

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Defenisi Konseptual

1. Komunnikasi

a. Pengertian komunikasi

Suatu contoh masalah yang menerangkan definisi mengenai komunikasi yaitu semakin banyak yang sudah terbuat dari para ahli berdasarkan sektor ilmu masing-masing. Hal tersebut dikarenakan semakin banyak mata pelajaran yang sudah memberi saran pada ilmu komunikasi yang berkembang, seperti kognitif, sosial, antropologi, keuangan, matematis, dan lainnya. Maka definisi komunikasi tidak praktis seperti yang dilihat karena para ahli memberikan penjelasan berdasarkan pengetahuan dan sudut pandang. Terdapat penjelasan yang panjang dan juga yang singkat, terdapat juga yang praktis dan juga lengkap. Sama halnya yang difokuskan untuk penjelasan yang dibuat terkadang beda dengan yang lain. Akan tetapi pada umumnya definisi komunikasi yaitu kegiatan menyampaikan informasi yang dilaksanakan suatu pihak pada yang lainnya dengan verbal dan juga non verbal.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبِرَ مَقْتًا
عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman. Mengapa kamu mengucapkan apa yang tiada kamu perbuat. Sangat dibenci Tuhan, bahwa kamu ucapkan apa yang tiada kamu perbuat.”, (Q.S. As-Saff ayat 2-3)

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa sebaiknya manusia ialah manusia yang mengucapkan perkataan yang tepat dan benar, apabila perkataan tersebut baik akan baik juga dampaknya, tetapi apabila perkataan tersebut tidak baik maka tidak baik juga dampaknya. Ayat tersebut menerangkan pengaruh ucapan seseorang yang benar yaitu

tindakan berbagai amal dan juga kebalikannya.

Suatu pengertian yang dihasilkan suatu tim sarjana komunikasi memusatkan dirinya terhadap interaksi antar manusia yaitu “komunikasi merupakan sebuah kegiatan dan tahapan yang mengharapakan seseroran mengelola lingkungan dengan mengembangkan korelasi antar sesama, menukar pesan satu sama lain, mengkokohkan perilaku seseorang lainnya, dan berupaya mengganti perilaku dan sikap tersebut”(Changara, 2015:21). Everret M. Rogers seseorang ahli Sosiologi Desa Amerika sudah memberikan fokus terhadap penelitian komunikasi terkhusus mengenai beberapa hal yang menyebarkan inovasi menghasilkan penjelasan jika komunikasi yaitu tahapan dimana sebuah gagasan teralihkan melalui sumber pada satu penerima bahkan lebih, bertujuan guna mengganti tingkah laku mereka”(Changara, 2015:22).

b. Unsur-unsur komunikasi

Unsur ataupun komponen yaitu sisi yang diterapkan dalam mengembangkan sebuah lembaga. Tidak dapat menyatakan suatu rumah yang baik apabila tidak mempunyai komponen di dalamnya seperti jendela, atap, dan lainnya. Sama halnya jika suatu kampus apabila tidak mempunyai beberapa unsur, seperti gedung, mahasiswa sampai tahapan pembelajaran.

Pada suatu ilmu komponen tersebut adalah lingkup yang digunakan dalam menumbuhkan sebuah wawasan, dimana pada penelitian manajemen contohnya terdapat berbagai unsur yang membangun yaitu kelompok, rencana, pekerja, pengelolaan dan lainnya. Pada studi marketing terdapat 4 unsure yang membangun yaitu pemasaran suatu produk, wadah, tarif, serta iklan. Pada penelitian sosial beberapa unsur yaitu pribadi, tim, publik, dan komunikasi. Sama hal dengan ilmu pengetahuannya (Changara, 2015:24).

Terdapat beberapa unsur komunikasi yang dijelaskan dari Miller dan Cherry (Changara, 2015:27-30) dengan berikut:

1. Sumber

Seluruh kejadian komunikasi dapat mengikutsertakan sumber untuk mengirimkan dan membuat informasi. Di kegiatan ini antara manusia, sumber dapat terbagi atas seseorang, namun dapat berbentuk tim seperti partai, komunitas, dan kelembagaan. Sumber dikenal dengan sipengirim. Ataupun dengan bahasa Inggris yaitu *source, sender, encoder*.

2. Pesan

Pesan tersebut yaitu tahapan interaksi sebagai suatu hal yang diinformasikan pengirim pada penerimanya. Selain itu bisa tersampaikan menggunakan langkah bertatap wajah ataupun dari media komunikasi. Berisikan bias yaitu ilmu, pesan, masukan, dan sejenisnya. Menurut bahasa Inggris yaitu *message, content* ataupun *information*.

3. Media

Media tersebut yaitu penggunaan alat dalam memindah informasi melalui sumber pada penerimanya. Ada beberapa pendapat mengenai alur ataupun media. Terdapat yang menganggap media berbagai macam bentuknya, seperti dalam komunikasi sesama manusia, penggunaan indra dinilai dengan media komunikasinya.

4. Penerima

Penerima tersebut yaitu seseorang yang sebagai target informasi yang dikirimkan dari sumbernya. Terbagi atas satu pihak bahkan lebih, dapat juga berbentuk tim, bangsa, dan lainnya. Penerima dikenal juga sebagai beberapa jenis sebutan berupa target ataupun dikenal dengan bahasa Inggris yaitu *receiver*.

5. Pengaruh

Efek tersebut yaitu sesuatu yang terpikirkan namun berbeda, dirasa, dan dilaksanakan dari penerima baik setelah maupun sebelum mendapatkan informasi. Efek tersebut dapat dihasilkan terhadap ilmu, perilaku seseorang. Maka dari itu, efek dapat juga dimaknai dengan

pergantian ataupun pengkokohan kepercayaan terhadap wawasan, perilaku, dan perbuatan setiap orang yang menjadi sebab penerima pesannya.

6. Tanggapan Balik

Terdapat yang berpendapat bahwa ini sesungguhnya yaitu satu dari beberapa wujud efek yang diperoleh melalui penerima. Namun sesungguhnya tanggapan balik dapat diperoleh melalui komponen lainnya berupa informasi media, meskipun pesan tidak diterima si penerima. Contohnya suatu konsep surat yang membutuhkan pergantian sebelum dikirimkan ataupun penggunaan alat dalam menginformasikan pesan karena adanya gangguan sebelum tersampaikan ke target.

7. Lingkungan

Lingkungan tersebut yaitu salah satu faktor yang bisa memberi pengaruh jalan komunikasi berlangsung. Faktor tersebut bisa dimasukkan dalam 4 jenis, yaitu sekitar, fisik, social, psikologis, dan waktu.

2. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Pada aktivitas hidup seseorang, komunikasi adalah sesuatu yang menjadi dasar suatu bentuk aktivitas komunikasi dilaksanakan dari seseorang yaitu komunikasi massa, Jay B. dan Freerrick C menjelaskan komunikasi massa adalah suatu tahapan berbagai pesan diciptakan dengan banyak lalu disebar pada massa penerima pesan secara meluas sementra Joseph A menjelaskan komunikasi adalah tujuan interaksi pada massa, yang besar dan pesan tersalurkan dari berbagai pemancar visual maupun audio. Bentuknya yaitu berupa surat kabar, tv, dan radio. Nuruddin, dalam (Taufli, 2014:13).

Peneliti memberi kesimpulan berdasarkan perspektif dua pakar tersebut yaitu aspek yang sangat mendasar dari keberadaan manusia adalah media massa dan komunikasi, yang merupakan media audio-visual untuk informasi seperti radio. Komunikasi media massa disebut sebagai komunikasi massa. karena komunikasi massa berasal dari kata media komunikasi massa pada awal keberadaannya. Sebuah proses yang dikenal sebagai komunikasi massa melibatkan penyebaran komunikasi ke sekelompok besar penerima pesan, apakah mereka dibuat dalam jumlah besar atau tidak. Definisi komunikasi massa terbuka untuk diperdebatkan. Ada yang menilai berdasarkan segmen audiens, median, dan isi pesan. Komunikasi massa adalah proses komunikasi berkelanjutan yang melibatkan pengiriman pesan dari sumber institusional. kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Jufri,2018:276).

b. Fungsi Komunikasi Massa

Berdasarkan Alaxix S. Tan dalam Nurudin (2014:65) yakni:

Tujuan Komunikator (penjaga Sistem)

- 1) Memberikan informasi
- 2) Memberikan didikan
- 3) Memberikan persuasi
- 4) Memberikan kepuasan keperluan komunikan

Tujuan komunikator (menyesuaikan diri pada sistem: pemuasan kebutuhan)

- 1) Menyelidiki kemungkinan dan bahaya, memahami lingkungan sekitar, menentukan realitas, dan membuat keputusan
- 2) Pelajari keterampilan praktis yang dapat membantu Anda berfungsi dengan baik di masyarakat, serta nilai-nilai dan perilaku sosial yang dapat diterima.
- 3) Membuat pilihan, memperoleh sikap, berperilaku dengan cara yang dapat diterima secara sosial, dan mengikuti aturan.

- 4) Bersenang-senang, menenangkan diri, menghibur diri sendiri, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang sedang dihadapi.

c. Efek komunikasi massa

Berdasarkan Karlinah dkk, dalam (Amalia, 2015:32) pengaruh pesan media massa adalah:

1. Efek Kognitif

Efek Kognitif yaitu konsekuensi komunikasi sendiri, yang bersifat instruktif baginya. Efek kognitif ini akan membahas bagaimana media dapat membantu khalayak dalam memetik pengetahuan yang bermanfaat dan meningkatkan kemampuan kognitif mereka. Ketika pengetahuan, pemahaman, atau apresiasi audiens berubah, dampak kognitif terjadi. Efek ini terkait dengan penyebaran informasi, pengetahuan, keterampilan, atau kepercayaan.

2. Efek Afektif

Dampak emosional ini lebih besar daripada dampak kognitif. Tujuan komunikasi massa bukan hanya untuk membuat orang sadar akan sesuatu; itu juga mencakup harapan bahwa setelah mempelajari informasi, audiens dapat merasakan berbagai emosi, seperti empati, sentuhan, kesedihan, kebahagiaan, kemarahan, dan sebagainya..

3. Efek behavioral

Hasil yang tampak pada khalayak sebagai tingkah laku, perbuatan, atau kegiatan dikenal dengan efek tingkah laku. mengacu pada perilaku aktual yang diamati, termasuk tindakan atau pola perilaku..

3. Media Sosial

- a. Pengertian Media Sosial

Media sosial ataupun disebut sebagai jejaring sosial adalah komponen media terbaru. Pada umumnya dijelaskan degann seluruh jenis yang sebatas dapat dilakukan akses dari internet dan berisi teks, suara, dan lainnya (Angelina)dalam(Amaliya, 2017:33). Berdasarkan Kaplan dan Michael (dalam I

Gusti, tanpatahun : 10) kumpulan program berbasis web yang dikenal secara kolektif sebagai media sosial didasarkan pada prinsip dan inovasi Web 2.0, yang berfungsi sebagai fondasi media sosial. Ada enam kategori media sosial yang berbeda: situs jejaring sosial (Facebook, Instagram), blog dan mikroblog (Twitter), komunitas konten (YouTube), proyek kolaboratif (Wikipedia), dan lain-lain.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS : An-Nahl : 125)

Ayat di atas mengungkapkan nilai fundamental media sosial dengan cara berikut: orang harus menggunakan kata-kata yang tepat karena mereka bertindak sebagai pintu masuk yang luas di mana hal-hal baik atau berbahaya dapat masuk. menyebarkan informasi yang tidak diketahui kebenarannya sumbernya. Manusia harus mampu memahami, menilai, dan mengkritisi informasi yang disampaikan oleh teknologi karena mereka adalah makhluk yang cerdas.

Berdasarkan Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam (Ningsih,2015:37) menjelaskan istilah "media sosial" mengacu pada sekelompok program perangkat lunak berbasis internet dengan tujuan ideologis inti dan kemampuan untuk bertukar materi berkat penggunaan teknologi web 2.0. Situs web jejaring sosial adalah nama lain untuk media sosial. Web 2.0 adalah generasi kedua internet, di mana orang biasa dapat menggunakan kemampuannya untuk bersosialisasi, berinteraksi, menemukan rekan kerja, membuat situs web tanpa bias pemrograman, mengatur daftar email, dan hal lainnya.

b. Perkembangan Media Sosial

Profesor JA. Barnes mengembangkan konsep jejaring sosial untuk pertama

kalinya pada tahun 1954. Suatu sistem struktur sosial yang terdiri dari komponen individu atau organisasi dikenal sebagai jejaring sosial. Secara umum, media sosial (social media) dan jejaring sosial merupakan media yang berhubungan dengan sistem, yaitu media untuk berhubungan dengan banyak orang tanpa terhalang oleh waktu dan tempat (jarak), dan berfungsi untuk berkomunikasi, bertukar barang, dan menyampaikan pendapat. on line.

Bagaimana media adalah apa yang membedakan media sosial dari jejaring sosial. Istilah "media sosial" mengacu pada berbagai alat komunikasi online, seperti blog, forum, program obrolan, dan situs jejaring sosial. Sedangkan istilah "jejaring sosial" sendiri paling sering mengacu pada tempat atau website yang berfungsi sebagai tempat dimana banyak individu dapat berkumpul tanpa batas dan berbagi koneksi dengan orang lain seperti keluarga, teman, rekan bisnis, dan lain sebagainya. Situs jejaring sosial termasuk, misalnya, Facebook, Twitter, Path, Tumblr, Pinterest, Instagram, dan lainnya. (Ningsih, 2015:38).

c. Karakteristik Media Sosial

Berdasarkan Purnama dalam (Utami,2018:258) media social memiliki berbagai ciri dan karakter yaitu:

- a. Jangkauan (*reach*): koneksi media sosial dimulai dengan skala kecil sampai tingkat global.
- b. Aksebilitas (*accessibility*): akses media sosial yang mudah dan dapat terjangkau dengan murah.
- c. Pemakaian (*usability*): penggunaan media sosial termasuk mudah dan tidak membutuhkan kemampuan khusus.
- d. Aktualitas (*immediacy*): media sosial bisa merangsang reaksi publik dengan pesat.
- e. Stabil (*pemanence*): media sosial bisa mengganti masukan dengan baik ataupun praktis melaksanakan tahapan edit.

4. Youtube

a. Pengertian Youtube

suatu jejaring sosial yang diminati dari publik pada semua belahan dunia. Selain itu suatu situs web yang memberi kemungkinan untuk

berbagi. Mendownload, melakukan tontonan dan membagikan video.

Berdasarkan Baskoro dalam (Hayes, 2018:3) youtube merupakan situsvideo yang menyediakan berbagai informasi karena menawarkan berbagai informasi dalam bentuk "gambar bergerak". Orang-orang yang ingin mencari konten video dan melihatnya secara langsung dapat melakukannya di situs web kami. Dengan kata lain, YouTube adalah alat atau metode untuk mendistribusikan konten dan informasi dalam bentuk audio dan video.

Jawed Karim adalah orang pertama yang mengunggah video ke situs YouTube. "Saya ketika saya di Kebun Binatang" adalah judul klip berdurasi 19 detik itu. Salah satu hal yang berkontribusi terhadap popularitas YouTube dianggap koneksi internet yang lebih cepat dan peralatan perekam video yang lebih terjangkau (Mitasari, 2017:17). Pengguna YouTube harus berhati-hati dan membuat keputusan yang tepat tentang konten yang mereka akses. YouTube dapat digunakan dengan mengunggah video keterampilan, minat, atau pengejaran yang mungkin bermanfaat bagi pengguna lain dan membekali mereka dengan pengetahuan. (Imran,2017:941).

b. Sejarah Youtube

Pembuatan situs pengunggah video YouTube.com yang didukung oleh 3 (tiga) pekerja perusahaan pembayaran online Amerika, Paypal, dimulai pada tahun 2005. Mereka adalah Jawed Karim, Steve Chen, dan Chad Hurley. Nama tempat pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California menjadi dasar nama YouTube.

Sejak diluncurkan pada tahun 2006, YouTube.com mengalami pertumbuhan yang pesat. Dengan hingga 65.000 video baru dan 100.000 video diunggah ke YouTube pada Juli 2006. Rekor tersebut mengungguli MySpace.com dengan selisih lebar dan masuk dalam 5 situs teratas di

situs web Alexa.com. Situs berbagi video YouTube dan NBC menyetujui kerjasama pemasaran pada Juni 2006. (Chandra, 2017:407)

c. Karakteristik Youtube

Terdapat berbagai karakter dan ciri youtube yang menjadikan pembuat menggunakan media ini:

1. Video dapat diunggah untuk waktu berapa pun.

Ini membedakan YouTube dari sejumlah program lain dengan batasan durasi minimum, seperti Instagram, Snapchat, dan lainnya.

2. Sistem keamanan yang dijalankan dengan benar.

Dengan melarang konten setan dan ilegal serta meminta verifikasi sebelum mengizinkan video diunggah, Youtube membatasi keamanan platformnya.

3. Dibayar.

Seperti halnya di tempat lain saat ini, YouTube saat ini menawarkan honorarium kepada setiap orang yang mengirimkan video ke situs tersebut dan menerima setidaknya 1000 penayangan (Theoldman, 2011).

4. Program luring.

Sistem offline merupakan fitur baru di Youtube yang memungkinkan penonton untuk menonton video. Pengguna sekarang dapat dengan mudah menonton video mereka secara offline berkat metode ini, namun di masa lalu tetapi sebelumnya video tersebut harus didownload terlebih dahulu.

1. Tersedia editor sederhana.

Pengguna akan diberikan pilihan untuk mengedit video terlebih dahulu pada menu upload video. Video dapat diedit, warna dapat disaring, atau efek gerakan video dapat ditambahkan menggunakan menu.

d. Kelebihan dan Kekurangan Aplikasi Youtube

1) Kelebihan

- a. Bapat menonton dan mengunduh berbagai video YouTube yang belum sempat Anda tonton di TV agar tidak ketinggalan berita atau hiburan apapun.
- b. YouTube memiliki menu "pencarian" yang memudahkan untuk menemukan video yang Anda cari dengan memasukkan jenis video.
- c. Dengan menggunakan program pemutar video kami, Anda dapat memilih dari berbagai format video di YouTube.
- d. Video YouTube jelas dan nyaman untuk ditonton karena berkualitas tinggi.

2) Kekurangan

1. Pengunggahan video YouTube akan terhambat jika terjadi gangguan koneksi internet.
2. Video YouTube biasanya memiliki ukuran atau kapasitas file yang cukup besar.
3. Anda harus menggunakan program lain seperti Pengunduh YouTube dan Keepvid karena situs web tidak menawarkan alat perekam video YouTube.
4. YouTube juga menawarkan fitur upload video yang bisa dimanfaatkan siapa saja, sehingga besar kemungkinan akan disalahgunakan oleh oknum yang ceroboh. Mirip dengan bagaimana beberapa orang memposting film cabul dan menghina tentang kelompok tertentu.

e. Jenis-Jenis Konten Youtube

Konten youtube telah beragam jenis, karena semua penguanya berbagai macam mulai dari pria sampai wanita bahkan anak-anak hingga dewasa untuk mempersiapkan suatu konten video youtube, *youtuber* harus

menentukan target dan setelah itu membuat video yang ingin di buat, kemudian di upload di channel *youtuber* tersebut. Berikut adalah jenis-jenis konten youtube yang paling banyak di gemari:

1. *Way and style*

Cara dan gaya adalah jenis konten yang paling banyak di kunjungi oleh pengguna lainnya, baik dari cara merawat kecantikan, *fashion*, cara membuat sebuah benda, sampai *tips and trick* lainnya.

2. *Music*

Channel ini biasa di ramaikan oleh para musisi dan penyanyi dari berbagai daerah, dan selain itu channel ini juga menayangkan video yang di cover yang di ciptakan oleh musisi yang terkenal.

3. *Education dan Keagamaan*

Konten yang berisi edukasi dan keagamaan, biasa *youtuber* yang memiliki channel ini memiliki pengetahuan yang lebih tinggi.

4. *Entertainment*

Konten yang sangat ramai di geluti karena sangat mudah membuat konten ini, pasalnya orang yang mengakses youtube bertujuan untuk mencari hiburan.

5. *Gaming*

Konten ini adalah konten yang sangat di gemari oleh anak remaja zaman sekarang yang menyukai game online, karena pada aplikasi youtube sangat banyak *youtuber* yang membuat konten tentang game online.

f. Dampak Positif dan Negatif Terhadap Penggunaan Youtube

1) Dampak Positif

Manfaat menggunakan YouTube sebagai platform jejaring sosial antara lain kemampuan untuk mencari tutorial video, berubah menjadi artis dadakan, menemukan film yang menarik dan lucu, bertukar pengetahuan, dan menginspirasi orang untuk membuat video sendiri. Setiap anak muda yang menggunakan YouTube bisa mendapatkan keuntungan dari pengaruh positifnya

terhadap kreativitas mereka. Remaja dapat menelusuri YouTube dan menggunakan video di sana untuk mengasah kemampuan mereka.

2) Dampak Negatif

Kekerasan dan video yang dapat memermalukan individu. Semoga kita dapat menggunakan YouTube dengan cara yang memiliki pengaruh negatif dan tidak menguntungkan bagi kita dengan belajar dari dampak yang telah terjadi.

5. Persepsi

a. Pengertian persepsi

Persepsi merupakan tahapan psikologis yang didapatkan seseorang untuk mengerti informasi mengenai lingkungan, dari penglihatan, penciuman, dan sejenisnya. Keutamaan dalam mengerti persepsi yaitu ada di pengetahuan persepsi sebagai tafsir menarik pada kondisi, tidak pencatatan yang valid pada kondisi (Ridwan, 2016:89)

Psikolog telah mengungkapkan sejumlah gagasan tentang persepsi. Lahry mengklaim bahwa persepsi adalah metode di mana orang memahami informasi sensorik yang datang kepada mereka melalui panca indera mereka. Menurut Berelson dan Steiner, orang memilih, mengatur, dan menafsirkan reaksi terhadap stimulus dalam konteks masyarakat dunia yang bermakna dan logis melalui proses canggih yang disebut persepsi. Menurut Bennet, Hoffman, dan Prakash, persepsi adalah proses dinamis yang mencakup saling mempengaruhi dalam pengamatan, pembelajaran, dan pemutakhiran perspektif. (Zaini, 2011:60)

Jalaludin Rakhmat menyatakan bahwa persepsi adalah pengetahuan tentang hal-hal, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui inferensi dan interpretasi pesan. Pemberian masukan sensorik atau rangsangan sensorik artinya adalah persepsi. (Zaini, 2011:60)

Persepsi menurut Epstein dan Rogers dalam Ardi (2011:23) adalah kumpulan prosedur dimana kita mengidentifikasi,

mengkategorikan, dan memahami kesan sensorik yang kita dapatkan dari rangsangan luar. Agar kita sadar akan lingkungan kita, termasuk diri kita sendiri, persepsi didefinisikan sebagai sesuatu yang memadukan dan mengatur input sensorik (penginderaan).

b. Komponen dalam persepsi

Dalam bentuknya yang paling mendasar, persepsi adalah proses menyaksikan atau belajar tentang suatu objek atau peristiwa tertentu melalui penggunaan alat indera perantara. Indera penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sentuhan manusia semuanya termasuk dalam kategori persepsi. Menurut Walgito dalam (Marbun, 2019:24), persepsi terdiri dari tiga bagian yang bersama-sama membentuk struktur sikap. Bagian-bagian tersebut adalah:

1. Komponen Afektif, merupakan yang berhubungan dengan emosi senang atau jengkel terhadap objek sikap. Kesenangan adalah emosi negatif, sedangkan kenikmatan adalah emosi yang baik.
2. Komponen Konatif, merupakan unsur-unsur yang berhubungan dengan kecenderungan untuk bertindak ke arah objek sikap. Elemen ini menunjukkan seberapa kuat suatu sikap dipegang terhadap suatu kecenderungan untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap.
3. Komponen Kognitif, merupakan unsur-unsur yang berkaitan dengan pengetahuan, pendapat, dan keyakinan, khususnya unsur-unsur yang berkaitan dengan bagaimana individu menginterpretasikan objek sikap.

c. Jenis-jenis persepsi

Menurut Irwanto dalam (Marbun, 2019:25), setelah individu melakukan interaksi dengan objek-objek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Persepsi Positif

Persepsi positif merupakan persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang di persepsikan.

2) Persepsi Negatif

Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang di persepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap objek yang di persepsikan.

d. Faktor yang mempengaruhi persepsi

1. Psikologi

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu didalam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologis. Contoh, terbenamnya matahari pada waktu senja yang indah temaram, akan dirasakan sebagai bayang-bayang kelabu bagi seseorang yang buta warna.

2. Keluarga

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah keluarganya. Orang tua yang telah mengembangkan cara yang khusus dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi mereka yang diturunkan kepada anaknya.

3. Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat dalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini (Ridwan, 2016:92-93)

e. Sifat-sifat persepsi

1. Persepsi bersifat dugaan

Proses persepsi yang bersifat dugaan kemungkinan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Karena informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan

untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap melalui penginderaan.

2. Persepsi bersifat evaluatif

Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri manusia yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan penghargaan yang digunakan orang untuk memaknai objek persepsi. Dengan demikian, persepsi bersifat pribadi dan subjektif. Andrea L. Rich menyatakan bahwa persepsi pada dasarnya memiliki keadaan fisik dan psikologis individu, alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas objek yang dipersepsi.

3. Persepsi bersifat kontekstual

Suatu rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari semua pengaruh yang ada dalam persepsi, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Konteks yang melingkungi kita ketika melihat seseorang, objek atau peristiwa sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan, dan persepsi kita.

Persepsi yang digunakan dalam mengorganisasikan suatu objek dengan meletakkannya dalam konteks tertentu dapat menggunakan prinsip berikut:

- 1) Struktur objek atau peristiwa berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapannya.
- 2) Mempersepsi rangsangan atau peristiwa yang terdiri atas objek dan latar belakangnya. (Ridwan. 2016:96).

6. Mahasiswa

Menurut KBBI, “mahasiswa adalah pelajar perguruan tinggi serta dalam struktur pendidikan Indonesia menduduki jenjang satuan pendidikan lainnya”. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di

sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

Menyandang gelar mahasiswa merupakan suatu kebanggaan sekaligus tantangan. Betapa tidak, ekspektasi dan tanggung jawab yang diemban oleh mahasiswa begitu besar. Pengertian mahasiswa tidak bisa diartikan kata per kata, Mahasiswa adalah Seorang agen pembawa perubahan. Menjadi seorang yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh suatu masyarakat bangsa di berbagai belahan dunia.

Pada dasarnya mahasiswa mempunyai tiga peran khusus, diantaranya :

1. *Social control*

Mahasiswa dengan pendidikannya memiliki kemampuan intelektual, kepekaan sosial serta sikap kritisnya, diharapkan mahasiswa mampu menjadi pengontrol sebuah kehidupan sosial masyarakat dengan memberikan saran, kritik dan juga solusi untuk permasalahan sosial masyarakat maupun permasalahan bangsa.

Peran mahasiswa sebagai *social control* terjadi saat ada hal yang tidak wajar maupun ganjil dalam masyarakat. Mahasiswa/i yang mengancam pendidikan tinggi sudah seharusnya memberontak terhadap kebusukankebusukan yang terjadi dalam birokrasi yang selama ini dianggap lazim. Kemudian jika manusia berpendidikan tinggi acuh dan juga tidak peduli dengan lingkungannya, maka sudah tidak ada lagi harapan yang lebih baik untuk kehidupan bangsa nantinya.

Memang sudah seharusnya sebagai seorang berpendidikan menumbuhkan jiwa kepedulian sosialnya, dimana yang berpendidikan harus peduli terhadap masyarakat. Sebab manusia yang berpendidikan tinggi adalah bagian dari masyarakat. Kepedulian tersebut bukan hanya diwujudkan dalam bentuk demo ataupun turun kejalan saja, tetapi dengan

pemikiran-pemikiran cemerlangnya, diskusi-diskusi, atau memberikan bantuan moril dan juga materil kepada masyarakat serta bangsa.

2. *agent of change*

Pelajar tingkat tinggi juga sebagai agen perubahan, yakni bertindak bukan ibarat pahlawan yang datang ke sebuah negeri kemudian dengan gagahnya mengusir para penjahat serta dengan gagah sang pahlawan pergi dari daerah tersebut diiringi tepuk tangan oleh penduduk setempat. Mahasiswa tidak hanya menjadi penggagas perubahan, tetapi sebagai objek atau pelaku dalam perubahan tersebut. Sikap kritis yang positif harus dimiliki dan dapat membuat sebuah perubahan besar dan juga membuat para pemimpin yang tidak berkompeten menjadi gerah serta cemas.

Indonesia saat ini sedang menghadapi problematika yang sangat rumit di segala bidang, baik bidang ekonomi, pendidikan, moral, dan sebagainya. Banyak pembodohan serta ketidakadilan yang telah dilakukan oleh pemimpin bangsa ini. Sudah seharusnya mahasiswa berpikir untuk mengembalikan dan juga mengubah keadaan tersebut. Perubahan yang dimaksud yakni perubahan kearah yang positif serta tidak menghilangkan jati dirinya sebagai mahasiswa dan juga Bangsa Indonesia.

3. *iron stock*

Pendidikan tingkat tinggi memiliki peran sebagai generasi penerus bangsa sangat diharapkan mempunyai kemampuan, keterampilan, serta akhlak mulia untuk dapat menjadi calon pemimpin yang siap pakai.

Mahasiswa merupakan sebuah aset, cadangan, dan juga harapan bangsa untuk masa depan. Mahasiswa bukan sebagai kaum akademisi intelektual yang hanya duduk serta mendengarkan dosen dalam ruangan perkuliahan saja. Mahasiswa harus memperkaya dirinya dengan pengetahuan yang lebih baik juga dari segi keprofesian maupun kemasyarakatan. Ini merupakan *iron stock* yakni seorang calon pemimpin bangsa masa depan yang kelak akan menggantikan generasi yang telah

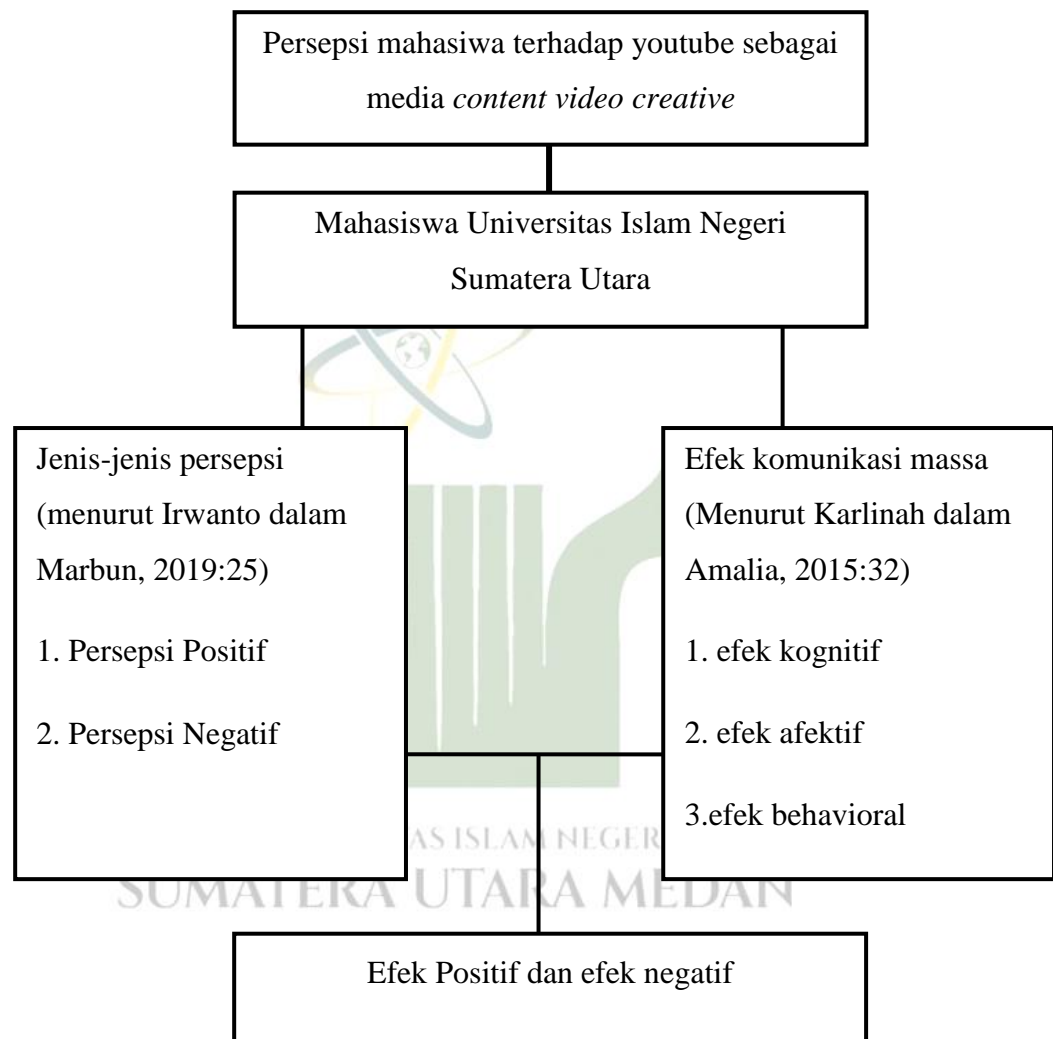
ada, jadi tidak cukup jika hanya memupuk ilmu yang spesifik saja. Perlu adanya *soft skill* seperti *leadership*, kemampuan memposisikan diri, serta sensitivitas yang tinggi.

7. Toeri Uses and Gratifications

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang dalam menggunakan media. Blummer dan Kats percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana berdampak pada dirinya (Nuruddin, 2015:92).

Teori kegunaan dan kepuasan (*uses and gratifications theory*). Halbert Blummer dan Elihu Kats adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratifications* ini dikenal pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Research*. Teori *Uses and Gratifications* milik Blummer dan Kats ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

B. Kerangka Konsep



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

C. Fokus Penelitian

Dari kerangka konsep diatas maka fokus penelitian ini yakni persepsi mahasiswa UIN Sumatera Utara terhadap pengguna media sosial youtube sebagai media *content video creative*.

D. Deskripsi Fokus Penelitian

1. Persepsi

Yaitu sudut pandang setiap orang yang terdapat di sekitar dengan sensoris menurut indra dan menampilkan reaksi pada sebuah respon kondisi publik secara penuh makna

2. Persepsi Positif

Yaitu sudut pandang seseorang pada obyek yang ditampilkan dan dinilai dengan dorongan dan mendapatkan obyek yang dipersepsikannya.

3. Persepsi negatif

Yaitu sudut pandang seseorang pada obyek yang ditampilkan dinilai sebagai penolakan dan pertentangan pada obyek yang dipersepsikannya.

4. Efek kognitif

Yaitu reaksi yang berhubungan dekat pada wawasan, kemampuan, dan informasi setiap orang tentang suatu hal. Reaksi tersebut muncul jika terdapat perubahan pada yang di pahami dari publik.

5. Efek afektif

Yaitu reaksi yang berkaitan pada psikis, perilaku, dan normal setiap orang pada suatu hal. Dan dapat muncul jika terdapat perubahan terhadap sesuatu yang disukai oleh publik

6. Efek behavioral

Yaitu reaksi yang berkaitan pada sikap langsung mencakup perbuatan atau budaya.

7. Youtube Media *content video creative*

Youtube adalah media sosial yang memanfaatkan video dijadikan instrumen interaksi audio-visual, menyebar pesan maupun hiburan dari *video content*.

8. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Mahasiswa UIN Sumatera Utara adalah Mahasiswa/i yang secara sah terdata nama-nama mereka, artinya aktif terdaftar di akademik di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

E. Kajian Terdahulu

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu

NO.	Nama	Judul Skripsi /	Metodologi	Hasil Analisis
-----	------	-----------------	------------	----------------

	Peneliti	Jurnal		
1.	Demmy Deriyanto, Fathul Qorib	Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwanatun angga Dewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok. (Skripsi)	Metode Penelitian Kualitatif	Berdasarkan temuan penelitian ini, teori persepsi sosial dipilih, yang menggambarkan bagaimana informasi diperoleh, dipilih, diinterpretasikan, dan diorganisasikan. Terdapat perbedaan khususnya pada subjek penelitian, karena penelitian ini menggunakan aplikasi tiktok. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan aplikasi tiktok menyenangkan untuk digunakan dan mudah digunakan dengan berbagai efek video.
2.	Ari Santoso	Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa di Metro TV (studi kasus deskriptif kuantitatif pada mahasiswa LPM pabelan UMS terhadap	Metode Penelitian Kuantitatif	Dari teori yang digunakan penelitian ini menggunakan teori S-O-R (stimulus, organisme, respons). Terdapat perbedaan dalam metodologi dimana penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dan juga pada teori yang digunakan, menggunakan teori S-O-R dalam penelitian ini. Berdasarkan data, mahasiswa LPM menilai acara

		mata najwa periode 18 November 2015) (Skripsi)		diskusi Mata Najwa pekan 18 November 2015 secara keseluruhan cukup baik dengan rata-rata rating 3,22. Tuan rumah berada di bawah kelompok positif dengan rata-rata 3,19. Mengingat rating Mata Najwa tetap tinggi baik sebelum maupun sesudah pemilihan presiden 2014, studi ini menunjukkan bahwa program talk show ini sukses dan tidak dipengaruhi oleh faktor politik.
3.	Gladys Liany	Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengaruh Penggunaan Instagram Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris.	Metode Penelitian Kualitatif	Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dapat memanfaatkan instagram sebagai media pembelajaran dalam keterampilan bahasa inggris. Terdapat perbedaan dari penelitian ini pada objek yang digunakan dimana penelitian ini menggunakan aplikasi instagram sebagai media pembelajaran bahasa inggris, namun ada kesamaan dalam metode penelitian yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif, dan juga sama-sama mengharapkan dampak dari


				objek penelitian.
4.	Moh. Dwi Cahyono Putra	Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya Terhadap Bisnis Vlog Prank (Skripsi)	Metode Penelitian Kualitatif	Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa tiga tahap sensasi, perhatian, dan interpretasi dapat digunakan untuk menilai bagaimana persepsi mahasiswa terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangkaraya berkembang. Persepsi seseorang terhadap suatu reaksi atau stimulus dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor perhatian eksternal dan dari dalam. terdapat persamaan dalam penelitian ini dengan peneliti yaitu memiliki fokus penelitian yang sama yaitu meneliti persepsi dari mahasiswa, dan juga memiliki kesamaan pada penggunaan metode penelitian yaitu kualitatif, namun memiliki perbedaan pada objek penelitian.
5.	Nandra Nurdiyanto	Persepsi Mahasiswa Fakultas Kedokteran UII Terhadap	Metode Penelitian Kualitatif	Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keyakinan mahasiswa kedokteran bahwa setiap orang dapat dengan mudah


		<p>Konten Akun Kesehatan Di Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran UII Pengguna akun @Infia_health dan @Tanya_Dokter) (Skripsi)</p>		<p>memahami dua akun. Kedua akun tersebut, khususnya akun @infia_Health, terkadang tidak mencantumkan sumber. Persepsi mahasiswa kedokteran UII dipengaruhi oleh variabel internal dan eksternal. Faktor lain yang mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap mahasiswa kedokteran adalah sikap santai, kebosanan, dan kebosanan saat menunggu. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan pada penggunaan metode penelitian dan juga terdapat persamaan dalam fokus penelitian yaitu persepsi, namun memiliki perbedaan pada objek dan tempat penelitian.</p>
6.	<p>Mumuh Mulyana, Bambang Hengky Rainanto, Danti Astrini, Ratih Puspitasari</p>	<p>Persepsi Mahasiswa Atas Penggunaan Aplikasi Perkuliahan Daring Saat Wabah Covid-19 (Jurnal)</p>	<p>Metode Penelitian Kuantitatif</p>	<p>Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara umum mahasiswa selalu bersedia untuk mengikuti pembelajaran secara daring. Keterbatasan kuota, jaringan mempengaruhi keikutsertaan mahasiswa dalam perkuliahan daring. Penggunaan aplikasi WAG dan GCR memperoleh persepsi positif dari mahasiswa</p>

				<p>IBI Kesatuan. Mahasiswa memberikan persepsi setuju dan sangat setuju dalam penggunaan aplikasi WAG dan GCR dalam perkuliahan daring. Dalam penelitian ini dikatakan mayoritas responden penelitiannya adalah berjenis kelamin perempuan di dominasi mahasiswa berusia 19 dan 20 tahun. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan pada fokus penelitian namun memiliki perbedaan dalam penggunaan metode, dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.</p>
7.	Oka Irmade	Analisis Persepsi Penggunaan Media Youtube Dalam Pembelajaran Jasmani Secara Mandiri Mahasiswa PG-Paud (jurnal)	Metode penelitian kuantitatif	<p>Berdasarkan penelitian ini dijelaskan bahwa Mahasiswa lebih memilih media YouTube daripada situs web lain untuk mitra belajar independen karena presentasinya menarik, dapat menyampaikan pengetahuan yang bermanfaat melalui video, dan waktu belajar fleksibel dan mudah diakses. YouTube masih</p>

				<p>merupakan situs web terbesar untuk menemukan sumber daya yang relevan dengan pendidikan jasmani meskipun memiliki keterbatasan, seperti kurangnya timbal balik (hanya komunikasi satu arah) dan ketidakmampuan untuk digunakan sebagai bahan evaluasi. Dari semua kelebihan dan kekurangan video YouTube, 83% siswa mengatakan mereka senang dengan video tersebut karena mempromosikan studi mandiri untuk kursus pendidikan jasmani. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan pada fokus penelitian dan juga pada media yang digunakan yaitu youtube, dan juga memiliki perbedaan dalam penggunaan metode penelitian.</p>
8.	Mahmud Yunus, David Firna Setiawan, Endang Wuryandini	Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Online Pada Masa Pandemi Covid-19 (jurnal)	Metode penelitian kualitatif	Berdasarkan penelitian ini dapat di simpulkan bahwa pendapat mahasiswa tentang pembelajaran daring dinilai membantu dalam memahami materi perkuliahan oleh 46,9% responden. 39,1% responden menyatakan bahwa

				<p>pembelajaran daring dapat meningkatkan motivasi belajar. Hanya 21,6% responden yang menunjukkan bahwa pendidikan online berhasil. Banyak program dianggap berguna untuk pendidikan online yaitu Whatsapp, google class room dan SIP. Terdapat kesamaan dalam penelitian ini yaitu pada fokus penelitian dan penggunaan metode yang digunakan.</p>
9.	Musdalifah, Nurdin, Fitriingsih	Persepsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Terhadap Penyebaran Berita Hoaks di Media Sosial (Jurnal)	Metode Penelitian Kualitatif	<p>Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap mahasiswa memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap berita hoaks, dimana sebagian menyadari bahwa akan pentingnya membaca, dan meneliti suatu informasi atau berita yang diterima sehingga bisa mengetahui keaslian informasi tersebut, dan ada pula beberapa mahasiswa juga terlibat dalam penyebaran berita hoaks dengan alasan hanya ikut-ikutan dan iseng-iseng. Dari penelitian ini terdapat kesamaan dalam menggunakan metode</p>

				penelitian dan fokus penelitian, namun memiliki perbedaan dimana penelitian ini tertuju pada persepsi mahasiswa tentang penyebaran berita hoaks, sedangkan peneliti tertuju pada persepsi terhadap penggunaan youtube sebagai content video creative.
10.	Adina Dwijayanti, Puji Pramesti	Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Daring di Politeknik LP31 Kampus Utama Bandung (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Mata Kuliah Archive Management) (Jurnal)	Metode Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran daring di politeknik LP31 kampus utama bandung belum cukup efektif dan mudah di pahami tetapi mahasiswa menyatakan perkuliahan jadi lebih menarik dan tidak membosankan, namun di jelaskan ada beberapa kendala dalam pembelajaran daring seperti ketidak stabilan jaringan internet, pengaruhu kualitas gadget, waktu belajar yang terbatas, serta kurangnya pemahaman mahasiswa terhadap materi arcvhive management dan penggunaan-penggunaan berbagai aplikasi oleh mahasiswa masih belum

			bisa dipahami. Didalam penelitian ini memiliki kesamaan pada fokus penelitian yaitu tentang persepsi dan juga tentang pemanfaatan media, namun memiliki perbedaan pada penggunaan metode penelitian.
--	--	---	--

