

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Pengertian Persepsi

Atkinson dan Hilgard mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke dalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi (dalam Gitosudarmo dan Sudita, 2000: 16).

Menurut Walgito, proses terjadinya persepsi tergantung dari pengalaman masalah dan pendidikan yang diperoleh individu. Proses pembentukan persepsi dijelaskan oleh Feigi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang berinteraksi dengan *interpretation*, begitu juga berinteraksi dengan *closure*. Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Proses *closure* terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan interpretasi berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh (Gitosudamo dan Sudita, 2009).

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsi yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin sering dan semakin mudah mereka berkomunikasi (Mulyana, 2004:167-268).

Persepsi adalah sumber pengetahuan kita tentang dunia, kita ingin mengenali dunia dan lingkungan yang mengenalinya. Pengetahuan adalah kekuasaan. Tanpa pengetahuan kita tidak dapat bertindak secara efektif. Persepsi adalah sumber utama dari pengetahuan itu. Dari definisi yang dikemukakan oleh Pareek (dalam Sobur, 2003:451) yaitu "proses menerima, menyeleksi, mengorganisir, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indra dan data", tercakup beberapa segi atau proses yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut:

a. Proses Menerima rangsangan

Proses pertama dalam persepsi adalah menerima rangsangan atau data dari berbagai sumber. Kebanyakan data diterima melalui panca indra. Kita melihat sesuatu, mendengar, mencium, merasakan atau menyentuhnya, sehingga kita mempelajari segi-segi lain dari sesuatu itu.

b. Proses Menyeleksi Rangsangan

Setelah rangsangan diterima atau data diseleksi. Tidaklah mungkin untuk memperhatikan semua rangsangan yang telah diterima. Demi menghemat perhatian yang digunakan, rangsangan-rangsangan itu disaring dan diseleksi untuk proses yang lebih lanjut.

c. Proses Pengorganisasian

Rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Ada tiga dimensi utama dalam pengorganisasian rangsangan, yakni pengelompokan (berbagai rangsangan yang diterima dikelompokkan dalam suatu bentuk), bentuk timbul dan latar (dalam melihat rangsangan atau gejala, ada kecenderungan untuk memusatkan perhatian pada gejala-gejala tertentu yang timbul menonjol, sedangkan gejala atau rangsangan yang lain berada di latar belakang), kemantapan persepsi (ada suatu kecenderungan untuk menstabilkan persepsi, dan perubahan-perubahan konteks tidak mempengaruhinya).

d. Proses Penafsiran

Setelah rangsangan atau data diterima dan diatur, si penerima lalu menafsirkan data itu dengan berbagai cara. Dikatakan bahwa telah terjadi persepsi setelah data itu ditafsirkan. Persepsi pada pokoknya memberikan arti pada berbagai data dan informasi yang diterima.

e. Proses Pengecekan

Sesudah data diterima dan ditafsirkan, si penerima mengambil tindakan untuk mengecek apakah penafsirannya benar atau salah. Proses pengecekan ini terlalu cepat dan orang mungkin tidak menyadarinya.

f. Proses Reaksi

Tahap terakhir dari proses perseptual adalah bertindak sehubungan dengan apa yang telah diserap. Hal ini biasanya dilakukan jika seseorang bertindak sehubungan dengan persepsinya. Misalnya seseorang bertindak

sehubungan dengan persepsi yang baik atau buruk sesuai dengan yang dibentuknya. Lingkaran persepsi tersebut sebenarnya belum sempurna sebelum menimbulkan suatu tindakan. Tindakan ini bisa tersembunyi dan bisa pula terbuka. Tindakan tersembunyi berupa pembentukan pendapat atau sikap, sedangkan tindakan yang terbuka berupa tindakan nyata sehubungan dengan persepsi tersebut. Satu gejala yang telah menarik perhatian sehubungan dengan tindakan tersembunyi ialah "pembentukan kesan"(Sobur, 2003:463).

Persepsi sering dimaknakan dengan pendapat, sikap, penilaian, perasaan dan lain-lain. Yang pasti tindakan persepsi, penilaian, perasaan, bahkan sikap selalu berhadapan dengan suatu objek atau peristiwa tertentu. Berhubung persepsi melibatkan aktivitas manusia terhadap objek tertentu, maka persepsi selalu menggambarkan pengalaman manusia tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan tentang objek tersebut. Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (lingkungan sosial). Lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis.

Persepsi terhadap lingkungan fisik sangat berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial, perbedaan tersebut mencakup hal-hal berikut:

1. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal maupun non verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
3. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Persepsi juga ditentukan oleh faktor fungsional dan struktural. Beberapa faktor fungsional atau faktor yang bersifat personal antara lain kebutuhan individu, pengalaman, usia, masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, dan lain-lain yang bersifat subjektif. Faktor struktural atau faktor dari luar individu antara lain lingkungan keluarga, hukum-hukum yang berlaku, dan nilai-nilai dalam masyarakat. Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terdiri dari faktor personal dan struktural. Faktor-faktor personal antara lain pengalaman, proses belajar, kebutuhan, motif dan pengetahuan terhadap objek psikologis. Faktor-faktor struktural meliputi lingkungan keadaan sosial, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat (Rakhmat, 2004:58).

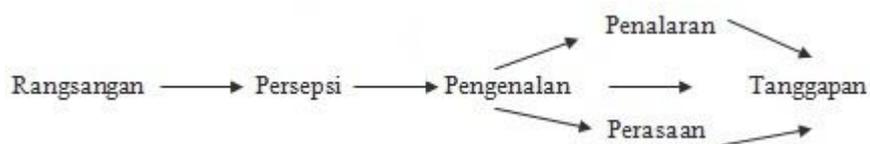
g. Proses Persepsi

Salah satu pandangan yang dianut secara luas menyatakan bahwa psikologi sebagai telaah ilmiah berhubungan dengan unsur dan proses yang merupakan perantara rangsangan di luar organisme dengan tanggapan fisik organisme yang dapat diamati terhadap rangsangan. Menurut rumus ini, yang dikenal dengan teori rangsangan-tanggapan (stimulus-responden/S-R), persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Subproses psikologis lainnya adalah pengenalan, penalaran, perasaan, tanggapan.

Seperti dinyatakan dalam bagian berikut, persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Bahkan diperlukan bagi orang yang paling sedikit terpengaruh atau sadar akan adanya rangsangan menerima dan dengan suatu cara menahan dampak dari rangsangan.

Variabel psikologis di antara rangsangan dan tanggapan

**GAMBAR 2.1**



Sumber: Sobur,2003:447

Rasa dan nalar merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan, tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan atau terhadap satu bidang rangsangan sampai tingkat tertentu dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi, atau kedua-duanya.

Secara singkat persepsi dapat didefinisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan. Kognisi adalah cara manusia memberi arti terhadap rangsangan. Penalaran adalah proses sewaktu rangsangan dihubungkan dengan rangsangan lainnya pada tingkat pembentukan psikologi. Perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh rangsangan baik sendiri atau bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kognitif atau konseptual.

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara diamemandang. Oleh sebab itu untuk mengubah tingkah laku seseorang harus dimulai dengan mengubah persepsinya. Dalam persepsi terdapat tiga komponen utama berikut (Sobur, 2003:446):

1. Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganiskan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga

bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

## 2. Media Sosial

### a. Pengertian Media Sosial

F.P William dalam bukunya *Social Networking Sites :How to Stay Safe Sites: Multi-States Information Sharing & Analysis Center (MS-ISAC)* yang dikutip oleh Adam Mahamat Heloudan Nor Zairah Ab. Rahim dalam jurnal yang berjudul *The Influence of Social Networking Sites on Students' Academic Performance in Malaysia* mengemukakan, *Social Networking Sites is an online community of internetusers who want to communicate with other users about areas of mutual interest.* Aditya Firmansyah (2010: 10) mengemukakan bahwa situs jejaring sosial merupakan sebuah situs berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana

mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang di kenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini di perkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954 dalam tulisan Muhammad Ridwan Nawawi (2008). Setiap situs jejaring sosial memiliki daya tarik yang berbeda. Namun pada dasarnya tujuannya sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan lebih menarik karena ditambah fitur-fitur yang memanjakan penggunanya. Dengan beberapa penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa situs jejaring sosial merupakan layanan berbasis web dimana digunakan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi dengan pihak lain baik dengan teman, keluarga, maupun suatu komunitas yang memiliki tujuan yang sama.

Menurut Van Dijk (2006), mengutip apa yang dilakukan oleh Stanley Milgram, rata-rata setiap elemen dalam sebuah unit akan saling berkaitan dengan menurut *Six degrees of separation*, yang menyatakan bahwa manusia lain dengan paling banyak enam orang yang saling berkaitan. Sejak kemunculan *classmates.com* dan *sixdegrees.com* di pertengahan tahun 1990-an, maka berbagai jenis media sosial mulai bermunculan dan bahkan sudah spesifik kebidang-bidang tertentu.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012;568), media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sedangkan, definisi lain mengenai sosial media menurut Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha (2007;.2), media sosial

adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

b. Ciri-ciri Media Sosial

Ciri-ciri media sosial sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, tetapi banyak orang.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *gatekeeper*. *Gatekeeper* adalah orang atau lembaga yang berfungsi untuk memisahkan informasi yang harus disebarkan kepada masyarakat dan informasi yang dilarang untuk disebarkan kepada masyarakat.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

c. Karakteristik Media Sosial

1. Partisipasi

Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan *audience*.

## 2. Keterbukaan

Kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana *voting*, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan (perlindungan *password* terhadap isi cenderung dianggap aneh)

## 3. perbincangan

Memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara “dua arah”

## 4. Komunitas

Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat (*instan*) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tanyangan TV favorit).

## 5. Keterhubungan

Mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain.

a. Fungsi Media Sosial

Berikut beberapa fungsi media sosial :

1. Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan *internet* dan teknologi web.
2. Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (“*one to many*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audien (“*many to many*”).
3. Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri

3. *Blackberry messenger*

*Blackberry messenger* adalah aplikasi pesan instan aman yang unik ke perangkat blackberry. Ia menggunakan pin blackberry, yang unik untuk setiap blackberry, untuk mengirim pesan dari perangkat ke perangkat.

Para pengguna dapat menambahkan kontak ke *blackberry messenger* dengan menambahkan pin mereka, memindai *barcode* mereka, atau mengirim mereka sebuah email atau undangan sms (*short message service*). Ini adalah kepentingan terbaik para pengguna untuk hanya menambah orang yang para pengguna kenal dan percaya untuk *blackberry messenger*, karena begitu seseorang mendapat pin, para pengguna satu-satunya cara untuk memastikan

bahwa orang tidak dapat melanjutkan ke pesan para pengguna adalah untuk mendapatkan perangkat baru dengan pin baru.

*Blackberry messenger*, tidak seperti aplikasi lain *instant messaging*, memungkinkan para pengguna untuk *broadcast* pesan para pengguna dapat mengirim satu pesan kepada beberapa orang dengan memilih mereka dari *checklist*. Dalam keadaan darurat, fitur ini dapat menghemat waktu para pengguna dengan memungkinkan para pengguna untuk mengirim informasi yang sama kepada setiap orang yang membutuhkannya. Hal ini juga memungkinkan para pengguna untuk mengirim pesan panjang tak terbatas, tidak seperti beberapa protokol lain *instant messenger* atau sms (*short message service*).

Para pengguna tidak perlu khawatir tentang pesan mendapatkan terpotong atau pecah menjadi beberapa bagian. Para pengguna tidak hanya dapat mengirim pesan ke beberapa orang sekaligus, tapi para pengguna dapat mengirim gambar dan video ke beberapa orang.

Seperti kebanyakan aplikasi *instant messenger* lain, Anda dapat menyesuaikan nama tampilan Anda, menambahkan foto profil, menunjukkan apa lagu yang sedang mendengarkan, memperbarui pesan status Anda, dan menunjukkan lokasi Anda (yang diperbarui oleh GPS jika perangkat para pengguna memiliki itu dibangun di). Para pengguna dapat mengirim lokasinya langsung ke kontak lainnya dengan memilih "kirim lokasi" dari menu ketika para pengguna berada dalam chat dengan salah satu kontakannya. Jika para pengguna menunggu teman di restoran dan mereka

tersesat, para pengguna bisa mengirimkannya lokasinya sehingga mereka dapat menemukan si pengguna dengan lebih mudah.

Aplikasi *blackberry messenger* adalah aplikasi milik perangkat blackberry yang perusahaannya bernama RIM (*Research In Motion*). Sebelum dikenal dengan nama Blackberry, perusahaan asal Kanada ini dikenal dengan nama *Research in Motion*. Pada tahun 1984, Mike Lazaridis mendirikan *Research in Motion* yang mana perusahaan ini bekerja dalam bidang mengubah jaringan data nirkabel mobitex milik Ericsson menjadi jaringan Pager dua arah dan surel nirkabel yang bekerja sama dengan RAM *mobiledata* dan Ericsson. Namun pada akhir Januari 2013, *Research in Motion* membuat keputusan besar untuk merubah nama perusahaannya menjadi blackberry. Perkembangan *Research in Motion* dibantu oleh sejumlah investor Kanada pada tahun 1995 melalui pembentukan suatu perusahaan swasta. *Working Ventures Canadian Fund Inc* melakukan investasi pertama senilai \$5.000.000 untuk menyelesaikan pengembangan perangkat keras dan lunak pager dua arah *Research in Motion*.

Pada awalnya *Research in Motion* (RIM) mengeluarkan produk berupa sebuah pager yang diberi nama blackberry 850 pada tahun 1999, perangkat ini mampu menerima surel masuk dari *server microsoft exchange* dengan perangkat lunak *servernya*, *BlackBerry Enterprise Server* (BES). blackberry 850 tersebut, menjadi cikal terbentuknya telepon genggam pintar yang dapat kita gunakan pada saat ini. Blackberry mulai membuat telepon pintar dengan menggunakan *Operating System* tersendiri pada tahun 2000, yaitu blackberry

957. Blackberry 957 bukanlah produk yang diciptakan untuk ditawarkan secara umum kepada konsumen, produk awal dari RIM (*Research In Motion*) yang dipublikasikan sebagai telepon genggam pintar untuk khalayak umum adalah blackberry Pearl 8100, telepon ini sudah dilengkapi dengan fitur multimedia seperti kamera.

Cara RIM (*Research In Motion*) memperkenalkan diri keseluruh dunia adalah dengan membuka fasilitas baru di *North Sydney, New South Wales, Australia* pada februari 2009. Kantor baru RIM secara resmi dibuka oleh Thomas A. MacDonald, Konsul Jenderal Kanada, dalam acara peresmian yang dihadiri pejabat pemerintah *New South Wales* dan *North Sydney Council*, serta mitra dan pelanggan RIM (*Research In Motion*). Kantor baru ini memiliki fasilitas pelatihan, pusat riset dan pengembangan, pusat pemasaran mitra strategis dan layanan bantuan teknis. Blackberry memiliki jangkauan daya jual yang sangat luas, dengan menggunakan pemanfaatan berbagai media informasi yang semakin berkembang. Contoh dari pemanfaatan tersebut adalah, dengan membuat secara khusus aplikasi *shortcut* suatu media. Semisal seorang pengguna blackberry ingin membuka suatu *website* ternama tertentu, maka blackberry menyediakan suatu *icon shortcut* yang dapat membawa pengguna langsung menuju ke *website* yang diinginkan, begitu juga dengan konten lainnya yang secara khusus dibuatkan *icon shortcut* oleh blackberry. *Website* yang sering dikunjungi oleh umum, biasanya memiliki *link download* tersendiri untuk aplikasi yang dapat digunakan oleh ponsel blackberry.

Pada awalnya blackberry memiliki pelayanan kualitas jaringan yang sangat baik, hal ini dibuktikan dengan saat serangan terorisme 11 September 2001 di Amerika Serikat, atau lebih dikenal dengan peristiwa 9/11, semua jaringan operator seluler mengalami gangguan, namun jaringan blackberry tetap berjalan baik. Media massa di Amerika Serikat memuji kehebatan blackberry. Seorang Oprah Winfrey pun mengatakan pada 2003, blackberry adalah *gadget* favoritnya. Namun seiring bertumbuhnya pengguna blackberry yang meningkat pesat dan layanan *blackberry messenger* yang memerlukan daya simpan besar di *server* serta transmisi yang tidak sedikit, kualitas jaringan blackberry sering terganggu yang dikarenakan gangguan *server*. Blackberry memiliki laba penjualan yang terus meningkat sampai akhirnya ditahun 2011. Berbagai aspek telah mempengaruhi laba penjualan, mulai dari kekurangan ponsel blackberry sampai dengan kemunculan telepon pintar berjenis system operasi terbaru yang memiliki spesifikasi lebih baik ketimbang blackberry. Alhasil dalam tahun 2013, blackberry memangkas 50% karyawannya diseluruh dunia. Itulah informasi seputar perusahaan blackberry dan aplikasi *blackberry messenger*.

#### 4. Aplikasi

Aplikasi berasal dari kata *application* yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan. Secara istilah aplikasi adalah program siap pakai yang dibuat untuuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju.

Pengertian aplikasi menurut Jogiyanto (1999:12) adalah penggunaan dalam suatu komputer, instruksi (*instruction*) atau pernyataan (*statement*) yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses input menjadi output. Menurut Kamus Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998 : 52) adalah penerapan dari rancang sistem untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu. Aplikasi adalah suatu program komputer yang dibuat untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas khusus dari pengguna.

## B. Defenisi Operasional

### 1. Persepsi

Persepsi adalah sudut pandang seseorang mengenai hal-hal tertentu sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan terhadap suatu fenomena. Dalam hal ini peneliti memaknai persepsi hanyalah sebuah sudut pandang terhadap penggunaan media sosial *Blackberry Messenger*.

### 2. 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. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

3. *Blackberry messenger*

*Blackberry messenger* adalah aplikasi media social untuk perangkat *smartphone* yang merupakan milik dari perusahaan RIM (*reseach in motion*). *Blackberry messenger* merupakan aplikasi yang sampai saat ini masih digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai alat untuk bersosialisasi antar sesama penggunaanya dan bias juga dikatakan aplikasi terfavorit di Indonesia.

4. Mahasiswa

adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa.

5. Masyarakat

adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), di mana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.

### C. Kajian Terdahulu

1. Penelitian Oleh Arina Setyawati Agustin (2012)

Penelitiannya yang berjudul “Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap *Online Shop* Pada Media Sosial *Facebook*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Surabaya terhadap *online shop* pada media sosial *facebook* terlebih lagi saat mengetahui adanya penipuan *online shop* yang telah memakan korban. Apakah para penikmat belanja *online* tetap merasa nyaman atau tidak saat berbelanja di *online shop*

pada media sosial *facebook*. Perbedaan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu meneliti tentang persepsi masyarakat Surabaya terhadap online shop pada media sosial *facebook* sedangkan peneliti meneliti tentang persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap penggunaan aplikasi media sosial *blackberry messenger*. Media sosial yang diteliti oleh penelitian terdahulu berbeda dengan peneliti. Perbedaan yang kedua adalah penelitian terdahulu dilakukan di daerah Surabaya sedangkan peneliti melakukan penelitian di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

## 2. Penelitian Oleh Eryta Ayu Putri .S (2013)

Penelitiannya yang berjudul “Aplikasi *Instagram* Sebagai Media *Online shop*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aplikasi *Instagram* di gunakan sebagai media komunikasi pemasaran *online shop*. Hasil penelitian ini memberikan wawasan serta masukan bagi pengguna media *internet* dalam melakukan komunikasi pemasaran *online shop* pada media *Instagram*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu meneliti kegunaan aplikasi *Instagram* sebagai media *online shop* sedangkan peneliti meneliti tentang persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap penggunaan aplikasi media sosial *blackberry messenger*. Media sosial yang diteliti oleh penelitian terdahulu berbeda dengan peneliti.

Dari dua penelitian diatas mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu :

### 3. Persamaan Penelitian

- a. sama-sama menggunakan media sosial sebagai objek penelitian sama-sama berinteraksi melalui media sosial dan sama-sama menggunakan media *internet*.
- b. sama-sama menggunakan teknik observasi wawancara untuk mengumpulkan data

### 4. Perbedaan Penelitian

- a. Perbedaan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah objek dan lokasi penelitian, begitu juga dengan latar belakang masalah yang diteliti.

Pada penelitian yang dilakukan peneliti ialah mengetahui Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap Penggunaan *Blackberry Messenger* sementara penelitian terdahulu melakukan penelitian terhadap aplikasi *instagram* sebagai media *online shop* dan penelitian tentang persepsi masyarakat surabaya terhadap media sosial *facebook* sebagai media *online shop*.