

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN PENELITIAN RELEVAN

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Persepsi

Menurut Fadila dan Lestari dalam Tantri Silvani, dkk (2021: 3), persepsi adalah segala proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan untuk menghasilkan makna.

Menurut Rahmatullah dalam Tantri Silvani, dkk (2021: 4), ada 2 faktor yang mempengaruhi persepsi, faktor tersebut adalah sebagai berikut:

a. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu yang mencakup beberapa hal antara lain:

##### 1) Fisiologis

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

##### 2) Perhatian

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap objek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek.

##### 3) Minat

Persepsi terhadap suatu objek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan

kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

#### 4) Kebutuhan yang Searah

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari objek-objek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

#### 5) Pengalaman dan Ingatan

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

#### 6) Suasana Hati

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

- b. Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan objek-objek yang terlihat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah:

##### 1) Ukuran dan Penempatan dari Objek atau Stimulus

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu objek, maka semakin mudah dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu objek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

##### 2) Warna dari Objek-objek

Objek-objek yang mempengaruhi cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

### 3) Keunikan dan Kekontrasan Stimulus

Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

### 4) Intensitas dan Kekuatan dari Stimulus

Stimulus dari luar akan memberi makna lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

## 2. *Meme*

Dawkins mendefinisikan *meme* berdasarkan pada gagasan replikator (diterapkan pada budaya). Replikator adalah biologis atau singularitas kimia yang tak terpisahkan Proporsi. "Molekul" ini bertindak sebagai template, dan memiliki kapasitas membuat salinan itu sendiri. Lebih lanjut, Dawkins menyatakan dalam bukunya tiga properti yang harus direplikasi mencakup untuk menjadi "sukses" (untuk mengelola serta membuat salinan dari dirinya sendiri): Umur panjang adalah jumlah waktu Replikator dapat hidup atau jumlahnya waktu itu dapat mereproduksi dirinya sendiri. Fekunditas adalah tingkat di mana salinan dilakukan. Salin Fidelity adalah ketepatan salinan dari itu sendiri dapat dibuat, dengan mempertimbangkan bahwa setiap proses replikasi menghasilkan sejumlah kesalahan tertentu setiap kali salinan dibuat. (Dawkins, 1976)

Beberapa contoh *meme* adalah lagu, ide, frase tangkapan, mode pakaian, membuat pot atau membangun lengkungan. Sama seperti gen yang menyebarkan diri mereka sendiri dikumpulan gen dengan melompat dari tubuh ke tubuh melalui sperma atau sel telur, jadi *meme* menyebar diri mereka sendiri di kolam *meme* dengan melompat dari otak ke otak melalui proses yang, dalam arti luas, bisa disebut imitasi: "... *meme harus dianggap sebagai struktur hidup, bukan hanya secara metaforis tapi secara teknis*" (Dawkins, 1976).

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya, yang sudah mengategorikan *meme* yang ada di media sosial menjadi beberapa kategori. Menurut Infra (2021) *meme* yang berkembang pada saat ini di kategorikan menjadi *meme* bertema sejarah budaya, sosial, ekonomi, dan politik. *Meme* bertema sejarah adalah *meme* yang membahas mengenai suatu budaya baik yang berkaitan dengan perkembangan hidup atas suatu kelompok. *Meme* yang bertema sosial adalah *meme* yang khusus yang membahas tentang isu-isu sosial atau peristiwa yang ada dimasa lalu namun tidak menutup kemungkinan peristiwa yang baru saja terjadi. *Meme* bertema ekonomi merupakan sebuah *meme* yang khusus membahas tentang perekonomian dan biasanya memiliki kecenderungan pada hal ekonomi yang memiliki lingkup jual-beli.

*Meme* tema sejarah politik merupakan *meme* yang membahas segala hal yang berhubungan dengan politik di masa lalu. *Meme* jenis ini sering muncul di publik dan biasanya membahas perpolitikan baik hal-hal yang dilakukan ataupun keputusan politik di masa lalu. Sedangkan pada penelitian ini yang membedakannya adalah fokus penelitian yang berfokus pada *meme* yang bercondong kearah politik. Pemilihan presiden tahun 2019 adalah adalah satu *event* yang sangat luar biasa dalam hal politik bahkan sampai ketatanegaraan semuanya beradu kekuatan dan banyak juga yang bersebaran di media sosial tentang *meme* pasangan calon presiden. Dengan adanya hal tersebut maka penelitian kali ini berfokus kepada arah politiknya saja.

### 3. Fenomenologi

Kuswarno mengatakan dalam Rini Rahmadani (2019), fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang berarti menampak. Sedangkan *phainomenon* yaitu yang menampak. Istilah fenomenologi pertama kali disebarluaskan atau dipopulerkan oleh seorang peneliti yang bernama Edmund Husserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa

mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakannya.

Fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada pengalaman hidup manusia. Pendekatan fenomenologi menggunakan pengalaman hidup sebagai alat untuk memahami secara lebih baik tentang sosial, budaya, politik atau konteks sejarah dimana pengalaman itu terjadi. Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, tetapi berusaha menggali makna dibalik setiap gejala itu. (Rini Rahmawati, 2019)

#### 4. Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Ike Atikah dan Beddy Irawan (2018) mengungkapkan media sosial adalah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (media online) yang memungkinkan seseorang dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi dan berkerjasama, serta berbagi dengan orang lainnya. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Anang Sugeng, 2016).

Munculnya *virtual reality*, komunitas virtual, dan identitas virtual merupakan fenomena yang banyak muncul seiring dengan hadirnya *new media*. Fenomena ini muncul karena *new media* memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya di *new media*, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. (Flew, 2002: 25).

Media sosial atau *social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan, bahwa media sosial online, disebut

jejaring sosial online bukan media masa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang dimasyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan masa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Fenomena media sosial ini bisa dilihat dari kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International. Inilah alasan mengapa media ini disebut media sosial bukan media masa (Ardianto, 2011: xii)

## B. Penelitian Yang Relevan

Sebuah penelitian tentunya tidak lepas dari sebuah penelitian yang lainnya, baik itu sebagai sumber, bacaan atau bahkan hanya sebagai sebuah dasar teori. Hal ini juga berlaku pada penelitian yang sedang penulis kerjakan. Beberapa penelitian sebelumnya dapat membantu penulis dalam menentukan baik dalam sebuah landasan teori bahkan sampai kepada sebuah metode penelitian. Berikut merupakan penelitian yang relevan yang dapat menjadi acuan peneliti dalam melaksanakan penelitian.

Prof. Dr. Suswandari, M. Pd dkk meneliti tentang *Meme* Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Dalam Entitas Kebudayaan Masyarakat Milenial (Studi Kasus: Mahasiswa Pendidikan Sejarah FKIP UHAMKA) yang bersumber dari [simakip.uhamka.ac.id](http://simakip.uhamka.ac.id), pada tahun 2020. Penulis menyimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan metode-metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini (1) untuk dapat menelaah terkait persepsi penggunaan *meme* sebagai media pembelajaran sejarah; (2) untuk dapat menyusun terkait kriteria *meme* yang bisa digunakan sebagai media pembelajaran sejarah; (3) untuk dapat menyeleksi konten *meme* yang mampu digunakan sebagai media pembelajaran sejarah. Hasil dari penelitian ini adalah *meme* dapat dijadikan sebagai media pembelajaran sejarah yang menarik bagi para pembacanya, yang pada saat ini mayoritas pembacanya adalah masyarakat milenial

Fitri Murfianti meneliti tentang *Meme* di Era Digital dan Budaya Siber oleh yang bersumber dari [jurnal.isiska.ac.id](http://jurnal.isiska.ac.id), tahun 2019. Dalam penelitian tersebut

menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode riset pustaka atau kepustakaan. Bertujuan untuk mendeskripsikan proses produksi dan distribusi *meme* di media siber, serta mendeskripsikan pembentukan budaya siber melalui produksi dan distribusi *meme*. Hasilnya fenomena *meme* internet menjadi populer di kalangan netizen. Hal ini disebabkan oleh faktor bentuk dan wujud *meme* yang sangat sederhana. Setiap orang bisa membuat *meme* tanpa keterampilan menggambar khusus layaknya seorang kartunis serta bentuknya yang menggabungkan gambar dan ekspresi.

Penelitian selanjutnya adalah Persepsi Mahasiswa Terhadap Fenomena *Meme* Sejarah Dalam Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Sejarah FKIP UMP) oleh Infra Tunggul Buana Dewantara yang merupakan penelitian awal yang membuat penulis berfokus untuk melanjutkan salah satu penelitian dengan objek berbeda. Memiliki metode, cara dan juga dasar teori yang sama yang digunakan dalam penelitian. Hal ini disebabkan karena jenis penelitian yang sama yaitu persepsi hanya dibedakan dengan objek penelitiannya. Setelah penulis membaca judul skripsi dari Infra Tunggul Buana Dewantara angkatan 18 yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Fenomena *Meme* Sejarah Dalam Media Sosial” (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Sejarah FKIP UMP).

Penulis terinspirasi untuk melanjutkan penelitiannya dengan cabang topik yang berbeda. Jika penelitian sebelumnya mengarah kepada munculnya *meme* dan perkembangannya, maka penulis berfokus kepada salah satu objek yaitu *meme* yang bercorak politik terutama yang berkaitan dengan pemilu Presiden pada tahun 2019. Hal inilah yang membedakan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis dengan penelitian sebelumnya.

### **C. Landasan Teori**

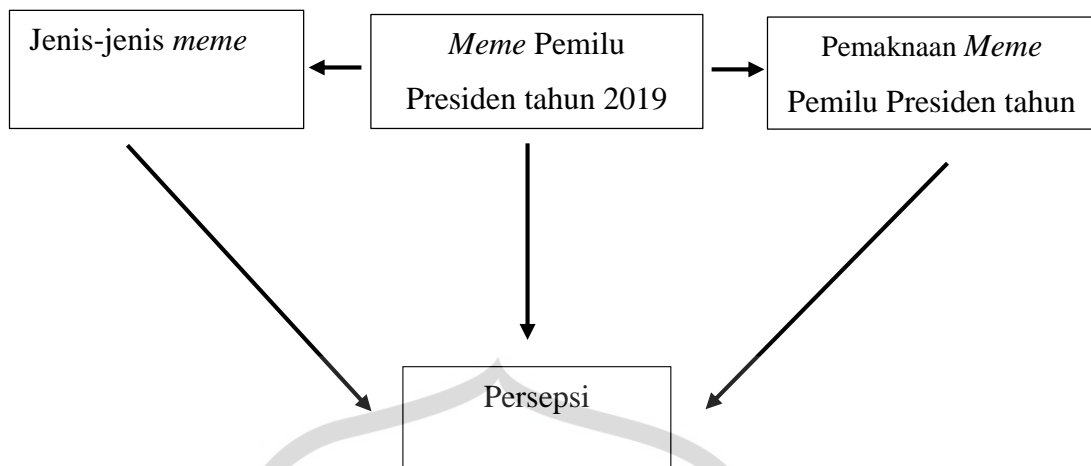
Pada penelitian ini menggunakan sebuah teori yang menjadi sebuah dasar dalam melaksanakan penelitian tersebut. Teori yang digunakan adalah dengan teori yang mampu menganalisis sebuah fenomena sosial. Dengan hal tersebut maka penulis menggunakan Teori Fenomenologi sosial.

Menurut Littlejohn (2011: 47) teori-teori dalam tradisi fenomenologi mengasumsikan bahwa orang secara aktif menafsirkan apa yang terjadi di sekitar mereka dan memahami dunia dengan pengalaman pribadi dengannya. Tradisi ini berkonsentrasi pada pengalaman sadar dari orang. Fenomenologi adalah cara manusia memahami dunia melalui pengalaman langsung persepsi suatu fenomena, apakah itu objek, peristiwa, atau kondisi. Anda jadi tahu sesuatu dengan memeriksanya secara sadar dan menguji perasaan dan persepsi anda tentang hal itu. Menurut Maurice Merleau-Ponty dalam Littlejohn, seorang ahli teori dalam tradisi ini menulis bahwa "semua pengetahuan saya tentang dunia, bahkan pengetahuan ilmiah saya, diperoleh dari sudut pandang khusus saya sendiri, atau dari beberapa pengalaman dunia". Fenomenologi membuat pengalaman hidup yang sebenarnya berdasarkan pada data dasar realitas. Yang dapat diketahui hanyalah apa yang dialami; "Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi nyata sebagaimana adanya."

Dari pernyataan di atas maka kegunaan teori fenomenologi yaitu untuk menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan perasaan baik itu pemikiran ataupun pendapat yang berbeda. Dengan adanya hal ini maka penelitian ini berfokus kepada penulisan perasaan responden tentang adanya *meme* pemilu presiden. Dengan demikian teori tersebut dapat menjadi sebuah acuan serta dasar utama penulis dalam melaksanakan penelitian tersebut.

#### **D. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir dalam penelitian ini digunakan sebagai panduan dalam penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat dilakukan secara sistematis sesuai dengan rencana yang digunakan pada awal penelitian. Peneliti berusaha untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap *meme* pemilu presiden pada tahun 2019 yang tersebar di media sosial.



Gambar 2. 1 Konsep Kerangka Pikir

Cara membaca kerangka pikir di atas yaitu penulis mencari berbagai sumber terkait dengan *meme* pemilu presiden tahun 2019 yang termasuk kedalam salah satu jenis *meme*. Kemudian penulis melaksanakan pemaknaan terhadap jenis *meme* tersebut dan melakukan penelitian sehingga memunculkan persepsi. Dari hal tersebut maka penulis bisa menyimpulkan serta mengategorikan persepsi yang timbul berdasarkan pada indikator serta kriteria yang sudah penulis miliki.