

**PERSEPSI SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) TERHADAP
PERGURUAN TINGGI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO (STUDI KASUS SMA NEGERI 1 MALANGKE BARAT)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Komunikasi Penyiaran Islam (S.Kom.i)

Oleh:

RAHMAWANSYAH

NIM 09.16.6.0028

**FAKULTAS USULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)PALOPO
2017**

**PERSEPSI SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) TERHADAP
PERGURUAN TINGGI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO (STUDI KASUS SMA NEGERI 1 MALANGKE BARAT)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Komunikasi Penyiaran Islam (S.Kom.i)

Oleh:

RAHMAWANSYAH

NIM 09.16.6.0028

Di bawah bimbingan:

Dr. H. Muhazzab Said, M.Si.

Achmad Sulfikar, S. Sos., M. I. Kom.

**FAKULTAS USULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2017

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

DAFTAR ISI.....	i
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Dan Batasan Masalah.....	5
C. Definisi Operasional Dan Ruang lingkup Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
B. Persepsi.....	11
1. Pengertian Persepsi.....	11
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	13
3. Persepsi Sebagai Inti Komunikasi Interpersonal.....	15
4. Proses Terbentuknya Persepsi.....	19
5. Faktor-faktor Yang Menentukan Persepsi.....	20
6. Sifat Persepsi.....	21
7. Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi.....	23
C. Pengertian Siswa.....	28
D. Teori Pendukung (<i>The Obstinate Audience Theory</i>).....	30
F. Kerangka Pikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
1. Pendekatan Penelitian.....	34
2. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subjek dan Informan Penelitian.....	36
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Wawancara	37
2. Dokumentasi.....	37
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data.....	37
1. Triangulasi Sumber Data.....	38
2. Triangulasi peneliti.....	38
3. Triangulasi Teori.....	39
4. Triangulasi Metode.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40

2.	Bentuk Sosialisasi IAIN Palopo.....	47
3.	Persepsi Siswa.....	49
4.	Alasan Alumni.....	54
B.	Pembahasan	56
1.	Persepsi Siswa SMA Negeri 1 MalBar Terhadap IAIN Palopo.....	56
2.	Persepsi Alumni SMA Negeri 1 Malbar Terhadap IAIN Palopo.....	60
BAB V PENUTUP.....		62
A.	Kesimpulan	62
B.	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	4
Gambar 2.1.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	44
Tabel 4.1.....	45
Tabel 5.1.....	47
Tabel 6.1.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dan pengaruh modernisasi, di era globalisasi yang terus-menerus terjadi di Indonesia menuntut masyarakatnya untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, dan memiliki keterampilan yang membuatnya ikut berkembang dan tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Era globalisasi adalah era kompetisi pada aneka sektor dalam makna yang sesungguhnya. Ini merupakan era persaingan dan keterujian mutu suatu bangsa “berhadapan muka” dengan bangsa lain.¹Pendidikan menjadi hal yang penting untuk menghadapi tantangan lokal, nasional, dan global. Tanpa adanya pendidikan yang bermutu, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan keterampilan generasi penerus bangsa tidak akan dapat bersaing dengan masyarakat di Dunia yang lebih maju seperti saat ini.

Salah satu permasalahan pendidikan yang menjadi prioritas untuk segera dicari pemecahannya adalah masalah kualitas pendidikan, khususnya kualitas pembelajaran. Upaya yang dapat dilakukan berkenaan dengan peningkatan kualitas di sekolah adalah mengembangkan sistem pembelajaran yang berorientasi pada siswa (*children center*) dan memfasilitasi kebutuhan siswa akan kebutuhan belajar yang menantang, aktif, kreatif, inovatif, efektif, dan menyenangkan dengan pengembangan dan penerapan pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi.²

¹Sudarwan, Danim, *Otonomi Manajemen Sekolah*, (Bandung:CV. Alfabeta, 2010), h. 15.

Untuk dapat menghasilkan generasi penerus bangsa yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, memiliki akhlak yang baik pemerintah mengupayakan pemerataan pendidikan di seluruh wilayah Indonesia. Salah satu langkah pemerintah untuk mengembangkan pendidikan di wilayah Indonesia timur khususnya di Kota Palopo yaitudengan meresmikan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN)Palopo yang diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 23 Mei 2015.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo adalah suatu lembaga pendidikan berbentuk Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang satu-satunya berada di tanah Luwu. Salah satu *stakeholders* atau pihak yang dapat menentukan keberhasilan IAIN Palopo adalah siswa(i) Sekolah Menengah Atas (SMA) sebagai calon mahasiswa.

Dalam setiap sekolah, khususnya sekolah unggulan pastinya memiliki siswa(i) yang berkompentensi tinggi dan siap bersaing secara global. Sekolah-sekolah unggulan baik negeri maupun swasta mengelompokan murid yang dilakukan dengan teknik tertentu misalnya teknik yang *Sosiometri*. Teknikini digunakan untuk mengetahui hubungan sosial atau hubungan perteman antara individu-individu.Seseorang yang mempunyai teman banyak, dikatakan mempunyai hubungan sosial yang baik. Sebaliknya jika siswa tidak memiliki teman yang banyak dapat dikatakan tidak memiliki hubungan social yang kurang baik.³

²Rusman et.al, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 7.

Selain itu para guru juga akan berusaha melatih anak-anak didiknya menjadi generasi muda yang mampu bersaing di segala bidang sehingga anak didik mereka mampu bersaing untuk menentukan sikap memilih perguruan tinggi sesuai keinginannya namun tentunya didasari atas persepsi mereka sebelumnya.

Untuk menarik minat para siswa seperti ini, berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta berlomba-lomba melakukan yang terbaik sebagai wujud pencitraan mereka dalam menarik simpati para siswa. Kampus IAIN Palopo misalnya memaksimalkan sosialisasi diberbagai media cetak maupun elektronik dengan tujuan menyampaikan pandangan tentang kampus IAIN Palopo sebagai wujud pencitraan guna membentuk persepsi yang ada dikalangan para siswa tentang IAIN Palopo sehingga para siswa memilih kampus nuansa religius tersebut untuk melanjutkan studi strata satu.

Selain melakukan sosialisasi di media cetak maupun elektronik, kampus IAIN Palopo juga melibatkan Civitas Akademik dan para mahasiswa untuk terjun langsung ke berbagai sekolah yang ada di Luwu Raya. Salah satu sasarannya adalah SMA Negeri 1 Malangke Barat yang berada di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

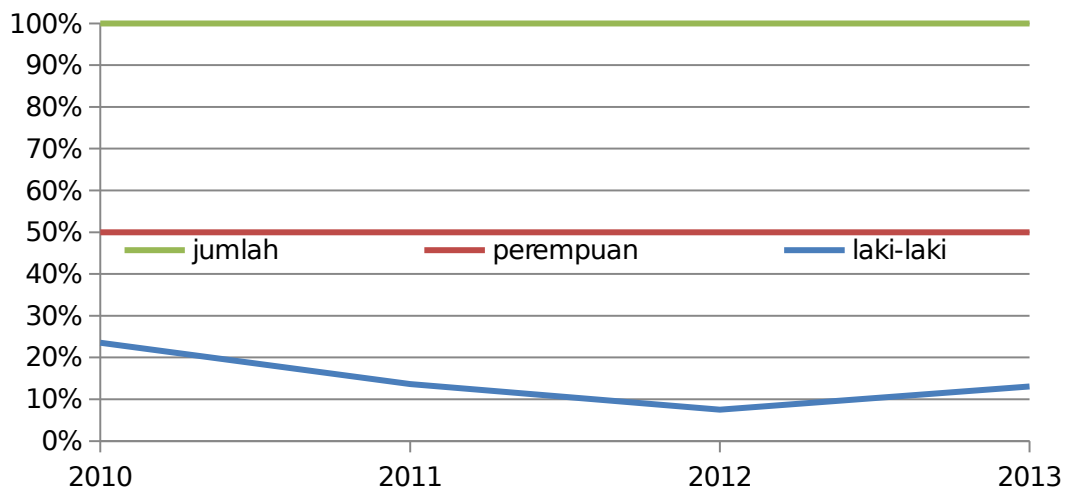
Dalam membentuk persepsi para siswa SMA Negeri 1 Malangke Barat peran komunikasi kampus IAIN Palopo menjadi senjata utama. Berbagai strategi komunikasi telah dilakukan oleh para civitas akademik, mahasiswa dan media yang menjadi partner Kampus IAIN Palopo dalam melakukan sosialisasi namun berdasarkan data penerimaan mahasiswa di kampus IAIN Palopo yang sebelumnya bernama STAIN Palopo sejak tahun 2010 hingga 2014 hanya menerima 71

3 Kartini, Kartono, *Bimbingan Belajar SMA dan Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Rajawali, 1985),h. 74.

mahasiswa(i) dari berbagai sekolah SMAN yang berada di Kecamatan Malangke Barat.⁴Berikut grafik penerimaan mahasiswa di kampus IAIN Palopo.

Gambar1.1

Grafik Penerimaan Mahasiswa asal Malangke Barat dari tahun 2010-2013



Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa data penerimaan mahasiswa asal Malangke barat dari tahun 2010 hingga 2013 yang dimana jumlah perempuan yang mndaftar mencapai 50%, sedangkan laki-laki hanya 22%, dan 28% nya lebih memilih perguruan tinggi lain yang tidak bernuansa islamik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa siswa yang berasal dari Kec. Malangke Barat sangatlah kurang dengan total keseluruhannya hanya berjumlah 71 Orang.

Melihat kondisi seperti itulah sehingga penulis tertarik untuk mengkaji Persepsi siswa SMA Terhadap Perguruan Tinggi IAIN Palopo (Studi Kasus SMA Negeri 1 Malangke Barat).

⁴Mappa, Sub. Bagian Akademik IAIN Palopo, *Data Penerimaan Mahasiswa Asal Kecamatan Malangke Barat Tahun 2010 Sampai 2014*.

B. Rumusan Dan Batasan Masalah

1. Bagaimana bentuk sosialisasi IAIN Palopo dalam melakukan sosialisasi dan menentukan minat calon Mahasiswa di Malangke Barat?
2. Bagaimana Persepsi Siswa SMA Negeri 1 Malangke Barat terhadap IAIN Palopo?
3. Apa alasan alumni SMA Negeri 1 Malangke Barat yang memilih Melanjutkan pendidikan di IAIN Palopo?

C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

Memilih pendekatan tertentu dalam kegiatan penelitian harus didasari bahwa ia memiliki konsekuensi tersendiri sebagai sebuah proses yang harus diikuti secara konsisten dari awal hingga akhir agar memperoleh hasil yang maksimal dan bernilai ilmiah sesuai dengan kapasitas, daya jangkau dan maksud dari pendekatan tersebut.⁵

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang pengertian dalam judul skripsi ini, maka penulis tegaskan beberapa istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini, yakni sebagai berikut:

Persepsi siswa SMA Negeri 1 Malangke Barat adalah tanggapan siswa terhadap IAIN Palopo bagaimana memberikan gambaran tentang pemahamannya yang dia dapatkan langsung dari seseorang ataupun di lingkungan sekitarnya, Sehingga bisa berpresepsi terhadap IAIN Palopo itu sendiri.

⁵Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), h.18.

IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Palopo adalah satu-satunya kampus Agama yang berada di luwu raya, khususnya di kota Palopo yang mana mempunyai berbagai fakultas dan Prodi, diantaranya:

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Prodi:
 - Perbankan Syariah
 - Ekonomi Islam
2. Fakultas Syari'ah dan Hukum Islam
Prodi:
 - Al-Ahwal Al-Syakhsiyah
 - Hukum Tata Negara
3. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD)
Prodi:
 - Ilmu Al-kur'an dan tafsir
 - Sosiologi Agama
 - Komunikasi dan penyiaran Islam
 - Bimbingan dan Konseling Islam
4. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
Prodi:
 - Pendidikan Agama Islam
 - Pendidikan Bahasa Inggris
 - Pendidikan Bahasa Arab
 - Pendidikan Matematika
 - Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)
 - Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA)
 - Manajemen Pendidikan

Menurut Hardjana, IAIN (Institut Agama Islam Negeri) merupakan suatu perguruan tinggi yang terdiri atas sejumlah fakultas yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan atau profesional dalam kelompok disiplin ilmu yang diatur dalam undang-undang dan peraturan pemerintah⁶.

Dari pengertian di atas penulis memberikan definisi operasional dalam penelitian ini Persepsi Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Terhadap Perguruan

⁶Agus M. Hardjana, *Kiat Sukses Studi di Perguruan tinggi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.9.

Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo adalah proses mental yang terjadi pada diri seorang siswa yang berada dan terdaftar pada SMA Negeri 1 Malangke terhadap keberadaan Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi IAIN Palopo.

Adapun ruang lingkup penelitian adalah bagaimana bentuk sosialisasi IAIN Palopo dalam menentukan minat calon Mahasiswa, persepsiswa(i) SMA Negeri 1 Malangke Barat terhadap IAIN Palopo dan apa alasan siswa (i) SMA Negeri 1 Malangke Barat memilih Melanjutkan pendidikan di kampus IAIN Palopo.

D. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan dan tindakan manusia memiliki tujuan tertentu, kegiatan penelitian juga demikian. Dalam kegiatan penelitian, tujuan harus dinyatakan secara tegas, jelas, dan eksplisit. Tujuan penelitian mesti diletakkan dalam keterkaitan logis dengan fokus kajian penelitian dan kesimpulan yang berhasil ditarik setelah kegiatan penelitian selesai.⁷ Adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk sosialisasi IAIN Palopo dalam menentukan minat calon Mahasiswa di Malangke Barat
2. Untuk mengetahui persepsi siswa SMA Negeri 1 Malangke Barat terhadap IAIN Palopo
3. Untuk mengetahui alasan alumni siswa SMA Negeri 1 Malangke Barat yang memilih melanjutkan pendidikan di kampus IAIN Palopo.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

- a. Bagi orang tua

⁷Bungin, Burhan, *opcit.*, h. 43.

Dengan penelitian ini, diharapkan orang tua selektif dalam mendukung pilihan anaknya dalam memilih perguruan tinggi IAIN Palopo.

b. Bagi Masyarakat

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi masyarakat bahwa pendidikan tidak hanya sampai di SMA/SMK/MA, akan tetapi dapat melanjutkan ke Perguruan Tinggi.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi orang tua untuk mengarahkan anaknya dalam memilih pendidikan, terutama dalam menguliahkan anaknya ke Perguruan Tinggi. Dalam hal ini memang sudah seharusnya terfikirkan oleh para orang tua siswa agar pilihanya tidak keliru.

Meningkatnya kompetensi manusia dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak dengan sendirinya disertai peningkatan kebajikan yang ada di hati manusia. Kompetensi yang tidak disertai kebijakan cenderung akan membawa umat manusia ke keadaan yang mengancam kualitas kehidupannya bahkan keberadaannya. Oleh karena itu, adalah suatu hal yang sangat mendesak untuk menegakkan kembali pendidikan karakter bagi masyarakat luas, termasuk pendidikan karakter disekolah.⁸

Dengan begitu, arahan dari orang tua harus jelas pula agar anaknya mengerti apa maksud dari perkataan orang tuanya agar bisa menentukan pilihannya dengan penuh pertimbangan dalam memilih langkah untuk melanjutkan sekolahnya ke perguruan tinggi, terutama dengan memilih kampus Perguruan Tinggi Agama Islam

⁸Tim Pakar Yayasan Jati Diri Bangsa, *pendidikan karakter di sekolah*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), h.21.

Negeri (PTAIN) dalam hal ini khususnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dari hasil penelitian sebelumnya, ada peneliti yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan judul saat ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Irwan dengan judul “*Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah Pada Pelaksanaan Khutbah Di Desa Arusu Kec. Malangke Barat*”.¹ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara mengumpulkan data-data dan mengangkat fakta, keadaan dan fenomena serta masalah yang ada di lapangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kamal dengan judul “*Persepsi Masyarakat Kelurahan Balandai Kota Palopo Terhadap Dakwah Melalui Media Televisi*”.² Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner penelitian sebagai alat penjangking data.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rusdin Arruan Papi dengan judul “*Persepsi Siswa Terhadap Mediasi Wali Kelas Dalam Pemecahan Masalah Di Madrasah Aliyah Negeri Makale Tana Toraja*”.³ Dalam penelitiannya, yang

¹Irwan, *Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah Pada Pelaksanaan Khutbah Di Desa Arusu Kec. Malangke Barat*, (Skripsi STAIN Palopo, 2013).

²Kamal, *Persepsi Masyarakat Kelurahan Balandai Kota Palopo Terhadap Dakwah Melalui Media Televisi*, (Skripsi STAIN Palopo, 2013).

³Rusdin Arruan Papi, *Persepsi Siswa Terhadap Mediasi Wali Kelas Dalam Pemecahan Masalah Di Madrasah Aliyah Negeri Makale Tana Toraja*, (Skripsi STAIN Palopo, 2014).

digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan tentang orang-orang maupun perilaku yang diamati.

Dengan melihat ketiga penelitian terdahulu yang dijelaskan di atas dan penelitian yang dilakukan saat ini, maka dapat disimpulkan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini memiliki persamaan yang mengkaji tentang persepsi narasumber sebagai sampel penelitian untuk memberikan penilaian terhadap objek yang diteliti saat ini.

Dari ketiga penelitian yang diuraikan di atas dan penelitian yang dilakukan saat ini memiliki perbedaan, salah satunya adalah jarak waktu antara peneliti lokasi dan objek penelitian juga menjadi pembeda yang sangat menonjol. Demikian juga dengan metode penelitian yang digunakan memiliki perbedaan antara kualitatif dan kuantitatif, akan tetapi data yang dikumpulkan dari hasil ketiga penelitian di atas mempunyai kesamaan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan tentang orang-orang maupun perilaku yang diamati.

Demikian riset sebelumnya yang peneliti sempat temukan dan paparkan dalam penelitian ini. Tentunya kajian sebelumnya sangat berarti bagi penulis karena menjadi sumbangan pemikiran pada penelitian yang dilakukan saat ini.

B. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Dalam buku psikologi komunikasi, Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan

informasi dan menafsirkan pesan.⁴ Dalam memandang suatu permasalahan setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Persepsi seseorang berkaitan dengan pengalaman, kemampuan maupun daya persepsi yang diterimanya. Persepsi merupakan bagian dari konsep diri manusia. Persepsi tidak akan lepas dari peristiwa, objek dan lingkungan sekitarnya. Melalui persepsi manusia memandang dunianya. Persepsi seringkali dinamakan dengan pendapat, sikap dan penilaian.⁵

Dalam kamus filsafat disebutkan bahwa “Persepsi berasal dari bahasa Latin *percipio* yang berarti perolehan pengetahuan melalui panca indera maupun dengan pikiran”.⁶ Sedangkan Menurut kamus ilmiah populer, persepsi adalah pengamatan penyusunan dorongan-dorongan dalam kesatuan atau hal mengetahui dan daya memahami yang diperoleh melalui indera.⁷ Persepsi juga merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera.⁸ Sarlito Wirawan Sarwono juga mengemukakan definisi persepsi sebagai berikut: “persepsi adalah kemampuan untuk

⁴Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Cet. 1-28; Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 50.

⁵Devi, Setiawati, *Skripsi Persepsi Remaja Mengenai Pendidikan Seks (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelajar Sma Negeri 4 Magelang)*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010),h. 21.

⁶ Loren Bagus, *kamus filsafat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 817.

⁷ Puis A. Partanto, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: penerbit Arloka, 1994), h. 591.

⁸Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 87.

mengorganisasikan pengamatan.”⁹ Jadi persepsi dapat diartikan sebagai kemampuan dalam memperoleh pengetahuan melalui panca indera maupun dengan pikiran.

Menurut Slameto, persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Melalui persepsi, manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya, Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa dan pencium.¹⁰ Nina juga mengemukakan bahwa “persepsi adalah pemaknaan/arti terhadap informasi (energi/stimulus) yang masuk kedalam kognisi manusia”.¹¹

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa Persepsi merupakan hasil pengamatan seseorang terhadap sesuatu hal yang ada di lingkungan sekitar melalui panca indera dan diperoleh dengan cara meringkas informasi dari seseorang dan menafsirkan informasi tersebut, sehingga dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya atau positif negatifnya informasi tersebut. Jadi persepsi pada dasarnya menyangkut hubungan antara seseorang dengan lingkungannya melalui panca indera. Setelah seseorang menginderakan objek di lingkungannya, maka kemudian memproses hasil penginderaan itu, sehingga timbullah makna tentang objek itu.

⁹Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1989), h. 44.

¹⁰Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 102.

¹¹Syam , nina, *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, (Cet. Pertama; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 3

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Atensi (perhatian) Proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi ketika kita memusatkan perhatian kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar.

Faktor Eksternal Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor situasional personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (*attention getter*) dan sifat-sifat yang menonjol, seperti : Gerakan secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.

Faktor Internal Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita melihat apa yang ingin kita lihat, dan mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan ini timbul dari faktor-faktor yang ada dalam diri kita. Contoh-contoh faktor yang memengaruhi perhatian kita adalah :Faktor-faktor Biologis (rasa lapar) Faktor-faktor Sosiopsikologis (hal-hal yang diperhatikan).

Menurut Alex Sobur, mengatakan bahwa fakto-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang antara lain:¹²

- a. Faktor fungsional yaitu factor yang menghasilkan dari kebutuhan, kegembiraan (suasana hati), pelayanan, dan pengalaman masa lalu seorang individu.
- b. Factor-faktor situasional yaitu factor yang berkaitan bahasa nonverbal, petunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk para linguistic.

¹² Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), h. 460

c. Faktor personal yaitu factor yang terdiri atas pengalaman, motivasi kepribadian.

Faktor struktural semata-mata berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system saraf individu. Para psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer, dan Koffka, merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat structural. Prinsip-prinsip ini kemudian terkenal dengan nama teori Gestalt. Menurut teori Gestalt, mempersepsi sesuatu, kita mempersepsikannya sebagai suatu keseluruhan.

Dengan kata lain, kita tidak melihat bagian-bagiannya. Jika kita ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah, kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

3. Persepsi Sebagai Inti Komunikasi Interpersonal

Komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu “communicare” artinya memberitahukan atau menjadi milik bersama. Komunikasi merupakan suatu proses pemindahan dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung makna menyebarkan informasi, pesan, berita, pengetahuan, dan norma/nilai-nilai dengan tujuan untuk mengunggah partisipasi, agar yang diberitahukan tersebut menjadi milik bersama (sama makna) antara komunikator dan komunikan.¹³

Menurut Carl I. Hovland dalam kutipan Effendy, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.¹⁴

¹³Rusman, et.all. *opcit.*,h.80-81.

Persepsi dikatakan inti komunikasi karena persepsi sangat mempengaruhi proses komunikasi yang dilakukan baik komunikasi interpersonal maupun komunikasi intrapersonal. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Misal berfikir, menulis, merenung, menggambar dan sebagainya. Sedangkan komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain atau kelompok, misal mengobrol lewat telepon, korespondensi dll.

Seiring dengan perkembangan zaman, dengan melihat kehidupan kita disetiap harinya berkomunikasi juga dibutuhkan dalam membantu komunikasi politik dalam sosialisasi isi komunikasi interpersonal, yaitu keluarga dan lingkungan yang terdiri dari teman dekat dan akrab dikenal sebagai sebaya.¹⁵

Komunikasi pada hakikatnya adalah suatu proses sosial, yaitu sesuatu yang berlangsung atau berjalan antar manusia. Istilah proses merupakan perubahan atau serangkaian tindakan dan peristiwa selama beberapa waktu menuju suatu hasil tertentu.¹⁶

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat dan berpengaruh terhadap pola komunikasi di masyarakat. Pemanfaatan teknologi komunikasi untuk kegiatan

¹⁴Effendy, Uchjana Onang, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Persadakarya, 2001),h. 10.

¹⁵Dan, Nimmo, *Komunikasi Politik*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2001), h. 110.

¹⁶Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi*, (Bandung : CV. Armico,1994).h. 13.

pendidikan, teknologi pendidikan serta media pendidikan perlu dalam rangka kegiatan belajar mengajar. Kerena dengan pendekatan ilmiah, sitematis dan rasional, sebagaimana dituntut oleh teknologi pendidikan ini pulalah, tujuan pendidikan yang efektif dan efisien akan tercapai.¹⁷

Dengan melihat rumus Berelson dalam jenis komunikasi yang mengacu pada saluran komunikasi (interpersonal, organisasi, atau massa) maupun pada isi komunikasi. Mengenai saluran, riset yang diselenggarakan setelah Perang Dunia II menerangkan bahwa semakin personal media itu, semakin efektif dalam mengubah opini, karena orang percaya kepada informan personal.¹⁸

Persepsi atau cara pandang kita terhadap sesuatu akan menentukan jenis dan kualitas komunikasi yang kita lakukan. Misal kita berhadapan dengan seseorang yang kita persepsikan baik, maka komunikasi yang kita lakukan dengannya pun akan baik pula, begitu juga sebaliknya.

Menurut Yusufhadi Miarso mengemukakan bahwa Teknologi komunikasi pendidikan adalah suatu spesifikasi dalam bidang teknologi pendidikan, yaitu yang lebih banyak merupakan prinsip dan konsep ilmu komunikasi, serta lebih memperhatikan penggunaan sumber belajar berupa media komunikasi massa dan elektronis.¹⁹

¹⁷Sudarwan, Danim, *Media Komunikasi Pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara,2008) , h.2.

¹⁸Dan, Nimmo, *opcit.*, h. 147.

¹⁹Sudarwan, Danim, *opcit.*, h.8.

Komunikasi umumnya terjadi secara dua arah. Model komunikasi yang lebih kompleks memperhatikan hal ini dengan menambahkan satu unsur yang disebut umpan balik (feed-back). Umpan balik adalah informasi yang dikembalikan ke sumber oleh penerima yang menunjukkan bagaimana bagaimana responnya terhadap pesan yang diterimanya.²⁰

Teknologi komunikasi untuk tujuan pendidikan hendaknya tidak dipandang sebagai gejala negatif. Di kalangan masyarakat sering timbul adanya kecurigaan, bahkan ada yang berpendapat bahwa teknologi komunikasi merupakan penyebab merosotnya kebudayaan dan kepribadian bangsa. Hal ini menuntut tinjauan tertentu, sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan anak didik.²¹

Definisi cantik menurut orang yang satu dengan yang lain pasti mempunyai jawaban yang berbeda-beda, mungkin ada yang menjawab cantik itu gendut, ramping atau bahkan kurus kering. Hal itu dikarenakan persepsi setiap orang atau kelompok dalam memandang suatu hal berbeda-beda yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman, psikologi dan kondisi faktual yang saat itu kita tangkap. Kecantikan menurut orang dayak adalah seseorang yang memakai banyak anting sampai daun telinganya menjuntai ke bawah.

Menurut penduduk fiji, kecantikan dilihat dari kemampuan reproduksi yakni tubuh yang subur dan keturunan yang banyak. Berbeda dengan masyarakat modern

²⁰Yusufha, di Miarso, *Teknologi Komunikasi Pendidikan*, (Jakarta, PT. Rajawali, 1986), h.13.

²¹Sudarwan, Danim, *opcit.* h.9.

kota, kecantikan diartikan sebagai seorang wanita yang bertubuh ramping, putih, dan berambut lurus. Sesuatu diinterpretasikan berbeda-beda oleh setiap orang dan kelompok tergantung latar belakangnya masing-masing.

4. Proses Terbentuknya Persepsi

Perceptual process atau proses persepsi meliputi 3 (tiga) tahap yaitu :²²

a. Sensasi (asensi)

Sensasi adalah proses pengiriman pesan ke otak melalui panca indera yaitu mata, hidung, telinga, lidah, kulit. Panca indera adalah reseptor yang menghubungkan otak kita dengan lingkungan sekitar. Informasi yang kita tangkap dari proses melihat, mencium, mendengar, merasakan, dan meraba tersebut kita proses kembali untuk dapat menghasilkan persepsi terhadap sesuatu. Misal melihat pantai, mencium parfum, bersalaman, mencicipi masakan. Setelah informasi itu kita tangkap dan kita rekam dalam otak kita masuk dalam terhadap atensi

b. Atensi

Atensi adalah suatu tahap dimana kita memperhatikan informasi yang telah ada sebelum kita menginterpretasikannya. Sebenarnya banyak sekali hal yang tertangkap oleh panca indera, namun tidak semua kita perhatikan. Misal kita mengobrol lewat telepon, informasi yang kita perhatikan hanyalah suara lawan bicara meskipun saat itu kita juga sedang membaca koran atau makan bakwan, ketika melihat sekumpulan orang berpakaian hitam, dan ada satu orang berpakaian putih,

²² Hestina Putri Lestari, *Persepsi Sebagai Inti Komunikasi Interpersonal*, <http://puputristestari.blogspot.com>, diakses 13 Agustus 2015

tentunya kita lebih memperhatikan yang berbaju putih, hal ini terjadi karena kitanya akan memperhatikan apa yang kita anggap paling bermakna bagi kita, paling berbeda dan paling menarik perhatian.

c. Interpretasi

Tahap interpretasi adalah tahap terakhir. Jika persepsi dikatakan sebagai inti komunikasi, maka interpretasi adalah inti dari persepsi. Interpretasi adalah proses penafsiran informasi atau pemberian makna dari informasi yang telah kita tangkap dan kita perhatikan. Ketika mata kita melihat matahari terbenam di pantai kemudian kita perhatikan, maka secara tidak langsung kita akan menginterpretasikan pantai tersebut. Apakah menurut kita indah, biasa saja atau bahkan jelek. Pendapat atau persepsi yang dihasilkan tentunya akan beragam tergantung latar belakang kita masing-masing.

Sensasi, atensi dan interpretasi adalah tahapan-tahapan yang dilalui untuk menghasilkan persepsi, semakin sama persepsi setiap orang, maka semakin efektif komunikasi yang dilakukan. Persepsi setiap orang akan sama jika mereka berasal dari latar belakang yang sama. Misal sama-sama orang desa, sama-sama orang jaqwa dan sama-sama orang gila. Persepsi-persepsi yang ada pada diri kita akan mempengaruhi proses komunikasi yang kita lakukan, karena itu berfikirlah positif dan obyektif dalam memandang sesuatu.

5. Faktor-faktor yang Menentukan Persepsi:²³

a. Faktor fungsional

²³Rahmat, Jalaluddin, *opcit.*, 54-59

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai factor-faktor personal. Faktor fungsional berasal dari kondisi dari individu tersebut sendiri pada saat menerima dan menafsirkan stimuli yang berasal dari lingkungan sekitar tempat idividu tersebut berada. Contohnya apa bila terdapat orang yang lapar dan orang yang haus duduk bersama di sebuah restoran, yang pertama akan melihat makanan dan yang kedua akan melihan minuman apa yang tersedia. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan biologis yang menyebabkan persepsi yang berbeda. Faktpr-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Mula-mula konsep ini berasal dari penelitian psikofisik yang berkaitan dengan persepsi objek. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujuk mempengaruhi bagaimana orang member makna pada pesan yang diterimanya.

b. Faktor struktural

Faktor-faktor structural berasal dari semata-mata sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang di timbulkannya pada system saraf individu, menurut teori gestalt, bila kita mempresepsi sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, karena manusia selalu memandang stimuli dalam konteksnya, dalam strukturnya, maka ia pun akan mencoba mencari struktur pada rangkaian stimuli. Sruktur ini diperoleh dengan jalan mengelompokkan berdasarkan kedekatan dan persamaan.

6. Sifat Persepsi

Beberapa hal yang patut kita pelajari menyangkut persoalan dalam persepsi ini, Mulyana mengungkapkan hal-hal berikut:²⁴

a. Persepsi berdasarkan pada pengalaman.

Dikemukakan bahwa pola-pola perilaku seseorang itu berdasarkan persepsi mengenai realitas sosial yang telah dipelajarinya (pada masa lalu). Artinya, persepsi kita terhadap seseorang, objek, atau kejadian, dan reaksi kita terhadap hal-hal itu amat tergantung pada pengalaman masa lalu berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa. Seperti halnya cara kita bekerja, menilai pekerjaan yang baik bagi kita, cara kita makan, cara kita menilai kecantikan; semua ini amat tergantung pada apa yang telah diajarkan budaya kita mengenai hal-hal tersebut.

b. Persepsi bersifat selektif.

Pada dasarnya melalui indera kita, setiap saat diri kita ini dirangsang dengan berjuta rangsangan. Jika kita harus memberikan tafsiran atas semua rangsangan itu, maka kita ini bisa menjadi gila. Karena itu, kita dituntut untuk mengatasi kerumitan tersebut dengan memperhatikan hal-hal yang menarik bagi kita. Atensi kita pada dasarnya merupakan faktor utama dalam menentukan seleksi atas rangsangan yang masuk ke dalam diri kita.

c. Persepsi bersifat dugaan.

Karena pada dasarnya data yang kita peroleh melalui penginderaan tidak pernah lengkap, makasering kita melakukan dugaan atau langsung melakukan

²⁴Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung:PT. Remaja Rosda Karya, 2000), h.176-196.

penyimpulan. Coba perhatikan gambar apa yang bisa dibuat dengan ketiga titik dan keempat titik berikut ini.

d. Persepsi bersifat evaluatif.

Tidak sedikit orang beranggapan bahwa apa yang mereka persepsikan sebagai sesuatu yang nyata. Artinya, perasaan seseorang sering mempengaruhi persepsinya, padahal hal tersebut bukanlah sesuatu yang objektif. Kita melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingan subjektif kita sendiri. Karena itu persepsi bersifat evaluatif; merupakan proses kognitif yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan dengan memaknai objek persepsi itu sendiri.

e. Persepsi bersifat kontekstual.

Dari setiap peristiwa komunikasi, seseorang selalu dituntut untuk mengorganisasikan rangsangan menjadi suatu persepsi. Konteks nampaknya berpengaruh kuat atas persepsi yang terbentuk dalam diri seseorang.

Meskipun sesungguhnya banyak informasi yang kita perlukan untuk melakukan persepsi terhadap orang lain, namun paling tidak ada tiga jenis informasi terpenting yang perlu kita ketahui, yaitu tujuan orang tersebut, kondisi internalnya (psikologis), dan kesamaan antara kita dengan orang tersebut. Mempersepsi tujuan orang lain memiliki beberapa arti bagi kita dalam berkomunikasi. Adalah hal yang tidak mungkin bagi kita untuk secara nyata mengamati kondisi internal orang lain. Namun melalui pengamatan terhadap perilakunya, kita dapat menyimpulkan bagaimana sikap, keyakinan dan nilai orang tersebut.

Ada anggapan bahwa elemen non-verbal dari perilaku merupakan refleksi yang paling akurat dari perasaan atau kondisi internal seseorang. Sementara itu, adanya kesamaan antara kita dengan orang yang kita ajak berkomunikasi akan mendorong rasa saling menyukai. Keadaan semacam ini akan membantu kita untuk merasa lebih nyaman dalam melanjutkan komunikasi.²⁵

7. Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi

Persepsi kita sering tidak cermat. Salah satu penyebabnya adalah asumsi atau pengharapan kita. Beberapa bentuk kekeliruan dan kegagalan persepsi adalah sebagai berikut:

a. Kesalahan Atribusi

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain. Dalam usaha mengetahui orang lain, kita menggunakan beberapa sumber informasi. Misalnya, kita mengamati penampilan fisik seseorang, karena faktor seperti usia, gaya pakaian, dan daya tarik dapat memberikan isyarat mengenai sifat-sifat utama mereka.

Kesalahan atribusi bisa terjadi ketika kita salah menaksir makna pesan atau maksud perilaku si pembicara. atribusi kita juga keliru bila kita menyangka bahwa perilaku seseorang disebabkan oleh faktor internal, padahal justru faktor eksternal-lah yang menyebabkannya, atau sebaliknya kita menduga faktor eksternal yang menggerakkan seseorang, padahal faktor internal-lah yang membangkitkan perilakunya.

²⁵ Hestina Putri Lestari, *Persepsi Sebagai Inti Komunikasi Interpersonal*, <http://puputristestari.blogspot.com>, diakses 13 Agustus 2015

Salah satu sumber kesalahan atribusi lainnya adalah pesan yang dipersepsi tidak utuh atau tidak lengkap, sehingga kita berusaha menafsirkan pesan tersebut dengan menafsirkan sendiri kekurangannya, atau mengisi kesenjangan dan mempersepsi rangsangan atau pola yang tidak lengkap itu sebagai lengkap.²⁶

b. Efek Halo

Kesalahan persepsi yang disebut efek halo (*halo effects*) merujuk pada fakta bahwa begitu kita membentuk suatu kesan menyeluruh mengenai seseorang yang menyeluruh ini cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita akan sifat-sifatnya yang spesifik. Efek halo ini memang lazim dan berpengaruh kuat sekali pada diri kita dalam menilai orang-orang yang bersangkutan. Bila kita sangat terkesan oleh seseorang, karena kepemimpinannya atau keahliannya dalam suatu bidang, kita cenderung memperluas kesan awal kita. Bila ia baik dalam satu hal, maka seolah-olah ia pun baik dalam hal lainnya.

Kesan menyeluruh itu sering kita peroleh dari kesan pertama, yang biasanya berpengaruh kuat dan sulit digoyahkan. Para pakar menyebut hal itu sebagai “hukum keprimaan” (*law of primacy*). Celakanya, kesan awal kita yang positif atas penampilan fisik seseorang sering mempengaruhi persepsi kita akan prospek hidupnya. Misalnya, orang yang berpenampilan lebih menarik dianggap berpeluang lebih besar dalam hidupnya (karir, perkawinan, dan sebagainya).²⁷

²⁶Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 230-232.

²⁷Mulyana, Deddy, *Ibid.*, h. 234-236.

c. Stereotip

Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan (*stereotyping*), yakni menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok. Dengan kata lain, penstereotipan adalah proses menempatkan orang-orang dan objek-objek ke dalam kategori-kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek-objek berdasarkan kategori-kategori yang dianggap sesuai, alih-alih berdasarkan karakteristik individual mereka.

Ada beberapa contoh stereotip, diantaranya sebagai berikut:²⁸

1. Laki-laki berpikir logis
2. Wanita bersikap emosional
3. Orang berkulit hitam pencuri
4. Orang Meksiko pemalas
5. Orang Yahudi cerdas
6. Orang Prancis penggemar wanita, anggur, dan makanan enak, dll.

Pada umumnya, stereotip bersifat negatif. Stereotip ini tidaklah berbahaya sejauh kita simpan dalam kepala kita. Akan tetapi bahayanya sangat nyata bila stereotip ini diaktifkan dalam hubungan manusia. Apa yang anda persepsi sangat dipengaruhi oleh apa yang anda harapkan. Ketika anda mengharapkan orang lain berperilaku tertentu, anda mungkin mengkomunikasikan pengharapan anda kepada mereka dengan cara-cara yang sangat halus, sehingga meningkatkan kemungkinan bahwa mereka akan berperilaku sesuai dengan yang anda harapkan.²⁹

²⁸ Mulyana, Deddy, *Ibid.*, h. 237-240.

²⁹ Mulyana Deddy, *Ibid.*, h. 237-240.

d. Prasangka

Sikap seseorang terhadap sesuatu secara umum selalu terdapat dua alternatif like and dislike, atau pun simpati dan tidak simpati. Dalam sikap negatif (dislike juga tidak simpati) termasuk prasangka yang akan melahirkan curiga dan menentang komunikasi. Dalam prasangka emosi memaksa seseorang untuk menarik kesimpulan atas dasar stereotif (tanpa menggunakan pikiran rasional). Emosi sering membutakan pikiran dan pandangan terhadap fakta yang nyata, tidak akan berpikir secara objektif dan segala yang dilihat selalu akan dinilai negatif.

Meskipun kita cenderung menganggap prasangka berdasarkan suatu dekotomi, yakni berprasangka atau tidak berprasangka, lebih bermanfaat untuk menganggap prasangka ini sebagai bervariasi dalam suatu rentang dari tingkat rendah hingga tingkat tinggi. Sebagaimana stereotip, prasangka ini alamiah dan tidak terhindarkan. Penggunaan prasangka memungkinkan kita merespon lingkungan secara umum, sehingga terlalu menyederhanakan masalah.³⁰

e. Gegar Budaya

Menurut Kalvero Oberg, gegar budaya ditimbulkan oleh kecemasan karena hilangnya tanda-tanda yang sudah dikenal dan simbol-simbol hubungan sosial. Lundstedt mengatakan bahwa gegar budaya adalah suatu bentuk ketidakmampuan menyesuaikan diri (*personality mal-adjustment*) yang merupakan suatu reaksi terhadap upaya sementara yang gagal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dan orang-orang baru. Sedangkan menurut P. Harris dan R. Moran, gegar budaya

³⁰Mulyana Deddy, *Ibid.*, h. 243-245

adalah suatu trauma umum yang dialami seseorang dalam suatu budaya yang baru dan berbeda karena harus belajar dan mengatasi begitu banyak nilai budaya dan pengharapan baru, sementara nilai budaya dan pengharapan budaya lama tidak lagi sesuai.

Kita tidak langsung mengalami gegar budaya ketika kita memasuki lingkungan budaya yang baru. Fenomena itu dapat digambarkan dalam beberapa tahap. Peter S. Adler mengemukakan lima tahap dalam pengalaman transisional ini, yaitu:

1. Tahap kontak. Ditandai dengan kesenangan, keheranan, dan kekagetan, karena kita melihat hal-hal yang eksotik, unik, dan luar biasa.
2. Tahap disintegrasi. Terjadi ketika perilaku, nilai, dan sikap yang berbeda mengganggu realitas perseptual kita.
3. Tahap reintegrasi. Ditandai dengan penolakan atas budaya, kita menolak kemiripan dan perbedaan budaya melalui penstereotipan, generalisasi, evaluasi, perilaku, dan sikap yang serba menilai.
4. Tahap otonomi. Ditandai dengan kepekaan budaya dan keluwesan pribadi yang meningkat, pemahaman atas budaya baru, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan budaya baru kita.
5. Tahap independensi. Ditandai dengan kita mulai menghargai kemiripan dan perbedaan budaya, bahkan menikmatinya.

Gegar budaya ini dalam berbagai bentuknya adalah fenomena yang alamiah saja. Intensitasnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang pada dasarnya terbagi dua, yaitu: faktor internal (ciri-ciri kepribadian orang yang bersangkutan), dan faktor eksternal (kerumitan budaya atau lingkungan budaya baru yang dimasuki). Tidak ada

kepastian kapan gear budaya ini akan muncul dihitung sejak kita memasuki suatu budaya lain.³¹

C. Pengertian Siswa

Siswa merupakan sinonim dari peserta didik, peserta belajar, siswa, murid, ataupun warga belajar. Dalam perkuliahan pertumbuhan dan perkembangan peserta didik, yang menjadi peserta didiknya adalah mahasiswa. Namun secara umum peserta didik berlaku untuk seluruh rentangan usia yang sudah dapat mengikuti pendidikan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, dan lansia.³² Jadi Siswa adalah peserta didik dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya melalui proses pendidikan sehingga berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

Menurut tokoh Abu Ahmadi yang juga menuliskan pengertian peserta didik atau siswa adalah orang yang belum mencapai dewasa, yang membutuhkan usaha, bantuan bimbingan dari orang lain yang telah dewasa guna melaksanakan tugas sebagai salah satu makhluk tuhan, sebagai umat manusia, sebagai warga negara yang baik, dan sebagai salah satu masyarakat serta sebagai suatu pribadi atau individu.

Penjelasan dari para ahli dan juga telah diperkuat dengan salah satu peraturan perundang undangan mengenai pemahaman atas pengertian siswa atau peserta didik maka ini penting sekali untuk dilakukan dalam proses pengembangan potensi diri dan juga lebih mengenali potensi diri mereka sendiri.

³¹Mulyana Deddy, *Ibid.*, h. 247-251

³²Husdarta dan Kusmaedi, Nurlan, *Pertumbuhan dan Perkembangan Peserta Didik*, (Cet. Kedua; Bandung: Alfabeta, 2012), h. 3-4.

Dalam kutipan undang-undang dan peraturan pemerintah RI tentang pendidikan nasional, sebagaimana yang terkandung dalam UU RI No. 20 tahun 2003 pasal 1 ayat 4 Mengenai sistem pendidikan nasional, dimana peserta didik atau siswa adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan diri mereka melalui proses pendidikan pada jalur dan jenjang dan jenis pendidikan tertentu.³³

D. Teori Pendukung (*The Obstinate Audience Theory*)

Teori ini dilandasi pemahaman psikologi bahwa dalam diri individu, ada kemampuan untuk menyeleksi siapa saja yang berasal dari luar dan tidak direspons begitu saja. Teori kepala batu mengkritik teori jarum suntik atau teori peluru dengan alasan jika suatu informasi ditembakkan dari media, mengapa khalayak tidak berusaha berlindung untuk menghindari tembakan informasi itu. Masyarakat atau khalayak memiliki hak untuk memilih informasi yang mereka perlukan dan informasi yang mereka tidak perlukan. Kemampuan untuk menyeleksi informasi terdapat pada khalayak menurut perbedaan individu, persepsi, dan latar belakang social budaya.³⁴

Dalam Teori Kategorisasi, McGuire mengemukakan bahwa memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengelompokkan pengalamannya dalam kategorisasi yang sudah dipersiapkan. Untuk setiap peristiwa sudah disediakan tempat dalam para konsepsi yang dimilikinya. Menurut teori ini, orang memperoleh kepuasan apabila sanggup memasukkan pengalaman dalam kategori-kategori yang

³³Republik Indonesia, “Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003”, *Undang-undang dan Peraturan Pemerintah RI tentang Sistem Pendidikan Nasional*, Bab 1, Pasal 1.

³⁴Deviapriyanti, *Teori teori dalam Komunikasi*, <http://deviapriyanti158.blogspot.com>. Diakses 8 agustus 2015

sudah dimilikinya, dan menjadi kecewa bila pengalaman itu tidak cocok dengan prakonsepsinya.³⁵

Teori Kepala Batu (*The Obstinate Audience Theory*) menurut Schramm & Robert dan Raymond Bauer, mengemukakan bahwa dengan gugurnya asumsi khalayak tidak berdaya atau khalayak pasif dan media perkasa seperti teori jarum hipodermik, berkembanglah sebuah asumsi baru, bahwa khalayak justru aktif dan sangat berdaya dan sama sekali tidak pasif, khalayak memiliki daya tangkal dan daya serap terhadap semua rangsangan yang menyentuhnya. Dalam hal itu para pakar termasuk Wilbur Schramm dan Roberts mengokersi teorinya dan mengakui adanya teori baru yang dikenal dengan nama “teori khalayak kepala batu” (*the obstinate audience theory*). Teori ini merupakan bentuk penjabaran dari perspektif atau paradigma psikologis dalam komunikasi yang telah dipaparkan di muka.³⁶

Teori ini dikembangkan oleh pakar psikologi Raymond Bauer sebagai bentuk krikitik terhadap teori jarum hipodermik yang mengatakan bahwasanya khalayak tidak berdaya sedangkan media perkasa. Hal ini kemudian di bantah oleh Bauer dia mengatakan bahwwa khalayak justru sangat berdaya dan sama sekali tidak pasif dalam proses komunikasi politik. Bahkan, khalayak memiliki daya tangkap dan daya serap terhadap semua rangsangan yang menyentuhnya. Khalayak hanya bersedia mengikuti pesan bila pesan tersebut memberikan keuntungan atau memenuhi

³⁵Rahmat, Jalaluddin, opcit., h. 208

³⁶Rika Hanifa, *Konteks Komunikasi Politik*, <http://rikahanifafikomug.blogspot.com>, diakses 8 agustus 2015

kepentingan dan kebutuhan khalayak. Bauer mengakui bahwa media massa memang mempunyai pengaruh namun, khalayak sebagai individu mampu menyaring pengaruh tersebut untuk kemudian disaring, diseleksi untuk kemudian diterima atau ditolak oleh filter konseptual atau factor-faktor pribadi yang mempengaruhi reaksi mereka.³⁷

E. Kerangka Pikir

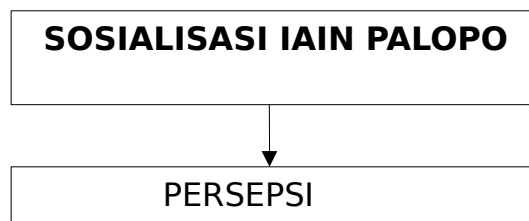
Peserta didik atau siswa merupakan sebutan untuk anak didik pada jenjang pendidikan dasar dan juga menengah. Siswa merupakan satu-satunya subjek yang menerima apa saja yang diberikan oleh guru saat kegiatan belajar mengajar berlangsung. Siswa digambarkan sebagai sosok yang membutuhkan bantuan orang lain untuk memperoleh ilmu pengetahuan. Selain memperoleh ilmu pengetahuan siswa juga mengalami perkembangan serta pertumbuhan dari kegiatan pendidikan tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa siswa merupakan salah satu anggota masyarakat yang memiliki potensi serta usaha untuk mengembangkan dirinya.

Pada dasarnya setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda tergantung rangsangan yang diterima dari lingkungan masing-masing. Pada setiap diri seseorang itu berbeda-beda perbedaan itulah yang menyebabkan perbedaan persepsi.

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji dan berupaya menyajikan hasil penelitian yang membahas tentang Persepsi siswa SMA Terhadap Perguruan Tinggi IAIN Palopo (Studi Kasus SMA Negeri Malangke Barat) untuk lebih jelas dapat dilihat dalam gambar kerangka berikut ini.

³⁷Landasan Teori, *Teori Khalayak Kepala Batu (The Obstinate Audience Theory)*
<http://digilib.uinsby.ac.id>, diakses 8 agustus 2015

Gambar 2.1



[

]

|

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diuraikan di bab-bab sebelumnya, maka sebagai kesimpulan dalam penelitian ini di uraikan sebagai berikut.

1. Sebagai siswa Smansa Malbar, meskipun banyak yang tidak tahu tentang IAIN Palopo karena kurangnya sosialisasi dan informasi yang didapat, akan tetapi tidak menutup kemungkinan mereka beranggapan bahwa IAIN yang ada di Palopo adalah Kampus yang bernuansa islam dan berbeda dengan kampus lainnya khususnya yang ada di Palopo. Namun meskipun berkata demikian, kebanyakan dari mereka tidak ingin melanjutkan sekolahnya di IAIN Palopo, tapi lebih memilih kampus lain yang ada di Palopo maupun di Luar daerah.
2. Persepsi siswa terhadap IAIN Palopo tidak lepas dari apa yang mereka dapatkan di sekolah, lingkungan, maupun dari pihak IAIN itu sendiri. Oleh karena itu, dalam hal ini informasi dari guru dan pihak IAIN sangatlah penting untuk menunjang pengetahuan siswa dalam berpersepsi dan menanggapi suatu hal. Begitu pun juga dengan orang tua siswa yang juga sangat berperan dalam membimbing anaknya. Siswa Smansa Malbar rata-rata mempersepsikan bahwa IAIN Palopo bagus untuk di

jadikan kampus dalam menimba ilmu terutama ilmu yang menyangkut tentang agama islam.

3. Alasan alumni Smansa Malbar dalam memilih IAIN Palopo juga tidak terlepas dari apa yang mereka dengarkan di lingkungannya, walaupun keinginannya untuk mengetahui dan memperdalam ilmu tentang agama. Tapi diantaranya ada yang hanya ikut teman dalam memilih IAIN Palopo namun ada juga yang sampai saat ini belum tertarik dengan IAIN Palopo, dan ada juga yang hanya sebagai alternatif lain dalam memilih kampus karena tidak tahu mau kuliah dimana. Walaupun saat sekarang ini sudah menjalani proses perkuliahannya, namun hanya ingin melihat sejauh mana perkembangan apa yang mereka dapatkan di IAIN Palopo.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang perlu penulis uraikan sebagai berikut:

1. kepada para siswa SMAN 1 Malbar diharapkan agar dalam memilih kampus untuk melanjutkan sekolahnya agar benar-benar lebih memikirkan dan mempertimbangkan mana yang bisa mejadi wadah untuk menimba ilmu. Bukan hanya kreatifitas dan keterampilan saja yang harus dikembangkan, melainkan dalam hal bidang akademik juga. Karena itu adalah bekal untuk meraih prestasi dan keinginan kedepannya.
2. Kepada pihak guru Smansa Malbar utamanya para wali kelas dan kepala sekolah agar dalam memberi pemahaman dan layanan kepada siswa betul-betul sesuai

dengan visi dan misi. Terutama dengan membimbing dalam menentukan pilihan untuk menentukan kemana para siswanya akan melanjutkan pendidikan yang lebih lanjut. Karena peran seorang guru dalam membimbing siswanya sangatlah penting dalam menunjang karir dan masa depan seorang siswa.

3. Untuk pihak IAIN Palopo agar lebih meningkatkan lagi dalam hal melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah maupun di kalangan masyarakat. Utamanya di daerah-daerah yang cukup jauh dari kota, Salah satunya adalah Smansa Malbar. Karena para guru juga sangat berharap ada sosialisasi ditiap tahunnya guna memberi referensi dalam mengarahkan dan membimbing siswanya dalam menentukan pilihan. Utamanya dalam memilih IAIN Palopo itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus M. Hardjana, *Kiat Sukses Studi di Perguruan tinggi*, Yogyakarta: Kanisius, 2000
- Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi*, Bandung : CV. Armico, 1994
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003
- Dan, Nimmo, *Komunikasi Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001
- Mappa, “Sub. Bagian Akademik IAIN Palopo”, *Data Penerimaan Mahasiswa Asal Kecamatan Malangke Barat Tahun 2010 Sampai 2014*
- Devi, Setiawati, *Skripsi Persepsi Remaja Mengenai Pendidikan Seks (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelajar Sma Negeri 4 Magelang)*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010
- Effendy, Uchjana Onang, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Persadakarya, 2001
- Irwan, *Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah Pada Pelaksanaan Khutbah Di Desa Arusu Kec. Malangke Barat*, (Skripsi STAIN Palopo, 2013).
- Jalaluddin, Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Cet. 1-28; Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2013
- Kartini, Kartono, *Bimbingan Belajar SMA dan Perguruan Tinggi*, Jakarta: Rajawali, 1985
- Loren Bagus, *kamus filsafat*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000
- , *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013
- Puis A. Partanto, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: penerbit Arloka, 1994
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Cet. 1-28; Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2013
- Rusdin Arruan Papi, *Persepsi Siswa Terhadap Mediasi Wali Kelas Dalam Pemecahan Masalah Di Madrasah Aliyah Negeri Makale Tana Toraja*, (Skripsi STAIN Palopo, 2014)
- Rusman et.al, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013

Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1989

S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004

Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010

Sudarwan, Danim, *Media Komunikasi Pendidikan*, Jakarta, Bumi Aksara; 2008

-----, *Otonomi Manajemen Sekolah*, Bandung, CV. Alfabeta , 2010

Sugiyono, *Metodologi Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan RD*, Bandung: Alfabeta, 2011

Syam, nina, *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, Cet. Pertama; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011

Tim Pakar Yayasan Jati Diri Bangsa, *pendidikan karakter di sekolah*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011

Yusufha, di Miarso, *Teknologi Komunikasi Pendidikan*, Jakarta: PT. Rajawali, 1986

Internet

Deviapriyanti, *Teori teori dalam Komunikasi*, <http://deviapriyanti158.blogspot.com>. Diakses 8 agustus 2015

Hartati Fhatshaf, *triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif*, <http://hartatyfatshaf.blogspot.com/2013/09>, diakses tanggal 29 agustus 2015

Hestina Putri Lestari, *Persepsi Sebagai Inti Komunikasi Interpersonal*, <http://puputtrilestari.blogspot.com>, diakses 13 Agustus 2015
Lutfifauzan, *Peranan Persepsi Dalam Komunikasi*, <http://Lutfifauzan.wordpress.com>, diakses 13 Agustus 2015

humaniora, *penelitian-kualitatif-024-empat-tipe-triangulasi-dalam-pengumpulan-data*, <http://www.kompasiana.com>. Diakses 28 agustus 2015

Kajian Teori, *Persepsi Siswa*, <http://eprints.uny.ac.id> diakses tanggal 8 agustus 2015

Landasan Teori, *Teori Khalayak Kepala Batu (The Obstinate Audience Theory)* <http://digilib.uinsby.ac.id>, diakses 8 agustus 2015

Rika Hanifa, *Konteks Komunikasi Politik*, <http://rikahanihafikomug.blogspot.com>, diakses 8 agustus 2015