

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara harfiah, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya jurnal (*journal*), yang artinya laporan atau catatan. Dalam Bahasa Prancis dikenal istilah jour yang berarti hari (*day*) atau catatan harian (*diary*), kata ini berasal dari bahasa Yunani kuno du jour yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak. Menurut Onong U. Effendi (Al-Fandi, 2021), mendefinisikan Jurnalistik sebagai teknik mengelola berita sejak dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarkannya kepada khalayak. Orang yang terlibat atau yang bekerja di bidang jurnalistik disebut sebagai jurnalis.

Jurnalis atau wartawan merupakan salah satu profesi yang sangat erat kaitannya dengan lingkungan sekitar masyarakat. Terdapat dua aspek penting dalam jurnalisme. Pertama jurnalis yang merupakan individu-individu yang bekerja, mencari, mengolah, mengedit dan menyiarkan informasi. Kedua adalah media massa (cetak, elektronik dan online) yaitu alat untuk menyebarkan informasi yang sudah diolah oleh redaksi.

Jurnalis bekerja untuk kepentingan keingintahuan warga pembaca atau pemirsa. bukan hanya menyajikan berita-berita yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat tetapi juga melakukan analisis yang membuat pembaca memahami persoalan dan tidak terjebak dengan kemauan media. menjadi seorang jurnalis, tentu harus memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, oleh karena itu wartawan menetapkan dan harus menaati kode etik jurnalistik seperti:

1. Bersikap independen, artinya menghasilkan berita tanpa adanya campur tangan dan paksaan dari pihak lain agar dapat memberitakan peristiwa sesuai dengan fakta yang akurat.
2. Menempuh cara yang profesional, artinya menghormati hak privasi, tidak ada tindakan suap untuk mendapatkan informasi, dan menunjukkan identitas diri kepada narasumber.
3. Selalu menguji informasi, artinya seorang jurnalis harus bisa memberikan informasi ke publik berdasarkan fakta oleh karena itu harus di lakukan pengecekan informasi dan jurnalis tidak boleh mencampurkan antara fakta dan opini.
4. Tidak membuat berita bohong
5. Tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan agar korban tidak mudah di lacak oleh orang lain.
6. Tidak menyalahgunakan profesi, artinya jurnalis memiliki hak total untuk melindungi narasumber yang di wawancarai dan segala bentuk suap merupakan bentuk penyalahgunaan profesi.
7. Memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber, artinya jurnalis mempunyai hak untuk menolak memberitahukan identitas dan keberadaan narasumber.
8. Tidak menulis atau menyiarkan berdasarkan prasangka

9. menghormati hak narasumber

10. Mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru

Kerasnya pekerjaan menjadi jurnalis dalam mencari informasi membuat media massa dan jurnalistik, terdapat ketimpangan posisi perempuan di bandingkan pria di masyarakat. pria di anggap sebagai sosok yang mendominasi dan sosok perempuan yang di dominasi. dunia massa sampai saat ini masih kurang campur tangan dari perempuan. salah satu akibat dari hal ini yaitu jumlah redaktur di media sejauh ini masih minim. Berdasarkan laporan atau Hasil survey (AJI-PR2Media, 2023) Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia 2012 pada web resmi Aji.or.id bahwa Data menunjukkan, mayoritas perempuan terlibat dalam pekerjaan media cetak dengan persentase sebesar 41,80%, disusul oleh media televisi (25,93%), radio (23,81%), dan media online yang memiliki persentase terendah yaitu 8,47%. dari 10 jurnalis, hanya terdapat 2 sampai 3 jurnalis perempuan. bahkan dari 1000 jurnalis, hanya terdapat 200 sampai 300 adalah jurnalis perempuan, selebihnya jurnalis laki-laki. Mungkin hanya di Jakarta komposisi jurnalis perempuan dan laki-laki mencapai 40 berbanding 60. Di luar kota Jakarta, terutama di kota-kota madya, ketimpangan jumlah jurnalis perempuan dan laki-laki sangat terasa dan memprihatinkan.

Pebahasan yang melekat tentang perempuan sebagai pekerja media yaitu bagaimana perempuan di pandang dalam realita sosial. terkadang perempuan sungkan mengekspresikan dirinya disebabkan oleh pikiran yang menjebak perannya dalam kehidupan masyarakat. Realita sosial yang telah melekat di masyarakat bahwa perempuan di anggap sebagai sosok yang lemah sehingga terdapat perbedaan perlakuan, posisi, topik liputan yang biasanya jurnalis wanita hanya membahas topik yang ringan seperti kesehatan, kecantikan, budaya, hiburan, dan sebagainya, hingga perbedaan gaji jurnalis perempuan dan laki-laki.

Selain persoalan ketimpangan jumlah dan perbedaan-perbedaan yang sempat di sebutkan sebelumnya, jurnalis perempuan juga tidak jarang menerima deskriminasi berbasis gender misalnya pelecehan seksual, kekerasan dan tidak jarang juga jurnalis perempuan di dimanfaatkan sebagai praktik untuk mendekati narasumber laki-laki. Sesuai dengan riset yang di lakukan oleh AJI Indonesia bersama Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) dan didukung International Media Support (IMS) pada bulan September-Oktober 2022 yang di publikasikan pada web resmi Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Penelitian yang melibatkan 852 jurnalis perempuan dari 34 provinsi, ditemukan bahwa sebanyak 82,6% responden mengaku pernah mengalami kekerasan seksual selama menjalankan profesinya.

Dalam penelitian tersebut, teridentifikasi 10 jenis kekerasan seksual yang pernah dialami oleh jurnalis perempuan. Kekerasan tersebut meliputi body shaming secara luring sebanyak 58,9% dan secara daring sebesar 48,6%. Catcalling terjadi pada 51,4% responden, sementara pesan teks atau audiovisual bermuatan seksual eksplisit secara daring dilaporkan oleh 37,2%, dan secara luring oleh 27,2%. Sentuhan fisik yang bersifat seksual tanpa persetujuan dilaporkan oleh 36,3%. Selain itu, komentar kasar atau hinaan dengan muatan seksual terjadi secara luring

sebesar 36% dan secara daring sebesar 35,1%. Kekerasan lainnya termasuk dipaksa menyentuh atau melayani keinginan seksual pelaku secara luring sebesar 4,8%, serta dipaksa melakukan hubungan seksual secara luring sebesar 2,6%.

Adanya kecenderungan berita yang merugikan perempuan, masih kurangnya redaktur perempuan maupun rendahnya jumlah jurnalis perempuan merupakan salah satu fakta dari bias gender di media massa yang terjadi secara sistematis. peningkatan jumlah jurnalis perempuan dapat menjadi salah satu solusi agar bisa memutuskan bias gender di media. rendahnya jumlah jurnalis perempuan membuat peran perempuan yang masih terbatas, maka dari itu untuk memperbesar kekuatan perempuan di media maka di butuhkan jumlah jurnalis yang lebih banyak. harapan akan adanya peningkatan jumlah jurnalis perempuan cukup terpupuk oleh banyaknya jumlah media pers di Indonesia. seperti yang dapat di lihat pada dewanpers.or.id bahwa dewan pers pada tahun 2020 memperkirakan jumlah media pers sebanyak 47.000 yang terdiri dari 43.300 media daring, 2.000 media cetak, 674 media radio, dan 523 media televisi.

Banyaknya jumlah media pers di Indonesia dapat menjadi peluang bagi perempuan untuk tampil atau bekerja sebagai jurnalis. Namun, pada kenyataannya profesi ini belum cukup berhasil menarik minat perempuan. ketika kita membahas atau membicarakan tentang rendahnya jumlah jurnalis perempuan, salah satu hal penting yang harus di telusuri yaitu persoalan institusi pendidikan tinggi khususnya pendidikan ilmu komunikasi. hal ini juga di dukung oleh Hafied Cangara dalam salah satu artikel, mengatakan bahwa isu-isu terkait institusi pendidikan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari studi tentang kebijakan komunikasi, konten, serta para profesional di bidang komunikasi, seperti jurnalis, presenter, humas, dan dosen komunikasi. (Anistiyati, 2012).

Pendidikan ilmu komunikasi mengalami perkembangan yang cukup bagus khususnya di Indonesia. sesuai dengan pernyataan ketua umum Asosiasi program ilmu komunikasi (Aspikom) pusat pada web KOMPAS.com yaitu Muhammad Sulhan mengatakan pendidikan ilmu komunikasi mengalami peningkatan dalam 10 tahun terakhir terdapat kurang lebih 340-400 pendidikan ilmu komunikasi yang terdaftar secara resmi di seluruh Indonesia baik di perguruan tinggi negeri maupun swasta. pertumbuhan peminat jurusan ini beriringan dengan pesatnya pertumbuhan media massa belakangan ini.

Tingginya peminat pendidikan ilmu komunikasi ini, ternyata di peroleh fakta bahwa komposisi mahasiswanya di Indonesia rata-rata di minati oleh perempuan. kondisi ini juga dapat di lihat pada jurusan ilmu komunikasi pada Universitas Hasanuddin kota Makassar. dapat di lihat pada web resmi Unhas yaitu Unhas.ac.id bahwa dari tahun 2017-2020 jumlah mahasiswi selalu lebih banyak di banding dengan jumlah mahasiswa pada prodi ilmu komunikasi.



Gambar 1.1 Data jumlah mahasiswi dan mahasiswa tahun 2017-2020 berdasarkan program studi

Banyaknya jumlah perempuan yang berminat menempuh pendidikan ilmu komunikasi ternyata, tidak menjamin terpenuhinya pekerja di bidang komunikasi salah satunya jurnalis. dari banyaknya alumni pada jurusan ini hanya beberapa yang bekerja sebagai jurnalis sedangkan alumni perempuan lainnya bekerja di bidang lain seperti perbankan, pemerintahan dan lainnya. dapat di simpulkan dari data-data yang di paparkan sebelumnya bahwa adanya ketidakminatan alumni jurusan komunikasi untuk menjadi seorang jurnalis. padahal jika di lihat secara keilmuan tentunya mereka mampu namun mengapa mereka justru lebih tertarik pada bidang pekerjaan lain.

Penelitian tentang jurnalis perempuan ini, telah di lakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yang sekaligus menjadi pedoman dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang di lakukan oleh Fitri H. Manampiring pada tahun 2018, yang berjudul “persepsi mahasiswa komunikasi FISIPOL UNRAT pada profesi jurnalis perempuan di kota Manado”. metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. hasil yang di peroleh dalam penelitian ini yaitu Dari hasil penelitian yang sudah diperoleh yaitu mereka memiliki motivasi untuk menjadi seorang jurnalis perempuan dengan motivasi yang dimiliki oleh para informan mereka terdorong untuk menempuh pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi. Bagaimana pun juga peningkatan jumlah mahasiswa Ilmu Komunikasi menjadi salah satu pemenuhan kebutuhan tenaga profesional di bidang komunikasi lebih khusus sebagai wartawan, presenter, public relations. Sadar atau tidak sadar, keputusan para informan untuk menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi telah menjadi langkah awal mereka untuk mendekati peluang kerja di bidang komunikasi, salah satunya sebagai jurnalis. Pendidikan berperan sebagai yang mengarahkan pencarian pekerjaan (Manampiring *et al.*, 2018).
2. Penelitian yang di lakukan oleh Nurul Halimatus S pada tahun 2023, yang berjudul “Persepsi mahasiswa terhadap profesi jurnalis muslim (studi kasus pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah

Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)”, metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif yang bersifat deskriptif. hasil yang di peroleh dalam penelitian ini yaitu persepsi mahasiswa terhadap profesi jurnalis muslim adalah proses menyebarkan berita yang berisi tentang Islam dan berpegang teguh pada prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur’an dan Hadist. Kebanyakan mahasiswa tertarik untuk menjadi seorang jurnalis muslim karena ingin menyebarkan berita yang baik, faktual dan untuk menyiarkan agama Islam, sedangkan ada mahasiswa yang kurang tertarik untuk menjadi jurnalis muslim adalah dikarenakan ketidakpercayaan diri mahasiswa terhadap tulisannya dan tidak tau kedia mana mereka akan mengirimkan tulisannya (Halimatus S, 2023).

3. Penelitian yang di lakukan oleh Sakinah Khairiah Sipahutar yang berjudul “Presepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universita Meda Area terhadap profesi jurnalis perempuan di kota Medan”. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. hasil yang di peroleh dalam penelitian ini yaitu menunjukkan mayoritas responden tidak tertarik pada profesi jurnalis, dengan perolehan hasil sebesar 45,3%. Bahkan setengah dari total keseluruhan responden (50%) dalam penelitian ini enggan menjadikan profesi jurnalis sebagai pilihan utamanya untuk berkarir. Peneliti mendapati bahwa hal tersebut dilatar belakangi karena adanya perspektif budaya dan juga aktivitas yang dilakukan oleh jurnalis di lingkungan kerja mereka, yang membuat sebagian besar mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area memiliki keinginan yang rendah untuk berkarir sebagai jurnalis (Sipahutar, 2022).
4. Penelitian yang di lakukan oleh Rejina M. Bire pada tahun 2019 yang berjudul “Perempuan dan Jurnalisme: Studi Fenomenologi Terhadap Profesionalisme Jurnalis Perempuan di Kota Kupang”. penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. hasil yang di peroleh dalam penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa jurnalis perempuan di Kota Kupang mampu bekerja secara profesional yang ditunjukkan dalam beberapa hal, yakni pemahaman dan penerapan kode etik jurnalistik serta UU. Pers, serta bagaimana mereka mampu bertanggung jawab atas berita yang dibuat dan dipublikasikan (Bire *et al.*, 2019).

Setelah melihat beberapa penelitian terdahulu, terdapat beberapa hal yang membedakan peneliti sebelumnya dengan penelitian yang saat itu, adapun juga persamaan yang dapat kita lihat yaitu seperti:

1. Perbedaan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Fitri H. Manampiring dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada tahun penelitian dan tempat penelitiannya. tahun penelitian terdahulu yaitu 2018 di FISIPOL UNRAT sedangkan penelitian saat ini di lakukan pada tahun 2024 di Universitas Hasanuddin. sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang persepsi mahasiswa ilmu komunikasi.
2. Perbedaan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Nurul Halimatus S dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada tahun, tempat dan subyek penelitian. penelitian terdahulu di lakukan pada tahun 2023 di Universitas

Islam Negeri (UIN) dan obyeknya jurnalis muslim. sedangkan penelitian saat ini di lakukan pada tahun 2024 di Universitas Hasanuddin dengan obyek penelitian jurnalis perempuan. adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif.

3. Perbedaan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Sakinah Khairiah Sipahutar dengan penelitian saat ini yaitu pada tahun, metode dan tempat penelitian. penelitian terdahulu di lakukan pada tahun 2022 dengan metode kuantitatif yang berlokasi di Universita Meda Area. sedangkan penelitian saat ini di lakukan pada tahun 2024 dengan metode kualitatif yang berlokasi di Universitas Hasanuddin. adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang jurnalis perempuan.
4. Perbedaan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Rejina M.Bire dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada tahun, lokasi dan fokus permasalahannya. penelitian terdahulu di lakukan pada tahun 2019 di kota kupang, dengan fokus permasalahannya tentang profesionalisme jurnalis perempuan. sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Kasus atau kondisi kurangnya jumlah jurnalis perempuan yang merupakan salah satu akibat dari kurangnya minat perempuan untuk menjadi seorang jurnalis sebaiknya perlu di beri perhatian lebih atau lebih digali mengapa perempuan tidak ingin menjadi jurnalis. kehadiran jurnalis perempuan kiranya perlu untuk menciptakan iklim hubungan gender yang seimbang dan adil di media. Namun sayangnya, harapan yang di gantungkan kepada mahasiswi atau alumni pendidikan ilmu komunikasi untuk memasok jurnalis-jurnalis perempuan yang handal tidak membuahkan hasil yang signifikan. oleh karena itu sebagai mahasiswi komunikasi, penelitian ini menarik untuk diteliti yang di fokuskan pada konsep persepsi dan unsur komunikasi (perempuan).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana persepsi mahasiswi ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap profesi jurnalis perempuan?
2. Faktor apa yang mempengaruhi persepsi Mahasiswi ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap profesi jurnalis perempuan?

1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. untuk mengetahui persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap profesi jurnalis wanita.
- b. untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap profesi jurnalis wanita.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

- a. Secara Praktis

Dari sisi penerapan, diharapkan penelitian ini akan menyumbangkan ide-ide baru pada bidang penelitian, khususnya bagi mahasiswa yang mempelajari ilmu komunikasi.

b. Secara Teoritis

Tujuan dari penelitian ini secara teori adalah untuk memajukan ilmu pengetahuan di bidang jurnalistik, menjadi bahan bacaan dan masukan bagi masyarakat umum ataupun mahasiswa terkhusus yang mengambil konsentrasi jurnalistik atau ilmu komunikasi.

1.4 Kerangka Konseptual

1.4.1 Profesi jurnalis perempuan di Indonesia

Kerasnya pekerjaan menjadi jurnalis dalam mencari informasi membuat media massa dan jurnalistik, terdapat ketimpangan posisi perempuan di bandingkan pria di masyarakat. pria di anggap sebagai sosok yang mendominasi dan sosok perempuan yang di dominasi. dunia massa sampai saat ini masih kurang campur tangan dari perempuan. salah satu akibat dari hal ini yaitu jumlah redaktur di media sejauh ini masih minim. sesuai pada Hasil survei Divisi Perempuan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia 2012 pada web resmi Aji.or.id bahwa Data menunjukkan, bahwa perempuan yang bekerja paling banyak itu berada pada media cetak yaitu sebanyak 41,80%, sedangkan televisi sebanyak 25,93%, berbeda dengan radio yang hanya 23, 81%, sedangkan media online sebanyak 8,47%. dari 10 jurnalis, hanya terdapat 2 hingga 3 jurnalis perempuan. bahkan dari 1000 jurnalis, 200 sampai 300 adalah perempuan, selebihnya jurnalis laki-laki. Mungkin hanya di Jakarta komposisi jurnalis perempuan dan laki-laki mencapai 40 berbanding 60. Di luar kota Jakarta, terutama di kota-kota madya, ketimpangan jumlah jurnalis perempuan dan laki-laki sangat terasa dan memprihatinkan.

1.4.2 Teori pembelajaran sosial

Teori pembelajaran sosial ini berpijak pada model komunikasi yang paling sederhana yaitu stimulus respon (S-R) yang beranggapan bahwa individu akan memberikan respon terhadap rangsangan yang ada di sekitarnya. teori ini di sampaikan oleh Charles Osgood dan Albert Bandura yang kemudian di koreksi oleh John W.Riley dan Mathilda W. Riley dalam tulisannya yang berjudul *mass communication and the social system*. menurut mereka komunikasi dalam menerima pesan yang di sampaikan oleh komunikator tidak langsung bereaksi begitu saja tetapi terdapat beberapa faktor di luar dirinya yang ikut mempengaruhi dan bahkan mengendalikan aksi dan reaksi terhadap suatu pesan yang di terima. faktor-faktor yang di maksud seperti berkaitan dengan pesan dan kelompok primer misalnya keluarga ataupun kelompok lainnya yang menjadi rujukan dari komunikasi.

Dalam teori ini terdapat beberapa komponen utama atau tahapan yaitu perhatian, retensi, reproduksi dan motivasi.

a. perhatian, maksudnya seseorang perlu terlebih dulu untuk memperhatikan model seperti perilaku atau tindakan seseorang yang ingin ditiru.

- b. Retensi, maksudnya seseorang harus mampu mengingat perilaku yang telah di amati sebelumnya.
- c. Reproduksi, maksudnya seseorang di haruskan untuk mampu mengamplikasikan pengetahuan yang di dapat di dalam tindakan.
- d. Motivasi. maksudnya meniru orang lain sangat di tentukan oleh faktor motivasi yang dimiliki orang yang ingin meniru seperti faktor internal dan faktor eksternal.

Teori ini menganggap media massa sebagai objek imitasi dan identifikasi bagi seseorang. imitasi artinya perilaku meniru hal yang di amati. sedangkan identifikasi artinya perilaku meniru yang bersifat khusus dimana pengamat tidak meniru secara sama persis dengan apa yang telah di amati.

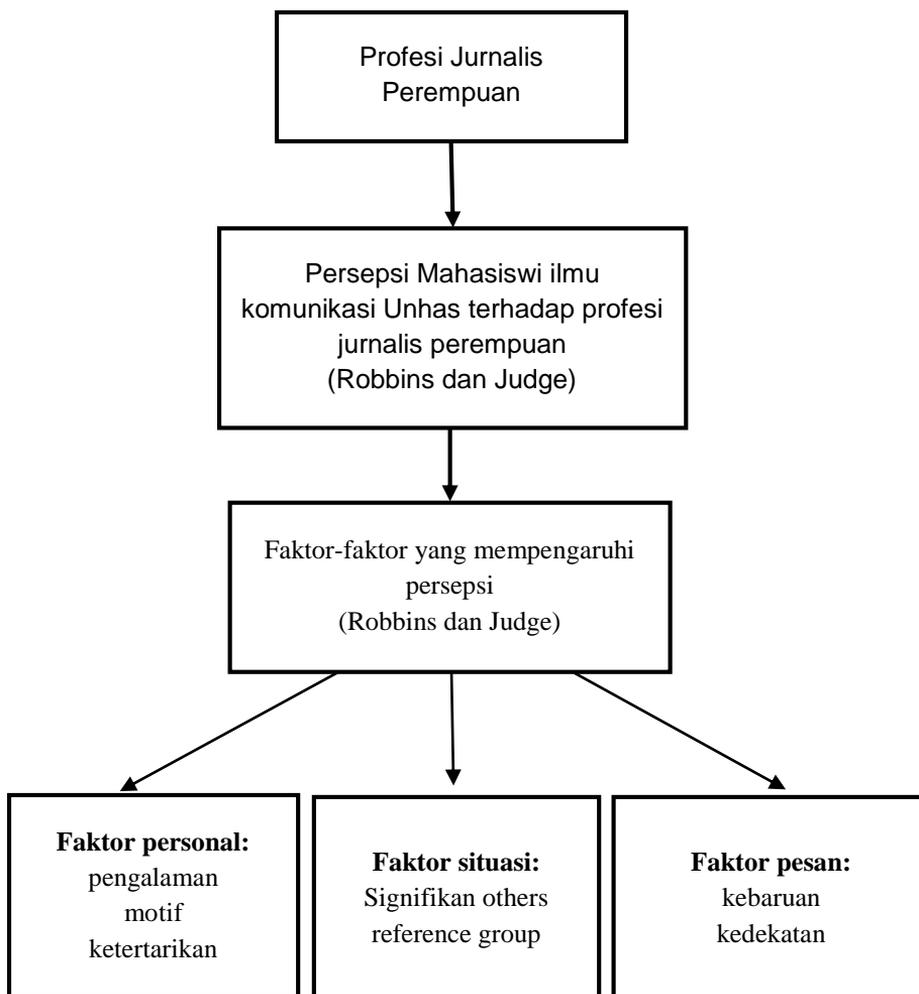
1.4.3 Persepsi

Persepsi merupakan proses awal dari interaksi manusia dengan lingkungan sekitarnya. setiap individu memiliki pendapat atau persepsi yang berbeda terhadap satu obyek. perbedaan ini terjadi tergantung oleh beberapa penyebab salah satunya kemampuan seseorang dalam menafsirkan informasi, menanggapi, serta mengorganisir informasi yang di dapatkan. Persepsi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari suatu atau berarti juga proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya. sedangkan menurut Joseph A. Devito mengatakan persepsi sebagai proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita (Mulyana, 2016). adapun pengertian persepsi menurut Berelson dan steiner dalam Saverin dan Tankard, bahwa persepsi merupakan sebuah proses yang kompleks dimana seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan respon terhadap suatu rangsangan kedalam situasi masyarakat yang penuh arti dan logis (Anistiyati, 2012).

1.4.4 Faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam menyampaikan pendapat atau persepsi, tentu memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yang telah di sampaikan. menurut Robbis dan judge terdapat 3 faktor yang dapat membentuk persepsi seseorang yaitu:

- a. Faktor subyek, yang meliputi sikap, motif, ketertarikan, pengalaman masa lalu dan dugaan.
- b. Faktor situasi, yang meliputi waktu, latar belakang pekerjaan, dan latar belakang sosial.
- c. Faktor objek, yang meliputi kebaruan, gerakan, suara, ukuran, latar belakang, kedekatan dan kemiripan.



Gambar 1. 2 Kerangka berpikir

1.5 Definisi Konseptual

- a. **Jurnalis** adalah seseorang yang bertugas menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa yang terjadi. secara Harafiah jurnalis di artikan sebagai seseorang yang melakukan pekerjaan jurnalistik.
- b. **perempuan** menurut KBBI yaitu seseorang yang dapat menstruasi, hamil, melahirkan dan menyusui. secara etimologis, kata perempuan berasal dari kata “empu” yang merupakan gelar kehormatan yang berarti “tuan”.
- c. **persepsi** menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari suatu atau berarti juga proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya
- d. **faktor personal**, yang di maksud disini yaitu sebab-sebab mahasiswi dalam memilih program study ilmu komunikasi. menurut Edward

E. Sampson faktor personal di artikan juga sebagai perspektif yang berpusat pada personal.

- e. **faktor situasi**, yang di maksud disini yaitu hal-hal dari luar diri informan yang berpengaruh secara positif terhadap keputusannya.
- f. **faktor pesan**, yang di maksud disini yaitu yang berhubungan dengan jurnalis perempuan.

1.6 Metode Penelitian

- a. Lokasi dan waktu penelitian
 Penelitian ini di lakukan selama 3 bulan. dari bulan Juni 2024 sampai agustus 2024. lokasi penelitian ini di lakukan di Universitas Hasanuddin tepatnya sekitar lingkungan Departemen Ilmu Komunikasi.
- b. Tipe penelitian
 penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang bersifat deskriptif. penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data dan menjelaskan fenomena secara mendalam tanpa menggunakan angka.
- c. Sumber data
 - 1) Data Primer
 Data primer ini di peroleh oleh penulis dengan cara menemui secara langsung maupun Via online, adapun cara yang di gunakan yaitu:

Observasi
 langsung mengamati subjek dan objek. Dengan metode ini dimungkinkan melihat perilaku serta kejadian yang sebenarnya. Menurut Margono, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Rahmadi, 2011).

Wawancara
 pencarian data atau informasi yang di butuhkan dengan cara Tanya jawab secara detail, meyeluruh dan akurat agar data yang di peroleh lengkap dan utuh sesuai dengan yang di butuhkan.

Studi Pustaka
 mengkaji data dan informasi melalui literatur baik dari buku, jurnal serta informasi yang di akses dari internet.
 - 2) Data Sekunder
 Data ini di ambil dari data yang didapat secara tidak langsung dengan mengutip beberapa sumber data penunjang seperti dari buku maupun sumber dari internet.
- d. Teknik penentuan informan
 Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik Purposive sampling. Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel dengan pertimbangan peneliti menganggap bahwa yang bersangkutan mengetahui dan memahami betul inti permasalahan yang

sedang diteliti (Sugiyono, 2013). Adapun ketentuan atau kriteria informan yaitu:

- 1) Mahasiswi aktif Universitas Hasanuddin
- 2) Mahasiswi semester 5 sampai 9
- 3) Mahasiswi Universitas Hasanuddin yang mengambil prodi ilmu komunikasi.
- 4) Mahasiswi yang telah magang di sebuah media atau Industri jurnalis.

e. Teknik analisis data

Teknik analisis yang di gunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis data model interaktif sebagaimana diungkapkan Miles & Huberman (Sugiyono, 2013) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:

- 1) **Reduksi Data** : merangkum semua hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada bagian yang penting dari hasil data melalui observasi, wawancara, maupun dari hasil dokumentasi ataupun studi pustaka.
- 2) **Paparan Data** : memaparkan hasil data yang di peroleh. data hasil wawancara di paparkan dalam bentuk narasi, data yang di peroleh dari hasil observasi dan dokumentasi.
- 3) **Penarikan kesimpulan dan verifikasi** : diungkapkan mengenai makna dari data yang dikumpulkan. Dari data tersebut akan diperoleh kesimpulan yang tentatif, kabur, kaku dan meragukan, sehingga kesimpulan tersebut perlu diverifikasi. Verifikasi dilakukan dengan melihat kembali reduksi data maupun display data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi massa

1.2.1 Definisi komunikasi massa

Komunikasi massa sangat penting untuk masyarakat, karena dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk pengambilan keputusan ataupun pembentukan opini secara kolektif. komunikasi massa ini berhubungan dengan media massa Karena komunikasi massa tidak akan terjadi bila media utamanya yaitu media massa tidak ada. Kata “massa” pada komunikasi berbeda artinya dengan kata “massa” dalam sosiologis. jika dalam konteks sosiologis massa di artikan sebagai kumpulan masyarakat yang berada pada sebuah lokasi tertentu. sedangkan kata massa dalam konteks komunikasi di artikan sebagai orang yang menjadi sasaran media massa atau penerima pesan media massa, tetapi mereka tidak harus berada pada lokasi yang sama namun pesan yang di terima itu sama.

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa seperti media cetak dan elektronik karena pada awal perkembangannya pun di sebut dengan kata media komunikasi massa. terdapat 2 media dalam komunikasi yaitu media konvensional seperti TV, radio dan surat kabar dan media baru seperti internet. terdapat istilah khusus yang menggambarkan kata massa tersebut sesuai dengan media yang di gunakan yaitu penonton atau pemirsa biasanya di gunakan pada media TV dan film, sedangkan pembaca di gunakan pada media cetak, adapun pendengar di gunakan pada media radio.

Ada banyak pendapat para ahli mengenai definisi dari komunikasi massa salah satunya yang di sampaikan oleh John R Bitter yang mengatakan bahwa komunikasi massa sebagai pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Syafrina, 2022). Effendy, dalam bukunya yang mengutip pendapat Severin dan Tankard, Jr. dari *Communication Theories, Origin, Methods, Uses*, menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki tiga aspek utama: keterampilan, seni, dan ilmu. Sebagai keterampilan, komunikasi massa melibatkan teknik-teknik dasar yang dapat dipelajari, seperti mengoperasikan kamera televisi, menggunakan tape recorder, atau mencatat hasil wawancara. Sebagai seni, komunikasi massa mencakup tantangan kreatif, seperti menulis naskah program televisi, mendesain tata letak yang menarik untuk iklan majalah, atau menyusun teras berita yang mampu menarik perhatian pembaca. Sementara itu, sebagai ilmu, komunikasi massa melibatkan prinsip-prinsip tertentu yang dapat dikembangkan dan diterapkan untuk meningkatkan kualitas proses komunikasi (Wazis, 2022).

Definisi lain tentang komunikasi massa juga di jelaskan oleh Josep A. Devito dalam buku pengantar komunikasi massa yang di tulis oleh (Nuruddin, 2009) pertama, komunikasi massa di pertujukan untuk khalyak yang sangat b anyak. ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca maupun menonton televisi. kedua, komunikasi massa merupakan komunikasi yang di salurkan oleh pemancar-pemancar audio atau visual.

komunikasi massa mungkin akan lebih muda dan akan lebih logis jika di artikan menurut bentuknya seperti televisi, radio, majalah, film, buku.

1.2.2 Karakteristik komunikasi massa

Komunikasi massa tentu mempunyai ciri atau karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan proses komunikasi lainnya seperti yang di jelaskan pada buku (Nuruddin, 2009) yang berjudul pengantar komunikasi massa dan pada buku pengantar ilmu komunikasi (Cangara, 2019). mereka mengatakan bahwa terdapat beberapa karakteristik atau ciri-ciri dari komunikasi massa yaitu sebagai berikut:

- a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga, artinya terdapat beberapa macam unsur yang bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga atau sistem yang merupakan beberapa orang, pedoman dan media yang tugasnya mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu keputusan atau kesepakatan kemudian mengolah pesan tersebut menjadi sebuah informasi.
- b. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat Heterogen, artinya penonton ataupun penikmat dari komunikasi massa terdiri dari berbagai macam umur, pendidikan, status sosial ekonomi, jenis kelamin maupun agama.
- c. Pesannya bersifat umum, artinya pesan-pesan yang di kemukakan tidak boleh di sengaja di peruntukkan kepada golongan terkhusus namun harus pada khalayak yang plural.
- d. Komunikasinya berlangsung satu arah, namun seiring berkembangnya jaman, teknologi semakin pesat sehingga semakin beragamnya sajian yang tersedia di acara televisi. biasanya dalam acara Tv sekarang terdapat game kuis yang di anggap sebagai komunikasi 2 arah namun ternyata hal ini tidak cukup di katakan komunikasi berlangsung 2 arah karena kasus ini hanya berlangsung pada orang yang menelfon dengan stasiun tv, tidak terjadi pada audience yang bersifat heterogen dan banyak.
- e. Komunikasi massa menimbulkan kerempakan, artinya khalayak dapat menikmati media massa tersebut hampir bersamaan karena pesan-pesan yang di sebarkan di lakukan secara serempak.
- f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis, artinya komunikasi ini memerlukan alat seperti pemancar untuk media elektronik seperti pada stasiun Televisi dan radio.
- g. Komunikasi massa di kontrol oleh *Gatekeeper* atau biasa di sebut dengan penapis informasi. ini berfungsi sebagai orang yang menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar informasi yang di sebarkan lebih mudah di pahami. Gatekeeper yang di maksud disini seperti reporter, editor, menejer pemeberitaan, penjaga rubrik, cameramen, sutradara, dan lembaga sensor yang memengaruhi bahan-bahan yang akan di kemas pada media massa masing-masing.

1.2.3 Fungsi Komunikasi massa

Komunikasi massa tentu mempunyai manfaat atau fungsi yang dapat memudahkan masyarakat dalam penggunaannya. seperti yang di jelaskan pada buku komunikasi massa pada tahun 2022 oleh Annisa Eka Syafrina. pada buku tersebut di sebutkan 10 fungsi dari komunikasi massa yaitu:

- a. fungsi informasi, karena komunikasi massa menyampaikan fakta dan kejadian yang benar terjadi sehingga memudahkan masyarakat mencari tahu apa yang sedang terjadi di sekitarnya.
- b. Fungsi hiburan, pada komunikasi massa juga terdapat sinetron ataupun komedi yang dapat menjadi solusi masyarakat untuk melepaskan penatnya ataupun sebagai salah satu kegiatan saat kumpul keluarga.
- c. Fungsi persuasi, maksudnya komunikasi massa dapat mempengaruhi masyarakat dalam memperkuat ataupun mengubah sikapnya, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu, serta dapat menjadi tempat pembelajaran etika.
- d. fungsi transmisi budaya, pada komunikasi massa terdapat beberapa tayangan yang menyajikan perubahan budaya secara terus menerus yang dapat membuat masyarakat mengenali dan menerima budaya tersebut.
- e. fungsi mendorong kohesi sosial, fungsi ini dapat menyatukan masyarakat melalui berita berimbang. namun tidak menutup kemungkinan juga komunikasi massa menimbulkan disintegrasi sosial atau permusuhan antar masyarakat akibat dari pemberitaan di media. hal ini dapat terjadi apabila media tidak mengelola berita secara bijak dan hanya mengejar keuntungan.
- f. fungsi pengawasan, fungsi ini biasanya di bagi menjadi 2 yaitu fungsi pengawasan peringatan seperti berita tentang kemungkinan bencana alam ataupun wabah penyakit. dan fungsi pengawasan instrumental, seperti informasi atau berita yang berguna untuk masyarakat misalnya informasi kenaikan harga bahan pokok, ataupun informasi produk baru.
- g. Fungsi kolerasi, artinya komunikasi massa dapat menghubungkan dari beberapa komponen di masyarakat. seperti reporter ataupun media yang dapat menghubungkan antara narasumber dengan pembaca ataupun pembaca media.
- h. fungsi pewarisan sosial, dalam fungsi ini komunikator atau media massa meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma dari suatu generasi berikutnya.
- i. fungsi melawan kekuasaan dan kekuatan represif, Fungsi ini mengkritisi kekuasaan yang sedang berlangsung. Sebagai contoh media massa pada zaman pra dan pasca mundurnya pemerintahan Soeharto, media massa tidak lagi memberitakan kejadian dari informasi resmi pemerintah (yang telah berkuasa selama 32 tahun) tetapi melakukan investigasi dan mencari kebenaran sendiri.
- j. fungsi menggugat hubungan trikotomi, Fungsi ini terjadi karena terdapat hubungan yang bertolak belakang antara tiga pihak (pemerintah, pers dan masyarakat) karena terdapat perbedaan kepentingan. Sebagai contoh

hubungan trikotomi Orde Baru membuat media massa bergerak dari kekuasaan tertinggi dipegang pemerintah menjadi kekuatan media massa yang mampu menggerakkan rakyat Indonesia.

2.2 Jurnalistik

2.2.1 Definisi jurnalistik

Berdasarkan suku kata, arti dari jurnalistik terdiri dari kata jurnal dan istik. jurnal artinya catatan harian, sedangkan Istik artinya seni yang merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. maka, jurnalistik dapat di definisikan sebagai suatu karya seni membuat catatan atau berita yang mengandung nilai keindahan sehingga mampu menarik perhatian pembaca, pendengar, ataupun pemirsa tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari.

Jurnalisme atau jurnalistik memiliki ciri-ciri yang ada pada definisi berita, hal ini menunjukkan hubungan yang bersifat substansial antara jurnalistik dengan berita. menurut Wolesely dan Laurence R. Campbell ,biasanya jurnalistik di kenal atau sering di artikan sebagai tindakan diseminasi informasi, opini, dan hiburan untuk orang ramai yang sistematis dan dapat di percaya kebenarannya melalui media komunikasi massa modern (A.Muis 1999: 24).

Adinegoro mendefinisikan jurnalistik sebagai serangkaian kegiatan yang meliputi pencarian, pengumpulan, pengolahan, hingga penyebaran berita kepada audiens secara luas dan dalam waktu yang singkat. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Roland E. Wolseley dalam *Understanding Magazines*. Ia menjelaskan bahwa jurnalistik meliputi kegiatan mengumpulkan, menulis, menafsirkan, memproses, dan menyebarkan informasi umum, pandangan para ahli, serta hiburan publik secara sistematis dan terpercaya, yang kemudian diterbitkan dalam surat kabar, majalah, atau disiarkan melalui media elektronik (Hikmat, 2018).

2.2.2 Bahasa Jurnalistik

Dalam jurnalistik, tentu mempunyai Bahasa yang berbeda dengan Bahasa lainnya. Bahasa jurnalistik tergantung dari tujuan tulisan jurnalistik dan siapa yang membaca karya atau produk dari jurnalistik tersebut. menurut Prof. John Hohenberg dalam buku yang berjudul "Bahasa jurnalistik" yang di tulis oleh Abdul Chaer (2010: 02) mengatakan bahwa, tujuan penulisan karya jurnalistik meliputi menyampaikan informasi, opini, dan ide kepada pembaca secara umum. kemudian, informasi tersebut di sampaikan dengan teliti, ringkas, jelas dan mudah di mengerti serta menarik.

Sedangkan menurut Asep Syamsul Romli mengatakan bahwa Bahasa jurnalistik merupakan Bahasa yang di gunakan oleh pekerja media seperti wartawan untuk menuliskan sebuah berita pada media massa, Bahasa tersebut bersifat komunikatif atau langsung kepada pokok persoalan dan bersifat spesifik atau tidak terlalu banyak pengulangan kata serta kalimat yang singkat.

Dalam menggunakan Bahasa jurnalistik, tentu mempunyai pedoman tertentu. seperti yang di keluarkan oleh persatuan wartawan Indonesia (PWI)

Jakarta tentang beberapa pedoman ketika ingin memakai Bahasa jurnalistik (Wulansari, 2015), yaitu:

- a. penulis atau wartawan harus memperhatikan ejaan Bahasa Indonesia yang di sempurnakan (EYD) agar mengurangi kesalahan ejaan pada surat kabar.
- b. wartawan seharusnya membatasi penggunaan kata akronim (singkatan) agar pembaca mudah memahami maksud dari tulisan tersebut.
- c. wartawan seharusnya tidak menghilangkan imbuhan bentuk awal (prefiks).
- d. wartawan hendak menulis menggunakan kalimat-kalimat yang pendek tetapi harus tetap logis, teratur, lengkap dengan subjek, predikat, objek karena tulisan yang mengandung banyak anak kalimat akan susah untuk di pahami.
- e. Wartawan hendaknya menjauhkan diri dari ungkapan klise yang sering dipakai dalam transisi berita, seperti kata-kata sementara itu, dapat ditambahkan, perlu diketahui, dalam rangka. Dengan demikian, akan menghilangkan monotomi (keadaan/bunyi yang selalu sama saja) dan sekaligus menerapkan penghematan kata.
- f. Dalam menulis berita seharusnya wartawan bisa mengurangi kata mubazir seperti telah, untuk, dari, bahwa, dan segala bentuk jamak yang tidak perlu diulang.
- g. Wartawan hendaknya mendisiplinkan pikiran agar tidak mencampuradukkan dalam satu kalimat bentuk pasif dan bentuk aktif.
- h. Wartawan hendaknya ingat bahasa jurnalistik adalah bahasa yang komunikatif dan spesifik sifatnya, dan karangan yang baik dinilai dari tiga aspek, yaitu isi, bahasa, dan teknik penyajiannya

2.3 Jurnalis

2.3.1 Definisi jurnalis

Kata jurnalis, sudah tidak asing terdengar di telinga masyarakat. pada umumnya jurnalis sering di artikan sebagai seseorang yang bertugas atau bekerja di bidang jurnalistik yang mempunyai tanggung jawab memberikan serta membuat berita yang bersifat fakta. adapun pengertian jurnalis menurut KBBI yaitu sebagai orang yang bekerja mengumpulkan dan menulis pemberitaan baik itu di media massa, cetak, dan media elektronik.

Pendapat yang sama juga di kemukakan oleh John Merrill menyatakan bahwa jurnalis adalah individu yang bekerja untuk mengumpulkan, menganalisis dan menyebarkan informasi kepada publik dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Merrill menekankan bahwa jurnalis harus memenuhi kode etik jurnalistik yang ketat untuk menjaga integritas profesi mereka.

2.3.2 Jurnalis sebagai pesan

Masyarakat atau penikmat media massa cetak maupun elektronik tentu memiliki rasa ingin tahu tentang kejadian-kejadian yang sedang berlangsung ataupun perkembangan peristiwa yang telah terjadi di dunia. dalam buku pengantar ilmu komunikasi edisi keempat oleh Hafied Cengara (2019) menjelaskan definisi media massa sebagai alat yang di gunakan dalam menyampaikan pesan dari

sumber ke khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti radio, surat kabar, film, internet dan televisi. Informasi yang di sajikan oleh jurnalis ke dalam media massa bukan hanya terkait tentang sebuah peristiwa saja, namun terdapat juga beberapa ide atau gagasan serta pendapat atau pemikiran yang memang layak untuk di sampaikan kepada publik.

Perlu di ketahui bahwa, terdapat tiga jenis istilah yang di gunakan untuk seseorang yang bekerja di industri media yaitu jurnalis, wartawan dan reporter. di dalam buku jurnalistik oleh (Dewi, 2020) menjelaskan perbedaan dari ketiga istilah tersebut yaitu jurnalis di artikan sebagai profesi yang tugasnya mencari informasi melalui berbagai media termasuk media cetak, penyiaran, dan digital, sedangkan wartawan mengumpulkan, menyeleksi, dan menyebarkan informasi. biasanya wartawan mengumpulkan informasi langsung dari lapangan atau sumbernya. adapun reporter yaitu khalayak melalui media massa maksudnya profesi ini biasanya melaporkan berita atau peristiwa yang dilaporkan langsung dari lokasi kejadian.

Walaupun begitu, ketiga istilah ini mempunyai persamaan utama dalam konteks pekerjaan serta tanggung jawab dalam bekerja di industry media. persamaan yang di maksud disini yaitu menulis berita atau memberi informasi ke publik dengan berita yang relevan dengan cara wawancara, observasi dan analisis data karena ketiga istilah profesi ini harus bertanggung jawabkan kebenaran yang di sampaikan ke publik. selain itu mereka bekerja di bawah tekanan waktu, dengan tenggat waktu yang ketat untuk menyampaikan berita secepat mungkin tetapi harus tetap memperhatikan dan mematuhi kode etik jurnalistik termasuk prinsip-prinsip seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab ke publik. jurnalis juga di katakan dapat menjadi pesan yang berdampak pada orang-orang yang menerimanya.

2.4 Perempuan

2.4.1 Perempuan dalam budaya patriarki

Secara etimologis kata perempuan berasal dari kata *per* yang artinya makhluk, sedangkan *empu* yang artinya Tuan atau mulia. maka dapat di katakan bahwa arti perempuan yaitu makhluk yang memiliki kemuliaan dan kemampuan. sedangkan dalam Bahasa Indonesia, perempuan di artikan sebagai manusia yang dapat menstruasi, hamil, melahirkan seorang anak, dan menyusui. kata perempuan juga sering di sebut dengan kata wanita. namun ternyata, kedua kata tersebut tidak memiliki arti yang persis sama. kata “wanita” di anggap lebih sopan, sedangkan kata “perempuan” cenderung di gunakan dalam konteks perbedaan jenis kelamin.

Istilah atau Bahasa yang sudah tidak jarang di dengar di lingkungan sosial atau sebagian besar masyarakat yaitu istilah patriarki yang di mana perempuan di anggap dan di pandang seakan-akan hanya berfungsi untuk reproduktif saja. artinya, perempuan di anggap hanya bisa berada di rumah untuk melanjutkan keturunan dengan melahirkan dan merawat anak-anaknya. seperti perkataan yang sudah tidak asing di telinga yaitu “percuma perempuan sekolah tinggi-tinggi, nanti ujungnya ke dapur juga”. Bahasa ini muncul karena adanya pandangan atau

persepsi bahwa perempuan hanyalah manusia yang memiliki kelemahan dan keterbatasan serta selalu menggunakan perasaan. sedangkan laki-laki di anggap lebih tinggi kedudukannya di banding perempuan.

Salah satu contoh bentuk ketidakadilan terhadap perempuan ialah banyaknya kasus kekerasan atau pemerkosaan maupun pelecehan verbal dan non-verbal. pada kasus ini tidak jarang perempuan di tempatkan dalam posisi yang salah karena di anggap perempuan tersebut “kegenitan”, sedangkan pelaku di anggap “hanya kenakalan biasa”. bukan hanya kasus tersebut, ketidakadilan gender juga sering terjadi pada lingkungan pekerjaan maupun politik. dari beberapa contoh kasus tersebut, dapat di lihat bagaimana laki-laki selalu diuntungkan dalam relasinya dengan perempuan, bahkan meskipun relasi tersebut bersifat penindasan terhadap yang lain.

Seperti yang di jelaskan beberapa dari kasus yang ada, agar lebih jelasnya terdapat Manifestasi ketidakadilan gender dikategorikan dalam 5 bidang yang saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain, bidang-bidang tersebut yaitu:

- a. Gender dan marginalisasi perempuan (proses pemiskinan ekonomi). marginalisasi artinya proses penyisihan yang mengakibatkan kemiskinan, baik pada laki-laki maupun perempuan. hal ini terjadi karena bencana alam, penggusuran, atau kebijakan pembangunan.
- b. Gender dan subordinasi (anggapan tidak penting dalam keputusan politik). subordinasi artinya tindakan maupun sikap masyarakat yang menempatkan perempuan pada posisi yang lebih rendah dari laki-laki.
- c. gender dan Stereotipe (pembentukan stereotipe atau melalui pembelaan negative) sikap negatif masyarakat terhadap perempuan yang membuat pihak perempuan di rugikan.
- d. Gender dan kekerasan (kekerasan dapat terjadi baik secara fisik maupun psikologis karena bias gender).
- e. Gender dan beban kerja (beban kerja lebih panjang dan lebih banyak serta sosialisasi ideologi nilai peran gender. contohnya seperti anggapan perempuan yang berkarakter perawat dan pemelihara sehingga hanya pantas bekerja di ruang domestik saja (Anistiyati, 2012).

2.4.2 Perempuan sebagai pekerja media

Salah satu pekerjaan yang di anggap hanya identik di geluti oleh kaum laki-laki saja namun semakin berjalannya waktu mulai di geluti pula oleh perempuan yaitu industri media khususnya sebagai jurnalis. kiprah perempuan dalam bidang industry media atau jurnalis sebenarnya bukan hal yang aneh. bahkan jauh sebelum kemerdekaan perempuan Indonesia telah memegang peran penting di dunia pemberitaan. jurnalis perempuan pertama di Indonesia dengan berpartisipasi dalam pers tahun 1909 dengan membuat surat kabar pada 1912 bernama Rohana Kudus, seorang perempuan kelahiran Padang pada tahun 1884.

Adapun pada saat ini, terdapat beberapa perempuan yang juga menonjol di dunia pers. seperti Desi Anwar (RCTI, MetroTV, CNN Indonesia dan TransTV), Najwa Shihab (Metro TV, dan Narasi), Ninuk mardiana pambudy (kompas), dan

Rosiana Silalahi (SCTV dan Kompas TV). Dinamika pekerjaan dengan aturan yang ketat kembali mempertanyakan kehadiran perempuan sebagai jurnalis yang di tuntut siap setiap saat. pekerjaan ini juga merupakan professional dengan mobilitas sangat tinggi, kerja keras, tekanan deadline yang sangat ketat, tidak ada batas waktu yang jelas artinya bisa sampai 24 jam serta banyaknya kendala dan tantangan yang bersifat teknis maupun non teknis.

Kehadiran perempuan di media sebagai pekerja sangat penting untuk menyeimbangkan sudut pandang yang ditampilkan di media serta untuk mendidik, menghibur, dan secara objektif mengumpulkan dan menyiarkan berita. Namun masih banyak wartawan atau jurnalis laki-laki yang masih meremehkan kegiatan wanita dengan menepiskan tangan-tangan dan menganggap mereka hanya membahas tentang mode busana terakhir dan berbagai obrolan yang masuk dan tidak masuk akal daripada memperbincangkan persoalan dan gagasan sebagaimana di lakukan kaum pria. hal tersebut di sebabkan karena selama ini perempuan diidentikkan dengan pekerjaan yang hanya bersifat domestik seperti yang telah di bahas sebelumnya.

2.5 Persepsi

2.5.1 Definisi Persepsi

Dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar oleh (Mulyana, 2016) di katakan bahwa persepsi merupakan inti dari komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat, maka terdapat kesulitan dalam berkomunikasi sehingga membuat kurang efektif dalam komunikasi. persepsilah yang menentukan seseorang dalam memilih suatu pesan ataupun mengabaikan pesan tersebut. sedangkan inti dari persepsi yaitu penafsiran yang identic dengan penyandian balik dalam proses komunikasi. seperti yang di sampaikan oleh Rudolph F. atau J. Cohen yaitu persepsi adalah proses penafsiran informasi indrawi.

Persepsi merupakan proses yang di lakukan seseorang untuk memperoleh gambaran mengenai sesuatu melalui tahap pemilihan, pengolahan, dan pengertian dari informasi mengenai sesuatu. Menurut Joseph A. De Vito, persepsi merupakan proses seseorang memiliki kesadaran tentang berbagai obyek atau kejadian, khususnya orang lain yang di rasakan melalui panca indra seperti penglihatan, penciuman, perasa, pendengaran, dan sentuhan (Kumara, 2019).

Untuk bisa memahami lebih jelas tentang arti dari kata persepsi, berikut beberapa definisi yang di kemukakan oleh beberapa ahli yaitu:

- a. Robbins dan Judge menjelaskan bahwa persepsi adalah proses di mana seseorang menafsirkan dan mengorganisir kesan sensoris untuk memahami lingkungan di sekitarnya. (Bernhard Tewal, ddk. 2017)
- b. Sarlito Wirawan Sarwono, mengatakan bahwa persepsi merupakan proses peralihan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi indrawi.
- c. Laura A King, menurutnya persepsi sebagai proses mengatur dan mengartikan informasi sensoris untuk memberikan makna. proses tersebut berjalan dari bawah ke atas atau memaknai sensoris lalu dari atas kebawah artinya mencoba mengaitkan dengan pengalaman di masa lalu atau dunia luar.

- d. Bennett, Hoffman dan Prakash, mereka mengatakan bahwa persepsi merupakan aktivitas aktif yang melibatkan pembelajaran, pembaruan, dan cara pandang serta pengaruh timbal balik dalam pengamatan.
- e. Brian Fellows, mengartikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan seseorang menerima dan menganalisis informasi.

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa, persepsi merupakan tahap individu atau kelompok dalam mengenali, serta memahami lingkungannya lewat bantuan panca indra. Setiap individu memiliki cara pandang yang berbeda ketika suatu objek yang ditangkap oleh panca indra, oleh sebab itu persepsi sangat mempengaruhi adanya proses komunikasi. Komunikasi dikatakan berhasil apabila tujuan dari komunikasi tersebut terjadi persamaan persepsi antara komunikator dan komunikan.

2.5.2 Proses Persepsi

Persepsi merupakan suatu dinamika yang terjadi dalam diri individu bila distimulasi oleh lingkungan. Proses kognitif yang dilakukan individu pemilihan rangsangan yang dapat dimanfaatkan atau tidak dan menentukan tindakan terbaik yang harus dilakukan. Persepsi saling terkait dengan perilaku berdasarkan pemahaman dan faktor berpengaruh. Oleh karena itu, remaja yang sadar bersikap positif terhadap suatu benda atau permasalahan yang ada berperilaku positif. Namun, jika seseorang yang sering menganggap diri mereka adil dan kompeten untuk salah paham masalah, dia akan bertindak sesuai dengan pendapatnya.

Menurut (Mulyana, 2016) dalam bukunya yang berjudul ilmu komunikasi suatu pengantar, terdapat 3 tahap dalam proses pembentukan persepsi yaitu:

- a. Proses sensasi. Pada tahap sensasi individu akan diberi rangsangan melalui panca indera. Setiap panca indera berperan dalam berlangsungnya proses komunikasi yang terjadi pada individu. Melalui persepsi, individu akan mendapatkan banyak pengetahuan. Manusia hanya bisa merasakan apa yang bisa mereka lihat, dengar, cium, cicipi, dan sentuh. Namun, kemampuan sensorik setiap orang berbeda. Hal ini karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk usia, keturunan, dan kecelakaan. Hal ini membuat persepsi orang berbeda-beda.
- b. Proses perhatian. Pada tahap ini, individu akan menyadari sesuatu yang akan membuat perhatian terfokus pada sesuatu. Rangsangan perhatian akan mengarah kepada hal yang dianggap penting, sedangkan rangsangan non-perhatian dianggap tidak penting. Rangsangan semacam itu diyakini sebagai penyebab peristiwa selanjutnya.
- c. Proses interpretasi (penafsiran). Tahap ini adalah tahapan yang penting dalam proses terbentuknya suatu persepsi. Interpretasi hanya akan terjadi apabila individu mendapatkan informasi dari panca indra. Pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukanlah pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, namun pengetahuan tentang objek itu sendiri.

Sedangkan menurut DeVito dalam (Kumara, 2019), persepsi dapat terjadi dengan melalui atau berlangsungnya 5 tahapan yaitu stimulasi, organisasi, interpretasi dan evaluasi serta memori dan pengingatan.

- a. Stimulasi, artinya ketika alat indera distimulasi oleh berbagai informasi yang berasal dari lingkungan sekitar namun bukan hanya itu tetapi di sebabkan pula oleh perhatian selektif dan terpaan selektif.
- b. Organisasi, artinya mengorganisasikan berbagai informasi yang di dapatkan dengan cara melalui aturan (kedekatan fisik atau persamaan fisik), melalui skemata (proses mental yang membantu mengatur informasi) dan melalui naskah (tubuh informasi yang terorganisasi tentang beberapa tindakan, kejadian, atau prosedur).
- c. interpretasi dan evaluasi, artinya hal ini di pengaruhi oleh pengalaman, kebutuhan, keinginan, nilai-nilai dan kepercayaan tentang bagaimana hal-hal yang seharusnya, harapan, pernyataan fisik dan emosi.
- d. memory dan pengingatan, artinya tahapan pengingatan merujuk pada proses mengakses dan menggunakan informasi Yang disimpan dalam memori. Pengingatan adalah proses aktif untuk menghasilkan kembali Fakta dan informasi secara verbatim tanpa petunjuk yang jelas.

2.5.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi

Terbentuknya sebuah persepsi tentu tidak dapat hadir tanpa adanya hal tertentu yang mempengaruhinya. Menurut Bimo Walgito terdapat 2 faktor yang mempengaruhi sebuah persepsi seseorang yaitu faktor internal (faktor yang terdapat pada diri sendiri seperti kecerdasan, pengalaman, perasaan, dll) dan faktor eksternal (faktor yang berasal dari lingkungan) (Santi Diwyarthi, et al., 2022: 14). sedangkan menurut Rakhmat (2018) persepsi dapat terjadi atau terbentuk karena adanya faktor fungsional dan faktor struktural. faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu. faktor ini menentukan persepsi bukan dari jenis maupun bentuk stimulusnya tetapi pada karakteristik seseorang yang memberikan respon pada stimulus itu sendiri. sedangkan faktor structural merupakan berasal dari stimulus fisik dan efek saraf yang di timbulkan oleh sistem saraf seseorang.

Adapun menurut Robbins dan Judge yang sekiranya dapat merangkum kompleksitas dari beberapa faktor yang telah di sebutkan sebelumnya oleh Bimo Walgito dan Rakhmat. faktor yang di jelaskan oleh Robbins dan Judge terbagi menjadi 3 yaitu faktor subjek ini seperti sikap, motif, ketertarikan, pengalaman masa lalu dan dugaan, selain itu ada faktor situasi yang meliputi waktu, latar belakang sosial dan pekerjaan, selanjutnya faktor objek yang meliputi kebaruan, gerakan, suara, ukuran, kedekatan, dan kemiripan. . (Bernhard Tewal, ddk. 2017)

2.6 Teori-teori ilmu komunikasi

Adapun beberapa teori ilmu komunikasi yang berhubungan dengan persepsi yaitu sebagai berikut:

a. Teori pembelajaran sosial

Teori pembelajaran sosial ini berpijak pada model komunikasi yang paling sederhana yaitu stimulus respon (S-R) yang beranggapan bahwa individu akan memberikan respon terhadap rangsangan yang ada di sekitarnya. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Charles Osgood dan Albert Bandura, kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh John W. Riley serta Mathilda W. Riley dalam diskusi mereka mengenai sistem komunikasi massa di masyarakat (Anistiyati, 2012). Menurut mereka komunikasi dalam menerima pesan yang di sampaikan oleh komunikator tidak langsung bereaksi begitu saja tetapi terdapat beberapa faktor di luar dirinya yang ikut mempengaruhi dan bahkan mengendalikan aksi dan reaksi terhadap suatu pesan yang di terima. faktor-faktor yang di maksud seperti berkaitan dengan pesan dan kelompok primer misalnya keluarga ataupun kelompok lainnya yang menjadi rujukan dari komunikasi.

Teori ini membicarakan tentang bagaimana faktor lingkungan dan kognitif berinteraksi untuk mempengaruhi pemahaman dan perilaku seseorang. teori ini berfokus pada pembelajaran dalam konteks sosial. seseorang mempelajari suatu konsep dari sesamanya melalui proses observasi, imitasi dan mengamati model. teori ini menganggap media massa sebagai agen sosialisasi yang pertama dalam komunikasi di samping keluarga, guru maupun sahabat. teori ini, menganggap media massa menjadi objek imitasi yang artinya meniru secara langsung dan identifikasi bagi setiap orang artinya seseorang tidak meniru secara langsung atau sama persis.

Teori pembelajaran sosial menggunakan *sematic differential* untuk mengukur makna atau dengan kata sifat. dalam proses belajar sosial terdapat empat tahapan yaitu **pertama**, perhatian atau melihat model atau perilaku serta tindakan seseorang yang ingin di tiru, **kedua** retensi yang artinya hasil pengamatan tersebut di simpan dalam ingatan untuk menghadapi situasi yang sama kedepannya, **ketiga**, reproduksi tindakan artinya seseorang di tuntut untuk mengaplikasikan pengetahuan yang di dapat dalam sebuah tindakan nyata, **keempat**, motivasi artinya perilaku meniru orang lain sangat ditentukan oleh faktor motivasi yang dimiliki orang yang ingin meniru seperti faktor internal dan faktor eksternal.

- 1) Faktor internal, yang di maksud disini yaitu pengalaman dan motif yang merupakan dorongan dari dalam diri yang menggerakkan seseorang untuk melakukan suatu aktivitas guna mewujudkan tujuan tertentu. menurut Jalaluddin Rakhmat menyebutkan atau merangkum menjadi 6 jenis motif yaitu motif ingin tahu artinya kecenderungan seseorang untuk mengerti, menata ataupun menduga, motif kompetensi artinya keinginan kemampuan mengatasi persoalan hidup, motif cinta artinya keinginan untuk memperoleh kehangatan persahabatan atau hubungan dengan orang lain, motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas, motif kebutuhan akan nilai, kedamaian, dan makna kehidupan, terakhir motif kebutuhan akan pemenuhan diri artinya

setiap orang ingin mempertahankan dan meningkatkan kualitas hidupnya dengan memenuhi potensi yang di miliknya.

- 2) Faktor eksternal, seperti yang telah di sebutkan sebelumnya bahwa media massa dan orang-orang yang ada di sekitar kita penting dalam proses belajar sosial. orang-orang terdekat pengaruhnya jauh lebih kuat yaitu persuasif. seperti yang di katakan oleh George Herbert Mead orang-orang yang berpengaruh dalam proses belajar sosial atau orang-orang yang sangat penting bagi setiap orang di sebut dengan Significant others yang meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan.

b. Teori Feminisme Kekuasaan

Teori Feminisme kekuasaan oleh Naomi Wolf yang menjelaskan bahwa laki-laki dan perempuan tidak dipandang hanya dari aspek biologis yang melekat dan bersifat permanen, tetapi dilihat secara umum atau dari konteks sosial, budaya, dan struktural yang memengaruhi cara laki-laki dan perempuan menjalani kehidupan sebagai individu yang memiliki statusnya masing-masing sebagai manusia (Latifa *et al.*, 2023).

Teori feminisme kekuasaan Wolf mengkritisi cara masyarakat tradisional sering kali mengkonstruksi dan mendefinisikan peran perempuan dan laki-laki berdasarkan perbedaan biologis. Dalam pandangan ini, aspek biologis tidak dapat menjadi satu-satunya tolok ukur untuk memahami potensi, hak, dan peluang seseorang. Sebaliknya, perempuan dan laki-laki adalah individu yang memiliki kebebasan dan kapasitasnya masing-masing, yang berhak memperoleh kesempatan dan perlakuan setara sebagai manusia, bukan hanya berdasarkan atribut biologis atau stereotip gender.

Selain itu, Wolf menekankan bahwa struktur sosial harus diubah untuk menciptakan kesetaraan yang lebih adil dan inklusif bagi semua individu. Aspek kekuasaan dalam teori ini penting karena berfokus pada bagaimana sistem patriarki (struktur kekuasaan yang mengutamakan laki-laki) mempengaruhi distribusi kekuasaan antara laki-laki dan perempuan. Naomi Wolf mendorong pemberdayaan perempuan untuk melawan tekanan sosial dan budaya yang membatasi peluang mereka dan menekankan pentingnya reformasi dalam berbagai sistem dari politik hingga ekonomi agar perempuan dapat memiliki akses yang sama terhadap kekuasaan, sumber daya, dan pengaruh.

c. Teori Peran Gender

Teori yang dikembangkan oleh Alice Eagly dan Wendy Wood pada tahun 2012, dikenal sebagai Social Role Theory, menyatakan bahwa perbedaan perilaku antara laki-laki dan perempuan sebagian besar muncul dari pembagian kerja dalam masyarakat. Teori ini berargumen bahwa peran sosial yang berbeda antara laki-laki dan perempuan membentuk ekspektasi dan stereotip gender yang kuat, yang kemudian memengaruhi perilaku individu sesuai dengan peran yang diharapkan oleh masyarakat.

Menurut teori ini, peran sosial laki-laki dan perempuan ditentukan oleh tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap pekerjaan atau aktivitas tertentu. Seiring waktu, pembagian kerja tersebut menciptakan pola perilaku yang berbeda untuk laki-laki dan perempuan. Misalnya, di banyak masyarakat, laki-laki sering diposisikan dalam pekerjaan yang menuntut kekuatan fisik atau keterampilan teknis, seperti pekerjaan industri, konstruksi, atau posisi pemimpin. Di sisi lain, perempuan lebih banyak dihubungkan dengan pekerjaan yang membutuhkan perawatan dan dukungan, seperti peran domestik, pengasuhan anak, dan pekerjaan yang melibatkan empati atau perhatian.

Pokok-pokok dari Teori Peran Sosial (Social Role Theory) oleh Eagly dan Wood adalah sebagai berikut:

- 1) Perbedaan Peran Sosial Menyebabkan Perbedaan Perilaku: Pembagian kerja berdasarkan gender, yang dipengaruhi oleh norma budaya dan kebutuhan masyarakat, membuat laki-laki dan perempuan mengembangkan keterampilan dan karakteristik yang berbeda. Misalnya, perempuan mungkin lebih dikenal memiliki sifat lemah lembut atau peduli, sementara laki-laki diasosiasikan dengan sifat tegas dan agresif. Perbedaan ini lebih berkaitan dengan tuntutan peran sosial daripada faktor biologis.
- 2) Stereotip Gender dan Ekspektasi Sosial: Pembagian peran sosial ini menciptakan stereotip gender yang kuat, di mana laki-laki dianggap lebih dominan, kompetitif, dan independen, sementara perempuan dianggap lebih pengasih, ramah, dan suportif. Stereotip ini berkembang melalui proses sosialisasi di mana masyarakat, keluarga, dan lingkungan memberikan dorongan bagi individu untuk berperilaku sesuai dengan peran gender yang diterima.
- 3) Proses Sosialisasi dan Penyesuaian Diri: Sejak usia dini, anak-anak belajar mengenai peran gender melalui keluarga, media, sekolah, dan masyarakat luas. Mereka dibimbing untuk mematuhi peran gender tertentu, yang membuat mereka berperilaku sesuai dengan ekspektasi sosial. Sebagai contoh, anak perempuan mungkin didorong untuk bermain dengan mainan yang melatih keterampilan sosial (misalnya boneka), sedangkan anak laki-laki cenderung didorong untuk bermain dengan mainan yang melatih kekuatan atau keterampilan teknis (misalnya mobil-mobilan atau konstruksi).
- 4) Pengaruh pada Karakteristik Pribadi dan Keterampilan: Teori ini menegaskan bahwa perbedaan antara gender dalam hal keterampilan atau sifat tertentu lebih banyak berakar pada pengalaman sosial daripada faktor bawaan. Artinya, perempuan dan laki-laki pada dasarnya memiliki kapasitas yang sama untuk mengembangkan berbagai keterampilan, tetapi peran sosial yang diberikan kepada mereka mendorong mereka untuk mengembangkan keterampilan tertentu yang mendukung peran tersebut.

- 5) Dampak Terhadap Kesetaraan Gender di Tempat Kerja: Pembagian peran sosial juga berkontribusi pada kurangnya kesetaraan gender di tempat kerja. Ketika peran dan pekerjaan tertentu diasosiasikan lebih kepada satu gender, ekspektasi dan stereotip gender ini membatasi peluang bagi perempuan dan laki-laki dalam mengejar karir di bidang yang dianggap "tidak sesuai" dengan peran gender mereka.

d. Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers pada tahun 1962 menjelaskan bagaimana sebuah inovasi baik itu produk baru, teknologi, ide, atau praktik diperkenalkan dan diadopsi dalam suatu komunitas atau masyarakat. Rogers menguraikan bahwa proses penerimaan dan adaptasi suatu inovasi berlangsung melalui tahapan tertentu, di mana setiap anggota masyarakat akan melalui proses yang berbeda dalam memahami, menerima, dan mengadopsi inovasi tersebut. Teori ini menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi seberapa cepat atau lambat suatu inovasi menyebar dalam sebuah komunitas. Menurut Rogers, proses difusi inovasi mencakup lima tahap utama:

- 1) Tahap Pengetahuan (Knowledge Stage): Pada tahap awal ini, individu atau kelompok pertama kali menyadari adanya inovasi tersebut. Mereka mulai mencari informasi untuk memahami apa inovasi itu, bagaimana cara kerjanya, dan manfaat potensial yang ditawarkan. Pada tahap ini, proses pengenalan inovasi dapat dilakukan melalui berbagai media komunikasi atau promosi.
- 2) Tahap Persuasi (Persuasion Stage): Setelah memahami inovasi, individu atau kelompok akan membentuk sikap terhadapnya. Mereka mempertimbangkan manfaat, kelebihan, dan kekurangan inovasi tersebut. Faktor sosial seperti pengaruh dari orang yang dekat atau opini publik dapat memengaruhi persepsi mereka pada tahap ini. Sikap yang terbentuk dalam tahap ini akan menentukan apakah individu merasa terdorong untuk mengadopsi inovasi atau menolak.
- 3) Tahap Keputusan (Decision Stage): Pada tahap ini, individu atau kelompok memutuskan apakah akan menerima atau menolak inovasi tersebut. Mereka menimbang keuntungan dan kerugian dengan lebih serius, sering kali berdasarkan uji coba atau penelitian lebih lanjut tentang inovasi itu. Jika mereka merasa inovasi ini bermanfaat, mereka cenderung memutuskan untuk mencoba atau mengadopsinya.
- 4) Tahap Implementasi (Implementation Stage): Dalam tahap ini, individu atau komunitas mulai menerapkan atau menggunakan inovasi tersebut dalam kehidupan mereka. Pada tahap ini, pengalaman langsung dengan inovasi akan memberikan mereka pemahaman lebih dalam tentang manfaat atau hambatan yang mungkin muncul. Kadang-kadang, adaptasi lebih lanjut dari inovasi mungkin diperlukan untuk memenuhi kebutuhan atau preferensi individu yang berbeda.

- 5) Tahap Konfirmasi (Confirmation Stage): Tahap akhir ini melibatkan evaluasi akhir dari keputusan untuk mengadopsi inovasi. Pada tahap ini, individu atau komunitas menilai apakah inovasi tersebut benar-benar memenuhi harapan mereka dan apakah mereka ingin terus menggunakannya. Tahap ini juga mencakup kemungkinan untuk memperkenalkan inovasi tersebut ke komunitas yang lebih luas atau membagikan pengalaman mereka tentang penggunaan inovasi.

Selain tahap adopsi, Rogers juga mengidentifikasi lima kelompok pengadopsi dalam proses difusi inovasi, masing-masing dengan karakteristik yang berbeda yaitu:

- 1) Inovator (Innovators): Kelompok ini adalah orang-orang pertama yang mengadopsi inovasi. Mereka umumnya memiliki sumber daya dan kesediaan untuk mengambil risiko dalam mencoba hal-hal baru. Inovator cenderung berjiwa petualang, memiliki akses pada informasi terbaru, dan berperan penting dalam memperkenalkan inovasi ke masyarakat.
- 2) Pengadopsi Awal (Early Adopters): Mereka adalah orang-orang yang cepat mengadopsi inovasi setelah inovator. Pengadopsi awal ini sering kali merupakan tokoh atau pemimpin opini dalam komunitas yang dipandang berwibawa, sehingga pilihan mereka untuk mengadopsi inovasi dapat memengaruhi keputusan anggota masyarakat lainnya.
- 3) Mayoritas Awal (Early Majority): Kelompok ini lebih berhati-hati dalam mengadopsi inovasi dan hanya akan melakukannya setelah sejumlah besar orang sudah mengadopsinya. Mereka mencari bukti atau pengalaman dari inovator dan pengadopsi awal untuk memastikan bahwa inovasi tersebut layak dicoba.
- 4) Mayoritas Akhir (Late Majority): Kelompok ini cenderung skeptis terhadap inovasi dan hanya akan mengadopsinya setelah mayoritas masyarakat telah melakukannya. Mereka sering kali membutuhkan bukti yang kuat bahwa inovasi ini bermanfaat, serta mungkin dipengaruhi oleh tekanan sosial atau kebutuhan praktis.
- 5) Laggards (Pengadopsi Terlambat): Kelompok terakhir ini adalah individu yang sangat lambat mengadopsi inovasi, sering kali karena mereka merasa nyaman dengan cara lama atau kurang memiliki sumber daya untuk mengakses inovasi. Mereka cenderung konservatif dan membutuhkan waktu lama untuk beradaptasi.

selain itu, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kecepatan difusi inovasi yaitu seperti berikut:

- 1) Keunggulan Relatif (Relative Advantage): Sejauh mana inovasi dianggap lebih baik daripada metode atau produk sebelumnya.
- 2) Keselarasan (Compatibility): Seberapa cocok inovasi ini dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman masyarakat.
- 3) Kerumitan (Complexity): Seberapa mudah atau sulit inovasi tersebut untuk dipahami dan digunakan.

- 4) Kemungkinan Dicoba (Trialability): Kesempatan bagi individu untuk mencoba inovasi sebelum mengadopsinya sepenuhnya.
- 5) Observabilitas (Observability): Sejauh mana hasil inovasi terlihat oleh orang lain.

e. Teori Persepsi Selektif

Teori Persepsi Selektif yang dikemukakan oleh Warner J. Severin pada tahun 2017 menjelaskan bagaimana persepsi manusia terhadap informasi atau situasi dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis seperti keinginan, kebutuhan, sikap, pengalaman, dan motivasi. Teori ini berargumen bahwa manusia tidak memproses semua informasi yang mereka terima secara objektif atau apa adanya, melainkan secara selektif sesuai dengan filter yang terbentuk dari faktor-faktor pribadi tersebut. Persepsi selektif ini membuat seseorang hanya memusatkan perhatian pada informasi yang relevan atau sesuai dengan pandangan, harapan, dan kepercayaannya sendiri, sementara informasi yang bertentangan cenderung diabaikan atau kurang disadari.

Teori persepsi selektif menggarisbawahi beberapa aspek penting tentang bagaimana manusia memproses informasi secara selektif:

- 1) Pengaruh Faktor Psikologis dan Emosi: Persepsi seseorang sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis dan emosionalnya. Misalnya, seseorang yang memiliki kebutuhan kuat terhadap penerimaan sosial mungkin akan lebih memperhatikan dan menyukai informasi yang mendukung status sosialnya, sementara mengabaikan atau meremehkan informasi yang berlawanan. Faktor-faktor seperti ketakutan, kecemasan, atau keinginan juga dapat memengaruhi bagaimana seseorang memahami dan menanggapi suatu informasi.
- 2) Peran Sikap dan Keyakinan Pribadi: Sikap dan keyakinan seseorang terhadap suatu isu atau fenomena tertentu akan menentukan bagaimana informasi tersebut diproses. Seseorang yang memiliki sikap positif terhadap sesuatu akan lebih mungkin mempersepsi informasi yang mendukung pandangannya dengan baik, sedangkan informasi yang bertentangan mungkin akan diabaikan atau dipersepsi secara negatif. Misalnya, seseorang yang percaya bahwa olahraga adalah kunci kesehatan akan lebih memperhatikan dan menerima informasi yang mendukung manfaat olahraga, sementara informasi yang menunjukkan bahaya tertentu mungkin diabaikan atau diremehkan.
- 3) Persepsi Terkait Pengalaman Sebelumnya: Pengalaman masa lalu berperan besar dalam membentuk persepsi selektif. Seseorang yang pernah mengalami suatu kejadian atau situasi tertentu cenderung melihat dunia dengan lensa yang sesuai dengan pengalaman tersebut. Misalnya, seseorang yang pernah dikecewakan dalam hubungan percintaan mungkin akan lebih skeptis terhadap hubungan baru dan lebih memperhatikan tanda-tanda negatif dari pasangannya.

- 4) **Motivasi dan Kepentingan Pribadi:** Motivasi atau kepentingan pribadi mendorong seseorang untuk memusatkan perhatian pada informasi yang dianggap penting bagi tujuan atau keinginan mereka. Persepsi selektif juga membantu seseorang dalam memprioritaskan informasi berdasarkan relevansinya. Misalnya, seseorang yang sedang mencari pekerjaan mungkin akan lebih fokus pada informasi yang berhubungan dengan lowongan pekerjaan atau peningkatan keterampilan, dibandingkan dengan informasi lain yang tidak relevan dengan kebutuhannya.
- 5) **Pola Pemikiran atau Kerangka Acuan (Frame of Reference):** Persepsi selektif bekerja dalam pola tertentu atau kerangka acuan yang terbentuk dari latar belakang budaya, pendidikan, dan nilai-nilai seseorang. Kerangka acuan ini membentuk batasan tentang bagaimana seseorang memandang sesuatu. Sebagai contoh, seseorang yang dibesarkan dalam budaya konservatif mungkin akan memandang liberalisme dengan persepsi negatif, sementara orang yang dibesarkan di lingkungan liberal mungkin justru merasakan kebalikannya.

Persepsi selektif tentu saja mempunyai beberapa tahapan mekanisme, yaitu seperti berikut ini:

- 1) **Perhatian Selektif (Selective Attention):** Pada tahap ini, individu memilih informasi mana yang akan diperhatikan. Informasi yang dianggap menarik atau relevan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang cenderung lebih diperhatikan, sementara informasi yang tidak sesuai dengan harapan atau tidak menarik akan diabaikan.
- 2) **Interpretasi Selektif (Selective Interpretation):** Setelah memperhatikan informasi tertentu, individu akan menginterpretasikan atau memaknainya sesuai dengan pandangan dan keyakinannya. Orang yang memiliki pandangan tertentu mungkin menafsirkan informasi berdasarkan kerangka berpikir yang mendukung pandangannya dan menolak interpretasi yang berbeda. Misalnya, dalam perdebatan politik, seseorang mungkin memaknai pernyataan seorang tokoh sesuai dengan sikap politiknya sendiri.
- 3) **Retensi Selektif (Selective Retention):** Pada tahap ini, individu cenderung mengingat informasi yang relevan dengan sikap dan keyakinannya sendiri dan cenderung melupakan informasi yang bertentangan. Ingatan selektif ini membantu seseorang mempertahankan pandangan atau kepercayaan yang sudah terbentuk. Misalnya, seorang konsumen yang loyal terhadap suatu merek mungkin hanya akan mengingat pengalaman positifnya dengan produk tersebut dan melupakan pengalaman negatif yang mungkin pernah dialaminya.