapa tahun terakhir sangatlah pesat. Perkembangan dunia online seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang makin canggih serta untuk merespon kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat.

Menurut ahli jurnalisme asal Amerika Serikat James C. Foust dalam bukunya, *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web* (2005), keunggulan jurnalisme online dibandingkan dengan yang lainnya antara lain : 1. *Immediacy*, cepat dan langsung. 2. *Unlimited Space*, memungkinkan jumlah berita jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya 3. *Audience Control*, audiens lebih leluasa dalam memilih berita dan 4. *Interactivity*, memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca.⁴³

Kehadiran Pagaralampos.com merupakan upaya untuk merespon kebutuhan masyarakat untuk memperoleh berita secara cepat dan terkini.

⁴² <https://www.pagaralam-online.com/tentang-kami/>. Diakses pada 11 Juni 2019.

⁴³ *Ibid.*

Apalagi sekarang jumlah pengguna internet makin meningkat dan sudah menjadi bagian gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat. Memang, jurnalistik online di Sumatera Selatan, apalagi Kota Pagaralam belum seramai di Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Sehingga informasi regional yang terjadi di Sumatera Selatan, khususnya Kota Pagaralam belum mendapat ekspose yang memadai. Kami mengharapkan kehadiran Pagaralampos.com ini dapat memberikan kontribusi positif dalam mempromosikan daerah ini.⁴⁴

Seperti halnya perusahaan media massa umumnya, kehadiran Pagaralampos.com ini juga tidak akan terlepas dari peran dan fungsi utama media massa sebagai kontrol sosial, pendidikan dan media promosi. Oleh karena itu, dalam menjalankan tugasnya, para kru Pagaralampos.com dibekali keterampilan jurnalistik yang memadai, memiliki integritas yang baik, bertanggung jawab, independen serta bekerja atas kebenaran dan untuk kepentingan bangsa dan negara.⁴⁵

Media online www.pagaralampos.com memiliki motto “online e jeme besemah”, mulai terbit perdana pada Februari 2010. Setelah penandatanganan ini, media online pagaralampos.com menempatkan wartawannya selain Kota Pagaralam, di Kabupaten Empat Lawang dan Kabupaten Lahat. Memasuki,

⁴⁴ Wawancara dengan pemimpin redaksi pagaralampos.com Agustinus Gusti pada 15 Juli 2019.

⁴⁵ *Ibid.*

tahun 2011, pagaralampos.com melebarkan sayap dalam di Kabupaten Musi Rawas Utara (Muratara).

Mengenai konten isi berita dengan, menyajikan seputar informasi lokal yaitu 70 % untuk wilayah Kota Pagaralam, 10 % untuk wilayah Kabupaten Empat Lawang, 10 % untuk wilayah Kabupaten Lahat, dan 10% lagi untuk Kabupaten Muratara.

Untuk konten berita yang diposting setiap harinya, kurang lebih sekitar 10-13 konten berita. Mencakup daerah Kota Pagaralam, Empat Lawang, Lahat dan Muratara. Segmen berita yang diposting secara umum, baik tema pemerintahan, sosial budaya, ekonomi, politik serta kriminal.⁴⁶

Dalam sebuah media massa tentunya tidak akan berjalan dengan mulus pasti ada beberapa hal yang dapat menghambat, kendalah yang dialami dalam mengakses berita, diantaranya faktor cuaca yang mempengaruhi kecepatan dalam mengakses berita. Diluar faktor cuaca, tak ada kendalah yang terlalu mempengaruhi.

Sesuai namanya taglinenya “online e jeme besemah, berharap kehadiran media online ini dapat menyajikan berita-berita yang dapat menggambarkan Kota Pagaralam yang sesungguhnya dengan segala denyut dan dinamika sosial, politik, dan ekonominya. Berita dan informasi yang disajikan

⁴⁶ *Ibid.*

diharapkan akan berguna bagi masyarakat Kota Pagaram khususnya, dan Sumatera Selatan serta Indonesia maupun manca negara. Prinsip Pagarampos.com, makin cepat orang mengetahui tentang Pagaram maka makin cepat mereka berbuat dan bertindak untuk Bumi Besemah yang sudah lama dikenal ini.⁴⁷

D. Urgensi Media Online Bagi Masyarakat

Dengan perkembangan media yang semakin pesat dari tahun ketahun adapun urgensi media online bagi masyarakat, yaitu:⁴⁸

1. Kecanduan

Situs jejaring sosial seperti Facebook atau yang lainnya juga bisa membahayakan karena memicu orang untuk mengisolasi diri. Meningkatnya pengisolasi diri dapat mengubah cara kerja gen, membingungkan respons kekebalan, level hormon, fungsi urat nadi dan merusak performa mental.

2. Terganggunya Perkembangan dalam Lingkup Sosial

Manusia adalah makhluk yang tidak dapat hidup tanpa kehadiran manusia lainnya. Hal ini mengharuskan kita untuk saling berinteraksi dengan baik antar sesama. Jika kita sibuk dengan sosial media, bagaimana interaksi yang

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ <http://www.hellsangellssonomaco.com/info/begini-pengaruh-media-sosial-bagi-kehidupan-masyarakat/.html>. diakses pada 18 Juni 2019.

baik akan terjalin? Waktu yang seharusnya kita gunakan untuk bertatap muka langsung dan mengobrol, habis terpakai untuk berselancar di dunia maya.

Karya jurnalistik diproduksi dengan pendekatan jurnalistik yang mengutamakan kecepatan penyampaian, mengusung informasi dari sumber pendapat, realita, dan peristiwa. Bentuknya berita aktual yang bersifat *time concern*, seperti berita monolog (aktual, sedang hangat-hangatnya), siaran langsung (komentar, reportase), dialog berita (wawancara atau diskusi).⁴⁹

E. Implementasi Teori Interaksionesme Simbolik

Dalam penelitian ini teori yang terkait dengan penelitian adalah Teori Interaksi Simbolik. Konsep dasar interaksionesme simbolik diawali paham yang sangat mendasar dari pragmatisme lebih kuat lagi dari pengaruhnya yang datang dari Neo-Idealism sebagai paham pertama dan yang kedua adalah dipengaruhi oleh versi Neo Hegelian. Di Amerika periode pertama dalam mengembangkan teori ini adalah William James, kemudian Cooley dan W. I Thomas kemudian dilanjutkan dengan George Herbert Mead. Dari Mead ini kemudian secara bergiliran interaksionesme simbolik memberikan pengaruh terhadap sosiologi kontemporer.⁵⁰

⁴⁹ Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2012), cet. Ke-2, h. 49.

⁵⁰ Wardi Bachtiar, *Sosiologi Klasik: Dari Comte Hingga Parsons*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), cet. Ke-2, h. 252.

Paham mengenai interaksi simbolis (*symbolic interactionism*) adalah suatu cara berpikir mengenai pikiran (*mind*), diri dan masyarakat yang telah memberikan banyak kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu.

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolis ini. Ia mengajarkan bahwa makna sebagai hasil interaksi di antara manusia baik secara verbal maupun non-verbal. Melalui aksi dan respons yang terjadi, manusia memberikan makna kedalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya manusia dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu.⁵¹

Teori Interaksionisme Simbolik memandang bahwa makna-makna (*meanings*), diciptakan dan diselenggarakan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, melanggengkan, dan mengubah aneka konveksi, seperti peran, norma, aturan dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial. Konveksi-konveksi yang ada pada gilirannya mendefinisikan realitas kebudayaan dari masyarakat itu sendiri. Bahas dalam hubungan ini dipandang sebagai pengangkut realita (informasi) yang karenanya menduduki posisi sangat penting. Interaksi sosial simbolik merupakan gerakan

⁵¹ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenda Media Group, 2013), cet. Ke-2, h. 111.

cara pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang pada intinya berpendirian bahwa struktur sosial dan makna-makna diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi sosial.⁵²

Menurut paham interaksi simbolis, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupaya menjawab pertanyaan apakah anda sebagai manusia? Manford Kuhn menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurutnya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi, diri merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi.⁵³

Suatu objek dapat berupa aspek tertentu dari realitas individu apakah itu suatu benda, kualitas, peristiwa, situasi atau keadaan. Satu-satunya syarat agar sesuatu menjadi objek adalah dengan cara memberikannya nama dan menunjukannya secara simbolis. Dengan demikian, suatu objek memiliki nilai sosial sehingga merupakan objek sosial (*Social Objek*). Menurut pandangan ini, realitas adalah totalitas dari objek sosial dari seorang individu. Bagi Kuhn, penamaan objek sangat penting guna menyampaikan makna suatu objek. Menurut Kuhn, komunikator melakukan percakapan dengan dirinya sendiri sebagai bagian dari proses interaksi. Dengan kata lain, kita berbicara dengan diri kita sendiri di dalam pemikiran kita guna membuat perbedaan di antara benda-benda dan orang. Ketika

⁵² Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: PT Lkis Pelangin Aksara Yogyakarta, 2008), cet. Ke-2, h. 67.

⁵³ Wardi Bachtiar, op. Cit., h. 253

sesorang membuat keputusan bagaimana bertindak laku terhadap suatu objek sosial maka orang itu menciptakan apa yang disebut Kuhn “ suatu rencana tindakan” (*a plan of action*) yang dipandu dengan sikap atau pertanyaan verbal yang menunjukkan nilai-nilai terhadap mana tindakan itu akan diarahkan.⁵⁴

Konsep diri merupakan objek sosial penting yang didefinisikan dan dipahami berdasarkan jangka waktu tertentu selama interaksi antara kita dengan orang-orang terdekat. Konsep diri tidak lebih dari rencana tindakan diri, identitas, ketertarikan, kebencian, tujuan, ideologi, serta evaluasi diri. Konsep diri memberikan acuan dalam menilai objek lain.

Teori Interaksi Simbolis (*Symbolic Interactionism*) memfokuskan perhatian pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan, interaksi simbolis pada awalnya merupakan suatu gerakan pemikiran dalam ilmu sosiologi yang dibangun oleh George Herbert Mead, dan karyanya kemudian menjadi inti dari aliran pemikiran yang dinamakan *Chicago School*. Interaksi simbolis mendasarkan gagasannya, yaitu:⁵⁵

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan penertian subjektifnya.
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan karena itu akan terus berubah.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Morisson, op. Cit., h. 224-225.

3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dan simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya (*primary group*) dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
4. Dunia terdiri dari berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan objek-objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini yaitu masyarakat, diri, dan pikiran. Ketiga konsep tersebut memiliki aspek-aspek yang berbeda namun berasal dari proses umum yang sama yang disebut “tindakan sosial” (*social act*), yaitu suatu unit tingkah laku lengkap yang tidak dapat dianalisis ke dalam sebagian tertentu. Suatu tindakan dapat berupa perbuatan singkat dan sederhana seperti mengikat tali sepatu, atau bisa juga panjang dan rumit seperti pemenuhan tujuan hidup. Sejumlah tindakan berhubungan satu dengan lainnya yang dibangun sepanjang hidup manusia. Tindakan dimulai dengan dorongan hati (*impulse*) yang melibatkan persepsi dan memberikan makna, latihan mental, pertimbangan alternative, hingga penyelesaian.⁵⁶

Dalam bentuknya yang paling dasar, suatu tindakan sosial melihat hubungan tiga pihak. Pertama, adanya isyarat awal dari gerak atau isyarat dari tubuh

⁵⁶ *Ibid*, h. 225.

(*gesture*) seseorang, dan adanya tanggapan terhadap isyarat itu oleh orang lain dan adanya hasil. Hasil adalah apa makna tindakan bagi komunikator. Makna tidak semata-mata hanya berada pada salah satu dari ketiga hal tersebut tetapi berada dalam suatu hubungan segitiga yang terdiri dari atas tiga hal tersebut (isyarat, tubuh, tanggapan, dan hasil).