**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

1. **Landasan Teoritis**
2. **Teori Tentang Persepsi**

Persepsi merupakan salah satu tahapan dari serangkaian proses pengolahan informasi - informasi pada diri manusia atau biasa disebut dengan komunikasi intrapersonal yaitu proses seorang dalam menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya dan menghasilkannya kembali menjadi sebuah tanggapan atau persepsi terhadap informasi tersebut.

Menurut Rakhmat (2007:51), persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan - hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Adanya tanggapan yang cepat dari indera penerima itu semua maka akan timbul persepsi (Setiadi, 2008:159).

Menurut Ferrinadewi (2008:42) persepsi adalah suatu proses dengan mana berbagai stimuli dipilih, diorganisir dan diinterpretasi menjadi informasi yang bermakna. Menurut Suprapti (2010:68) persepsi itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah proses yang dilalui seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi stimuli ke dalam sebuah gambaran tentang dunia, yang memiliki arti atau makna dan bersifat koheren.

Penginderaan merupakan suatu proses yang diterima stimulus oleh individu melalui alat - alat penerima yaitu alat indera, namun proses tersebut tidak berhenti hanya sampai disitu saja. Stimulus tersebut akan mulai meneruskannya dari syaraf menuju otak, sebagai pusat susunan - susunan syaraf, dan proses selanjutnya dapat disebut sebagai proses persepsi (Walgito, 2002: 45).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan penglihatan, penilaian, atau tanggapan - tanggapan seseorang setelah melakukan pengamatan dalam lingkungannya atau obyek tertentu melalui interpretasi data indera. Oleh karena itu persepsi dapat dilakukan melalui pengamatan, penilaian, dan pendapat.

Aristoteles mengemukakan bahwa manusia ini adalah ‘*zoon* *politicon’,* yaitu makhluk - makhluk sosial yang hanya menyukai hidup bergolongan atau sedikitnya mencari teman bersama - sama daripada hidup tersendiri. Maka, manusia sangat membutuhkan orang - orang untuk saling berhubungan satu dengan lainnya, dan tidak dapat hidup sendiri.

 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, masyarakat merupakan sekelompok manusia yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batasan - batasan yang jelas dan menjadi faktor utamanya ialah adanya hubungan yang kuat di antara anggota kelompok dibandingkan hubungan dengan orang - orang diluar kelompoknya sehingga akan adanya susunan kelompok tertentu.

Sedangkan menurut Sadhily (2010:47), masyarakat adalah golongan besar atau kecil yang terdiri dari beberapa manusia, yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh - mempengaruhi satu sama lain. Pengaruh dan pertalian kebatinan yang terjadi dengan sendirinya menjadi unsur - unsur yang ada dalam masyarakat.

Masyarakat merupakan satu kesatuan yang selalu berubah - ubah karena proses masyarakat yang dapat menyebabkan perubahan itu sendiri. Dalam zaman sekarang, masyarakat mengenal kehidupan - kehidupan yang teratur dan aman, disebabkan karena pengorbanan sebagian kemerdekaan dari anggota - anggotanya, baik dengan paksa maupun sukarela.

Pengorbanan disini dimaksudkan menahan nafsu atau kehendak sewenang - wenang untuk mengutamakan kepentingan dan keamanan bersama. Dengan paksa berarti tunduk kepada hukum - hukum yang telah ditetapkan (negara, perkumpulan dan sebagainya) secara sukarela yang berarti menurut adat dan berdasarkan keinsyafan akan persaudaraan dalam kehidupan bersama itu (desa berdasarkan adat dan sebagainya).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat merupakan suatu proses dimana sekelompok manusia yang hidup dan tinggal bersama - sama dalam suatu wilayah tertentu dan memberikan pemahaman atau tanggapan terhadap hal- hal atau peristiwa yang sering terjadi dilingkungannya terhadap masing - masing kelompok.

Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Pertama adalah persepsi. Persepsi tersebut dalam artian, bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, maka penafsiran seseorang tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu itu. Sehingga akan adanya menimbulkan persepsi yang positif ataupun negatif.

Kedua, target atau objek, karakteristik - karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang telah dipersepsikan. Target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi seperti kecendrungan kita untuk mengelompokkan benda - benda yang berdekatan atau yang mirip. Ketiga, situasi. Dalam hal ini penting untuk melihat konteks obyek atau peristiwa sebab unsur - unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita.

Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera manusia (Drever dalam Sasanti, 2010). Kesan yang diterima individu sangat tergantung pada seluruh pengalaman yang telah diperoleh melalui proses berpikir dan belajar, serta dipengaruhi oleh faktor - faktor yang berasal dari dalam diri setiap individu.

Persepsi Interpersonal didefinisikan sebagai memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal(Rakhmat, 2008)**.** Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, sehingga seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibat kegagalan komunikasi.

Ada empat tahap dalam proses pembentukan persepsi menurut Belch (2010) yaitu sejumlah tahapan ketika seorang individu mulai memproses dan mengelola informasi - informasi yang masuk dalam dirinya. Keempat tahapan masing - masing tersebut yaitu adanya *exposure* (pemaparan)*, attention* (perhatian)*, comprehension* (pemahana) *dan retention* (retensi)*.*

Pertama, *exposure.* Tahap dimana seseorang mulai menerima informasi melalui panca indera yang dimiliki. Informasi diperoleh dengan cara melihat ataupun mendengarkan secara langsung informasi - informasi mengenai suatu hal tertentu. Kedua, *attention.* Seseorang mulai menempatkan informasi - informasi yang diterima ke dalam sebuah stimulus. Informasi - informasi tersebut mulai dicerna melalui pikiran seseorang.

Ketiga, *comprehension. S*eseorang mulai menginterpretasikan informasi yang masuk tersebut menjadi sebuah arti yang spesifik. Informasi tersebut menjadi berkembang dan menjadikannya persepsi yang berbeda antara setiap individu - individu yang menerima informasi tersebut. Keempat, *retention.* Tahap dimana seseorang sudah mulai tidak mengingat lagi keseluruhan dari apa yang mereka baca, lihat atau dengar meskipun mereka sudah tertarik dan dapat menginterpretasikan informasi tersebut.

Thoha (2010:145) menyatakan, proses terbentuknya seseorang didasari pada beberapa tahapan, yaitu pertama stimulus atau rangsangan terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungannya. Kedua, registrasi. Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik berupa penginderaan dan saraf seseorang melalui alat indera yang dimilikinya.

Ketiga, interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi dan kepribadian seseorang. Yang terakhir, umpan balik (*feed back*). Setelah melalui proses interpretasi, informasi yang sudah diterima dipersepsikan oleh seseorang dalam bentuk umpan balik terhadap stimulus.

Proses persepsi menurut Mar’at (2009:108) adanya dua komponen pokok yaitu seleksi dan interpretasi. Seleksi yang dimaksud adalah proses penyaringan terhadap stimulus pada alat indera. Stimulus yang ditangkap oleh indera terbatas jenis dan jumlahnya, karena adanya seleksi. Hanya sebagian kecil saja yang mencapai kesadaran pada individu.

Individu cenderung mengamati dengan lebih teliti dan cepat tanggap dengan adanya hal - hal yang meliputi orientasi mereka. Interpretasi itu sendiri merupakan suatu proses untuk mengorganisasikan informasi - informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya.

Sistem nilai di sini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mempersepsi suatu obyek yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut menarik maka akan dipersepsikan positif, dan demikian sebaliknya, selain itu adanya pengalaman langsung antara individu dengan obyek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Proses terbentuknya persepsi sangat kompleks, dan ditentukan oleh dinamika yang terjadi dalam diri seseorang ketika ia mendengar, mencium melihat, merasa, atau bagaimana dia memandang suatu objek dalam melibatkan aspek psikologis dan panca inderanya. Menurut Krech dan Crutcfield (dalam Rakhmat; 2003:55) membagi faktor - faktor yang menentukan persepsi dibagi menjadi dua yaitu faktor fungsional dan faktor struktural.

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal - hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor - faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah objek - objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi, misalnya dalam penelitian ini objek pembelajaran pendidikan jasmani diantaranya materi pelajaran, guru, sarana prasarana dan lingkungan sekolah.

Faktor Struktural. Faktor struktural adalah faktor - faktor yang berasal semata - mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek - efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu, yaitu siswa itu sendiri. Faktor - faktor struktural, yang menentukan persepsi menurut teori Gestalt yaitu bila kita ingin memahami suatu peristiwa kita tidak dapat meneliti faktor - faktor yang terpisah tetapi memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Miftah, 2010). Segala sesuatu yang didapat dilingkungan, baik dilihat, didengar, dihayati, dirasa, dan dicium akan diproses sebagai informasi untuk bertindak.

Pengorganisasian stimuli dengan konteksnya, stimuli yang di terima itu tidak lengkap, maka akan diisi dengan interprestasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsi. Sifat - sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat - sifat struktur secara keseluruhan. Objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu yang cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama.

Menurut Rakhmat (2008) kognitif dibagi lagi menjadi empat jenis yaitu, pengetahuan (k*nowledge*). Jenis ini adalah aspek yang mendasar yang merupakan bagian dari aspek kognitif, yang mengacu kepada kemampuan untuk mengenali dan mengingat materi - materi yang telah dipelajari mulai dari hal - hal sederhana hingga mengingat teori - teori yang memerlukan kedalaman berpikir, juga kemampuan mengingat konsep, proses, metode, serta struktur.

Kedua yaitu pemahaman (*comprehension).* Aspek ini lebih tinggi daripada aspek pengetahuan. Mengacu kepada kemampuan untuk mendemonstrasikan fakta dan gagasan dengan mengelompokkan, mengorganisir, membandingkan, memberi deskripsi, memahami dan terutama memahami makna dari hal - hal yang telah dipelajari. Memahami suatu hal yang telah dipelajari dalam bentuk translasi (mengubah bentuk), interpretasi (menjelaskan atau merangkum), dan ekstrapolasi (memperluas arti dari satu materi).

Ketiga yaitu, penerapan (*application*). Tujuan dari adanya penerapan ini adalah untuk menerapkan materi – materi yang telah dipelajari dengan menggunakan aturan - aturan yang ada, serta prinsip dari materi tersebut dalam kondisi yang baru atau dalam kondisi nyata, juga kemampuan menerapkan konsep abstrak dan ide - ide atau teori - teori tertentu.

Terakhir yaitu analisa *(analysis).* Menganalisa melibatkan pengujian dan pemecahan informasi - informasi ke dalam beberapa bagian tertentu, menentukan bagaimana satu bagian berhubungan dengan bagian lainnya, mengidentifikasi motif atau penyebab dan membuat kesimpulan serta materi pendukung kesimpulan tersebut. Tiga karakteristik yang ada dalam aspek analisa yaitu analisa elemen, analisa hubungan, dan analisa organisasi.

1. **Komunikasi Verbal**

Dapat dibayangkan bagaimana pentingnya penggunaan bahasa, karena sepanjang hidup menggunakannya. Komunikasi verbal merupakan penyampaian bahasa seseorang dalam berbagai simbol. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan dan maksud dalam pesan (Mulyana, 2008). Tanpa bahasa tidaklah memungkinkan untuk penukaran informasi – informasi. Melalui bahasa - bahasa, informasi dapat disalurkan atau disampaikan kepada orang lain.

Dalam bahasa, pasti adanya keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek, kata - kata yang dapat bersifat ambigu, dan pencampuradukan fakta, penafsiran dan penilaian. Pertama, kata - kata adalah kategori untuk merujuk pada objek tertentu seperti orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek.

Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi buka realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata - kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara pasti. Kedua, kata - kata juga dapat bersifat ambigu, karena kata - kata dapat merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang - orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula.

Ketiga, dalam berbahasa kita juga sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Dalam kehidupan sehari - hari sering adanya mencampuradukan fakta dan dugaan, sehingga komunikasi akan lebih efektif jika memisahkan pernyataan fakta dengan dugaan - dugaan.

Dalam bahasa, orang - orang mempunyai latar belakang sosial budaya yang berbeda -­ beda. Perbedaan ini dapat terjadi menyangkut dialek, intonasi, kecepatan, keras atau lemahnya, dan yang pasti adalah kosakatanya. Sejumlah kata yang mempunyai arti khusus, unik, menyimpang atau bahkan bertentangan dengan arti yang lazim dapat digunakan secara sengaja atau tidak sengaja oleh orang - orang dari subkultur tertentu.

Bahasa subkultur ini disebut bahasa khusus *(special language),* atau bahasa gaul. Meskipun bahasa gaul sebenarnya merujuk pada bahasa khas yang digunakan pada komunitas - komunitas, tetapi bahasa gaul lebih sering merujuk pada bahasa rahasia yang digunakan kelompok menyimpang seperti kaum homoseksual atau lesbian. Penciptaan bahasa khusus ini memiliki fungsi - fungsi tertentu, pertama sebagai kontra budaya dan sarana pertahanan diri. Kedua, sebagai sarana kebencian beberapa kelompok terhadap budaya dominan. Ketiga, sebagai sarana memelihara identitas dan solidaritas kelompok.

Bahasa gaul ini sering kita jumpai atau kita temui dalam kehidupan - kehidupan selebritis di berbagai program acara televisi. Bahasa gaul para selebriti tersebut selain sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai alat identifikasi seseorang. Di negara kita bahasa gaul kaum selebritis ternyata mirip - mirip dengan bahasa kaum laki - laki yang kewanita - wanitaan (Mulyana, 2008). Bahasa berkaitan dengan pesan linguistik, dengan bagaimana asal - usul dalam bahasa yang sudah diatur pemberian maknanya.

1. **Komunikasi Nonverbal**

Pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata - kata. Menurut Samovar dan Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua ransangan (kecuali ransangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu - individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2008).

Ada dugaan bahwa bahasa nonverbal sebangun dengan bahasa verbalnya. Artinya, pada dasarnya suatu kelompok yang punya bahasa verbal khas juga dilengkapi dengan bahasa nonverbal yang sejajar dengan bahasa verbal tersebut. Perilaku nonverbal mempunyai beberapa fungsi. Ekman (dalam Mulyana, 2008), menyebutkan adanya lima fungsi pesan nonverbal, yakni:

1. *Emblem.* Gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal.
2. *Ilustrator.* Pandangan ke bawah dapat menujukkan depresi atau kesedihan.
3. *Regulator.* Kontak mata berarti saluran percakapan terbuka.
4. Penyesuai. Kedipan mata yang cepat meningkat ketika orang berasa dalam tekanan. Itu respon tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.
5. *Affect display.* Pembesaran manik - mata *(pupil dilation)* menunjukkan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukkan perasaan takut, terkejut atau senang.

Jenis pesan nonverbal mempunyai berbagai jenis yang bersifat perilaku hingga pesan nonverbal yang terdapat dalam lingkungan yaitu, pertama adanya bahasa tubuh seperti isyarat tangan, gerakan kepala, postur tubuh dan posisi kaki, ekspesi wajah dan tatapan mata. Kedua, melalui sentuhan - sentuhan. Ketiga, melalui parabahasa, keempat melalui penampilan fisik seperti gaya berbusana, bagaimana karakter fisik pada seseorang (Mulyana, 2008).

1. **Kredibilitas**

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang sifat - sifat komunikator. Karena kredibilitas itu masalah persepsi, maka kredibilitas dapat berubah tergantung pada perilaku persepsi, topik yang dibahas dan situasi. Menurut Andersen (dalam Rakhmat, 2011), Hal - hal yang mempengaruhi persepsi komunikasi tentang komunikator sebelum berlakukan komunikasinya disebut *prior ethos* (keterpercayaan).

Kredibilitas komunikator itu sendiri, bergantung pada adanya tiga faktor (Kotler dan Keller, 2006), yaitu pertama dengan adanya keahlian *(expertise)* yaitu sejauhmana komunikator terlihat mampu dalam berbicara, kedua, keterpercayaan *(trustworthiness)* yaitu bagaimana topik dalam pembicaraan apakah dapat dipercaya atau tidak, dan ketiga, daya tarik *(attractiveness)* yaitu sejauhmana mereka dapat terlihat disukai, menarik, bergengsi, dinamik, dan lain - lain.

1. ***Talk Show***

Definisi *talk show* menurut Farlex (2015) dalam *The Free Dictionary*: “*A television or radio show in which noted people, such us authorities in a particular field, participate in discussion or are interviewed and often answer question from viewer”.* Berdasarkan definisi tersebut *talk show* mempunyai ciri tipikal seperti menggunakan percakapan sederhana (*casual conversation*) dengan bahasa yang universal (untuk menghadapi heterogenitas khalayak).

Tema yang diangkat dalam acara tersebut mestilah benar - benar penting (atau dianggap penting) untuk diketahui khalayak dalam pemberian informasi atau setidaknya menarik bagi pemirsanya, sehingga dapat menghibur permisa saat menonton acara tersebut. Wacana yang diketengahkan juga dapat merupakan isu (atau *trend*) yang sedang berkembang dan hangat di masyarakat.

Menurut Wibowo (2014) mengatakan bahwa program *talk show* di televisi swasta menjadi program yang cukup sulit, karena tempat pembicaraan dan orang yang berbicara tidak berpindah - pindah selama beberapa waktu dan belum tentu wajah tokoh itu menarik, sehingga sangat mungkin untuk penonton menjadi cepat bosan apabila pemilihan topik - topik diskusi tersebut tidak menarik dan cara membawakan program tersebut juga tidak menarik.

Pendapat lain dari Morissan (2013), memberikan definisi bahwa program *talk show* adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang - orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Menurut dalam keputusan Komisi Penyiaran Indonesia, nomor 009SK/KPI/8/2004 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia pada pasal 8 disebutkan bila program *talk show* termasuk di dalam program faktual. Adapun program faktual yang merujuk pada program siaran yang menyajikan fakta non - fiksi.

Berdasarkan beberapa teori yang telah dipaparkan diatas, jika disimpulkan bahwa *talk show* merupakan wacana - wacana *broadcast* yang dapat dilihat sebagai produk media maupun sebagai *talk oriented* terus - menerus. Sebagai produk media, *talk show* dapat menjadi ‘teks’ budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna.

*Talk show* itu sendiri dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu *talk show* yang sifatnya ringan dan untuk menghibur para penonton, kedua yaitu *talk show* yang sifatnya formal dan terkesan serius. *Talk show* yang sifatnya formal itu umumnya masuk dalam kategori berita, sementara *talk show* yang bersifat ringan itu masuk dalam kategori informasi.

Untuk kategori yang kedua ini, *talk show* biasanya disampaikan dalam suasana yang terlihat santai dan penuh keakraban dengan mengundang satu atau lebih bintang tamu untuk menjadi narasumber dalam membahas topik - topik yang sedang hangat. Topik - topik tersebut tentunya harus bersifat ringan sehingga dapat mudah dicerna oleh pemirsa yang menonton acara tersebut.

Suasana santai dan ringan itu juga tercermin dari kepiawaian sang tuan rumah acara (*host*) alias moderator yang menghidupkan suasana dengan komentar - komentar atau ulah jahil yang memancing tawa. *Talk show* merupakan salah satu format yang sering digunakan televisi dalam menampilkan wacana. Sebagai produk media, *talk show* dapat menjadi teks budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna

Menurut dari defenisi Farlex (2015) sebuah acara televisi atau radio yang dimana orang terkemuka, seperti seorang ahli dalam bidang tertentu, berpartisipasi dalam diskusi atau diwawancarai dan kadangkala menjawab pertanyaan dari pemirsa atau pendengar. Tema yang diangkat haruslah penting atau menarik untuk diketahui khalayak, wacana yang diangkat juga merupakan isu atau *trend* yang sedang berkembang dimasyarakat.

Dalam penyelenggaraan *talk show* di radio, beberapa bentuknya dapat dilihat secara praktis melalui *one-on-on-show,* dimana saat *host* acara dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama. Kedua, *panel discussion.* Dimana pewawancara tersebut sebagai moderator yang hadir bersama sejumlah narasumber. Terakhir, *call in show.* Perbincangan yang hanya melibatkan telepon pendengar (Morissan, 2013).

Format siaran *talk show* sendiri tidak terlepas dari peran stasiun penyiaran yang menyelenggarakan program ini. Menurut Morissan (2013), keberhasilan media televisi maupun radio dalam melaksanakan programnya bergantung pada kemampuan untuk memproduksi atau membeli program yang memiliki daya tarik *audience*, menayangkan pada waktu yang dapat dilihat audien yang menjadi sasaran, membangun sejumlah program individu ke dalam suatu jadual yang dapat mendorong *audience* untuk menentukan stasiun dan tetap berada di salurannya dari satu program ke program berikutnya.

1. **Dampak Media**

Dampak media *(media effects)* adalah perubahan kesadaran, sikap, emosi, atau tingkah laku yang merupakan hasil dari interaksi dengan media. Istilah tersebut sering digunakan untuk menjelaskan perubahan individu atau masyarakat yang disebabkan oleh terpaan media. **Pada** era globalisasi informasi sekarang ini yang ditandai dengan maraknya media massa sebagai sarana komunikasi massa dan alat pembentuk opinilainnya,

 Perkembangan pemikiran dan teori tentang dampak media mempunyai sejarah alamiah karena dipengaruhi oleh *setting* waktu, tempat, faktor lingkungan, perubahan teknologi, peristiwa - peristiwa sejarah, kegiatan kelompok - kelompok penekan, para propagandis, kecenderungan opini publik, serta beragam penemuan - penemuan dan kecenderungan yang berkembang dalam kajian ilmu - ilmu sosial.

McQuail (2000: 417-421) memetakan perkembangan pengetahuan mengenai riset media ke dalam empat tahap. Tahap pertama, *all - power media*. Pada fase pertama ini, media diyakini mempunyai kekuatan yang sangat berpengaruh dalam menentukan opini dan keyakinan, mengubah kebiasaan hidup *(habits of life)* dan menentukan perilaku sebagaimana ditentukan oleh pengontrol pesan atau media.

Pandangan - pandangan ini tidak didasarkan pada investigasi ilmiah, tetapi lebih didasarkan pada observasi tentang popularitas media seperti koran, radio, dan film dalam mengintervensi banyak aspek kehidupan manusia dalam hubungan - hubungan publik. Penggunaan media oleh para propangandis dalam Perang Dunia I yang disponsori negara - negara diktator dan rezim revolusioner yang di Rusia semakin menegaskan kuatnya pengaruh media pada saat itu.

Tahap kedua, pengujian teori media *powerfull*. Transisi ke arah penelitian empiris telah mendorong munculnya tahap kedua yang mulai memikirkan tentang dampak media. Penelitian semacam ini dimulai oleh riset literatur yang dilakukan atas *Paine Fund Studies* di Amerika pada awal tahun 1930 - an. Studi ini memfokuskan pada pengaruh film terhadap anak - anak dan remaja. Studi terpisah lainnya menyangkut dampak tipe - tipe pesan dan media yang berbeda, khususnya film atau program aktivitas kampanye.

Studi pada era ini dikonsentrasikan pada kemungkinan penggunaan film - film dan media yang lainnya untuk melakukan aktivitas komunikasi persuasif. Pada tahap ini, penelitian menggunakan metode eksperimental telah mulai dilakukan seperti penelitian Hovland et.al (1950), Hughes (1950), Lazarsfeld et. al (1944), dan Berelson et.al. (1954) (dalam McQuail, 2000: 418). Penelitian - penelitian semacam ini terus berlanjut ke dalam kemungkinan dampak buruk media terhadap anak - anak pada era tahun 1950 - an.

Kesimpulan yang dapat diambil dari perubahan - perubahan penelitian pada tahapan ini adalah, dengan seiringnya perkembangan zaman pada metode penelitian, fakta, dan teori yang menyarankan adanya sejumlah variabel - variabel yang baru dan seharusnya dipikirkan atau diperhitungkan terlebih dahulu dalam membahas dampak - dampak media tersebut.

Para peneliti mulai membedakan kemungkinan - kemungkinan dampak yang berbeda menurut karakteristik sosial dan psikologis. Mereka mulai memperkenalkan sejumlah faktor yang berhubungan dengan dampak pengantara seperti kontak personal dan lingkungan, dan tipe - tipe motif seseorang dalam mengakes media. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa media massa tidak mempunyai dampak sama sekali terhadap *audience*.

Tahap ketiga, penemuan kembali kekuatan dampak media. Pada tahap ini, kesimpulan tahap sebelumnya yang mengatakan bahwa media tidak mempunyai dampak terhadap *audience* atau mempunyai dampak minimal telah mendapatkan tantangan. Salah satu faktor yang menjadi penyebab penolakan mengenai teori dampak minimal adalah munculnya televisi pada era 1950 - an dan 1960 - an sebagai sebuah medium yang mempunyai kekuatan atraktif dan dampak besar dalam kehidupan sosial.

Penelitian awal mulai menggunakan suatu model yang dipinjam dari disiplin ilmu psikologi yang berusaha mencari hubungan antara tingkat terpaan media *(media exposure)* dengan ukuran - ukuran perubahan atau variasinya dengan sikap, pendapat, informasi atau perilaku, dan sejumlah variabel perantara. Pada tahap ini, telah terjadinya pergeseran perhatian ke arah perubahan - perubahan jangka panjang dan kognisi dibandingkan dengan sikap, dampak, dan ke arah fenomena kolektif seperti pendapat, struktur keyakinan, ideologi, pola - pola budaya dan bentuk - bentuk institusional media.

Penelitian - penelitian berikutnya mulai menaruh perhatian pada bagaimana media memproses dan menentukan isi pesan sebelum disampaikan ke *audience* (McQuail, 2000: 420). Tahap keempat, *negotiated media influence*. Pada akhir 1970 - an, muncul suatu pendekatan baru yang lebih dikenal dengan pendekatan konstruksi sosial. Pada dasarnya, pendekatan ini melibatkan pandangan - pandangan media yang mempunyai pengaruh signifikan melalui konstruksi makna.

Pendekatan konstruksi sosial ini menawarkan suatu pandangan pengaruh media terhadap *audience* melalui terlebih dahulu proses negosiasi ke dalam struktur pemaknaan personal, yang kemudian seringkali ditentukan oleh identifikasi kolektif. Makna dikonstruksi oleh penerima pesan itu sendiri. Sehingga, proses mediasi ini melibatkan konteks sosial penerima pesan.

1. **Teori Tentang Sikap**

Sikap merupakan evaluasi seseorang yang berlangsung terus - menerus, perasaan emosional, atau kecondongannya bertindak ke arah sasaran atau gagasan tertentu. Sikap merupakan kecenderungan seseorang untuk bertingkah laku dalam memenuhi kebutuhan - kebutuhan, keinginan dan kepuasan. Oleh sebab itu, sikap memegang peranan dalam menentukan bagaimana reaksi seseorang terhadap suatu objek.

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Ningsih, 2013) *“An attitude is a learned predisposition to behave in a consistenly favorable or unfavorable way with respect to given object”*. Sikap dapat menunjukkan perasaan positif atau negatif seseorang serta bagaimana kecenderungan dalam berperilaku. Ketertarikan pada sikap tersebut didasarkan atas asumsi – asumsi bahwa sikap memiliki hubungan tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Foedjiawati Dan Samuel, 2007), sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari individu terhadap suatu obyek yang relatif konsisten. Sikap menempatkan orang dalam kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhinya. Ciri - ciri sikap menurut Walgito (2011) bahwa sikap tidak dibawa sejak lahir.

Manusia pada waktunya dilahirkan belum membawa sikap - sikap terutama terhadap obyek, ini berarti sikap dalam perkembangan individu yang bersangkutan mulai dapat berbentuk dalam diri. Kedua, sikap itu selalu berhubungan dengan obyek sikap oleh karena itu sikap terbentuk atau dipelajari dalam hubungannya dengan obyek - obyek tertentu.

Ketiga, yaitu sikap - sikap tidak hanya dapat tertuju dalam suatu obyek sikap saja, melainkan juga dapat tertuju pada sekumpulan obyek - obyek tertentu yang dapat mempengaruhi seseorang. Keempat, yaitu sikap dapat berlangsung lama atau sebentar. Kelima yaitu sikap mengandung faktor - faktor yang dapat merangsang dalam hal motivasi.

Merangsang perubahan sikap pada diri seseorang bukan hal yang mudah untuk dilakukan, karena ada kecenderungan sikap - sikap untuk bertahan. Ada banyak hal yang menyebabkan sulitnya mengubah sikap (Slameto, 2008) yaitu adanya dukungan dari lingkungan terhadap sikap yang bersangkutan, manusia selalu ingin mendapatkan responden penerimaan dari lingkungannya, dan karena itu ia akan berusaha menampilkan sikap - sikap yang di benarkan oleh lingkungannya.

Kedua, adanya peranan tertentu dari suatu sikap dalam kepribadian seseorang. Ketiga, kerjanya selektivitas. Seseorang cenderung untuk tidak mempersepsi data - data yang mengandung informasi yang bertentangan dengan pandangan dan sikap - sikapnya yang telah ada. Kalau sampai dipersepsi, biasanya tidak bertahan lama, yang bertahan lama adalah informasi yang sejalan dengan pandangan atau sikapnya yang sudah ada.

Keempat, berkerjanya prinsip yang dapat mempertahankan keseimbangan. Bila seseorang disajikan informasi yang dapat membawa suatu perubahan - perubahan dalam dunia psikologisnya, maka informasi tersebut akan dipersepsikan sedemikian rupa, sehingga akan menyebabkan perubahan - perubahan seperlunya saja dan yang tidak diperlukan akan dibuang.

Kelima, adanya kecenderungan seseorang untuk menghindari kontak dengan data -data yang bertentangan dengan sikap - sikapnya yang telah ada (misalnya tidak mau menghadiri ceramah mengenai hal yang tidak disetujui atau yang tidak disukai). Keenam, adanya sikap yang tidak kaku pada sementara orang, untuk mempertahankan pendapat - pendapatnya sendiri.

Sikap menurut bahasa adalah cepat merespon yang artinya bersifat menanggapi, tergugah hati, bersifat memberi tanggapan (tidak masa bodoh). Sedangkan sikap responsif merupakan kesadaran akan tugas yang harus dilakukan dengan sungguh - sungguh. Tanpa ada sikap - sikap yang di tunjukkan, tidak akan adanya respon yang dikeluarkan oleh penerima pesan.

Kepekaan yang tajam dalam menyikapi berbagai hal yang dihadapinya dan kepahaman makna tanggung jawab yang harus dipikul adalah ciri utama kepribadiannya. Seseorang akan merasa tidak enak jika ia melalaikan kewajibannya, sehingga perasaan berdosa selalu menghantuinya. Karena itu, kapanpun, bagaimanapun dan dalam kondisi apapun ia selalu berusaha secara maksimal untuk melaksanakan tugasnya.

1. **Pembawa Acara (*Host)***

Marshall dan Werndly (2002) mengatakan bahwa pembawa acara (*host)* adalah ’tuan rumah’ dari acara perbincangan selebriti dan berperan sebagai pemandu acara untuk *game shows* *dan live comedy show*s, mereka memperkenalkan, mengatur dan mengarahkan tamu - tamu mereka saat acara berlangsung. Penyiar merupakan ujung tombak dalam keberhasilan suatu acara televisi.

Adapun persyaratan utama untuk menjadi seorang pembawa acara atau *host* (Aryati, 2004) yaitu pengetahuan dan pengalaman yang luas, memiliki pengetahuan yang baik dan pengalaman hidup yang akan membentuk sikap penuh pengertian kepada masyarakat, serta mampu menghargai dan memaklumi gejolak yang hidup di sekelilingnya.

Dengan kedalaman pengetahuan yang menyangkut peri kehidupan serta nilai - nilai yang dianut oleh masyarakat, seorang *host* atau pembawa acara dapat dengan mudah menguasai khalayak atau *audience* nya dengan baik jika menguasai hal tersebut. Pengalaman tersebut akan menjadi sumber kreativitas yang sangat efektif sesuai dengan tuntutan situasi.

Kedua, cerdas. Banyak orang yang dapat membedakan *host* atau pembawa acara yang cerdas dari *host* yang cemerlang permukaannya saja dengan wajah yang cantik, suara yang bagus, tetapi tidak ada kreativitas sama sekali dan penghayatannya dalam penampilannya yang tidak baik. Penampilan tersebut akan menjadi tidak berisi, dan hanya sekedar rangkaian kata - kata tanpa makna.

*Audience* percaya kepada *host* yang tahu persis pada apa yang dikatakannya, sanggup dengan cepat mengambil keputusan - keputusan yang baik, membuat pesan atau informasi dengan sangat jelas, singkat, dan dapat mempunyai sikap yang tenang bila terjadi hal - hal mendadak yang harus disampaikan kepada *audience*. Dan hal ini bisa terjadi setiap saat.

Ketiga, rasa humor orang yang tidak mempunyai rasa humor akan mendapat kesulitan untuk mendalami profesi yang satu ini. Ada dua hal yang menyangkut masalah ini yaitu, *audience* tidak menghendaki berkomunikasi dengan seorang *host* yang bermuka masam, karena mereka datang untuk menghadiri suatu pertemuan, dan mengharapkan semua yang dilihatnya adalah yang terbaik. Kedua, dengan rasa humor akan tercipta suasana akrab, ceria antara anda dan *audience.*

Keempat, pelaksanaan suatu acara melibatkan banyak pihak, yang masing - masing mempunyai cara dan keinginan sendiri - sendiri dalam mencapai tujuannya. Pada saat acara berlangsung, mungkin akan muncul instruksi - instruksi yang membingungkan *host* dalam melaksanakan tugasnya, atau juga pengisi acara yang rewel. Disinilah di butuhkan kesabaran dari seorang *host*.

Kelima, imajinasi. Berbagai macam acara akan di temui di sepanjang perjalanan karir seorang *host*, dan masing - masing acara mempunyai karakter dan tingkat kesulitan acara yang berbeda - beda. Pada saat - saat tertentu *host* dituntut untuk kreatif, agar acara yang biasa – biasa saja bisa menjadi lebih meriah. *Host* menciptakan bagaimana suasana sesuai dengan imajinasinya, namun tidak jarang pula *host* harus bisa meredam emosi *audience*nya, dengan menerima imajinasi yang di miliki *audience*nya.

Keenam, antusiasme. Seorang *host* tidak mungkin menjalankan aktivitasnya tanpa antusiasme, sebab tanpa itu hampir dapat dipastikan bahwa ia akan gagal menjalankan perannya. Antusiasme akan terlihat oleh audien dan akan mempengaruhi mereka. Antusiasme akan mencerminkan keunggulan *host*, dalam komunikasi yang terjadi antara *host* dan *audience*nya.

Ketujuh, rendah hati dan bersahabat. Ketenaran dari seorang *host* bisa setingkat ketenarannya dengan seorang artis, namun seorang *host* tidak boleh terlalu bangga pada nama besarnya, karena kesombongannya akan terpancar keluar dari penampilannya, lewat kata - kata, dan sikap tubuhnya saat berkomunikasi dengan para *audience*nya. Kerendahan hati membuat penampilan *host* menjadi sosok yang ramah, berwajah cerah, dan siap berdialog sebagaimana seorang sahabat layaknya.

Terakhir yaitu kemampuan bekerjasama. Pada pelaksanaan kerjanya, seorang *host* tidak dapat bekerja seorang diri. Selalu ada pihak lain yang menunjang atau menemani penampilan *host*, seperti protokol, *stage manager, soundman, lightingman,* dan sebagainya. Karena itu, dibutuhkan kemampuan bekerjasama dan pengertian yang baik di antara sesama petugas.

1. **Gaya Feminim**

Dalam hal ini, feminim pada pria yang akan menjadi sampelnya. Menurut Bem (dalam Wathani, 2009), gender merupakan karakteristik kepribadian, seseorang yang dipengaruhi oleh peran - peran gender yang dimilikinya dan hal tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat klasifikasi yaitu maskulin, feminim, androgini dan yang tak terbedakan.

Konsep gender dan peran gender merupakan dua konsep yang berbeda, gender merupakan istilah biologis, orang - orang yang dilihat sebagai pria atau wanita tergantung dari organ dan gen jenis kelamin mereka. Sebaliknya menurut Basow (dalam Wathani, 2009), peran gender merupakan istilah psikologis dan kultural, diartikan sebagai perasaan subjektif seseorang mengenai kepriaan (*maleness*) atau kewanitaan (*femaleness*).

Adapun pengertian dari masing - masing peran gender maskulin, feminim menurut Hoyenga & Hoyenga (dalam Nauly, 2013) dan androgini. Maskulin adalah ciri - ciri yang berkaitan dengan gender yang lebih umum terdapat pada laki - laki, atau suatu peran atau sifat maskulin yang dibentuk oleh budaya. Dengan demikian maskulin adalah sifat yang dipercaya dan dibentuk oleh budaya sebagai ciri yang ideal bagi laki - laki.

Feminim menurut Hoyenga & Hoyenga (dalam Nauly, 2013) adalah ciri - ciri atau sifat yang lebih sering atau umum terdapat pada perempuan daripada laki - laki. Ketika dikombinasikan dengan stereotipikal, maka ia mengacu ada sifat yang diyakini lebih berkaitan pada perempuan daripada laki - laki secara kultural pada budaya atau subkultur tertentu. Berarti, feminim merupakan ciri - ciri atau sifat yang dipercaya dan dibentuk oleh budaya sebagai ideal bagi perempuan.

Androgini adalah tingginya kehadiran karakteristik maskulin dan feminim yang diinginkan pada satu individu pada saat bersamaan (Bem, Spence & Helmrich, dalam Wathani 2009). Individu yang androgini adalah seorang laki - laki yang asertif (sifat maskulin) dan mengasihi (sifat feminim), atau seorang perempuan yang dominan (sifat maskulin) dan sensitif terhadap perasaan orang lain (sifat feminim).

Beberapa penelitian menemukan bahwa androgini berhubungan dengan berbagai atribut - atribut yang sifatnya positif, seperti mempunyai harga diri yang tinggi, tingkat kecemasan yang rendah, mempunyai pemikiran yang kreatifitas, dan mempunyai kemampuan *parenting* yang sangat efektif (Bem, Spence & Helmrich, dalam Wathani 2009).

Tak terbedakan *(undifferentiated)* merupakan keadaan laki - laki atau perempuan dengan skor maskulinitas dan feminimitas rendah, sehingga tidak muncul kecenderungan maskulinitas maupun sisi feminimnya (Basow, 2010). Pada pria feminim digambarkan seperti pria metroseksual yaitu sosok yang normal atau *straight*, sensitif dan terdidik, yang lebih menonjolkan sisi kelemah lembutannya.

*Bem Sex - Role Inventory* (BSRI) menjelaskan dimensi feminimitas pada pria biasanya mencangkup ciri - ciri sifat penuh kasih sayang, menaruh simpati atau perhatian kepada orang lain, tidak memikirkan diri sendiri, penuh pengertian, mudah iba atau kasihan, pendengar yang baik, hangat dalam pergaulan, berhati lembut, senang terhadap anak - anak, lemah lembut, mengalah, pemalu, merasa senang jika dirayu, konsumtif, berbicara dengan suara lembut, mudah terpengaruh, polos / naif / sopan, suka merawat diri dan bersifat kewanitaan.

Bergaya feminim juga mempunyai tiga faktor pada umumnya, yaitu memang adanya pengaruh *life style,* medis atau dari psikologisnya. Adanya *life style* itu sendiri dikarenakan perkembangan zaman yang semakin hari semakin berkembang dalam sisi pergaulan sehingga membuat seseorang mengikuti trend tersebut. Secara medis menurut Sidharta (1984) gangguan berbahasa itu dapat di bedakan atas tiga golongan, yaitu (1) gangguan berbicara, (2) gangguan berbahasa, dan (3) gangguan berpikir.

Dari dimensi psikologis, lebih banyak lagi faktor yang memengaruhi. Antara lain, kurangnya figur yang baik dari orangtua dengan jenis kelamin yang sama pada anak saat usia 3-5 tahun. Jika ini terjadi pada laki - laki, dalam situasi kehidupan awal seorang anak, figur ibu terlalu dominan dalam keluarga. Penyebabnya bisa dikarenakan ayah lemah, perceraian sehingga anak laki - laki tinggal dengan ibunya, atau ayah meninggal sehingga identifikasi anak laki - laki ini cenderung ke arah perempuan. Termasuk pengasuhan oleh ayah terhadap anak laki - lakinya menjadi kurang efektif.

1. **Penelitian Terdahulu**

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian terdahulu ini dapat memperkuat keinginan untuk meneliti suatu permasalahan karena adanya penelitian - penelitian terdahulu yang relevan. Selain itu dengan penelitian terdahulu juga dapat membantu peneliti untuk menghemat tenaga dan biaya dengan cara menjadikan penelitian terdahulu sebagai sumber dokumen penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil tiga sumber untuk dijadikannya refrensi terhadap penelitian, sebagai pendukung pembahasan - pembahasan penelitian peneliti, dan juga sebagai bahan studi referensi untuk peneliti, dan inilah beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. **Kerangka Pemikiran**

Keefektifan suatu siaran televisi ditentukan berdasarkan diterima - tidaknya oleh khalayak. Pendapat atau opini dari khalayak sangat penting untuk mengevaluasi. Jika suatu acara tersebut berhasil memperoleh tingkat *rating* yang tinggi, berarti acara tersebut telah berhasil “mengambil hati” khalayaknya. Dengan demikian, baik tidaknya mutu suatu program *reality show* Brownis tergantung pada penilaian dan persepsi dari khalayak yang telah menonton acara tersebut. Untuk lebih jelasnya dalam keterkaitan - keterkaitan antar variabel yang lainnya, secara lebih rinci dapat disajikan pada gambar berikut:

**Gambar 2.2**

**Kerangka Pemikiran**

Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Perilaku Feminim *Host* Acara Brownis di Trans TV

Aksi dalam menerima segala bentuk pesan

Reaksi dalam menerima segala bentuk pesan

Gaya Feminim *Host* Brownis Trans Tv

Komunikasi Nonverbal

Melalui isyarat, ekspresi wajah, gestur, pakaian, sentuhan, dan lain - lain

Kredibilitas

Keahlian, keterpercaya-an, daya tarik

Komunikasi Verbal

Dalam berbahasa

Dua ibu rumah tangga di Bekasi dan dua ibu rumah tangga di Bogor

Penelitian ini berdasarkan adanya aksi dan reaksi yang diberikan oleh ibu – ibu rumah tangga, hal ini dikarenakan aksi dalam pesan yang diberikan secara langsung oleh *host* acara Brownis di Trans TV yang memberikan pengaruh dalam acara penayangan Brownis Trans TV ini, tentunya juga memberikan reaksi tertentu pada setiap ibu – ibu rumah tangga.

Peneliti juga menggunakan persepsi yang merupakan suatu proses memilih, mengorganisir, dan menginterpetasi informasi dikumpulkan oleh pengertian seseorang dengan maksud untuk memahami dunia sekitar. Persepsi ibu rumah tangga dalam menonton program acara *reality show* ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu orang yang mempresepsi (khalayak siaran), objek atau stimulus yang diterima (tayangan program acara *reality show*), dan keterdedahan.

Persepsi sehingga dapat melihat bagaimana ibu – ibu rumah tangga mempersepsi *host* feminim dalam acara Brownis di Trans TV. Jadi persepsi disini tentu saja subyektif dan evaluatif, tergantung induvidu – individu tersebut mempersepsikan *host* Brownis. Persepsi feminim terhadap *host* dalam tayangan acara Brownis di Trans TV mempunyai tiga jenis yang menentukan bagaimana persepsi – persepsi itu dapat terarah dengan baik atau tidak, yaitu adanya komunikasi verbal, komunikasi nonverbal dan kredibilitas.