

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN KONSEP OPERASIONAL

A. Kerangka Teoritis

1. Persepsi

a. Pengertian persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹⁶

Persepsi adalah sebagai proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dari lingkungan kita. dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. melalui persepsi manusia terus menerus akan mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan dengan indra penglihatan, pendengaran, peraba dan penciuman.¹⁷

Persepsi adalah proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi sangat tergantung pada komunikasi, Sebaliknya komunikasi juga tergantung pada persepsi. Persepsi timbul karena adanya dua faktor, baik internal maupun eksternal, kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh suatu proses yang dikenal dengan komunikasi.¹⁸

Sedangkan dalam pandangan budaya, persepsi dapat dipahami sebagai perbedaan budaya dalam mempersepsikan objek-objek sosial dan kejadian-kejadian. Untuk memahami dunia dan tindakan orang lain, kita harus memahami kerangka persepsinya.¹⁹

Untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi persepsi menurut para ahli, diantaranya:

¹⁶Eni Setiati, *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 17.

¹⁷Deddy Mulyana, *Ilmu komunikasi suatu pengantar*, (Bandung: PT Rosda Karya, 2001), hlm.167

¹¹Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan perilaku organisasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm. 231

¹⁹Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Desiderato, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*)²⁰.
- 2) Branca, mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses yang didahului oleh penginderaan.²¹
- 3) Moskowitz dan Orgel, persepsi merupakan proses yang *intergrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya.²²
- 4) Joseph A. Devito, persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.²³
- 5) Jalaludin Rahmat berpendapat bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan pesan singkat. Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*).²⁴
- 6) Menurut Agus Sujanto mengatakan bahwa persepsi adalah tanggapan. Tanggapan disini adalah gambaran pengamatan yang tinggal dalam kesadaran setelah mengamati.²⁵
- 7) Menurut Slameto Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi yang masuk kedalam otak manusia. Melalui persepsi manusia terus-menerus akan mengadakan hubungan dengan lingkungannya, hubungan ini dilakukan dengan indranya yaitu penglihatan, pendengaran, peraba dan penciuman.²⁶
- 8) Persepsi berkaitan dengan cara pandang seseorang, dimana setiap orang memandang suatu hal dari rangsangan yang sama tetapi dapat membentuk persepsi yang berbeda. Kotler & Amstrong menyatakan

²⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hlm 51

²¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2010) hlm 100

²² *Ibid*, hlm 100

²³ Mulyana, *Op Cit* hlm 180

²⁴ Sapuri, *Psikologi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm.249

²⁵ Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (PT.Aksara,1998) hlm. 31

²⁶ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta:1991), hlm.104

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

persepsi adalah proses di mana kita memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk gambaran dunia yang berarti.²⁷

Dari pengertian di atas, persepsi yang penulis maksud adalah penilaian atau pemberian makna tentang sebuah fenomena atau hubungan tentang sebuah kejadian. Dengan persepsi maka individu dapat menyadari, dapat mengerti keadaan lingkungan sekitar, dan juga tentang keadaan individu yang bersangkutan. Dengan demikian dalam persepsi, stimulus dapat datang dari luar individu, karena persepsi merupakan aktivitas yang ter-*intergrated*. Meskipun stimulus yang diterima sama, tetapi karena pengalaman dan kemampuan berfikir yang berbeda antara individu yang satu dengan yang lain kemungkinan hasil persepsi juga berbeda.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Kenneth E. Andersen, perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat- sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, perulangan, faktor biologis, dan faktor sosiopsikologis. Di samping itu masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi proses persepsi, antara lain:²⁸

1) Faktor internal

Individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi. Mengenai keadaan individu yang dapat mempengaruhi hasil persepsi datang dari dua sumber, yaitu berhubungan dengan segi kejasmanian dan segi psikologis. Bila sistem fisiologis terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Sedangkan segi psikologis yaitu antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi.

²⁷ Kotler, Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12 jilid 1. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009). Hlm, 74

²⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hlm 51-54

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Faktor eksternal

a) Stimulus

Agar stimulus dapat dipersepsi, maka stimulus harus cukup kuat. Kejelasan stimulus akan banyak berpengaruh dalam persepsi. Stimulus yang kurang jelas akan berpengaruh dalam ketepatan persepsi. Bila stimulus berwujud benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi.

b) Lingkungan atau situasi

Lingkungan atau situasi khususnya yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi bila obyek persepsi adalah manusia. Obyek dan lingkungan yang melatarbelakangi obyek merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan. Obyek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda.²⁹

3) Faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.

a) Persepsi bersifat selektif secara fungsional

Persepsi bersifat selektif secara fungsional adalah bahwa obyek-obyek yang mendapat tekanan dalam persepsi biasanya obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Misalnya seperti pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya terhadap persepsi.

b) Kerangka rujukan (*Frame of Reference*)

Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Mula-mula konsep ini berasal dari penelitian psikofisik yang berkaitan dengan persepsi

²⁹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2002) hlm 46-47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

obyek. Para psikolog sosial menerapkan konsep ini untuk menjelaskan persepsi sosial. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Menurut Mc David dan Harari, para psikolog menganggap konsep kerangka rujukan sangat berguna untuk menganalisa interpretasi perseptual dari peristiwa yang dialami.³⁰

4) Faktor Struktural

- a) Sifat stimuli fisik dan efek- efek yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Maksudnya adalah bahwa untuk memahami suatu peristiwa tidak hanya meneliti fakta-fakta yang terpisah tetapi harus memandang dalam hubungan keseluruhan atau untuk memahami seseorang harus melihat dalam kontesnya, lingkungannya, dan masalah yang dihadapi.
- b) Medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Dalam mengorganisasikan stimuli harus dengan melihat konteks. Walaupun stimuli yang diterima tidak lengkap, kita akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsi.
- c) Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya, dengan efek berupa asimilasi atau kontras.
- d) Obyek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama. Stimuli yang berdekatan satu sama lain akan dianggap satu kelompok. Dalam komunikasi, dalil kesamaan dan kedekatan ini sering dipakai oleh

³⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hlm, 54-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikator untuk meningkatkan kredibilitas. Menghubungkan diri atau mengakrabkan diri dengan orang-orang yang mempunyai *prestise* tinggi disebut “*gilt by association*” (cemerlang karena hubungan). Sebaliknya, kredibilitas berkurang karena berdampingan dengan orang-orang yang nilaikredibilitasnya rendah disebut “*guilt by association*” (bersalah karena hubungan)³¹

c. Syarat-syarat Terjadinya Persepsi

- 1) Adanya objek yang dipersepsikan, objek mengenai stimulus yang mengenai alat indra atau reseptor.
- 2) Alat indra atau reseptor, merupakan alat untuk menerima stimulus disamping itu ia merupakan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf sebagai alat untuk mengadakan reseptor yang diperlukan syaraf reseptor.
- 3) Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan akan mengadakan persepsi, tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi.³²

d. Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi yaitu objek menimbulkan stimulus dan stimulasi mengenai alat indera (*reseptor*). Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses alami atau proses fisi k. Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam langkah persepsi itu. Hal tersebut menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Akan tetapi stimulus tidak mendapatkan suatu respon individu untuk dipersepsi.³³

e. Jenis-jenis Persepsi

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang di persepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

³¹ *Ibid*, hlm 57-60

³² Walgio Bimo, *Psikologi umum*, (Bandung: Bandar Maju, 2001), hlm. 70

³³ Jalaludin Rachmat, *Psikologi Komunikas*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2008, hlm. 56-57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Persepsi positif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang di teruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan di teruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap obyek yang di persepsikan.
- 2) Persepsi negatif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang di persepsi. Hal itu akan di teruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap obyek yang di persepsikan.³⁴

Dengan demikian dapat di katakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dan munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsi.

f. Teori Persepsi

Saat seseorang memberikan persepsi terhadap sesuatu maka bisa digambarkan seperti yang terdapat dalam teori *Behaviorisme Purposif* yang dikenal dengan teori S-O-R.³⁵ Teori *Behaviorisme* biasanya digunakan untuk melukiskan isi jumlah teori yang saling berhubungan dengan bidang psikologi, sosiologi, dan ilmu-ilmu tentang tingkah laku.

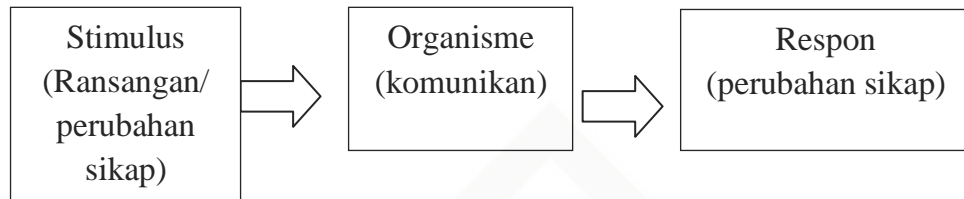
Formula S-O-R dibaca sebagai Stimulus (ransangan)-Organisme (Individu)-Respon. O melambangkan peran kongnisi yang menengahi antara S dan R. Yang dimaksud dengan kongnisi disini adalah proses akal atau mental untuk memperoleh, menyimpan, mendapatkan, dan mengubah pengetahuan. Pengetahuan ini sebagai hasil persepsi terhadap

³⁴ Irwanto, *Psikologi Umum, (Buku PANDUAN mahasiswa)*, (Jakarta : PT. Prehlmlindo, 2002), hlm. 71.

³⁵ Chaer, *Psikolinguistik Kajian Teoretik*, (PT.Rineka Cipta, 2003), hlm.96

hubungan-hubungan diantara benda-benda, kejadian-kejadian, atau apa saja yang kita alami melalui panca indra kita.³⁶

Gambar. 2.1: Teori S-O-R



Sumber: R. Effendy, 1993:255

a) Stimulus

Dalam psikologi, stimulus adalah bagian dari respon stimuli yang berhubungan dengan kelakuan. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses selanjutnya, setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap, dimana perubahan sikap bisa dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan. Adapun Faktor yang berasal dari stimuli, mencakup:³⁷

- 1) Karakter fisik stimuli, misalnya: ukuran, warna, intensitas dan sebagainya.
- 2) Pengorganisasian pesan, cara bagaimana pesan diatur atau diorganisasikan mempengaruhi persepsi kita.
- 3) *Novelty* (Kebaruan, keluar biasa), hal-hal yang baru atau luar biasa akan lebih dapat perhatian dibanding hal-hal yang rutin atau biasa-biasa saja.
- 4) Model, yakni bagaimana informasi diserap oleh panca-indera (bisa melauai perhatian, pendengaran, penciuman, perabaan atau pengecap)

³⁶ *Ibid*, hlm. 97

³⁷ Rubani, Mardhiah. 2010. *Psikologi Komunikasi*. (Pekanbaru: UR Press) hlm. 119-120

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Asal mulai informasi, ada informasi yang bersal dari lingkungan fisik, dari diri sendiri, dari orang lain (melalui komunikasi antar pribadi), dari media massa, dan lain-lain.
 - 6) Media atau channel berpengaruh dalam penerimaan dan pengolahan informasi. Persepsi orang akan berita di satu media juga berbeda-beda.
- b) Organisme
- Organisme atau individu ini sendiri bisa kita sebut dengan makhluk hidup. Organisme ini terdiri dari manusia, tumbuhan, hewan, serta mikroorganisme lainnya yang bisa memicu timbulnya perhatian, pengertian dan penerimaan.
- 1) Perhatian, komunikasi akan terjadi jika ada perhatian dari komunikan.
 - 2) Pengertian adalah bagaimana komunikan mengerti akan stimuli yang diberikan.
 - 3) Penerimaan Hal ini jika komunikan telah mengelolah stimuli dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.³⁸
- c) Respon
- Respon merupakan reaksi terhadap stimulus yang terbatas pada perhatian persepsi, pengetahuan, asumsi, penilaian dan motivasi yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut.³⁹ Penelitian Rogers (1974) menyatakan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru terjadi proses berurutan di dalam diri orang tersebut, yakni:
- 1) *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.
 - 2) *Interest*, yakni orang mulai tertarik kepada stimulus.

³⁸ Framanik, Naniek Aprilla. *Komunikasi Persuasi*. Kocipta Publishing. Serang. 2012, hlm, 278

³⁹ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, Cet. ke-3* (Citra Aditya Bakti, Bandung:2008), hlm. 55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) *Evaluation* berarti menimbang-nimbang baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya.
- 4) *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
- 5) *Adoption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus yang diberikan.⁴⁰

2. Media online

Pengertian kata *Online* adalah menunjukkan setiap peralatan yang berada dibawah pengendalian langsung dari pusat suatu pengendali komputer. Istilah ini dapat juga digunakan untuk setiap peralatan terminal yang dihubungkan pada suatu jaringan transmisi. Terhubung, terkoneksi, aktif, dan siap untuk operasi, dapat berkomunikasi atau dikontrol oleh komputer. *Online* ini juga bisa diartikan sebagai suatu keadaan dimana sebuah device (komputer) terhubung dengan *device* lain, biasanya melalui modem.⁴¹

Jurnalisme *online* merupakan proses penyampaian informasi dengan menggunakan media internet, internet mempermudah pekerjaan jurnalistik, sebab jurnalistik dapat dilakukan melalui PC atau komputer. selain itu tipe baru jurnalisme ini sebagai “*contextulized journalism*” karna mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik : kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan *platform* digital, Kualitas-kualitas komunikasi-komunikasi *online*, dan fitur-fitur yang ditatanya.⁴²

Pengertian Media *Online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.⁴³

⁴⁰ Rubani, Mardhiah. 2010. *Psikologi Komunikasi*. (Pekanbaru: UR Press) hlm. 120-121

³⁷ Dida Dirgahayu, *Citizen journalism sebagai Ruang publik*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 111

³⁹ Sikirit Syah, *Media Massa di bawah Kapitalisme*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar: 1991), hlm. 20

⁴³ M.Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung, Nuansa Cendekia, 2012) Hlm 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Per definisi, media *online* (*online media*)-disebut juga *cybermedia* (media siber), internet media (media internet), dan new media (media baru). Dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet.⁴⁴

Dalam Jurnalisme *online*, piramida terbalik jadi lebih penting karena para penggunanya kerap hanya membaca bagian atas sebuah tulisan dan hanya mencari rincian penting dari sebuah berita, teknik penulisan inilah yang menyamakan dengan jurnalisme konvensional. Mike Ward dalam *Journalism Online* (Focal Press, 2002) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional (keunggulan), yaitu:⁴⁵

- 1) *Immediacy*: kesegeraan atau kecepatan penyampaian informasi.
- 2) *Multiple Pagination*: bisa berupa ratusan page (halaman), terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (*new tab/new window*).
- 3) *Multimedia*: menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus.
- 4) *Flexibility Delivery Platform*: wartawan bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja.
- 5) *Archiving*: tersiapkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (*keyword, tags*), juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun.
- 6) *Relationship with reader*: kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

Selain itu beberapa karakter serta keunggulan lain dari berita *online* yaitu:⁴⁶

- 1) Dapat menggunakan Links untuk memberikan kesempatan kepada pembaca agar dapat membaca lebih dalam mengenai subjek berita
- 2) Berita dapat di perbarui secara instant dan teratur

⁴⁴ *Ibid*, hlm 30.

⁴⁵ Romli, Asep Syamsul. *Op cit*, hlm 14

⁴⁶ Richard Craig, *Online Journalism: Reporting, Writing and Editing for New Media*, USA: Thomson Wadsworth, 2005, hlm: 90



- 3) Tidak adanya keterbatasan ruang pemberitaan memberikan kedalaman terhadap laporan berita
- 4) Dapat memasukkan audio, video dan konten spesifik lainnya terhadap berita
- 5) Berita dalam disimpan di dalam arsip *online*

B. Kajian Terdahulu

Dalam kajian terdahulu, peneliti menelaah penelitian yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang telah ada serta menghindari plagiasi dan duplikasi penelitian. Pada penelitian ini penulis merujuk pada kajian terdahulu yang berjudul:

1. “Persepsi Mahasiswa Tentang Tingkat Akurasi Pemberitaan Media *Online* Detik.com, oleh Dani Prayudhi mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk melihat bagaimana Tingkat Akurasi Pemberitaan dalam Media *Online* Detikcom dalam penyajian informasi-informasinya kepada pembaca. Penelitian tersebut memiliki kesamaan subjek yang dikaji peneliti yaitu sama-sama pada mahasiswa. Metode yang digunakan Dani prayudhi sama dengan yang digunakan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan Dani prayudhi tersebut menunjukkan bahwa media *online* Detik.com selalu menyajikan berita berdasarkan fakta yang ada dilapangan yang diperkuat dengan saksi-saksi pemberitaan. Detik.com juga menyajikan berita secara berimbang antara pihak yang pro dan kontra serta di tunjang dengan penulisan berita yang sesuai dengan kaidah jurnalistik yang disepakati bersama.
2. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Terhadap *Citizen Journalism*. Oleh Grace Ebanta Br G mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik FISIP USU. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk melihat bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fisip USU Terhadap Tayangan “Wide Shoot” di Metro TV Mengenai *Citizen Journalism*. metode yang digunakan menggunakan metode analisis isi berbeda dengan metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif kuantitatif. hasil penelitian yang dilakukan oleh Grace Ebanta Br G menunjukkan bahwa responden tertarik dengan tayangan *Wide Shot* dibandingkan dengan tayangan lainnya, karena tayangannya yang menarik, isi tayangan yang bervariasi, informasi lebih mudah dipahami dan menyajikan tayangan video warga. Dan mahasiswa sebagai responden tertarik untuk menjadi *citizen journalism*.

C. Konsep Operasional

Untuk mengarahkan penelitian agar lebih jelas maka perlu adanya konsep operasional. Berdasarkan kerangka teoritis yang telah dipaparkan dan permasalahannya. Maka konsep operasional penelitian dapat dilakukan dengan melihat indikator-indikator untuk mengukur permasalahan tersebut:

Indikator Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap media gagasan *Online*:

1. *Stimulus (pesan)*

- 1) Karakter fisik stimuli, misalnya: ukuran, warna, intensitas stimuli.
- 2) Pengorganisasian pesan, cara bagaimana pesan diatur atau diorganisasikan mempengaruhi persepsi kita.
- 3) *Novelty* (Kebaruan, keluar biasaan), hal-hal yang baru atau luar biasa akan lebih dapat perhatian dibanding hal-hal yang rutin atau biasa-biasa saja.
- 4) Model, yakni bagaimana informasi diserap oleh panca-indera (bisa melalui perhatian, pendengaran, penciuman, perabaan atau pengecap)
- 5) Asal mula informasi, ada informasi yang bersal dari lingkungan fisik, dari diri sendiri, dari orang lain (melalui komunikasi antar pribadi), dari media massa, dan lain-lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6) Media atau channel berpengaruh dalam penerimaan dan pengolahan informasi. Persepsi orang akan berita di satu media juga berbeda-beda.

2. *Organisme (komunikan)*

- 1) Perhatian, komunikasi akan terjadi jika ada perhatian dari komunikan.
- 2) Pengertian adalah bagaimana komunikan mengerti akan stimuli yang diberikan.
- 3) Penerimaan Hal ini jika komunikan telah mengelolah stimuli dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

3. *Respon (perubahan sikap)*

- 1) *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.
- 2) *Interest*, yakni orang mulai tertarik kepada stimulus.
- 3) *Evaluation* berarti menimbang-nimbang baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya.
- 4) *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
- 5) *Adoption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus yang diberikan.