

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial di era ini sudah menjadi kebutuhan baru untuk menunjang berbagai macam informasi dan interaksi. Media sosial memiliki peranan penting dalam komunikasi di era modern saat ini karena begitu cepat dan efektif dalam menjalankannya. Perkembangan media sosial tidak lagi hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi bagi sesama, tapi media sosial dapat digunakan sebagai sarana berekspresi masyarakat guna untuk menyalurkan kreatifitas dengan membuat konten yang menarik untuk dijadikannya sebagai berbisnis dan media promosi (Sundawa, 2018, p. 439). Hal ini berfungsi untuk menarik perhatian khalayak, dikenal oleh masyarakat dan efeknya adalah membangun persepsi dari masyarakat. Melalui konten inilah para *content creator* membuat dan mengemas dengan baik konten untuk berinteraksi dan sebagai sarana mengekspresikan sebuah karya agar eksistensi di media sosial meningkat. Dengan adanya interaksi antara *content creator* melalui media sosial maka khalayak akan semakin sadar akan keberadaan *content creator* di media sosial.

Salah satu media sosial yang sering digunakan oleh *content creator* maupun penggunanya adalah Youtube. Youtube sudah menjadi kebutuhan manusia di era 2010 sampai 2021 terbukti dengan sekitar 93,8% pengguna Youtube di tahun 2021 dari jumlah populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta, sedangkan *Whatsapp* berada di urutan kedua dengan 87,7% dari jumlah populasi di Indonesia dan *Instagram* berada di posisi ketiga dengan 86,6%

(wearesocial.com). Ketika *content creator* konsisten dalam mengelola *brand*-nya di Youtube maka akan berpeluang besar meraih popularitas yang lebih dan mendekati tujuan yang diharapkan. Melalui Youtube, *content creator* akan mendapatkan *feedback* berupa komentar yang dituliskan dari penontonnya dengan melalui fitur-fitur yang ada di Youtube seperti *comment*, *likes* dan *subscribes*. Masyarakat dengan sangat mudah untuk memberikan tanggapan, komentar ataupun saran berdasarkan apa yang dilihat dan dinilai oleh masyarakat. *Content creator* perlu menjaga tindakan, sikap dan perilaku agar *brand* yang sudah dibangun oleh *content creator* tetap terjaga dan tidak memunculkan persepsi negatif bagi para penontonnya. Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau stimulus yang didapatkan oleh manusia dengan menyimpulkan pesan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2011, p. 50). Pentingnya menjaga perilaku sebagai *content creator* dalam memperhatikan penontonnya agar nama atau *image* seorang *content creator* tidak dinilai negatif yang dapat merugikan dirinya sendiri, sehingga *content creator* akan dipercaya kepada masyarakat untuk sebagai panutan masyarakat dalam.

Salah satu *content creator* yang berfokus pada dunia satwa liar adalah Panji dalam akun Panji Petualang. Panji membuat konten yang menarik dengan tema hewan reptile sebagai salah satu dari strategi mereka untuk berbisnis dan mempertahankan eksistensinya di Youtube. Panji membuat konten mengenai petualangan di alam terhitung sejak *channel* youtube terbentuk pada tanggal 15 Maret 2017 sudah memiliki 9 juta subscriber lebih dan sudah mengunggah 1.000 video lebih. *Channel* Panji Petualang ini dalam *website socialblade.com* termasuk dalam kategori

animals yang artinya semua konten video Panji berhubungan dengan hewan, khususnya reptile. Panji berasal dari Purwakarta yang mengawali karir dari stasiun TV dan memiliki program TV sendiri yaitu Petualangan Panji pada tahun 2008 samai 2012 (Aditia, 2020).

Artikel berita idntimes.com (Larasanty, 2019), menyebutkan bahwa Panji dikenal banyak orang sebagai pecinta reptile yang gemar menampilkan adegan ekstrem saat itu. Dalam berinteraksi dengan reptile dibutuhkan kemampuan khusus dalam menangani dan merawat, khususnya dalam hal menangani reptile. Reptile memiliki insting yang liar sehingga manusia awam susah menebak pergerakan dari reptile dan menyebabkan keteledoran dalam menangani reptile tersebut. Panji sebagai salah satu pencinta reptile memiliki kemampuan khusus dalam memelihara dan menangani reptile, melalui sebuah program TV Panji menunjukkan aksinya dalam menangani reptile. Setelah program tersebut usai Panji sempat menghilang dalam kurun waktu yang cukup lama, bahkan Panji sempat dikabarkan meninggal karena tergigit Komodo. Kabar meninggalnya Panji dipercayai oleh masyarakat luas dan menjadi heboh (Bangka.Tribunnews.com, 2017).

Setelah dikabarkan menghilang di dunia televisi selama beberapa waktu dan dikabarkan meninggal, kini Panji kembali muncul sebagai Youtuber. Subscriber Panji terhitung dari bulan Juli 2019 sampai November 2019 cukup konstan dan tidak ada peningkatan yang signifikan (socialblade.com). Data *subscribers* Panji juga imbang dengan jumlah views Panji yang sesuai dengan *subscribers* Panji. Dengan potensi yang dimiliki Youtube, Panji mengemas konten berupa pencarian ular,

penyelamatan ular ataupun pengenalan ular.

Panji sebagai *content creator* di Youtube, Panji mengemas konten semenarik mungkin dengan tujuan agar menarik perhatian *audiens* dan mempertahankan eksistensinya di dunia *eintertainment*. Salah satunya adalah konten Panji yang menemukan ular king cobra di daerah Sumedang, Jawa Barat. Konten tersebut diunggah pada tanggal 9 November 2019 yang berjudul “*AWESOME! THIS KING COBRA IS MONSTROUS!*” dan sudah mendapatkan penonton sebanyak lebih dari 17 juta. Konten Panji dapat dilihat oleh semua umur dan dari konten tersebut masyarakat menjadi terobsesi dengan atraksi Panji dalam menangani ular. Panji menyelamatkan ular tersebut dikarenakan ular king cobra yang berukuran besar berada di dekat pemukiman warga dan sangat berbahaya jika bertemu manusia awam. Ular merupakan satwa liar yang seharusnya tidak bersinggungan langsung dengan masyarakat awam dan lingkungan penduduk. Oleh karena itu, Panji menangkap dan merawatnya hingga berpotensi ingin dijadikan maskotnya (dalam Youtube Panji, 2019). Karena itu Panji memberi nama ular king cobranya agar memiliki tanda pengenal agar mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Beberapa penonton Panji salah menilai Panji sebagai contoh mereka dalam menangani sebuah satwa liar terutama ular. Tindakan yang dilakukan Panji hanya dilakukan oleh orang profesional dan yang sudah berpengalaman saja. Alhasil penonton Panji yang tidak mengerti dan tidak memiliki kemampuan bagaimana cara menangani ular terkena dampak gigitan ular. Oleh karena itu, banyak berita mengenai Panji disalahkan sebagai penyebab kematian pawang hingga anak-anak yang dipatok king

cobra (Aditia, 2020). Hal tersebut dapat memunculkan persepsi-persepsi beraneka macam baik dari masyarakat awam, yayasan, komunitas maupun lembaga yang berfokus dalam bidang dunia satwa. Mengenai berita tersebut, Panji angkat bicara dan menegaskan bahwa konten Youtube Panji dengan ular bukan tontonan anak-anak (Aditia, 2020). Panji juga sudah memberikan keterangan dengan jelas bahwa adegan yang dilakukan Panji dilakukan oleh orang profesional. Apa yang diberitakan oleh media mengenai Panji dapat memberikan efek kepada penonton yang baru dan menuntun penonton baru untuk menilai Panji bahwa apa yang Panji lakukan dianggap berbahaya dan dianggap bahwa Panji mengajarkan untuk masyarakat awam dan anak-anak bahwa apa yang tindakan Panji lakukan sebagai cara untuk menangani ular. Jika melihat dari sisi lain yang memang memahami tentang satwa liar salah satunya seperti Yayasan Wagleri.

Yayasan Wahana Gerakan Lestari Indonesia atau yang biasa disingkat dengan Wagleri merupakan sebuah yayasan yang berdiri pada bulan Juni tahun 2019 di Jogja dan didirikan oleh aktivis lingkungan di Yogyakarta. Wagleri Jogja sendiri memiliki *Basecamp* yang bernama Kampung Satwa di Moyudan, Sleman. Yayasan Wagleri sendiri merupakan suatu yayasan yang pro akan satwa serta tumbuhan dan pemeliharaan satwa, baik itu satwa liar maupun tidak. Yayasan Wagleri secara tidak langsung ingin masyarakat menjaga ekosistem yang ada di alam dengan tidak membunuh, memperjual belikan secara ilegal dan merusak habitatnya agar tetap lestari dengan cara memberikan edukasi baik formal maupun non-formal (wawancara Hanif, 2020). Oleh karena itu Yayasan Wagleri sering mengadakan acara dan bekerja sama dengan beberapa komunitas serta

kampus-kampus ternama untuk mengedukasi ke masyarakat tentang memelihara, menangani dan mencegah hal yang tidak diinginkan oleh satwa liar.

Yayasan Wagleri dan Panji merupakan pecinta reptile dan memiliki tujuan yang sama dalam memelihara ekosistem alam liar. Dalam konteks ini melihat dari kasus Panji yang memelihara ular king cobra dan menunjukkan adegan-adegan ekstreme sudah menjadi hal yang wajar karena satwa liar tidak bisa diprediksi oleh manusia dan manusia yang profesional sekalipun (wawancara Hanif, 2020). Dalam menangani ular berbisa memang memerlukan keberanian dan mental yang lebih karena sangat beresiko terhadap nyawa masing-masing. Tindakan Panji merupakan tindakan yang berbahaya bagi kaum awam dan tidak sepatasnya jika menampilkan adegan berbahaya terus-menerus. Ketika masyarakat terkena stimulus secara terus-menerus maka masyarakat akan menilai Panji dan akan memunculkan persepsi di otak manusia, karena persepsi muncul berdasarkan pengalaman yang dilihatnya.

Yayasan Wagleri selaku yayasan pro akan satwa liar dan memiliki pengutus intin untuk melihat Panji Petualang dari sisi lain. Bagaimana adegan-adegan dan tindakan yang dilakukan Panji di dalam kontennya terhadap ular bisa dijadikan alat bagi Panji dalam menampilkan konten dan menunjukkan persepsi yang unik untuk ditunjukkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pengurus Yayasan Wagleri selaku Yayasan yang pro akan satwa liar melihat Panji Petualang dalam sebuah konten Youtubenya yang memelihara ular king cobra dengan atraksi-atraksi yang dianggap berbahaya bagi kaum awam.

Adapun penelitian sebelumnya yang serupa, yakni penelitian Ginting dan Pohan (2018) berjudul Persepsi Masyarakat terhadap Program Acara *Pesbukers* di ANTV. Persepsi masyarakat dari kelima informan tersebut menyatakan bagus namun ada beberapa hal yang harus diperbaiki seperti cara berpakaian dan penyampaian komedi harus disesuaikan dengan norma yang ada. Dikarenakan televisi memiliki *audiens* yang sangat luas dan ditonton oleh semua kalangan. Hasil wawancara menyatakan bahwa tiga dari lima informan merasa tidak terhibur dengan lelucon yang ditunjukkan di acara *Pesbukers*.

Selain itu penelitian lainnya yang serupa adalah penelitian Mahardeka (2017) yang berjudul Persepsi Masyarakat Terhadap Materi Vulgar *Stand Up Comedy* Komunitas *Stand Up Indo BNA*. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017 dengan informan sebanyak enam orang dari pihak penonton *Stand Up Indo BNA*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat khususnya penonton *Stand Up Indo BNA* memiliki persepsi positif kepada komunitas *Stand Up Indo BNA* sebagai sarana hiburan dan penyampaian informasi kepada masyarakat. Sedangkan persepsi masyarakat dianggap negatif apabila didalamnya mengandung unsur pornografi, suku, agama, ras dan Bahasa tabu. Penelitian tersebut memiliki persamaan dalam hal persepsi Wagleri Jogja dalam menilai Panji Petualang yang menampilkan konten Youtube berisikan adegan-adegan ekstreme yang dianggap membahayakan masyarakat awam dan dapat dilihat oleh masyarakat luas terutama anak-anak yang belum paham mengenai dunia reptile. Selain itu perbedaan dari penelitian ini dalam hal ingin mengetahui pandangan dari subjek yang spesifik yaitu pencinta reptile

kepada objek yaitu Panji Petualang yang merupakan pencinta reptile.

Berdasarkan pemaparan di atas dan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian persepsi yang dibentuk oleh masyarakat awam akan berbeda dengan persepsi oleh organisasi yang berfokus pada satwa liar. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui mengenai bagaimana persepsi Wagleri Yogyakarta sebagai LSM tentang satwa liar menilai *brand image* Panji Petualang dalam kasus penyelamatan ular king cobra dan memelihara ular king cobra.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalahnya adalah Bagaimana persepsi pengurus Wagleri Yogyakarta kepada Panji Petualang dalam konten Youtube Panji Petualang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengurus Wagleri Yogyakarta kepada Panji Petualang dalam konten Youtube Panji Petualang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini akan memberikan pemikiran bagi ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi komunikasi strategis, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi kepentingan akademis yang diharapkan menambah wawasan dan referensi dalam penelitian-penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi mengenai persepsi

anggota Wagleri Yogyakarta kepada Panji Petualang. Sehingga masyarakat awam dapat mengetahui bagaimana persepsi anggota Wagleri Yogyakarta dari sudut pandang Wagleri Yogyakarta yang pro akan satwa liar.

E. Kerangka Teori

Setiap orang memiliki pemikiran untuk menilai suatu objek yang dilihat berdasarkan pengalaman pribadinya. Pengalaman pribadi tersebut dapat berpotensi untuk memunculkan persepsi, baik positif maupun negatif. Pembentukan persepsi dari masyarakat tergantung bagaimana *content creator* menyampaikan pesan melalui media Youtube dan apa yang disampaikan oleh *content creator* akan membentuk memori dalam pikiran masyarakat yang menontonnya. Bentuk pengalaman pribadi dari orang tersebut bisa pengalaman langsung atau melalui perantara atau biasa disebut dengan media. Oleh karena itu, penyampaian pesan dari *content creator* akan memengaruhi pemikiran dan bisa membentuk memori dari pengalaman masyarakat terkait apa yang dilihatnya sehingga dapat membentuk sebuah persepsi.

1. Media Sosial

Menurut Boyd (dalam Nasrullah, 2015, h.11) menjelaskan bahwa media sosial sebagai sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan bagi individu maupun kelompok untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan memungkinkan untuk berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* dimana konten dihasilkan dan dikelola oleh pengguna untuk segera disebarluaskan kepada khalayak.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Namun demikian beberapa karakteristik menurut Nasrullah (2015, h.16) yaitu:

a. Jaringan (*Network*)

Jaringan memiliki fungsi untuk menghubungkan perangkat keras teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet dengan perangkat keras lainnya. Jaringan yang sudah terbentuk secara sadar maupun tidak akan memiliki koneksi untuk pemindahan sebuah data.

b. Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi sebuah entitas yang penting dalam media sosial. Pengguna mengkreasikan dan merepresentasikan dengan memproduksi konten untuk melakukan interaksi berdasarkan informasi.

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan dapat digunakan melalui perangkat apapun. Pengguna media sosial tidak dapat berhenti begitu saja tetapi bisa memanfaatkan arsip untuk memproduksi informasi yang sudah lama.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial sudah sewajarnya untuk membentuk jaringan interaksi dengan para pengguna lainnya. Jaringan antar pengguna tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut

(*followers*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana, para pengguna bisa melakukan *comments*, *like* dan *share* untuk menjalin hubungan dengan antar pengguna.

e. Simulasi Sosial (*Simulations of Society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola tersendiri yang tidak dapat dijumpai di dalam kehidupan nyata.

f. Konten oleh Pengguna (*user-generated content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten sepenuhnya dimiliki oleh pengguna atau yang bisa disebut dengan *user-generated content* (UGC). UGC merupakan suatu relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman yang dirasakan dalam suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dan akan diproses untuk mendefinisikan atau menafsirkan suatu pesan (Rakhmat, 2011, h.50). Pengertian lainnya, persepsi adalah proses pembuatan makna dari hal-hal yang kita alami dalam lingkungan (Liliweri, 2017, h.166). Berdasarkan beberapa pengertian diatas, persepsi adalah suatu penafsiran makna dari pesan-pesan yang diterima oleh seseorang dari orang lain.

Terdapat dua perbedaan sudut pandang yaitu persepsi positif dan persepsi negatif pada suatu objek yang dimana dapat memengaruhi tindakan manusia tersebut. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi, yakni (Rakhmat, 2011, h.51):

a. Perhatian (*Attention*)

Menurut Andersen (dalam Rakhmat, 2011) perhatian pada suatu objek akan memberikan stimulus mengenai pandangan manusia terhadap suatu objek. Hal tersebut dapat membentuk persepsi sesuai apa yang dilihat manusia. Dalam konteks perhatian terdapat dua faktor yaitu:

1) Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Faktor eksternal yang dimaksud merupakan apa yang ditampilkan objek kepada masyarakat. Stimulus yang diserap oleh manusia berasal dari eksternal objek dan bersifat menonjol seperti gerakan, perulangan dan kebaruan.

Gerakan menjadi faktor yang penting karena gerakan lebih mudah untuk menarik perhatian banyak orang dibandingkan dengan sesuatu yang bersifat diam. Kemudian terdapat perulangan yang dilakukan oleh objek dan dilakukan secara variatif dengan tujuan agar memiliki pandangan yang berbeda-beda ketika manusia menilai objek tersebut. Terakhir terdapat kebaruan yang dilakukan oleh objek untuk memberikan inovasi yang baru ketika diperlihatkan oleh khalayak agar menarik perhatian. Sehingga khalayak dapat menilai dan fokus pada objek tersebut.

2) Faktor Internal Penaruh Perhatian

Faktor internal lebih kepada seseorang yang melihat atau menaruh perhatian pada suatu objek untuk dicerna dalam pikiran seseorang dan memunculkan reaksi. Faktor ini mengacu pada objek yang dilihat manusia dan memanfaatkan alat indera manusia untuk memproses objek yang dilihat sehingga memunculkan persepsi.

b. Faktor-faktor Fungsional yang Menentukan Persepsi

Faktor fungsional berdasarkan dengan pengalaman sebelumnya atau yang sudah pernah dilalui. Pengalaman-pengalaman yang sudah dirasakan sebelumnya kepada suatu objek akan membentuk persepsi terhadap objek tersebut.

c. Faktor-faktor Struktural yang Menentukan Persepsi

Faktor struktural lebih kepada stimulus yang diberikan kepada manusia secara fisik. Apa yang ditampilkan oleh objek maka akan dinilai oleh manusia dan memunculkan persepsi. Manusia lebih mudah melihat secara fisik karena terlihat secara langsung tanpa harus memproses dalam waktu yang cukup lama untuk menentukan persepsi terhadap suatu objek. Sehingga tampilan fisik menjadi hal yang penting dalam pembentukan persepsi.

Proses pembentukan persepsi individu melibatkan beberapa tahapan yang berbeda namun tidak dapat dipisahkan, bahkan beberapa tahapan dapat terjadi bersamaan (Liliweri, 2017, h.169):

a. Stimulus

Stimulus merupakan rangsangan dari dunia sekeliling yang ditangkap indra, kontak antara indra dengan stimulus inilah yang

kita sebut dengan respon, dan di saat inilah terjadi proses stimulasi.

b. Respons

Persepsi individu umumnya dibentuk dan dipengaruhi oleh latar belakang seseorang seperti keyakinan, asumsi, nilai-nilai dan kondisi tertentu. Tidaklah mengherankan jika persepsi kita terhadap realitas terkadang tidak obyektif karena sangat tergantung dari seberapa besar keyakinan, asumsi dan nilai serta kondisi tertentu yang diimplementasikan melalui perilaku.

c. Seleksi

Persepsi selektif adalah proses dimana individu memilih konten pesan yang dia inginkan lalu mengabaikan konten dari sudut pandang pengirim. Persepsi selektif sangat bermanfaat mengidentifikasi perilaku individu yang cenderung melihat satu atau beberapa hal berdasarkan frame tertentu.

d. Pengorganisasian

Persepsi pengorganisasian membutuhkan kemampuan individu untuk mengidentifikasi dan mengenali objek persepsi, tanpa kemampuan ini, individu tidak dapat menggunakan indra secara efektif. Persepsi lebih mudah terbentuk apabila stimulus yang diterima berdasarkan skema, menggolongkan mana jenis yang sejenis. Devito (dalam Liliweri, 2017, h. 170) mengungkapkan pada umumnya setiap orang yang mengembangkan skema mereka dari pengalaman aktual yang ditemui dalam kegiatan sehari-hari, terutama berdasarkan skema, kedekatan dan kesamaan.

e. Memori

Setelah tahap stimulus, pengorganisasian, dan interpretasi-

evaluasi, maka tahapan selanjutnya disebut memori. Memori membuat seseorang menyimpan stimulus yang telah terorganisir kemudian diinterpretasi dan dievaluasi. Setiap individu memiliki dua jenis memori: (1) *Long-tern Memory* (LTM) dimana kapasitas penyimpanan informasi berlangsung dalam satuan jangka panjang atau tak terbatas. Dan (2) *Shor-tern Memory* (STM) dimana untuk mengingat penggalan informasi yang diproses pada saat yang sama ketika kita menerima stimulus.

f. Recall

Memori yang telah menyimpan informasi yang ditangkap indra itu dapat “dipanggil” recall kembali ketika individu mengingat informasi tertentu. Liliwari mengungkapkan bahwa kita memiliki empat jenis “recall” yaitu:

- 1) *Perseption recall*, dimana individu “memanggil kembali pengalaman dia tentang peristiwa-peristiwa di masa lalu dan berusaha menghidupkan kembali kenangan itu.
- 2) *Free recall*, terjadi ketika seseorang diminta untuk mengingat peristiwa pada saat itu secara runtut.
- 3) *Cued recall*, dimana individu diberikan rangsangan untuk merangsang kembali dan diuji dengan isyarat tertentu.
- 4) *Serial recall*, dimana individu memiliki kemampuan untuk mengingat urutan sebuah peristiwa dengan penggunaan bahasa.

g. Interpretasi

Pada tahapan intervensi-evaluasi, individu akan memberikan interpretasi atau memberikan makna terhadap semua respon, misalnya makna atas pengalaman, kebutuhan, keinginan, nilai-nilai, harapan, keadaan fisik, yang semuanya berdasarkan skema dan skrip yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya.

F. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu kerangka berpikir untuk memecahkan suatu masalah. Biasanya kerangka pemikiran ini menggunakan pendekatan ilmiah. Persepsi akan muncul ketika ada pengalaman langsung yang dirasakan oleh seseorang terhadap objek yang dilihat. Diperlukan beberapa faktor agar persepsi itu muncul dan membangun perilaku dari objek agar menampilkan persepsi yang positif.

1. Persepsi pengurus Yayasan Wagleri kepada Panji Petualang dalam konten Panji

Youtube merupakan sebuah *platform* yang memiliki *audiens* luas tanpa memandang umur dan siapa saja dapat mengaksesnya. Terlebih Yayasan Wagleri Jogja sebagai Yayasan yang pro akan keberadaan satwa liar dan sangat ingin menjaga ekosistem satwa liar. Sebagai *content creator*, melalui Youtube Panji mengekspresikan dan menghasilkan karya mengenai konten-konten reptile dengan berbagai macam edukasi, penyelamatan dan pemeliharaan tentang reptile.

Pengurus Wagleri Jogja dalam menentukan persepsi, membutuhkan perhatian mengenai Panji di dalam konten Youtube Panji Petualang. Pengurus Wagleri memerlukan proses untuk mencerna

dan melihat konten-konten Panji. Dalam mencerna proses terkait konten-konten Panji terdapat faktor yang memengaruhi persepsi.

a. Perhatian (*Attention*)

Perhatian memiliki peranan penting untuk pengurus Wagleri Jogja dalam menilai Panji, karena apa yang dilihat pengurus Wagleri Jogja terhadap tindakan yang dilakukan Panji dapat memengaruhi persepsi Wagleri Jogja terhadap Panji. Dalam konteks perhatian terdapat faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal penaruh perhatian sebagai berikut:

1) Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Faktor eksternal yang dimaksud adalah apa yang ditunjukkan oleh Panji melalui konten-kontennya. Apa yang ditunjukkan Panji menjadi daya tarik dan dengan mudah bagi pengurus Wagleri Jogja bisa menilai, seperti edukasi tentang ular dan terkadang atraksi yang dianggap ekstreme oleh sebagian kaum awam dalam menangani ular liar di pekarangan rumah atau di tempat umum persawahan.

Adegan yang menggunakan gerakan mempermudah pengurus Wagleri Jogja sebagai tanda awal dalam menilai Panji dalam konten Youtube Panji. Selain itu Panji melakukan adegan ekstreme terhadap penanganan ular dengan berulang-ulang di setiap kontennya. Oleh karena itu, pengurus Wagleri Jogja secara tidak langsung akan terstimulus dengan konten-konten Panji sehingga dapat menilai Panji dalam kontennya.

2) Faktor Internal Penaruh Perhatian

Dalam faktor internal penaruh perhatian bagaimana pengurus Wagleri Jogja melihat Panji dengan indra yang dimiliki untuk menilai Panji dan memproses dipikiran pengurus Wagleri Jogja. Indra yang digunakan menggunakan mata dan melihat konten Panji untuk bisa menilai Panji dalam kontennya. Oleh karena itu apa yang dilakukan oleh Panji Petualang melalui konten Youtubanya sangat berpengaruh pada penilaian atau persepsi pengurus Wagleri Jogja.

b. Faktor-Faktor Fungsional yang Menentukan Persepsi

Pengurus Wagleri Jogja menganalisis Panji dari pengalaman sebelumnya sebelum beranjak ke Youtube yaitu televisi. Panji di tahun-tahun sebelumnya memiliki Program sendiri untuk mengedukasi masyarakat terkait satwa liar. Panji sendiri sering melakukan adegan eskstreme di Televisi yang dimana Televisi dipantau oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dan ditonton oleh semua kalangan. Tindakan dan perilaku Panji pada saat di Televisi.

Apa yang ditunjukkan Panji dahulu di Televisi dan Youtube hampir sama. Panji menggunakan pakaian layaknya sedang berpetualang dan membawa peralatan-peralatan yang digunakan untuk berpetualang di alam liar dan menangani satwa liar di alam.

c. Faktor-Faktor Struktural yang Menentukan Persepsi

Pengurus Wagleri Jogja melihat Panji secara fisik dengan pakaian yang digunakan saat menangani ular, peralatan yang

digunakan saat menangani ular berbisa maupun tidak berbisa. Sehingga tidak hanya melihat dari tindakan Panji dalam menangani ular tetapi daricara berpakaian, cara berbicara dan peralatan yang digunakan menjadi faktor Wagleri Jogja dalam menilai Panji.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah meneliti informan sebagai subjek dari penelitian dari kehidupan kesehariannya (Idrus, 2007, h. 21). Menurut Moleong (2010, h. 6) penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dengan memanfaatkan metode alamiah. Dengan demikian laporan penelitian ini berisikan kutipan-kutipan data yang menyajikan gambaran penyajian laporan tersebut.

Peneliti mendapatkan data dari informan atau partisipan yang memiliki peranan penting dalam memberikan data yang diperlukan oleh penulis, tidak seperti pendekatan kuantitatif yang hanya merespon pertanyaan-pertanyaan yang diberikan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran tentang objek dan mendeskripsikan objek yang diteliti. Menurut Idrus (2007) penelitian deskriptif

merupakan penggambaran secara mendalam mengenai situasi atau proses yang sedang diteliti. Metode deskriptif mendeskripsikan sesuatu yang berarti menggambarkan apa, mengapa dan bagaimana sesuatu bisa terjadi (Ghony & Almanshur, 2012). Peneliti menggunakan metode deskriptif karena ingin mendeskripsikan apa yang sedang terjadi tentang persepsi pengurus Yayasan Wagleri mengenai Panji Petualang.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Wagleri Yogyakarta yang terletak di Kedung Banteng RT 06, RW 016, Kedung Banteng, Sumberagung, Moyudan, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 55563.

4. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Panji Petualang yang sampai eksistensi Panji masih tinggi dan masih digemari oleh masyarakat hingga tahun 2022 ini. Subjek penelitian ini adalah pengurus Yayasan Wagleri Jogja. Ketua dan wakil Wagleri dimana memiliki peranan yang penting dalam struktur organisasi Yayasan Wagleri dan bertanggung jawab atas berjalannya sebuah Yayasan untuk masyarakat dan membantu masyarakat. Selain itu, para pengurus Yayasan Wagleri memiliki wewenang penuh dalam ikut andil ke dalam masyarakat untuk membantu masyarakat. Ketua dan Wakil saling bekerja sama untuk menjalankan sebuah visi dan misi di Yayasan Wagleri serta didukung oleh sekretaris dan bendahara.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah wawancara.

a. Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai objek utama dalam mendapatkan informasi. Yusuf (2014) mendefinisikan wawancara sebagai suatu proses interaksi antara pewawancara dan narasumber melalui komunikasi langsung.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data secara kualitatif artinya data yang diperoleh dalam penelitian dilaporkan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran fakta yang ada serta mampu menjelaskan detail hal apa saja yang ditemui peneliti selama proses pengumpulan data. Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2010) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengolah data, memilah-milahnya agar menjadi satuan data agar dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Proses analisis data ini dilakukan dengan mengacu pada beberapa tahapan yang terdiri dari:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu kegiatan dari teknik analisis data, kegiatan ini dilakukan dengan mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, serta mengorganisasikan data sehingga pada akhir penelitian dapat menggambarkan kesimpulan (Yusuf, 2014). Reduksi data ini dilakukan selama proses penelitian berlangsung dengan proses pemilihan yang berakhir pada penyederhanaan data.

b. Penyajian Data

Sajian informasi dalam bentuk kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga mudah dipahami. Sajian data mengacu pada rumusan masalah yang ada, lalu dari sumber- sumber data yang ada diinterpretasikan dan dideskripsikan secara detail oleh peneliti.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dari teknik analisis data adalah penarikan kesimpulan.