

**MINAT DAN PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN SINJAI
TERHADAP PEMBERITAAN BUPATI ANDI SETO GADHISTA ASAPA
DI INSTAGRAM *Info_Suarajelata***

OLEH:

TAZKIYAH TUNNAFSIH



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2023

**MINAT DAN PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN SINJAI
TERHADAP PEMBERITAAN BUPATI ANDI SETO GADHISTA ASAPA
DI INSTAGRAM Info_Suarajelata**

OLEH:

TAZKIYAH TUNNAFSIH

E021181002

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi saya :Minat dan Persepsi Masyarakat Kabupaten Sinjai Terhadap
Pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram
Info_Suarajelata

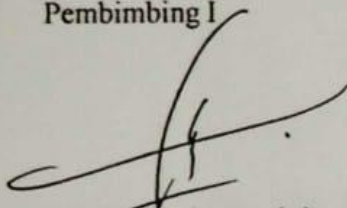
Nama Mahasiswa : Tazkiyah Tunnafsih

Nomor Induk : E021181002

Makassar, 02 November 2023

Menyetujui

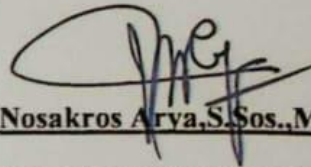
Pembimbing I



Dr. Muliadi Mau,S.Sos.,M.Si

NIP. 197012311998021002

Pembimbing II



Nosakros Arya,S.Sos.,M.I.Kom

NIP. 198511182015041002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay,M.Si

NIP. 1964100219900211001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul “**Minat dan Persepsi Masyarakat Kabupaten Sinjai Terhadap Pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram Info_Suarajelata**” ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 23 November 2023
Yang membuat pernyataan



Tazkiyah Tunnafsih

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji hanya milik Allah *subhanahu wata'ala* atas segala rahmat dan petunjuk Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta, Ibunda Ratna dan Ayahanda Bahar atas segala dukungan, doa yang tidak ada hentihentinya dan kesabarannya menantikan penulis bisa menuntaskan tugas akhirnya. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa dan bantuan berbagai pihak. olehnya, dengan penuh kerendahan hati penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Muliadi Mau, S.Sos.,M.Si. selaku Pembimbing I dan Bapak Nosakros Arya, S.Sos.,M.I.Kom selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, dukungan dan tambahan ilmu kepada penulis yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si sebagai Ketua Departemen Ilmu Komunikasi yang telah membantu secara administratif proses perkuliahan dan penyelesaian studi penulis.

3. Dr. Ibu Sitti Murniati Mukhtar, S.Sos, SH., yang selalu memberi dukungan serta memberi semangat setiap kali penulis berkunjung ke perpustakaan untuk mencari buku dan referensi.
4. Para dosen Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Unhas yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan yang sangat berharga bagi penulis dalam menempuh pendidikan.
5. Ibu Suraidah, Ibu Satima, dan Pak Herman atas ketulusan dan kebaikan hatinya serta bantuannya kepada penulis dalam pengurusan administrasi.
6. Kepada semua saudara penulis, terutama Asfar, Rismawati, dan Asyraf yang selalu memberikan support, dorongan dan bantuan berupa materi dan moril. terima kasih telah menjadi kakak dan adik yang selalu mengingatkan untuk terus semangat dan segera menuntaskan tugas akhir kuliah serta membantu finansial untuk pembayaran UKT.
7. Kepada sepupu penulis, Nurhaliza, S.pd, yang paling mampu memahami kondisi penulis dalam menuntaskan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat untuk berbagi cerita ketika penulis kehilangan semangat dalam menyusun skripsi serta terima kasih telah banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Tante tercinta, Andi Lidia yang selalu memberikan semangat dan mengingatkan penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan, Uni, Vivi, Yae, Nunu, Nisa, Ara dan Fiah yang telah memberikan banyak dukungan, masukan, dorongan dan bantuan untuk penulis. Terkhusus kepada teman seperjuangan Syatra yang selama ini

bersama-sama berjuang menuntaskan skripsi ini, saling bercerita dan saling mendengarkan keluh kesah terkait kendala dan kesulitan yang dihadapi pada saat penelitian.

10. Sahabat sejak SMA, Nurfadhila, S.Pd, Indah Sari, Amd.,Kep, Nur fadilla, S.H dan Deliana Saputri yang senantiasa memberikan dorongan, motivasi, dan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi.
11. Kepada Kepala Bagian Protokol Setdakab Sinjai, Kasubag Komunikasi dan Kasubag Dokumentasi. Terima kasih telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan selalu mengizinkan penulis tidak masuk kantor karena harus mengurus studi di Makassar.
12. Kepada Kak Wilda, Kak Wawan, Kak Echa, Kak Nandar, Kak Rina, dan Kak Fira sebagai teman kantor di Bagian Protokol Setdakab Sinjai. Terima Kasih telah banyak membantu pada saat penulis melakukan penelitian. Terkhusus kepada Kak Wilda yang senantiasa mendorong, memberikan semangat dan sabar menasehati penulis agar segera menuntaskan skripsi ini.
13. Kepada Awaluddin, S.IP, yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian hingga responden yang dibutuhkan tercapai.
14. Kepada semua yang pernah penulis kenal dan telah mengajarkan hal yang bermanfaat dan memberikan semangat dalam menyelesaikan studi ini. Terkhusus kepada semua followers instagram Info_Suarajelata yang telah bersedia dan meluangkan waktu membantu mengisi kuesioner penelitian penulis. Penulis sangat berterima kasih dan salut atas kesediaannya untuk

membantu meskipun tidak saling mengenal karena tanpa bantuan kalian mungkin skripsi ini tidak bisa diselesaikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, untuk itu diharapkan saran dan kritikan agar dapat memperbaiki kekurangan dan sekaligus menyempurnakan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Makassar, 13 November 2023

Penulis

ABSTRAK

TAZKIYAH TUNNAFSIH. *Minat dan Persepsi Masyarakat Kabupaten Sinjai Terhadap Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata.*
(Dibimbing oleh Muliadi Mau dan Nosakros Arya).

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan minat masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*, (2) mendeskripsikan persepsi masyarakat Kabupaten Sinjai terhadap Pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*, (3) menganalisis alasan yang mendorong masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*.

Penelitian ini berlangsung selama 6 bulan terhitung sejak bulan Oktober 2022 hingga Maret 2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui survei yaitu pembagian kuesioner dan studi pustaka berupa referensi buku, jurnal, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Populasi dari penelitian ini ialah masyarakat Kabupaten Sinjai yang menjadi *followers* akun instagram *Info_Suarajelata* berjumlah 317 orang. Sampel penelitian menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%, sehingga didapatkan sampel berjumlah 317 orang. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Minat masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto gadhista asapa di instagram *Info_Suarajelata* berada pada kategori sedang dengan persentase 53.6%, (2) Penerapan komunikasi antar umat beragama di kota Makassar masuk kategori Persepsi masyarakat Kabupaten Sinjai terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata* berada pada kategori Positif dengan persentase 75.7%, (3) Alasan yang mempengaruhi masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto di instagram *Info_Suarajelata* yakni judul beritanya yang disajikan menarik dengan presentase mencapai 27.2%. Sementara alasan yang mempengaruhi masyarakat tidak membaca pemberitaan Bupati Andi Seto adalah karena beritanya terlalu monoton, hanya fokus pada keberhasilan Bupati Andi Seto saja dengan persentase 50.0%.

Kata Kunci : Minat Membaca Berita, Persepsi, instagram *Info_Suarajelata*, Masyarakat Kab. Sinjai

ABSTRACT

TAZKIYAH TUNNAFSIH. *Interest and Perception of the Sinjai Regency Community Regarding News from Regent Andi Seto on Instagram Info_Suarajelata.* (Supervised by Muliadi Mau and Nosakros Arya).

This research aims to: (1) Describe the interest of the people of Sinjai Regency in reading the news about Regent Andi Seto Gadhista Asapa on Instagram Info_Suarajelata, (2) describe the perception of the people of Sinjai Regency towards the news about Regent Andi Seto Gadhista Asapa on Instagram Info_Suarajelata, (3) analyze the reasons that encourage The people of Sinjai Regency read the news from Regent Andi Seto Gadhista Asapa on Instagram Info_Suarajelata.

This research lasted for six months starting from October 2022 to March 2023. This research used quantitative methods with a descriptive approach. Data collection techniques through surveys include distributing questionnaires and literature studies in the form of book, journal, internet and other references related to the research topic. The population of this research is the people of Sinjai Regency who are 317 followers of the Info_Suarajelata Instagram account. The research sample used the Probability Sampling technique with the Simple Random Sampling method. The technique for determining the sample size uses the Isaac and Michael table with an error rate of 5%, resulting in a sample of 317 people. The collected data was then analyzed using the IBM SPSS version 26 application.

The results of this research show that: (1) The interest of the people of Sinjai Regency in reading news from the Regent Andi Seto gadhista asapa on Instagram Info_Suarajelata is in the low category with a percentage of 53.6%, (2) The implementation of inter-religious communication in Makassar city is in the category of Perception of the people of Sinjai Regency towards The news from Regent Andi Seto Gadhista Asapa on Instagram Info_Suarajelata is in the Positive category with a percentage of 75.7%, (3) The reason that influences the people of Sinjai Regency to read Regent Andi Seto's news on Instagram Info_Suarajelata is that the news title presented is interesting with a percentage reaching 27.2%. While the reason is The influence on the public not reading news about Regent Andi Seto is because the news is too monotonous, only focusing on the success of Regent Andi Seto with a percentage of 50.0%.

Keywords: Interest in Reading News, Perception, Instagram Info_Suarajelata, District Community. Sinjai

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
Error! Bookmark not defined.	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Konseptual	7
F. Definisi Operasional.....	18
G. Metode Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
A. Komunikasi Massa	26
B. Media Massa.....	29
C. Media Sosial	31
D. Instagram	33
E. Berita	35
F. Minat.....	38
G. Persepsi.....	42
H. Teori S-O-R	52
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	54

A. Suarajelata.com.....	54
B. Andi Seto Gadhista Asapa.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Hasil Penelitian.....	65
B. Pembahasan	96
BAB V PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%	24
Tabel 4.1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4.2 Frekuensi Usia Responden	65
Tabel 4.3 Frekuensi Pekerjaan Responden	66
Tabel 4.4 Frekuensi Pendidikan Responden	67
Tabel 4.5 Frekuensi Agama Responden	67
Tabel 4.6 Frekuensi Pendapatan Responden	68
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Pernah Mengakses Akun Instagram Info_Suarajelata Untuk Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto	68
Tabel 4.8 Frekuensi Kekerapan Responden Mengakses Akun Instagram Info_Suarajelata untuk Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto dalam Seminggu	69
Tabel 4.9 Frekuensi Rentang Waktu yang Digunakan Responden untuk Mengakses Akun Instagram Info_Suarajelata	69
Tabel 4.10 Frekuensi Jumlah Berita Tentang Bupati Andi Seto di Akun Instagram Info_Suarajelata yang Dibaca Responden dalam Seminggu	70
Tabel 4.11 Frekuensi Responden Membaca Satu Teks Berita Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Secara Menyeluruh	71
Tabel 4.12 Frekuensi Kerutinan Responden Mengakses Instagram Info_Suarajelata untuk Membaca Isi Berita Mengenai Bupati Andi Seto	71
Tabel 4.13 Tingkat Minat Masyarakat Kabupaten Sinjai Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	72
Tabel 4.14 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Up to Date	73
Tabel 4. 15 Tema Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Beragam	74

Tabel 4. 16 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Isi/Konten Beritanya Lengkap	75
Tabel 4.17 Kesesuaian Foto Berita dengan Isi Berita Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	75
Tabel 4.18 Kesesuaian Judul Berita dengan Isi Berita Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	76
Tabel 4.19 Keakuratan Berita Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	77
Tabel 4.20 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Informasi Beritanya Faktual.....	77
Tabel 4.21 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Informasi Beritanya Jelas.....	78
Tabel 4.22 Kemudahan Memahami Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	79
Tabel 4.23 Kelayakan Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata untuk Dibaca.....	79
Tabel 4.24 Kebergunaan Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	80
Tabel 4.25 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Sesuai dengan Kebutuhan	81
Tabel 4.26 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Dapat Dipercaya.....	82
Tabel 4.27 Kecenderungan Setuju dengan Isi Berita Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	82
Tabel 4.28 Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata dapat Mendukung Terbentuknya Citra Positif di Masyarakat Terhadap Andi Seto Selaku Bupati Kabupaten Sinjai.....	83
Tabel 4.29 Tingkat Persepsi Masyarakat Kabupaten Sinjai Terhadap Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	84
Tabel 4.30 Ketertarikan Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	85

Tabel 4.31 Alasan Tertarik Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	86
Tabel 4.32 Alasan Tidak Tertarik Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	87
Tabel 4.33 Kritik/Saran Responden untuk Peningkatan Kualitas Berita Suarajelata.com	88
Tabel 4.34 Harapan Masyarakat untuk Portal Berita Suarajelata.com kedepannya.....	89
Tabel 4.35 Tabel Silang Minat Masyarakat Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	90
Tabel 4.36 Tabel Silang Minat Masyarakat Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto Di Instagram Info_Suarajelata Berdasarkan Usia Responden	91
Tabel 4.37 Tabel Silang Minat Masyarakat Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Berdasarkan Pekerjaan Responden....	92
Tabel 4.38 Tabel Silang Minat Masyarakat Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Disilangkan dengan Pendidikan Terakhir Responden	93
Tabel 4.39 Tabel Silang Minat Masyarakat Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Disilangkan dengan Pendapatan Responden	94
Tabel 4.40 Tabel Silang Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata Berdasarkan Minat Masyarakat Membaca Pemberitaan Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 3.1 Logo Suara Jelata	57
Gambar 3.2 Postingan Berita Tentang Bupati Andi Seto di Instagram Info_Suarajelata	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi hingga saat ini semakin pesat. semakin canggih dan lebih modern. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah hadirnya media sosial yang saat ini telah digunakan masyarakat pada umumnya. Media sosial dimanfaatkan masyarakat sebagai alat untuk mencari informasi dan menyampaikan suatu pesan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi alat penyebaran informasi yang cepat yang mampu menyajikan berbagai jenis informasi penting termasuk informasi yang dibutuhkan masyarakat. Pada akhirnya media sosial menjadi salah satu kebutuhan yang wajib dimiliki masyarakat. Pada dasarnya. media sosial telah banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat dari berbagai sisi. Salah satunya interaksi atau komunikasi dalam masyarakat tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berkomunikasi sehingga tidak heran jika media sosial banyak digemari masyarakat.

Melalui media sosial, masyarakat tidak lagi kesulitan untuk mendapatkan berita. Lewat media sosial, khususnya instagram yang saat ini banyak dioperasikan dan dimanfaatkan untuk mengakses berita. Dalam hal ini instagram kerap sekali digunakan oleh instansi. perusahaan. bahkan media massa maupun media online dalam menyebarluaskan informasi faktual atau berita untuk masyarakat. Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, android dan windows phone, para pengguna dapat membidik, mengedit, dan menyebarkan foto atau video ke halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed

pengguna lainnya yang menjadi *followers* pengguna. *Following* artinya mengikuti pengguna, sedangkan *followers* berarti pengguna lainnya yang mengikuti. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka atau *like* terhadap foto atau video yang dibagikan. Melalui instagram, pihak pengelola dapat meng-*upload* foto dan video untuk dibagikan kepada masyarakat umum melalui internet yang menyediakan informasi secara cepat sebagai bentuk citra dari instansi pemerintahan maupun perusahaan. Instagram bisa menjadi jalur distribusi baru untuk mengembangkan informasi dalam memberikan sebuah himbauan maupun kegiatan yang terjadi atau sedang berlangsung di dalam kegiatan yang terjadi pada suatu lembaga atau instansi pemerintahan atau perusahaan.

Pemanfaatan instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi atau berita telah dimanfaatkan oleh lembaga pemberitaan online Suarajelata.com. Suarajelata.com merupakan portal berita Indonesia yang berada dalam naungan PT. Suara Jelata Media. Suarajelata.com menyajikan informasi terbaru dan akurat yang menitikberatkan pada akurasi dan ketajaman berita dengan sumber informasi yang terpercaya. Suarajelata.com yang berdiri sejak Juni 2016 menjadi sebuah portal *news online* dengan berita yang lebih beragam. Suarajelata.com selain menyebarkan informasi melalui website juga aktif membuat postingan berita melalui akun instagramnya yakni *Info_Suarajelata*. Jumlah *followers* akun instagram *Info_Suarajelata* kini sudah mencapai 3.442 *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 2.442 postingan. Berita atau informasi yang dimuat dalam akun

instagram *Info_Suarajelata* mencakup tentang program-program Pemerintah Kabupaten Sinjai. termasuk juga berita terkini yang ada di Kabupaten Sinjai.

Berdasarkan postingan di instagram *Info_Suarajelata* menunjukkan bahwa sebagian besar topik pemberitaan yang disajikan berkaitan dengan Bupati Sinjai yang publik mengenalnya dengan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa. Pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa yang mendominasi di postingan *Info_Suarajelata* tentunya akan memberikan gambaran kepada publik terkhusus masyarakat Kabupaten Sinjai mengenai keberhasilan realisasi visi misi pemerintah Kabupaten Sinjai. Dengan demikian akan menjadi faktor pendorong pembentukan citra positif Bupati Andi Seto Gadhista Asapa sebagai Pemerintah Kabupaten Sinjai. Berbeda dengan media yang lain. gaya penulisan berita Suarajelata.com memang memiliki keunikan tersendiri. Dalam hal ini bahwa berita yang ditulis dan di posting di *Info_Suarajelata* memperlihatkan dominasi pemberitaan terkait sosok Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Kabupaten Sinjai. Dominasi pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa terlihat sejak bulan Juli dalam artian bahwa hal tersebut membuat Bupati Andi Seto Gadhista Asapa eksis di portal berita Suarajelata.com khususnya di media sosial instagram *Info_Suarajelata*. Eksistensi pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa ini tentu akan menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari masyarakat dalam memberikan penilaian tersendiri untuk Bupati Andi Seto Gadhista Asapa.

Persepsi merupakan proses individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia di sekelilingnya. Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahaman ataupun pemberian makna

atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus diperoleh dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Dalam buku pengantar umum psikologi, persepsi yaitu kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan dan memfokuskan (Saputra, 2019).

Bimo Walgito menyatakan persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja. pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak sebagai pusat susunan saraf. dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Proses penginderaan terjadi setiap saat. yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya (Saputra, 2019).

Berangkat dari hal tersebut, ingin diketahui beragam persepsi yang muncul sehubungan dengan ramainya pemberitaan terkait Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata* mengingat masa pemerintahan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa sudah berada di tahun ketiga sehingga penting untuk mengetahui persepsi masyarakat setempat. Selain itu, terdapat masyarakat Kabupaten Sinjai yang saat ini terlibat dalam kontroversi Pembangunan Bumi Perkemahan di Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai. Dalam hal ini bahwa masih adanya pemberitaan terkait kontroversi tersebut yang sampai saat ini belum juga usai nantinya akan

menjadi salah satu faktor terbentuknya persepsi masyarakat terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata*.

Adapun terkait topik penelitian peneliti ditemukan telah diteliti oleh beberapa peneliti. Penelitian tersebut diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Riandayasa (2018) tentang “Persepsi Mahasiswa terhadap Pemberitaan Habib Rizieq pada Media Online Kompas.com. Detik.com dan Republik.co.id Hubungannya dengan Penerapan Kode Etik Jurnalistik”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Fidkom UIN Jakarta angkatan 2014 dan 2015 terhadap media online Kompas.com. Detik.com dan Republika.co.id dalam penerapan kode etik jurnalistik pada pemberitaan Habib Rizieq sudah sesuai dengan ketentuan kode etik tersebut.

Wicaksono (2014) tentang “Persepsi Khalayak terhadap Berita Korupsi Akil Mochtar di Majalah Tempo Bulan Oktober 2013”. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas. maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana minat masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*?
2. Bagaimana persepsi masyarakat Kabupaten Sinjai terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*?

3. Apa alasan yang mendorong masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan minat masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*.
2. Untuk mendeskripsikan persepsi masyarakat Kabupaten Sinjai terhadap Pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*.
3. Untuk menganalisis alasan yang mendorong masyarakat Kabupaten Sinjai membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan memperkaya kajian ilmu komunikasi khususnya di bidang jurnalistik. Selain itu, diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai minat masyarakat untuk membaca berita dan persepsi yang diberikan terhadap berita yang dimuat di instagram.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat dan memberikan sumbangsih pemikiran maupun informasi dan gambaran bagi peneliti selanjutnya. yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan tingkat minat membaca berita masyarakat dan persepsi yang diberikan masyarakat terhadap berita yang ada di instagram.

E. Kerangka Konseptual

1. Minat

Minat membaca adalah keinginan yang kuat disertai dengan usaha-usaha seseorang untuk membaca (Rahim. 2007). Minat juga diartikan sebagai adanya dorongan atau rasa tertarik untuk melakukan suatu hal dengan menaruh perhatian yang disertai hasrat. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang menjadi keinginannya tanpa keterpaksaan. Minat dalam penelitian ini merupakan ketertarikan atau keinginan yang timbul atau muncul dalam diri masyarakat untuk membaca berita Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata*. Dalam penelitian ini, hubungan antara minat dan persepsi sangat berkaitan artinya bahwa untuk mengetahui persepsi yang diberikan masyarakat terhadap berita Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_surajelata* maka yang perlu untuk diketahui terlebih dahulu yaitu tingkat minat membaca masyarakat. Sehingga kehadiran instagram *Info_Suarajelata* menyajikan berita Bupati Andi Seto

Gadhista Asapa mendorong peneliti untuk mengukur tingkat minat masyarakat untuk membaca berita tersebut.

2. Persepsi

Melalui persepsi seseorang mampu mengetahui, mampu memahami suatu keadaan sekitar lingkungannya terhadap yang dapat ditemui kemudian mengenai apa yang ada di diri seseorang yang berkaitan. Persepsi muncul dengan adanya suatu dorongan dari luar diri seseorang meliputi informasi dan kejadian. Berdasarkan buku dari Rakhmat (2012) yang dikutip oleh Mustofa menjelaskan mengenai, “persepsi itu merupakan pengalaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Persepsi dapat diartikan juga sebagai rangsangan alat indra. Persepsi memiliki hubungan dengan sensasi, yakni sensasi adalah bagian dari persepsi. Namun, selain sensasi, ada pula ingatan individu, dorongan, perhatian dan harapan juga terlibat dalam informasi dari sebuah alat indera.

Menurut Walgito (2004) ada tiga syarat terjadinya persepsi yaitu:

1) Adanya objek yang dipersepsi.

Adanya objek atau peristiwa sosial yang menimbulkan stimulus. dan stimulus mengenai alat indera (reseptor). Dalam hal ini objek yang diamati adalah akun media sosial Instagram *Info_Suarajelata* yang memuat tentang pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista

Asapa. Terkait hal itu disini masyarakat yang mengikuti instagram *Info_Suarajelata* diminta untuk memberikan suatu persepsi terhadapnya.

2) Adanya alat indera atau reseptor.

Alat indra merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi dan merupakan alat untuk menerima stimulus. tetapi harus ada pula saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima alat indra ke pusat saraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Dengan adanya alat indra yang dimiliki masyarakat akan mendukung dan memudahkannya untuk memberikan dan menguraikan persepsinya terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata*

3) Adanya perhatian

Adanya perhatian dari individu merupakan langkah pertama dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. Individu harus mempunyai perhatian pada objek yang bersangkutan. Bila telah memperhatikannya, selanjutnya individu mempersepsikan apa yang diterimanya dengan alat indra. Oleh karena itulah hanya masyarakat Kabupaten Sinjai yang mengikuti instagram *Info_Suarajelata* saja yang akan diminta untuk memberikan persepsi dengan pertimbangan mereka tentu *update* dengan setiap postingan yang dimuat dalam instagram *Info_Suarajelata* terkhusus pada pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa.

Untuk memberikan persepsi terhadap stimulus atau rangsangan tentu akan melewati beberapa tahap sampai pada memberikan penafsiran terhadap stimulus yang diterima. Menurut Solomon terdiri dari tiga aktivitas dalam proses pembentukan persepsi diantaranya seleksi, organisasi dan interpretasi.

a. Seleksi

Tahap ini merupakan tahap pemilihan atau penyaringan informasi yang akan dipersepsikan. Seleksi mencakup dua hal yang sangat penting dalam persepsi yaitu sensasi dan atensi. Sensasi adalah sesuatu yang diterima oleh alat indra sedangkan atensi adalah perhatian terhadap stimulus yang diterima. Sensasi dan atensi ini dapat diperoleh menggunakan penginderaan. Joseph A. Devito mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang membuat sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi panca indra seperti indra penglihatan, pendengaran, peraba, penciuman dan pengecap. Hal ini juga dibenarkan oleh Rudolph F. Verderber yang menyatakan persepsi adalah proses menafsirkan indrawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah sangatlah jelas karena sensasi merupakan bagian dari persepsi walaupun begitu menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi. Sehingga atensi juga sangatlah penting karena sebelum kita merespon atau menafsirkan rangsangan apa pun terlebih dahulu pastilah memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut (Mulyana, 2008).

Atensi atau perhatian ditentukan oleh faktor-faktor situasional personal yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi

gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan. Sebagai contoh, khalayak akan lebih tertarik menonton televisi dibandingkan mendengar radio atas dasar bahwa pada televisi sudah disediakan visualnya sehingga khalayak tidak perlu mengkhayalkan informasi yang diterima berbeda dengan hanya mendengarkan radio khalayak harus membayangkan atau meraba-raba untuk menafsirkan yang didengar. Dalam hal ini bahwa khalayak akan lebih memperhatikan hal-hal yang lebih menonjol seperti orang gemuk di antara orang yang kurus atau wanita yang tidak berjilbab di antara wanita yang berjilbab. Khalayak akan lebih memperhatikan hal-hal yang baru seperti program acara yang baru dan memiliki ciri tersendiri akan melekat di ingatkan para penonton, dan khalayak akan lebih memperhatikan sesuatu yang diulang-ulang seperti iklan yang ada pada media khususnya media televisi.

Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi perhatian adalah faktor biologis seperti lapar, haus atau pun mengantuk dan faktor fisiologis seperti tinggi, pendek, gemuk dan lain-lain, dan faktor-faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pengalaman serta faktor-faktor psikologis seperti kemauan, pengharapan dan motivasi (Rakhmat. 2004).

Banyaknya rangsangan yang diterima oleh pancaindra tentu tidak dapat dipersepsikan bersamaan secara keseluruhan tetapi rangsangan panca indera akan melakukan proses seleksi yakni memilih secara acak. Seperti halnya pada saat menonton televisi tidak semua siaran televisi akan

mendapat rangsangan ataupun perhatian. sebagai contohnya seorang ibu rumah tangga lebih tertarik pada informasi yang berhubungan dengan rumah tangga. artis idolanya ataupun kelanjutan sinetron yang di tontonnya setiap hari ketimbang politik atau pun bisnis (Mulyana, 2008).

b. Organisasi

Tahap organisasi ini diartikan sebagai tahap pengaturan terhadap rangsangan mana yang yang diterima ataupun diabaikan dan pengaturan ini sangatlah berhubungan dengan interpretasi seseorang. Lahlry mendefinisikan persepsi merupakan proses menginterpretasikan data-data dalam sensoris (Severin, 2008).

c. Interpretasi

Mulyana (2008) mengatakan bahwa interpretasi merupakan tahap terpenting dalam persepsi karena interpretasi adalah pemberian kesan atau pendapat atas informasi yang diperoleh melalui salah satu atau lebih pancaindra. Namun setiap objek yang diterima oleh pancaindra tidak dapat diinterpretasikan secara langsung melainkan menginterpretasikan makna informasi yang dipercayai oleh setiap individu. Sama hal dengan yang dikemukakan (Thoha, 2003) bahwa proses interpretasi akan bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang. Suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2008) mengatakan bahwa persepsi manusia terbagi atas dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan

persepsi terhadap manusia. Setiap manusia memiliki pandangan yang berbeda pada objek-objek yang sama. hal ini biasa dipengaruhi oleh pancaindra dan kadang menimbulkan fatamorgana yang merupakan sebuah imajinasi manusia yang dipengaruhi oleh banyak hal seperti udara. Sehingga dikatakan bahwa persepsi melalui panca indera merupakan bukti yang lemah seperti suara yang didengar oleh indra pendengar tidak dapat menafsirkan semua suara yang didengar. Persepsi terhadap objek melihat dari lambang-lambang fisik, memandang sifat-sifat luar saja sehingga objek yang dipersepsi tidak memiliki pendapat terhadap yang mempersepsikannya dan objek yang dipersepsi tidaklah beraksi dan bersifat statis.

Selain itu, dalam pembentukan persepsi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi. Menurut Rakhmat (2004) dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi. mengemukakan bahwa persepsi ditentukan oleh beberapa faktor yang dipengaruhi oleh faktor stimulus, yaitu perhatian, penafsiran dan pengetahuan.

a. Perhatian

Kenneth E. Andersen menyatakan bahwa perhatian adalah proses mental ketika rangsangan atau rangkaian rangsangan menjadi menonjol dalam kesadaran individu saat rangsangan lainnya sudah melemah. Hal ini dimaksudkan bahwa perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan lainnya melalui alat indera yang lain. Faktor perhatian dalam mempengaruhi proses seleksi dalam pembentukan persepsi juga dipengaruhi oleh beberapa

faktor yang berasal dari lingkungan luar diantaranya intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan dan gerakan. Dengan demikian ketika faktor-faktor dari luar tersebut mempengaruhi setiap individu. maka individu akan lebih kritis dalam memberikan persepsi terhadap objek.

b. Penafsiran

Dalam mempersepsi rangsangan atau stimulus, individu secara selektif akan mengorganisasikan atau menghubungkan rangsangan yang diterimanya. Hal ini menunjukkan rangsangan yang diterima tersebut diurutkan untuk selanjutnya ditafsirkan dalam sebuah gambaran yang unik dan dapat diterima panca indra.

c. Pengetahuan

Krech dan Crutchfield menyatakan pernyataan bahwa rangsangan dan kognitif itu selalu diberi makna dan juga selalu diorganisasikan yang berarti bahwa setiap rangsangan yang diterima individu akan diorganisasikan atau dihubung-hubungkan namun tetap melihat konteks dari rangsangan tersebut (Rakhmat, 2012). Individu akan mengorganisasikan atau menghubungkan setiap objek yang diterima dengan kesadaran dan pengetahuan melalui pengalaman masa lalu dan kebutuhannya kemudian memberi penilaian atau memahami seperti apa konteks dan objek tersebut. Pengetahuan terjadi ketika terdapat perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan khalayak. Dalam hal ini kognitif terjadi pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya.

3. Instagram

Instagram sebagai salah satu media online dimanfaatkan oleh portal berita online yaitu *suarajelata.com* dalam menyebarluaskan pemberitaan. Di akun instagramnya *Info_Suarajelata* sejak bulan Juni 2021 baik di feed instagram maupun di story akun instagramnya aktif menyajikan pemberitaan mengenai Bupati Andi Seto Gadhista Asapa. Dengan demikian postingan-postingan itulah yang menjadi rangsangan bagi setiap masyarakat yang mengikuti akun instagramnya untuk memberikan persepsi terhadap hal tersebut.

4. Teori SOR (Stimulus-Organism-Response)

Teori S-O-R oleh Hovland et al (1953) sebagai singkatan dari *Stimulus- Organism-Response*. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan koneksi. Menurut teori ini *organism* menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (dalam Effendy, 2003).

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori SOR (Stimulus, Organism, Response). Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (McQuail, 2010).

Menurut teori ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari teori ini adalah : media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan.

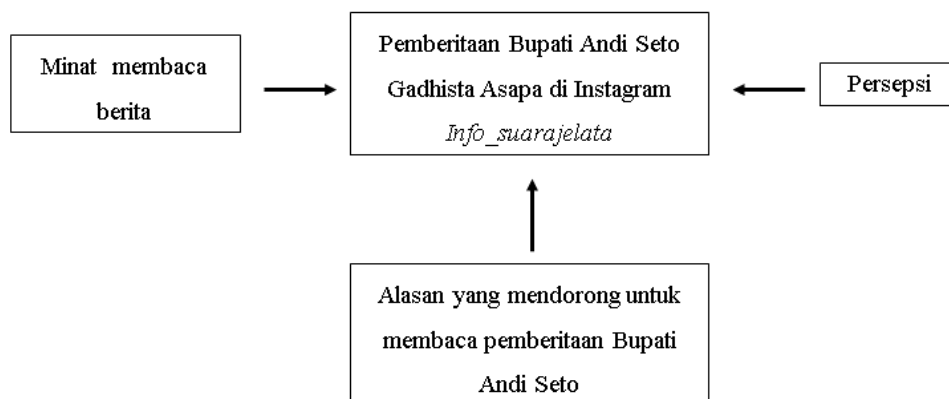
Stimulus Response Theory atau SR Theory ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi komunikasi yang mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Teori ini merupakan prinsip yang sederhana yakni efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi *audience*.

Menurut McQuail (2010) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) yang berkeyakinan bahwa penyebab sikap yang dapat berubah tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme. Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media terhadap individu, harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media. Hasilnya menjangkau waktu dan membuat suatu perbedaan, seringkali pada orang dalam jumlah banyak. Hal ini menunjukkan masyarakat mendapatkan stimulus yaitu terpaan pesan dari berita-berita tentang Bupati Andi Seto Gadhista Asapa dan kemudian pada jangka waktu tertentu menciptakan suatu perbedaan (pengaruh) terhadap mereka.

Adapun keterkaitan teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Stimulus (pesan), yang dimaksud pesan yang disampaikan dalam sosial media instagram *Info_Suarajelata* yakni pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa.
- b. Organism (komunikan), disini yaitu masyarakat Kabupaten Sinjai yang menjadi followers instagram *Info_Suarajelata*.
- c. Respons (efek) yaitu persepsi masyarakat kab. Sinjai terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa. Respons yang diberikan bisa positif atau bisa juga negatif tergantung dari persepsi *followers* atau masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, peneliti memformulasikan kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian

F. Definisi Operasional

Untuk menghindari agar tidak terjadi kesesatan dan salah memberikan pengertian pada variabel penelitian maka merumuskan definisi variabel dari penelitian adalah suatu keharusan yang sangat penting. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Minat

Minat merupakan kecenderungan yang mendorong untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat masyarakat Kab. Sinjai membaca isi berita Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata*.

Adapun indikator dalam pengukuran minat membaca berita masyarakat meliputi:

a. Frekuensi membaca berita

Frekuensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah merujuk pada berapa kali masyarakat membaca berita Bupati Andi Seto yang dimuat di instagram *Info_Suarajelata* dalam seminggu.

b. Intensitas membaca berita

Intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensitas sesuatu hal. Intensitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seberapa tuntas atau menyeluruh berita tersebut dibaca.

c. Durasi membaca berita

Durasi adalah tentang waktu atau lamanya sesuatu berlangsung. Durasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tentang waktu yang

digunakan untuk membaca berita atau berapa lama orang tersebut membaca berita.

d. Jumlah berita yang dibaca

Jumlah adalah banyaknya (bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu). Jumlah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya berita mengenai Bupati Andi Seto di instagram *Info_Suarajelata* yang dibaca dalam seminggu.

2. Persepsi

Persepsi dalam penelitian ini adalah cara pandang masyarakat Kab. Sinjai terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di instagram *Info_Suarajelata*. Mengukur persepsi hampir sama dengan mengukur sikap yang dalam hal ini Hovland, Janis dan Kelley menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Ketiga variabel itulah yang dijadikan sebagai indikator untuk mengukur persepsi masyarakat.

a) Perhatian

Perhatian disini diartikan sebagai tinggi rendahnya kesadaran atau perhatian yang diberikan masyarakat terhadap stimulus yang diterima. Stimulus yang dimaksud adalah Berita Andi Seto di instagram *Info_Suarajelata*.

b) Pengertian atau Pemahaman

Pengertian atau pemahaman yang dimaksud adalah sejauh mana masyarakat untuk bisa mengerti dan memahami setiap pesan dari stimulus yang diterimanya.

c) Penerimaan

Penerimaan disini diartikan sebagai respon yang diberikan masyarakat terhadap stimulus yang diterima. Stimulus tersebut bisa saja diterima atau ditolak oleh masyarakat. Pada dasarnya, persepsi itu bersifat individualitas sehingga dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antara individu satu dengan individu lain.

3. Masyarakat

Adapun masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat Kab. Sinjai yang menjadi *followers* instagram *Info_Suarajelata*.

4. Instagram

Adapun instagram sebagai media online dalam penelitian ini dimanfaatkan oleh portal berita Suarajelata.com dengan akun instagram *Info_Suarajelata* yang aktif memberitakan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa sebagai Bupati di Kabupaten Sinjai mengenai kinerjanya dan program-program pemerintah daerah yang telah direalisasikan.

5. *Info_Suarajelata*

Akun instagram *Info_Suarajelata* ini merupakan akun instagram yang dikelola oleh portal berita Suarajelata.com. Melalui akun instagram itulah dimuat berita mengenai Bupati Andi Seto.

G. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan yang dimulai pada bulan Oktober 2022 hingga Maret 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sinjai, lebih tepatnya terhadap masyarakat Kabupaten Sinjai yang mengikuti akun media sosial instagram *Info_Suarajelata*.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu survei.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui survei dan hasil observasi yang dilakukan terhadap informan yang berhubungan dengan persepsi masyarakat kab. Sinjai terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*. Jadi yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah masyarakat Kab. Sinjai yang mengikuti instagram *Info_Suarajelata*.

Data primer yang digunakan adalah kuesioner. yaitu memberikan sejumlah daftar pertanyaan dan pernyataan kepada responden yang terpilih ini untuk menjadi sampel. Pengumpulan data dengan kuesioner ini dilakukan dengan membagikan angket atau kuesioner berupa google formulir. dikarenakan jumlah responden yang cukup besar. Kuesioner dikirimkan kepada responden secara daring melalui media sosial responden. Melalui kuesioner tersebut akan diperoleh informasi mengenai minat dan persepsi masyarakat Kab. Sinjai terhadap pemberitaan Bupati Andi Seto Gadhista Asapa di Instagram *Info_Suarajelata*. Adapun pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dari variabel penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert. yaitu untuk mengukur minat dan persepsi dari responden yang dipilih sebagai sampel. Jawaban diberi skor dengan menggunakan lima (5) poin skala Likert yaitu:

- a. Skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju (STS)
- b. Skor 2 menunjukkan tidak setuju (TS)
- c. Skor 3 menunjukkan kurang setuju (N)
- d. Skor 4 menunjukkan setuju (S)
- e. Skor 5 menunjukkan sangat setuju (SS)

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen. arsip-arsip, dan studi pustaka yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Data sekunder ini digunakan untuk

melengkapi data primer. Adapun data sekunder ini dapat diperoleh dari buku, makalah ilmiah, jurnal ilmiah maupun penelitian-penelitian yang telah dipublikasikan.

4. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* instagram *Info_Suarajelata* yang melihat atau membaca pemberitaan Bupati Andi Seto Asapa yang diposting *suarajelata.com* di instagramnya *Info_Suarajelata*. Berdasarkan data yang tertera di akun instagram *Info_Suarajelata* jumlah followersnya mencapai 3.442 followers (Agustus 2022) yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini.

b. Sampel

Dalam menentukan sampel atau responden penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan jenis *Simple Random sampling*. Teknik ini merupakan teknik penentuan sampel yang setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Mengingat bahwa jumlah populasi cukup banyak, maka penentuan jumlah sampel menggunakan Tabel Isaac And Michael dengan batas kesalahan 5% dengan tingkat kepercayaan 95%. Pada batas kesalahan 5% dengan jumlah populasi sebanyak 3.442 orang maka sampel yang diperoleh sebanyak 317 responden.

Tabel 1.1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%. 5% dan 10%.

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan statistik deskriptif. Dalam hal ini data kuesioner yang diberikan kepada responden kemudian dideskripsikan dan dianalisis menggunakan model statistik. Adapun dalam pengolahan datanya peneliti menggunakan program aplikasi SPSS 25. Untuk mengetahui jawaban responden maka data dianalisis menggunakan

rata-rata keseluruhan skor yang telah dibuat dengan model skala likert dan analisis deskriptif akan dikelolah dalam bentuk tabulasi frekuensi dan tabulasi silang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan signifikan dengan bentuk komunikasi yang lain. Sifat pesannya yang terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan (Cangara, 2010). Josep A. Devito juga mengemukakan komunikasi massa dalam dua pengertian yakni : pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya yakni televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku.(Nurudin, 2016).

Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh Gerbner. Menurut Gerbner, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Definisi yang dikemukakan Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh

perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (Ardianto, 2007).

Sementara (Wright, 1959) mendefinisikan komunikasi massa dalam tiga ciri berikut ini:

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
- b. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Severin, 2014).

Komunikasi massa memiliki lima karakteristik penting, diantaranya:

- a) Komunikasi massa sifatnya yang satu arah, memang ada televisi atau radio yang mengadakan dialog interaktif yang melibatkan khalayak secara langsung, namun itu hanya untuk keperluan terbatas.
- b) Selalu ada proses seleksi, misalnya setiap media memilih khalayaknya. Namun dilain pihak khalayak juga menyeleksi media. baik jenis maupun isi siaran dan berita, serta waktu untuk menikmatinya.

- c) Karena media mampu menjangkau khalayak luas, jumlah media yang diperlukan sebenarnya tidak terlalu banyak sehingga kompetisinya selalu berlangsung ketat.
- d) Untuk meraih khalayak sebanyak mungkin, harus berusaha membidik sasaran tertentu.
- e) Komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya. Ada interaksi tertentu yang berlangsung antara media dan masyarakat (Rivers, 2015).

1. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (Ardianto, 2007). adalah sebagai berikut:

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Pengawasan komunikasi massa dibagi dalam 2 bentuk yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Fungsi pengawasan peringatan ini adalah media massa menginformasikan tentang ancaman dari suatu bencana. tayangan inflasi atau adanya serangan militer yang diinformasikan oleh media massa kepada khalayak dalam jangka panjang. Adapun fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Komunikasi massa berfungsi bahwa media massa tidak hanya memasok fakta dan data tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-

kejadian penting yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan memperluas wawasan masyarakat.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menjadi alat pemersatu anggota masyarakat yang beragam. Dalam hal ini kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan dan dihubungkan atau disatukan oleh media.

d. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi ini disebut juga sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, yang individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca yang kemudian perilaku dan nilai-nilai yang disajikan tersebut akan diadopsi oleh khalayak.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Komunikasi massa yang menggunakan saluran media massa ini berfungsi sebagai sarana untuk memberikan hiburan kepada khalayak. Hiburan yang disajikan ini tak lain bertujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.

B. Media Massa

Media massa pada awalnya dikenal dengan istilah *pers* yang berasal dari bahasa Belanda. yang dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah *pers* berarti cetak, dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (*print publication*). Media massa dalam arti sempit meliputi surat kabar,

koran, majalah, tabloid, dan buletin-buletin pada kantor, sedangkan media massa dalam arti luas biasanya meliputi media cetak, audio, audiovisual, dan media massa elektronik (Elly, 2013).

Menurut (McQuail, 2005) mengatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat digunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita hiburan. Adapun menurut Nurudin (2014) media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa membatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

Oleh karena itu, media massa dianggap sebagai lembaga yang memiliki kredibilitas yang tinggi oleh masyarakat, sehingga apapun yang diungkapkan oleh media dianggap suatu kebenaran yang ada di masyarakat. Media dianggap dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat sehingga media massa dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan atau aspirasi dari berbagai pihak, pemerintah, masyarakat dan termasuk organisasi (Tambaruka, 2012).

Media massa memiliki karakteristik tertentu yang sekaligus membedakannya dengan media lain. Karakteristik media massa menurut (Cangara, 2006) adalah sebagai berikut:

- a) Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media massa terdiri dari banyak orang. mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
- b) Bersifat satu arah, yang berarti bahwa komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima.
- c) Meluas dan serempak, yakni informasinya disampaikan secara luas dan stimulan serta diterima oleh banyak orang pada waktu yang sama.
- d) Bersifat terbuka, yang berarti bahwa pesannya dapat diterima oleh berbagai kalangan tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.
- e) Menggunakan peralatan teknis, yakni proses penyebaran pesan oleh media massa biasanya menggunakan peralatan teknis seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya (Wulandari, 2020).

C. Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata media, yang muncul bersamaan dengan itu adalah teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio visual merupakan representasi dari media elektronik, dan internet merupakan representasi dari media online atau di dalam jaringan. Kata sosial secara

teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuchs (2014) ada pertanyaan dasar, seperti apakah individu itu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial atau individu itu baru dikatakan sosial ketika ia secara sadar melakukan interaksi. Bahkan, dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang dipresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan (Nasrullah, 2016).

Menurut (Shirk, 2008) media sosial dan perangkat lunak merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Pengertian lain tentang media sosial juga dikemukakan oleh Boyd yang menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) bahwa konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Nasrullah, 2016).

Media sosial ini dimanfaatkan khalayak untuk memberikan dan mendapatkan hiburan serta menunjukkan eksistensi dirinya melalui berbagai aplikasi yang tersedia. Selain berfungsi untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan manusia lainnya dengan memanfaatkan teknologi internet dan website, tanpa terhalang waktu, negara dan biaya. Media sosial juga berfungsi menciptakan komunikasi dialogis antara banyak *audiens* (*many to many*) untuk mencari dan

mendapatkan hiburan serta melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri. Bahkan media sosial telah mengubah ragam praktik jurnanisme di Indonesia terutama menyangkut proses pengumpulan berita, proses pembuatan berita, dan proses penyebaran berita (Hamma, 2017).

D. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri. Instagram ini merupakan layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Melalui instagram ini pengguna penyuka fotografi lebih dimudahkan untuk berbagi hasil karya mereka. Pengguna instagram dapat menggunakan foto sebagai sarana komunikasi. Instagram disukai karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto ditambah filter bergaya retro yang menarik. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama (Mahmudah & Muthia, 2020).

Layanan instagram yang tadinya masih berupa aplikasi smartphone ini mendapatkan popularitas yang tinggi dalam waktu cepat, dengan lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar (dan dari sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per Januari 2013. Ini berarti hanya dalam kurun waktu 3 tahun saja jumlah pengguna instagram sudah mencapai ratusan juta (Damayanti, 2018). Instagram berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn. Inc merupakan sebuah perusahaan yang berbasis start up dan hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang tumbuh paling cepat. Hal ini ditandai dengan jumlah pengguna Instagram terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1.32 miliar per Januari 2023. Oleh karena itu, Instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi. Melalui Instagram ini banyak portal berita online yang membagikan atau menyebarkan informasi atau berita yang menembus masyarakat atau khalayak luas.

1. Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita

Media sosial khususnya Instagram yang kini banyak digandrungi dan dioperasikan banyak orang untuk mendapatkan berita. Di zaman modern ini, sudah banyak dijumpai fenomena media massa khususnya media online yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media penyebarluasan berita. Awalnya fungsi Instagram itu sendiri mempublikasikan foto serta video yang kemudian bisa dilihat oleh banyak orang (Ilham, 2020).

Namun seiring berjalannya waktu, saat ini Instagram dijadikan para pengguna sebagai wadah untuk membagikan berita dan juga memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi dan berita. Instagram dimanfaatkan oleh berbagai media untuk menyebarkan berita, dengan foto atau video singkat dan juga memberikan keterangan (*caption*). Dengan Instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui website karena semua berita yang diinginkan bisa didapatkan melalui platform Instagram. Melalui Instagram, para pengguna juga bisa mendapatkan berita sesuai dengan kebutuhan pengguna, berita yang muncul

pada *timeline* instagram sesuai dengan akun instagram yang diikuti (Fauziyyah & Nofha, 2020).

Dengan begitu khalayak dapat dengan mudah mendapatkan informasi baik itu berupa foto atau video. Pemilihan instagram sebagai media penyebaran informasi cukup cepat dengan jaringan yang sangat luas. Maka, tidak sedikit khalayak yang menggunakan instagram sebagai media atau wadah untuk mencari informasi dan menyebarkan berita (Nurrahman, Ujang & Darson, 2018).

E. Berita

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau portal berita berbasis internet (Sumadiria, 2008). Menurut Wahyudi (1991), berita adalah sebuah uraian tentang fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui massa periodik. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat atau pemberitahuan serta pengumuman. Berita juga bisa diartikan sebagai laporan tercepat tentang fakta atau opini yang menarik atau penting atau kedua-duanya bagi sebagian besar orang (Mau et al., 2018). Willard G. Bleyer mendefinisikan bahwa berita adalah segala sesuatu yang menarik waktu dan menarik perhatian banyak orang dan berita terbaik adalah hal-hal yang paling menarik sebanyak mungkin orang untuk membacanya (Mariani & Kuncoro, 2001).

1. Syarat-Syarat Berita

Menurut Kusumaningrat & Purnama (2007) menyebutkan syarat-syarat berita sebagai berikut:

- a. Bersifat akurat, artinya berita yang dibuat harus sesuai dengan fakta sebenarnya dan memang begitu adanya.
- b. Lengkap, adil dan berimbang, artinya berita ditulis tanpa menitikberatkan pada pihak pun tanpa mengurangi atau menambahi data yang didapat.
- c. Objektif, artinya informasi pada berita sesuai fakta peristiwa yang benar-benar terjadi.
- d. Ringkas dan jelas, artinya berita disampaikan langsung dan tidak bertele-tele dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan multi-tafsir.
- e. Hangat, artinya lebih mengutamakan kecepatan berita disampaikan (aktual).

2. Unsur-Unsur Berita

Dalam menulis berita terdapat unsur-unsur tertentu yang harus dimiliki yakni meliputi pertanyaan 5W + 1H (what, who, where, when, why dan how). Berikut merupakan penjelasan unsur-unsur berita tersebut (Isnawijayani, 2019):

- a. What (Apa), menjelaskan apa yang terjadi dalam suatu peristiwa.
- b. Who (Siapa), menjelaskan siapa saja orang-orang atau pihak-pihak yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakan.

- c. Where (Dimana), menjelaskan lokasi atau tempat terjadinya sebuah peristiwa yang sedang diberitakan.
- d. When (Kapan), menjelaskan waktu atau kapan terjadinya sebuah peristiwa yang diberitakan.
- e. Why (Mengapa), menjelaskan apa alasan dan latar belakang suatu peristiwa yang diberitakan itu bisa terjadi.
- f. How (Bagaimana), menjelaskan bagaimana detail proses atau kronologis peristiwa yang diberitakan bisa terjadi.

3. Jenis-Jenis Berita

Jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain adalah sebagai berikut (Musman, 2017):

- f. Straight News atau Berita langsung adalah jenis berita yang ditulis secara singkat dan lugas.
- g. Depth News atau Berita mendalam adalah jenis berita yang dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan sehingga isi berita lebih detail dan komprehensif.
- h. Investigation News atau berita investigasi adalah jenis berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
- i. Interpretative News atau berita interpretasi adalah jenis berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan.

- j. Opinion News atau berita opini adalah jenis berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi dan sebagainya.

F. Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya (Djaali, 2012). (Suryabrata, 1988) juga mendefinisikan minat sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek. Timbulnya minat terhadap suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang diminati tersebut.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan suatu di luar diri. Sehingga semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka minat pun akan semakin besar. Dalam hal ini menurut (Sukardi, 1994) minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu objek tertentu.

Dengan demikian, berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat diasumsikan bahwa minat adalah timbulnya rasa ketertarikan yang berlebih terhadap suatu hal atau suatu objek yang didasari dengan rasa senang terhadap objek tertentu tanpa ada keterpaksaan.

1. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat

Pada hakekatnya minat merupakan sebab akibat dari pengalaman sebagaimana yang dikatakan (Crow, 1973) bahwa minat berkembang sebagai hasil dari pada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Menurut Crow, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat yakni sebagai berikut:

- a. *The Factor Inner Urges* (Faktor Dorongan Pengaruh dari dalam): timbulnya minat dikarenakan rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan. Misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.
- b. *The Factor Of Social Motives* (Faktor Motif dalam Lingkungan Sosial): minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Di samping itu juga dipengaruhi oleh faktor dalam dari manusia dan oleh motif sosial. Misal, seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.
- c. *The Factor Of Emotional* (Faktor Emosi): faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap objek. Misalnya, perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula

membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

2. Pembagian dan Jenis Minat

Menurut Milton (1961) minat dibagi menjadi dua yaitu :

- a) Minat subyektif: perasaan yang menyatakan bahwa pengalaman-pengalaman tertentu yang bersifat menyenangkan.
- b) Minat objektif: reaksi yang merangsang kegiatan-kegiatan dalam lingkungannya.

Menurut (Samsudin, 1961) minat terbagi menjadi 2 jenis jika dilihat dari segi timbulnya yaitu:

- a) Minat spontan: minat yang timbul dengan sendirinya secara langsung.
- b) Minat yang disengaja: minat yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan.

3. Bentuk - Bentuk Minat

Menurut (Buchori, 1991) minat dapat dibedakan menjadi dua macam sebagai berikut:

- a. Minat primitif, disebut sebagai minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Jadi pada jenis minat ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

- b. Minat kultural, dapat disebut juga sebagai minat sosial yang berasal atau diperoleh dari proses belajar. Jadi minat kultural disini lebih tinggi nilainya dari pada minat primitif.

4. Minat Membaca Berita

Minat baca merupakan dorongan untuk memahami kata demi kata dan isi yang terkandung dalam teks bacaan tersebut, sehingga pembaca pun dapat memahami hal-hal yang dituangkan dalam bacaan itu. Minat baca merupakan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan diri sendiri untuk menangkap makna yang terkandung dalam tulisan sehingga memberikan pengalaman emosi akibat dari bentuk perhatian yang mendalam terhadap makna bacaan. Minat baca juga diartikan sebagai keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca. Orang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediaannya untuk mendapatkan bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri (Dalman, 2014).

5. Indikator Pengukuran Minat Baca

Indikator merupakan alat pemantau (sesuatu) yang dapat memberikan petunjuk atau keterangan. Kaitannya dengan minat baca, maka indikator adalah sebagai alat pemantau yang dapat memberikan petunjuk ke arah minat baca. Seseorang yang memiliki minat baca akan memusatkan perhatian lebih banyak kepada kegiatan membaca daripada kegiatan lain. Minat baca juga ditandai dengan rasa suka terhadap kebiasaan membaca.

(Dalman, 2018) menyatakan indikator-indikator untuk mengetahui apakah seseorang memiliki minat baca yang tinggi atau masih rendah adalah sebagai berikut ini :

a. Frekuensi dan kuantitas membaca

Frekuensi (keseringan) dan waktu yang digunakan seseorang untuk membaca. Seseorang yang mempunyai minat baca seringkali akan banyak melakukan kegiatan membaca dan sebaliknya.

b. Kuantitas sumber bacaan

Seseorang yang memiliki minat baca akan berusaha membaca bacaan yang variatif. Mereka tidak hanya membaca bacaan yang mereka butuhkan pada saat itu tapi juga membaca bacaan yang mereka anggap penting.

c. Keinginan mencari bahan bacaan

Seseorang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan mewujudkannya dalam kesediaannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri.

G. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Dalam pengertian psikologi, persepsi merupakan suatu proses untuk mendapatkan informasi yang selanjutnya akan dipahami oleh setiap individu dengan menggunakan panca inderanya (Sarwono, 2002). Bimo Walgito mengemukakan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah suatu proses diterimanya stimulus oleh

individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja. Stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi (Walgito, 2002).

(Davidoff, 1998) mengatakan bahwa dengan persepsi individu dapat menyadari, mengerti tentang keadaan lingkungan di sekitarnya dan juga tentang keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi merupakan pandangan, pengamatan, dan tanggapan seseorang terhadap benda, kejadian, tingkah laku, manusia atau hal-hal yang diterimanya sehari-hari. (Devito, 1997) juga mendefinisikan persepsi sebagai proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita.

Selain itu, (Azhari, 2004) juga memberikan pengertian tentang persepsi dalam arti sempit dan persepsi dalam arti luas. Persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan atau bagaimana seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah pandangan seseorang mengenai cara ia mengartikan dan menilai sesuatu. (Wibowo, 2015) juga mengartikan persepsi sebagai proses menerima suatu informasi melahirkan pengertian tentang dunia yang berada di sekitar lingkungan. Maka individu tersebut perlu memilih informasi mana yang harus diperhatikan. Kemudian informasi tersebut dikategorikan serta menginterpretasikannya ke dalam kerangka pengetahuan yang ada.

Pendapat lain juga mengungkapkan bahwa persepsi merupakan hal yang penting bagi manusia dalam aspek psikologi untuk merespon kehadiran dari berbagai aspek dan gejala yang berada di sekitarnya. Kotler dan Keller

menyatakan bahwa persepsi adalah proses memilih, mengatur dan menerjemahkan, masukan dan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti (Priansa, 2017).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya dan diteruskan ke pusat susunan saraf. Sehingga individu dapat memberikan pengamatan, menyimpulkan informasi, menafsirkan pesan, menyadari, mengerti tentang keadaan lingkungan di sekitarnya dan juga tentang keadaan diri individu yang bersangkutan.

2. Macam- Macam Persepsi

Menurut (Thahir, 2014) persepsi dibagi menjadi 2 macam yakni sebagai berikut:

- a. *External perception*, yakni persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang muncul atau datang dari luar diri individu.
- b. *Self- perception*, yakni persepsi yang terjadi karena adanya stimulus atau rangsangan yang muncul dari dalam diri individu. Dalam hal ini individu tersebut yang menjadi objeknya.

Menurut (Walgito,1978) dalam proses pemahaman pada rangsangan yang diperoleh dari panca indera menimbulkan persepsi yang terbagi dalam beberapa jenis yaitu sebagai berikut :

- a) Persepsi visual, adalah persepsi yang didapatkan melalui penglihatan individu. Persepsi ini merupakan persepsi yang paling awal

berkembang dimulai dari bayi. Persepsi visual ini juga yang paling sering dibicarakan dalam kehidupan sehari-hari.

- b) Persepsi auditori, adalah persepsi yang diperoleh dari indera pendengaran.
- c) Persepsi perabaan, adalah persepsi yang diperoleh dari indera taktil yaitu kulit.
- d) Persepsi penciuman, adalah rangsangan yang berasal dari indera penciuman sehingga seseorang mendapatkan persepsinya.
- e) Persepsi pengecap, adalah persepsi yang didapatkan dari panca indera pengecap yakni lidah (Thahir, 2014).

Menurut (Irwanto, 1991) ada 2 jenis persepsi yaitu sebagai berikut:

- 1) Persepsi positif, adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang selaras dengan objek persepsi yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya.
- 2) Persepsi negatif, adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek persepsi.

Hal ini akan diteruskan dengan kepastian untuk menerima atau menolak dan menentang segala usaha objek yang dipersepsikan.

3. Prinsip-Prinsip Persepsi

Berikut prinsip dasar tentang persepsi menurut (Slameto, 2010):

- a. Persepsi itu relatif bukan absolut. Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap sesuatu yang dilihatnya, tetapi

secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan sebelumnya.

- b. Persepsi itu selektif. Rangsangan yang diterima akan bergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.
- c. Persepsi itu mempunyai tatanan. Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerima dalam bentuk hubungan-hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.
- d. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan diinterpretasikan.
- e. Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain sekalipun situasinya sama. Bahwa perbedaan persepsi dapat ditelusuri apa adanya perbedaan individu, sikap dan motivasi.

4. Efek Persepsi

Efek persepsi terdiri dari tiga dimensi (Jalaluddin, 2010) sebagai berikut:

- a. **Efek Kognitif**

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas

tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

b. Efek afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu. Tetapi lebih dari itu setelah mengetahui informasi yang diterimanya khalayak diharapkan merasakannya.

c. Efek konatif (Behavioral)

Efek konatif merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan mengakibatkan orang menjadi beringas. Namun semua informasi dari berbagai media itu tidak mempunyai efek yang sama.

5. Proses Terjadinya Persepsi

Manusia adalah makhluk sosial yang dapat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. dengan demikian manusia dapat dengan cepat tanggap terhadap rangsangan yang datang dari lingkungan. Salah satu bentuk tanggapan itu yaitu proses interaksi terjadi karena ada stimulus yang tertangkap panca indera. dan kemudian akan menimbulkan respon pada

individu. Dengan adanya stimulus tersebut, seseorang akan memberikan makna terhadap suatu objek atau peristiwa. Proses pemberian arti tersebut dinamakan persepsi (Al Muhtar, 2007).

Menurut Thoha (2008), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

a. Stimulus atau rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang lahir dari lingkungan sekitarnya.

b. Registrasi

Maksud dari proses registrasi adalah suatu gejala yang nampak fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Contohnya seperti seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek pemikiran dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses ini bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

(Ibrahim, 2009) mengatakan bahwa proses persepsi meliputi empat langkah yakni sebagai berikut:

a) Proses masukan, yaitu proses dimulainya suatu permintaan rangsang.

- b) Selektivitas, yaitu dalam menerima rangsangan kemampuan manusia terbatas artinya manusia memberikan perhatian pada rangsangan inti saja.
- c) Proses penutupan, yaitu keadaan seseorang dalam menerima rangsangan selalu terbatas, terhadap masalah selalu mengisi apa yang masih luang dengan pengalamannya sendiri. Hal ini terjadi bila ia sudah merasa bahwa ia sudah memahami situasi.
- d) Konteks, persepsi terjadi dalam suatu kesatuan dalam suatu konteks isi kesatuan atau konteks dapat berupa faktor bentuk fisik, konteks emosional, dan lingkungan sosial.

(Walgito, 2007) menjelaskan proses terjadinya persepsi diawali dari objek menimbulkan stimulus. dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses ini dinamakan sebagai proses kealaman (fisik). Stimulus yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh saraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologi. Kemudian terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu. sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran itulah yang dinamakan proses psikologi.

Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indera atau reseptor. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.

Menurut (Azwar, 2009) perbedaan persepsi individu dengan yang lain akan ditentukan oleh:

- a. Perbedaan pengalaman, motivasi dan keadaan
- b. Perbedaan kapasitas indra
- c. Perbedaan sikap, nilai dan kepercayaan

Perbedaan ketiga hal tersebut akan mempengaruhi pemberian makna terhadap stimulus. Pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas yang telah dipelajari. Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional.

6. Unsur - Unsur yang Mempengaruhi Persepsi

Wilson (2006) mengemukakan ada unsur dari luar dan dari dalam yang akan mempengaruhi persepsi diantaranya sebagai berikut:

- a. Unsur Eksternal (dari luar)
 - a) *Concreteness* yaitu wujud atau gagasan yang abstrak yang sulit dipersepsikan dibandingkan dengan yang obyektif.
 - b) *Novelty* atau hal yang baru, biasanya lebih menarik untuk dipersepsikan dibanding dengan hal-hal yang baru.
 - c) *Velocity* atau percepatan misalnya gerak yang cepat untuk menstimulasi munculnya efektif dibandingkan dengan gerakan yang lambat.
 - d) *Conditioned stimuli*, stimuli yang dikondisikan seperti bel pintu. deringan telepon dan lain-lain.
- b. Unsur Internal (dari dalam)

- a) *Motivation*, misalnya merasa lelah menstimulasi untuk berespon untuk istirahat.
- b) *Interest*, hal-hal yang menarik lebih diperhatikan daripada yang tidak menarik.
- c) *Need*, kebutuhan akan hal tertentu akan menjadi pusat perhatian.
- d) *Assumptions*, juga mempengaruhi persepsi sesuai dengan pengalaman melihat, merasakan dan lain-lain.

7. Syarat Terjadinya Persepsi

Sebuah persepsi tidak akan langsung timbul begitu saja dari individu, akan tetapi melalui proses. Sebelum proses persepsi seseorang itu terjadi, orang tersebut harus memenuhi beberapa syarat agar orang tersebut menyadari bagaimana dapat mengadakan suatu persepsi. Syarat terjadinya persepsi menurut (Walgito, 2010) adalah sebagai berikut:

a. Adanya objek yang Dipersepsikan

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar yang langsung mengenai alat indera (reseptor), dan dapat pula datang dari dalam yang langsung mengenai saraf penerima (sensoris) yang bekerja sebagai reseptor.

b. Alat Indera atau Alat Reseptor

Alat indera ini merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu, harus ada pula saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

c. Menyadari pentingnya perhatian

Untuk menyadari atau mengadakan persepsi sesuatu diperlukan pula perhatian. Perhatian merupakan langkah pertama sebagai persiapan dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. Dari hal diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mengadakan persepsi harus memiliki syarat seperti fisik, fisiologis dan psikologis.

H. Teori S-O-R

Teori S-O-R atau *Stimulus Organism Response* dikemukakan oleh Hovland pada tahun 1953. Teori ini semula berasal dari psikologi yang kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang memiliki komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi (sikap yang berkenaan dengan wawasan atau pemahaman). afeksi (sikap yang berkenaan dengan kecenderungan berbuat). Asumsi dasar teori ini adalah penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikan) (Yasir, 2009).

Model *Stimulus Organism Response* menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya. teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum berarti ini menunjukkan reaksi positif tetapi jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini menunjukkan reaksi negatif (Yasir, 2009).

Menurut (Effendy, 2003) titik penekanan dalam model komunikasi S-O-R ini lebih kepada pesan yang disampaikan dapat menumbuhkan gairah kepada komunikan sehingga komunikan cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan perilaku. Untuk itu unsur penting dalam model komunikasi ini ada tiga yaitu pesan (Stimulus;S), komunikan (Organism;O) dan efek (Response;R). Selain itu, teori S-O-R ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini. Faktor *reinforcement* memegang peranan penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin tidak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Jadi bisa dilihat bahwa perilaku dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi dari apa yang di dalamnya.