

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Di dalam sebuah penelitian, penelitian terdahulu sebagai bagian penting dalam proses penelitian yang berguna untuk meninjau hasil penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Romy Rizki, Universitas Komputer Indonesia, (2014)	Representasi Propaganda Dalam Film The War On Democracy	Metode yang digunakan adalah Kualitatif	Dimensi Teks Propaganda Demokrasi dalam Film The War on Democracy Pada teks yang terdapat dalam film ini menggambarkan bagaimana rangkaian propaganda yang diluncurkan AS terhadap negara-negara Amerika Latin (Venezuela, Guatemala, Kuba, Chile dan Bolivia) dengan CIA sebagai kepala propaganda. Teks merepresentasikan bagaimana usaha AS yang ingin mempertahankan hegemoninya di Amerika Latin dengan menghalalkan segala cara, termasuk membunuh dan menyiksa. Dalam teks terlihat relasi antara penonton dan wartawan cukup bersahabat karena bahasa yang digunakan tidak terlalu formal, sedangkan hubungan wartawan dengan AS terdapat pertentangan yang jelas karena wartawan mengidentifikasi dirinya berada di pihak Amerika Latin. AS diidentifikasi sebagai pembohong, kejam, penakluk, perampok, mengontrol, dan berhasia. Sedangkan Pilger mengidentifikasi dirinya berada di pihak Amerika Latin.
Kaukab dan Hidayah, Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah, (2020)	Strategi Komunikasi Politik Amerika Serikat dalam Memanfaatkan Hollywood sebagai Media untuk Memperkuat Dominasi Global: Tinjauan Film Black Panther.	Metode yang digunakan adalah eksplanatif dari analisis film Black Panther.	Hasil dari penelitian ini adalah tingginya peran media massa dalam merekonstruksi kondisi sosial global oleh Amerika Serikat yang berupaya menempatkan dominasi dan pengaruhnya secara global melalui propaganda film Hollywood.

Adella, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara , (2020)	Representasi Komunikasi Politik dalam Film Sexy Killers	Jenis penelitian ini menggunakan analisis wacana yang bersifat kualitatif deskriptif.	Sexy killers telah menggambarkan bagaimana keadaan politik dan bisnis yang ada di Indonesia. Mengingat dimana kedua kubu sedang bersaing dalam Pemilu 2019 namun sama-sama terlibat dalam bisnis batu bara tersebut. Maka dengan narasi yang seperti ini, ditambah lagi dengan momentum Pemilu, film ini dituduh sebagai sarana mobilisasi golput atau agar para pemilih tidak menggunakan hak pilih mereka dalam Pemilu yang disebabkan oleh film sexy killers yang telah berhasil menggiring opini publik untuk berfikir lebih kritis
Ulfa, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, (2020)	Pesan Komunikasi Politik dalam Film Suara April (Analisis Semiotika Model Ferdinand De Saussure	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam film Suara April terdapat tanda-tanda pesan komunikasi politik secara linguistik baik dalam bentuk verbal dan nonverbal, terutama pada jenis pesan yang mengandung retorika dan iklan politik. Dapat disimpulkan bahwa dalam film ini Terdapat pesan politik verbal maupun nonverbal dalam bentuk retorika dan iklan politik. Dari setiap tanda linguistik seperti teks, warna dan simbol yang memiliki makna yang menggambarkan tujuan politik calon legislatif.

Sumber: Peneliti, 2024

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Komunikasi

Kata “Komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang aratinya berbagi. dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang-orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau communication berasal dari bahasa Latin “communis” Communis atau dalam bahasa inggrisnya “commun” yang artinya sama (Rismawaty, Eka, et al., 2014: 65).

Menurut Joseph A. Devito (2019), Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi dalam konteks tertentu, dengan efek tertentu, dan melibatkan partisipan yang saling mempengaruhi satu sama lain. Komunikasi adalah proses dinamis yang tidak hanya melibatkan pengiriman informasi tetapi juga pertukaran makna dan pengaruh antara pengirim dan penerima.

Menurut Seiler (dalam Arni, 2007) ada empat prinsip dasar dalam berkomunikasi yaitu :

- a. Komunikasi adalah suatu proses, artinya bersifat dinamis, dapat menyesuaikan diri dengan kenyataan.
- b. Komunikasi adalah system, artinya bahwa komunikasi terdiri atas beberapa komponrn yang mempunyai tugas masing-masing dan berkaitan satu sama lain.
- c. Komunikasi bersifat interaksi dan transaksi, artinya ada proses saling tukas komunikasi.
- d. Komunikasi dapat terjadi disengaja ataupun tidak disengaja. Terjadi disenagaj apabila pesan yang mempunyai maksud tertntu dikirimkan kepada penerima yang dituju, sedangkan situasi 2 komuniaksi yang tidak sengaja dapat diterima oleh orang lain dengan sengaja.

2.2.2 Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses yang melibatkan pertukaran informasi dan pesan antara aktor politik, media, dan publik. Dalam konteks ini, komunikasi politik berfungsi untuk membangun opini publik, mempengaruhi kebijakan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses politik. Deddy Mulyana menjelaskan bahwa "komunikasi politik merupakan cara bagi individu dan kelompok untuk berinteraksi, membentuk pemahaman, dan mengelola persepsi dalam ranah politik" (Mulyana, 2016).

1. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki berbagai tujuan, di antaranya:

- Sosialisasi kebijakan: Menyampaikan informasi tentang kebijakan publik kepada masyarakat.
- Mobilisasi massa: Mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik, seperti pemilu, demonstrasi, atau gerakan sosial.
- Pembentukan opini publik: Memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap isu-isu politik.
- Pencitraan publik: Membangun citra positif bagi aktor politik atau organisasi politik.
- Konsolidasi kekuasaan: Mempertahankan dan memperkuat dukungan politik bagi aktor politik atau organisasi politik.

2. Elemen-elemen Komunikasi Politik

Proses komunikasi politik melibatkan beberapa elemen penting, yaitu:

- Pesan: Informasi, ide, atau nilai yang ingin disampaikan oleh aktor politik kepada publik.
- Pengirim: Aktor politik yang menyampaikan pesan.
- Penerima: Publik yang menerima pesan.
- Media: Saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti media massa, media sosial, atau pertemuan langsung.
- Efek: Dampak yang ditimbulkan oleh pesan politik pada penerima, seperti perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku.

3. Elemen-elemen Komunikasi Politik

Proses komunikasi politik melibatkan beberapa elemen penting, yaitu:

- Pesan: Informasi, ide, atau nilai yang ingin disampaikan oleh aktor politik kepada publik.
- Pengirim: Aktor politik yang menyampaikan pesan.
- Penerima: Publik yang menerima pesan.
- Media: Saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti media massa, media sosial, atau pertemuan langsung.
- Efek: Dampak yang ditimbulkan oleh pesan politik pada penerima, seperti perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku.

4. Jenis-jenis Komunikasi Politik

Terdapat berbagai jenis komunikasi politik, di antaranya:

- Komunikasi politik internal: Komunikasi yang terjadi di dalam organisasi politik, seperti antara pemimpin dan anggota, atau antar departemen.
- Komunikasi politik eksternal: Komunikasi yang terjadi antara organisasi politik dengan pihak luar, seperti masyarakat, media massa, atau pemerintah.
- Komunikasi politik formal: Komunikasi yang dilakukan melalui saluran resmi, seperti pidato, konferensi pers, atau pernyataan tertulis.
- Komunikasi politik informal: Komunikasi yang dilakukan melalui saluran tidak resmi, seperti percakapan pribadi, rumor, atau gosip.

5. Pentingnya Komunikasi Politik

Komunikasi politik memainkan peran penting dalam sistem politik yang demokratis.

- Memperlancar arus informasi: Komunikasi politik memastikan bahwa informasi tentang kebijakan publik dan isu-isu politik dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- Meningkatkan partisipasi politik: Komunikasi politik mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan politik.
- Membangun akuntabilitas: Komunikasi politik memungkinkan masyarakat untuk mengawasi kinerja aktor politik dan meminta pertanggungjawaban atas tindakan mereka.
- Menjaga stabilitas politik: Komunikasi politik yang efektif dapat membantu mencegah konflik dan membangun konsensus dalam masyarakat.

2.2.3 Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah suatu cara memberikan pesan kepada orang lain menggunakan media tertentu sampai maksud dan tujuan diantara keduanya terpenuhi. Aktivitas komunikasi dapat terjadi waktu komunikator bermaksud mengutarakan apa yang dikehendaki pada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses komunikasi dapat dilakukan secara langsung (memungkinkan *feedback* dari komunikan secara langsung) juga secara tidak eksklusif (tidak memungkinkan *feedback* asal komunikan secara eksklusif) hal tersebut

tergantung terhadap media yang digunakan pada proses komunikasi (Mutiah, 2016, p. 5).

Konsep dasar komunikasi digital adalah konsep yang terhubung pada komunikasi digital antara internet dan elemen lainnya. Konsep komunikasi digital ini akan terus berkembang mengikuti perkembangan inovasi alat-alat berbasis teknologi. Adapun konsep komunikasi digital sebagai berikut: (Nasrullah, 2021, p. 13)

1. Dunia Maya

Istilah dunia maya pertama kali terdapat untuk merujuk pada berbagai persoalan yang diklaim pengguna menggunakan *sole cowboys* akan menghasilkan atau mempunyai koneksi eksklusif ke sistem saraf pengguna. *Cyberspace* sendiri pertama kali diperkenalkan oleh William Gibson, bahwa *cyberspace* adalah empiris yang terhubung secara dunia, dibantu oleh *personal* komputer, akses komputer, multidimensi, artifisial atau virtual.

2. Komunitas Maya

Saat ini, internet tidak hanya menjadi tempat komunikasi terkini, namun tempat pertemuan kelompok sosial. Melalui kehadiran internet, berbagai forum dan komunitas terbentuk serta berkembang. Komunitas virtual adalah komunitas yang ada pada dunia komunikasi elektronik daripada dunia nyata. Ruang obrolan elektronik, email, milis, dan grup diskusi merupakan model terkini dimana komunitas dapat dipergunakan untuk berkomunikasi satu sama lain.

3. Interaktivitas

Interaktivitas adalah salah satu fitur media baru yang paling menonjol dan memiliki tempat spesifik pada internet. Orang menggunakan latar belakang ilmu komputer cenderung menganggapnya sebagai interaksi pengguna dengan komputer. Selain itu, orang yang berkomunikasi cenderung menganggap interaktivitas adalah komunikasi antara dua orang. Berbicara tentang interaktivitas sangatlah penting dan saat mulai berpikir tentang internet, kedua jenis pemakaian tersebut dapat terjadi bersamaan. Pengguna dapat berinteraksi dengan komputer menggunakan program yang tersedia.

4. Multimedia

Multimedia adalah sebuah sistem komunikasi yang memperlihatkan deretan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Selain itu, multimedia membutuhkan indra bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sebagai akibatnya pengguna dapat melakukan navigasi, berinteraksi dan berkomunikasi karena adanya fasilitas *hypertext* juga di dalamnya. Oleh sebab itu, multimedia yang ada akan semakin canggih.

2.2.4 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media massa. Berbicara mengenai komunikasi massa tidak mungkin terlepas dari media massa, karena komunikasi massa hanya dapat dilakukan melalui media massa. Adapun yang dimaksud dengan media massa

disini adalah media massa modern, misalnya radio, televisi, film, dan media cetak (Rismawaty, Eka, et al., 2014: 207).

1. Karakteristik Komunikasi Massa:

- Komunikator: Institusi atau organisasi media massa, bukan individu.
- Pesan: Bersifat umum dan dapat menarik minat banyak orang.
- Khalayak: Berjumlah banyak, heterogen (beragam latar belakang), dan tersebar secara geografis.
- Media: Digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak secara luas dan serentak.
- Efek: Dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku khalayak.

2. Fungsi Komunikasi Massa:

- Menyampaikan informasi: Memberikan berita dan informasi kepada masyarakat tentang berbagai peristiwa dan isu yang terjadi di dalam dan luar negeri.
- Pendidikan: Meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat melalui program edukasi dan pencerahan.
- Hiburan: Memberikan hiburan dan relaksasi bagi masyarakat melalui program musik, film, dan acara lainnya.
- Sosialisasi: Menyebarkan nilai-nilai dan norma sosial yang dianggap penting bagi masyarakat.
- Kontrol sosial: Melakukan pengawasan terhadap kinerja pemerintah dan institusi lainnya, serta mendorong akuntabilitas dan transparansi.

- Mobilisasi massa: Mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik, sosial, dan ekonomi.

3. Jenis-jenis Komunikasi Massa:

- Jurnalisme: Menyampaikan berita dan informasi secara akurat, objektif, dan berimbang.
- Public relations: Membangun citra positif dan hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya.
- Periklanan: Mempromosikan produk atau jasa kepada khalayak dengan tujuan meningkatkan penjualan.
- Propaganda: Menyebarkan informasi untuk memengaruhi opini dan perilaku publik dengan tujuan tertentu.
- Pendidikan: Menyampaikan materi pembelajaran dan meningkatkan pengetahuan khalayak.
- Hiburan: Memberikan hiburan dan relaksasi bagi khalayak melalui berbagai program, seperti musik, film, dan acara lainnya.

2.2.5 Persepsi

2.2.5.1 Pengertian Persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh pengindraan yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut juga proses sensoris. Namun, proses tersebut tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya disebut proses persepsi.

Proses tersebut mencakup pengindraan setelah informasi diterima oleh alat indra, informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi yang sempurna (Bimo, 2005, p. 99).

Persepsi juga diartikan sebagai makna yang dipertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu dan stimulus yang diterima melalui panca indra seperti penglihatan, pendengaran, perasa, dan sebagainya (Nugroho, 2013, p. 99). Sedangkan, Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan persepsi sebagai tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan atau merupakan proses mengetahui beberapa hal melalui panca indranya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001, p. 304).

Persepsi tidak hanya berkaitan dengan fisik, namun juga berhubungan langsung dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut. Kemudian, dalam proses memperoleh atau menerima informasi juga berasal dari objek lingkungan (Joyce, 2004, p. 56). Persepsi sebagai proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus yang didapat dari proses pengindraan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak (Sumanto, 2014, p. 52).

Berdasarkan beberapa pengertian persepsi di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari yang dirasakan oleh panca indranya. Kemudian, stimulus tersebut berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi.

2.2.5.2 Jenis-jenis Persepsi

Persepsi terbagi atas 2 (dua), yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial (Deddy, Ilmu Komunikasi, 2015, p. 184). Namun, persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan dijelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi terhadap objek melalui lambing-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambing-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
3. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dalam artian lain, bahwa objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu dan lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

2.2.5.3 Prinsip-prinsip Persepsi

Persepsi manusia atau sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami di lingkungan sekitar. Setiap orang memiliki gambaran berbeda-beda mengenai realitas di sekelilingnya.

Menurut Deddy, ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sebagai berikut:

1. Persepsi berdasarkan pengalaman, yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksinya terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu yang berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian yang serupa.
2. Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapatkan rangsangan panca indra. Atensi seseorang pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitasnya terhadap rangsangan tersebut.
3. Persepsi bersifat dugaan. Terjadi karena data yang diperoleh mengenai objek tidak pernah lengkap sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan seseorang menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih kompleks dari suatu sudut pandang manapun.
4. Persepsi bersifat evaluatif. Hal ini berarti kebanyakan dari orang mengatakan bahwa hal-hal yang dipersepsikan adalah suatu yang nyata, namun terkadang alat-alat indra dan persepsi tersebut menipu seseorang sehingga menjadi ragu seberapa dekat persepsi tersebut dengan realitas yang sebenarnya.
5. Persepsi bersifat kontekstual. Hal ini berarti bahwa dari semua pengaruh dalam persepsi seseorang, konteks adalah salah satu pengaruh yang paling kuat. Pada saat melihat seseorang, suatu objek

atau kejadian maka konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif dan pengharapan (Deddy, Ilmu Komunikasi, 2015, pp. 191-207).

2.2.5.4 Ciri-ciri Umum Persepsi

Dalam rangka menghasilkan suatu pengindraan yang bermakna, menurut Abdul, ada ciri-ciri umum tertentu dalam persepsi sebagai berikut:

1. Modalitas, yaitu rangsangan yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indra seperti sifat sensoris dasar dan masing-masing indra (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu bagi perasa, buyi bagi pendengaran, sifat permukaan bagi peraba, dan sebagainya).
2. Dimensi ruang, yaitu persepsi memiliki sifat ruang (dimensi ruang) seperti atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan latar belakang, dan sebagainya.
3. Dimensi waktu, yaitu persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan sebagainya.
4. Struktur konteks, yaitu keseluruhan yang menyatu seperti objek-objek atau gejala-gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur dan konteks ini adalah keseluruhan yang menyatu.

5. Dunia penuh arti, yaitu seseorang cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai makna atau yang memiliki hubungan dalam diri seseorang (Abdul, 2004, pp. 111-112).

2.2.5.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang masuk ke dalam panca indra, namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Menurut Rhenald, persepsi ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut: (Rhenald, 2007, p. 23)

1. Latar belakang budaya

Persepsi berkaitan dengan budaya seperti bagaimana seseorang memaknai suatu pesan, objek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang dianutnya. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang, maka semakin besar pula perbedaan persepsi terhadap realitas.

2. Pengalaman masa lalu

Khalayak atau *audience* umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Semakin intensif hubungan antara objek tersebut dengan khalayak, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh khalayak tersebut.

3. Nilai-nilai yang dianut

Nilai adalah komponen evaluative dari kepercayaan yang dianut mencakup kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normative, memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik

dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan, dan sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya. Oleh karena itu, nilai bersifat stabil dan sulit berubah (Deddy, 2001, p. 198).

4. Berita-berita yang berkembang

Berita-berita yang berkembang adalah berita-berita seputar produk baik melalui media massa maupun informasi dari orang lain yang dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Berita yang berkembang adalah salah satu bentuk rangsangan yang menarik perhatian khalayak. Melalui berita yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi pada pikiran khalayak.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang diartikan atau dalam konteks situasi dimana persepsi tersebut dibuat (Stephen, 2007, p. 174).

2.2.5.6 Aspek-aspek Persepsi

Menurut Humrah, pada hakikatnya sikap adalah suatu interelasi dari berbagai komponen yang mana komponen-komponen tersebut ada 3 (tiga) sebagai berikut: (Humrah, 2017)

1. Komponen kognitif, yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya. Melalui pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut.

2. Komponen afektif, yaitu berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Hal ini berarti, sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.
3. Komponen konatif, yaitu kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Apabila seseorang memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek, maka seseorang tersebut akan siap membantu, memperhatikan, dan berbuat sesuatu yang menguntungkan objek tersebut. Sebaliknya, apabila seseorang memiliki sikap yang negatif terhadap suatu objek, maka akan mengecam, mencela, menyerang, dan bahkan membinasakan objek tersebut (Ahmadi, 2009, p. 152).

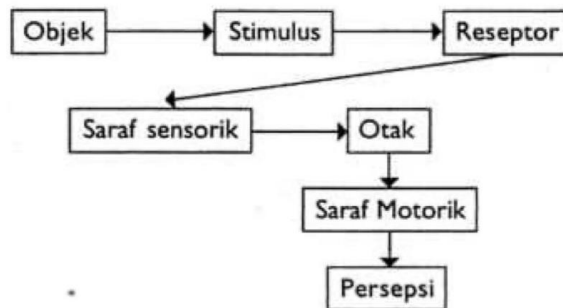
2.2.5.7 Proses Persepsi

Untuk mengetahui persepsi, maka individu akan mengalami proses persepsi yaitu proses dimana terdapat objek sampai tercipta sebuah persepsi. Menurut Sunaryo (2004:98), bahwa terdapat 3 (tiga) proses persepsi yaitu:

1. Proses fisik atau kealaman, yaitu sebuah proses dimulai dari objek kemudian stimulus yang akhirnya diterima oleh reseptor atau panca indra.
2. Proses fisiologis, yaitu proses saat stimulus ditangkap saraf sensoris kemudian diteruskan ke otak atau pusat kesadaran.
3. Proses psikologis, yaitu proses di dalam otak mengolah stimulus sehingga individu dapat menyadari stimulus yang diterima.

untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini:

Gambar 2. 1 Proses Persepsi (Sunaryo, 2004:98)



Sumber (Sunaryo, 2004:98)

Selain itu, menurut Thoha (2003:145), bahwa proses persepsi terbentuk dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Proses stimulus atau rangsangan, yaitu proses persepsi dimulai saat individu dihadapkan pada suatu rangsangan (stimulus) yang datang dari lingkungannya.
2. Registrasi, yaitu gejala yang terlihat berupa mekanisme fisik penginderaan dan saraf individu berpengaruh melalui alat indra yang dimilikinya. Dengan demikian, individu akan mampu menyusun daftar informasi yang diperolehnya melalui pendengaran atau penglihatan.
3. Interpretasi, yaitu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting sebagai proses memberi arti pada stimulus yang diterima individu. Proses ini sangat bergantung pada motivasi, kepribadian dan cara pendalaman seseorang.

2.2.6 Film General

Film general atau dikenal sebagai film fiksi adalah karya audio-visual yang menceritakan sebuah cerita imajinatif, sering kali mencakup unsur-unsur dramatis dan karakter yang tidak nyata. Film general bertujuan menghibur

audiens dengan skenario yang diangkat dari khayalan atau interpretasi kreatif dari realitas. Film ini menampilkan plot yang dibuat secara naratif dengan unsur-unsur drama, aksi, komedi, atau genre lainnya. Tujuannya adalah memberikan pengalaman sinematik yang memikat penonton melalui cerita yang bersifat rekaan.

Menurut (Suryadinata, 2020), film general dibedakan dari film dokumenter dalam hal tujuan dan pendekatan. Film general berfokus pada rekayasa cerita yang menonjolkan karakter, setting, dan peristiwa fiktif. Meski beberapa film general dapat terinspirasi oleh kisah nyata, unsur-unsur fiksi dan dramatisasi seringkali dimasukkan untuk meningkatkan daya tarik emosional dan visual. Penonton film general biasanya tertarik pada alur yang dibuat lebih dramatis atau berlebihan daripada peristiwa yang mungkin terjadi dalam kehidupan nyata.

Dari sisi teknis, film general melibatkan penggunaan skenario yang direncanakan dengan cermat, penggunaan aktor profesional untuk memainkan karakter yang diinginkan, serta efek visual dan audio yang mendukung penyampaian cerita. (Fitriyani, 2020) menekankan bahwa film general seringkali mencerminkan aspirasi dan imajinasi kreatif pembuat film, yang memungkinkan fleksibilitas artistik lebih luas dibandingkan dengan film dokumenter, yang lebih terbatas pada fakta dan realitas.

2.2.7 Film Dokumenter

Istilah dokumenter pertama kali digunakan dalam resensi film *Moana* (1926) oleh Robert Flaherty, ditulis oleh The Moviegoer, nama sasaran John Grierson, di New York Sun pada tanggal 8 Februari 1926. Di perancis, istilah dokumenter digunakan untuk semua film non-fiksi, termasuk film mengenai perjalanan dan film pendidikan. Berdasarkan pengertian tersebut, film-film pertama semua adalah film dokumenter. Pada dasarnya, film dokumenter merepresentasikan kenyataan (Ayawaila, 2008).

Di dalam film dokumenter, subjektivitas merupakan elemen yang tidak terhindarkan, sedangkan objektivitas adalah hal yang seme. Dalam artian sederhana, pembuatan film dokumenter adalah kegiatan yang meliputi serangkaian pilihan signifikan mengenai apa yang akan direkam, bagaimana cara merekamnya, apa yang ahrus digunakan, dan bagaimana menggunakannya secara efektif. Pada akhirnya, apa yang akan ditampilkan di depan penonton bukan kejadian itu semata. Pembuat dokumenter akan menampilkan pendapatnya, sebuah konstruksi dengan dinamika dan penekatan sesuai dengan logika pembuatnya (Dorothy, 2008).

2.2.8 Tinjauan tentang Media *YouTube*

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan menggunakan teknologi Adobe

Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video music. Selain itu, ada pula konten amatri seperti blog video, video orsinal pendek, dan video pendidikan.

Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, YouTube telah menjadi platform dominan di Indonesia. Pada awal tahun 2023, lebih dari 139 juta orang di Indonesia menggunakan YouTube, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak di dunia, menurut data yang dikumpulkan oleh We Are Social. Kepopuleran YouTube di Indonesia terutama disebabkan oleh berbagai jenis konten yang tersedia, mulai dari musik, hiburan, pendidikan, hingga video blog harian. Para kreator konten di Indonesia juga memiliki kesempatan untuk menghasilkan uang dengan menggunakan program monetisasi iklan, bekerja sama dengan merek, dan menggunakan platform seperti YouTube Membership dan Super Chat. (We Are Social & Hootsuite, 2023).

Satu keuntungan YouTube adalah kemudahan akses, karena platform ini dapat diakses secara gratis oleh siapa saja yang memiliki koneksi internet. Selain itu, pengguna dapat menonton video yang sesuai dengan minat mereka, berkat algoritma YouTube yang canggih. Kreator dapat membuat konten tanpa batasan waktu atau format seperti televisi tradisional. YouTube juga memberi ruang bagi banyak orang untuk menjadi "YouTuber" yang dikenal publik dan bahkan memiliki jutaan pengikut. (Suryadinata, 2020)

Namun, YouTube memiliki kelemahan, salah satunya adalah persaingan yang ketat di antara kreator konten. Dengan jutaan video yang

diunggah setiap hari, sulit bagi pencipta baru untuk menarik perhatian publik kecuali konten mereka unik atau memiliki strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, jika konten dianggap melanggar hak cipta, itu biasanya dihapus atau dihapus, bahkan untuk penggunaan yang dianggap "adil" oleh kreator. (Suryadinata, 2020)

Banyaknya pengguna YouTube di Indonesia menimbulkan kegemaran baru, kegemaran tersebut dapat menciptakan penghasilan baru bagi para pengguna YouTube tersebut. YouTube merupakan suatu wadah untuk menciptakan suatu popularitas baru dengan tujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tidak sedikit pula para artis televisi berpindah Haluan menjadi artis YouTube dikarenakan YouTube lebih banyak diminati oleh masyarakat daripada televisi. Hal ini selaras dengan slogan dari YouTube yaitu “YouTube lebih dari sekadar TV.”

Durasi video di YouTube bervariasi, tergantung dari jenis konten yang diunggah. Ada video pendek dengan durasi kurang dari 1 menit hingga film panjang yang bisa mencapai lebih dari 2 jam. Namun, untuk mendapatkan *engagement* yang tinggi, banyak kreator memilih durasi sekitar 10 hingga 20 menit, karena dianggap ideal untuk menarik perhatian penonton tanpa membuat mereka bosan. Dalam hal film dokumenter seperti "Dirty Vote," durasi yang lebih panjang digunakan untuk mendalami isu yang kompleks dengan lebih terperinci.

Berbagai ahli diundang ke film dokumenter Dirty Vote untuk memberikan pandangan yang mendalam tentang masalah hukum dan politik

yang ditampilkan. Film ini menggunakan ahli hukum karena menyoroti pelanggaran hukum dalam proses pemilihan umum seperti kampanye hitam, kecurangan suara, dan manipulasi data pemilih. Sangat penting bahwa ahli hukum hadir untuk memberikan analisis objektif dan berbasis fakta tentang sejauh mana pelanggaran ini terjadi dan bagaimana hal itu berdampak pada demokrasi di Indonesia. (Pratama, 2021).

Ahli hukum juga memberikan legitimasi pada film dokumenter ini, menguatkan pesan yang ingin disampaikan kepada penonton, bahwa isu-isu politik yang diangkat bukan sekadar opini, tetapi berdasarkan kajian hukum yang mendalam. Para ahli hukum yang dilibatkan dalam "Dirty Vote" dapat memberikan penjelasan tentang bagaimana peraturan pemilu seharusnya diterapkan dan apa yang bisa dilakukan untuk mencegah kecurangan di masa depan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sebagai alur pikir yang dijadikan sebagai bagan pemikiran atau dasar-dasar pemikiran dalam rangka memperkuat fokus penelitian. Di dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian tentang persepsi publik terhadap isu politik dalam film dokumenter "Dirty Vote" sebuah desain kecurangan pemilihan umum 2024.

Penelitian ini membutuhkan kerangka pemikiran yang menyajikan teori ataupun pendapat para ahli yang mana kebenarannya tidak diragukan. Kerangka teoritis ini memaparkan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang bagaimana “Persepsi Publik terhadap Isu Politik dalam Film Dokumenter “Dirty Vote”.

Menurut Humrah, pada hakikatnya persepsi adalah suatu interelasi yang terdiri atas 3 (tiga) komponen sebagai berikut: (Humrah, 2017)

1. Kognitif

Komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya. Melalui pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut. Dalam hal ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana dasar pengetahuan publik dalam membentuk persepsi pada pemilu tahun 2024.

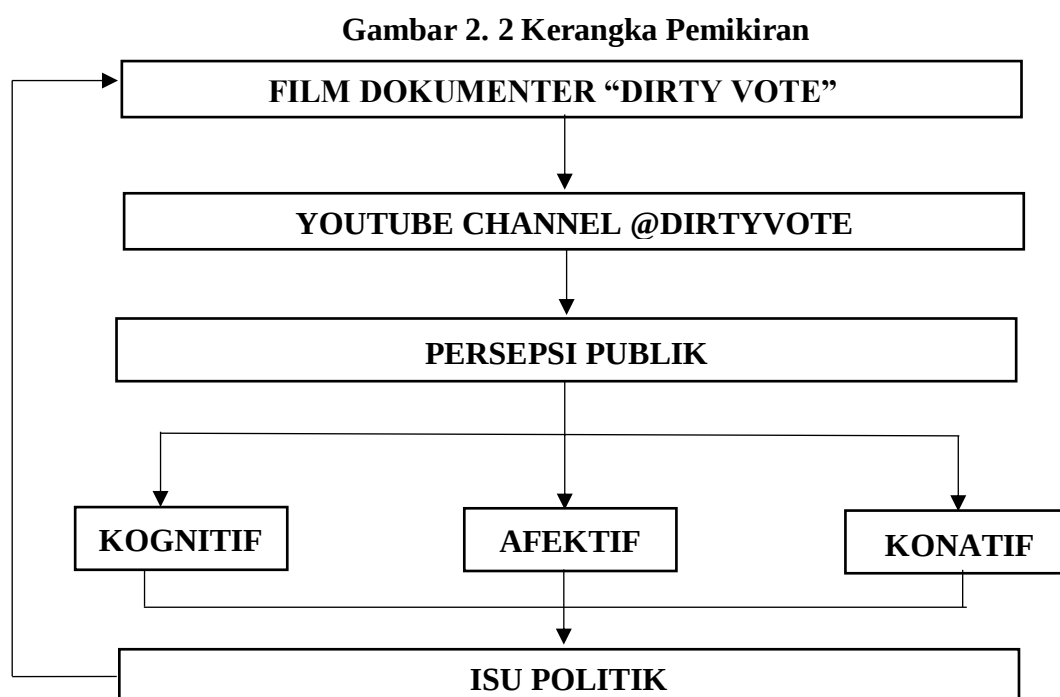
2. Afektif

Berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Hal ini berarti, sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Dalam hal ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana perasaan publik dalam membentuk persepsi pada pemilu 2024.

3. Konatif

Kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Apabila seseorang memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek, maka seseorang tersebut akan siap membantu, memperhatikan, dan berbuat sesuatu yang menguntungkan objek tersebut. Sebaliknya, apabila seseorang memiliki sikap yang negatif terhadap suatu objek, maka akan mengecam, mencela, menyerang, dan bahkan membinasakan objek tersebut (Ahmadi, 2009, p. 152). Dalam hal ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana tingkah laku seseorang terhadap suatu objek dalam membentuk persepsi pada pemilu 2024.

Secara spesifik, penjabaran di atas disederhanakan ke dalam model alur kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada Gambar 2.2 di bawah ini:



Sumber: Peneliti, 2024