

JMDIK: Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Volume 1, Nomor 2, Februari 2025 E-ISSN:.....

PERSEPSI DAN TEORI ATRIBUSI KELLEY

Muhammad Al-Azan¹ Rahuda² Neneng Hasanah³

¹UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, ²UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

³UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

(E-mail: azanm7260@gmail.com) (rahudabae@gmail.com) (E-mail:
nenenghasanah@uinjambi.ac.id)

Abstract

Social psychology draws on perception and attribution to understand human behavior. Attribution theory particularly the work of Harold Kelley - describes looking for internal or external factors as causes of behavior, while perception is the subjective process of interpreting social information. This framework emphasizes the importance of context, social norms and information in understanding interactions. Understanding this theory expands our knowledge of emotional dynamics and human behavior. This research aims to examine the process of perception and its influence on social understanding, and to analyze Kelley's attribution theory in explaining the causes of individual behavior. The research method used is a literature study with a qualitative approach, which includes analyzing literature sources such as scientific journals, books and related documents that discuss topics on perception and Kelley's attribution theory. Influenced by culture, experience, values and information, perception is the process of giving meaning to the stimulus received. Human perception is influenced by internal and external factors. Internal attribution occurs when there is little consensus and distinction but a lot of consistency, according to Kelley's attribution theory. Causal understanding in social interactions is affected by attribute biases, such as correspondence and actor-observer biases.

Keywords: *Perception, attribution, Kelley*

Abstrak

Psikologi sosial mengacu pada persepsi dan atribusi untuk memahami perilaku manusia. Teori atribusi—terutama karya Harold Kelley—menjelaskan mencari faktor internal atau eksternal sebagai penyebab perilaku, sedangkan persepsi adalah proses subjektif dalam menginterpretasikan informasi sosial. Kerangka ini menekankan betapa pentingnya konteks, norma sosial, dan informasi dalam memahami interaksi. Pemahaman teori ini memperluas pengetahuan kita tentang dinamika emosional dan perilaku manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses persepsi dan pengaruhnya terhadap pemahaman sosial, dan untuk menganalisis teori atribusi kelley dalam menjelaskan penyebab perilaku individu. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif, yang

mencakup analisis sumber-sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku dan dokumen terkait yang membahas topik tentang persepsi dan teori atribusi Kelley. Dipengaruhi oleh budaya, pengalaman, nilai, dan informasi, persepsi adalah proses memberi makna pada stimulus yang diterima. Persepsi manusia dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Atribusi internal terjadi ketika ada sedikit konsensus dan distingsi tetapi banyak konsistensi, menurut teori atribusi Kelley. Pemahaman sebab-akibat dalam interaksi sosial dipengaruhi oleh bias atribut, seperti bias korespondensi dan aktor-pengamat.

Katakunci: Persepsi, Atribusi, Kelley.

Pendahuluan

Pada dasarnya, studi psikologi berfokus pada pemahaman kita tentang dunia sosial di sekitar kita dan bagaimana kita memahami perilaku orang lain. Dalam hal ini, dua ide utama adalah teori persepsi dan teori atribusi. Persepsi, sebuah proses subjektif di mana orang menginterpretasikan informasi sosial, menentukan cara kita melihat dunia kita. Ini melibatkan pemrosesan informasi dari pengalaman pribadi dan lingkungan, yang menghasilkan perspektif unik setiap orang terhadap keadaan sosial. Namun, teori atribusi, yang dipelajari terutama melalui kerangka kerja yang dibuat oleh Harold Kelley, membantu kita memahami alasan mengapa kita berperilaku tertentu terhadap orang lain dan diri kita sendiri. Menurut teori atribusi, orang cenderung mencari alasan internal (seperti kepribadian atau disposisi) atau eksternal (seperti situasi atau konteks).

Untuk memulai, kita akan membahas ide-ide ini dengan berfokus pada teori atribusi Kelley, yang sangat membantu kita memahami dinamika interaksi sosial dan psikologi individu. Teori ini menekankan betapa pentingnya berbagai informasi yang tersedia untuk menentukan penyebab perilaku seseorang, serta bagaimana konteks dan norma sosial mempengaruhi proses atribusi. Dengan memahami teori persepsi dan teori atribusi, terutama karya Kelley, memperluas pemahaman kita tentang dasar psikologis interaksi sosial dan bagaimana orang secara aktif mencari makna di balik perilaku dan respons emosional mereka.

Hasil dan Pembahasan

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*).¹

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Istilah Persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.² Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya, yang kemudian masuk ke otak, di mana proses berpikir terjadi, yang pada akhirnya menghasilkan pemahaman.³

Menurut Bimo Walgito, persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Dalam hal ini, proses diterimanya stimulus melalui alat indra seseorang disebut proses sensoris. Stimulus tidak berhenti begitu saja, tetapi diteruskan, mengarah pada proses persepsi.⁴

William James menyatakan bahwa sebagian besar persepsi berasal dari data lingkungan yang diserap oleh indra kita dan pengolahan ingatan (memori), yang dibuat kembali dari pengalaman sebelumnya.

¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h.50

² Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 110.

³ Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 86.

⁴ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 88.

Setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya, persepsi terjadi dalam pikiran seseorang. Stimulus ini kemudian menjadi pemikiran yang membuat seseorang memiliki perspektif tentang suatu masalah atau peristiwa yang sedang terjadi. Kesimpulan dari beberapa pengertian persepsi di atas adalah bahwa persepsi adalah tindakan.

1. Jenis-Jenis Persepsi

Persepsi terbagi menjadi dua, yaitu: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:⁵

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- c. 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 manusia atau sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan peristiwa yang kita alami di lingkungan kita. Semua orang memiliki perspektif unik tentang dunia sekitar mereka. Ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu:

- a. Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi orang terhadap seseorang, objek, atau peristiwa dan reaksi mereka didasarkan pada pengalaman dan pelajaran mereka dari situasi sebelumnya yang berkaitan dengan orang, objek, atau peristiwa yang sebanding.

⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015), h. 184

- b. Persepsi bersifat selektif yaitu Setiap orang sering menerima rangsangan indrawi; tingkat atensi kita terhadap rangsangan tersebut merupakan faktor utama yang menentukan jenis rangsangan yang akan kita pilih.
- c. Persepsi bersifat dugaan Ini terjadi karena proses persepsi yang bersifat dugaan memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari perspektif mana pun karena data yang kita peroleh tentang objek tidak pernah lengkap.
- d. Persepsi bersifat evaluatif artinya Kebanyakan dari kita mengatakan bahwa apa yang kita persepsikan adalah suatu yang nyata, tetapi terkadang alat indra dan persepsi kita menipu kita, sehingga kita juga ragu seberapa jauh persepsi kita benar-benar sesuai dengan realitas.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang masuk ke panca indra namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Menurut Rhenal kasali, persepsi ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut:⁶

a. Latar belakang budaya

Budaya memengaruhi persepsi. Bergantung pada sistem nilai yang kita anut, cara kita memaknai suatu pesan, objek, atau lingkungan berbeda. Jika ada perbedaan budaya yang lebih besar antara dua orang, semakin berbeda persepsi mereka tentang realitas.

b. Pengalaman masa lalu

Publik, juga disebut khalayak, biasanya memiliki pengalaman tertentu dengan subjek yang dibicarakan. Audiens memiliki lebih banyak pengalaman jika objek tersebut memiliki hubungan yang lebih kuat dengan mereka. Audiens akan melakukan penilaian selama mereka membuat hubungan dengan objek. Pengalaman dan hubungan yang berkaitan dengan produk tertentu biasanya

⁶ Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2007), h. 23.

dialami oleh sekelompok orang, bukan hanya satu orang. Informasi tambahan biasanya memperkuat pengalaman masa lalu ini, seperti berita dan peristiwa yang melanda objek.⁷

c. Nilai-nilai yang dianut

Nilai adalah bagian evaluatif dari kepercayaan yang dianut, yang mencakup hal-hal seperti kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normatif, memberi tahu orang lain apa yang baik dan buruk, apa yang benar dan salah, dan apa yang harus diperjuangkan. Oleh karena itu, nilai stabil dan sulit berubah karena mereka berasal dari masalah filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya.⁸

d. Berita-berita yang berkembang

Berita-berita yang berkembang adalah jenis berita yang menarik perhatian khalayak melalui rangsangan untuk menarik perhatian mereka. Ini adalah jenis berita yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Berita-berita yang berkembang juga termasuk informasi dari orang lain dan media massa yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang.

Berita terbaru menunjukkan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemirsa baik secara sadar maupun tidak sadar. Pengaruh ini dapat sampai kepada pemirsa melalui berbagai tahapan, dan untuk mengetahuinya, teori Stimulus Respons digunakan. Teori ini pada dasarnya adalah reaksi atau efek terhadap stimulus tertentu, dan menjelaskan bagaimana media massa dapat mempengaruhi pemirsa sehingga sikap mereka berubah. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu.⁹

⁷ Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relation dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2006), h. 21.

⁸ Deddy Mulyana, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 198.

⁹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group, 2006), Cet. Ke-7, h. 281.

3. Teori atribusi kelley

a. Pengertian atribusi kelley

Pemahaman yang akurat tentang emosi dan mood seseorang dapat sangat membantu dalam banyak hal. Namun, subjek psikologi sosial. Biasanya, kita ingin tahu lebih jauh, memahami sifat-sifat orang yang lebih kuat, dan menemukan alasan mengapa mereka bertindak seperti itu. Psikolog sosial mengatakan bahwa minat kita ini pada dasarnya berasal dari keinginan untuk memahami hubungan sebab-akibat dalam dunia sosial. Dengan kata lain, kita tidak hanya bertanya tentang bagaimana seseorang bertindak, tetapi kita juga bertanya tentang alasan mengapa mereka bertindak demikian. Atribusi (attribution) atau atribusi adalah proses pencarian informasi ini. Ini adalah upaya kita untuk mengetahui mengapa perilaku tertentu terjadi.¹⁰

b. Teori-teori atribusi

Teori korespondensi inferensial, juga dikenal sebagai korespondensi inference, diciptakan oleh Jones dan Davis. Teori ini bertanya tentang bagaimana kita menggunakan informasi tentang perilaku seseorang sebagai dasar untuk menyimpulkan bahwa mereka memiliki kumpulan sifat tertentu. Dengan kata lain, teori ini berusaha mengetahui bagaimana kita mengambil keputusan berdasarkan observasi tentang perilaku seseorang bahwa mereka memiliki karakteristik.

Tampaknya sepele. Perilaku orang lain memberi kita banyak informasi untuk diolah, dan jika kita melihatnya dengan cermat, kita dapat banyak belajar darinya sampai batas tertentu. Namun demikian, pekerjaan ini masih sangat sulit. Seringkali orang bertindak karena faktor-faktor eksternal daripada sifatnya sendiri.

Secara keseluruhan, menurut teori ini, kita punya kecenderungan untuk menyimpulkan bahwa perilaku orang lain merefleksikan sifatnya yang

¹⁰ Robert A. Baron dan Donn Byrne, *Social Psychology*, Erlangga, Jakarta, 2003, h. 49

stabil/menetap (dimana kita condong membuat korespondensi inferensial tentang mereka) ketika perilaku itu:

- 1) Perilaku yang dianggap bebas
- 2) Memunculkan efek tidak umum yang membedakan
- 3) Rendah tingkat harapan sosialnya.

Kedua teori atribusi kausal dari Kelly yang artinya bagaimana kita menjawab pertanyaan “mengapa”? Menurut Kelley, dalam upaya menjawab pertanyaan mengapa dalam perilaku orang lain, kita memusatkan perhatian pada hal yang berhubungan dengan tiga sumber informasi penting.

- 1) *Consensus (consensus)* merupakan derajat kesamaan reaksi orang lain terhadap stimulus atau peristiwa tertentu dengan orang yang sedang kita observasi. Makin tinggi proporsi orang yang bereaksi serupa dengannya, makin tinggi konsensusnya.
- 2) *Konsistensi (consistency)* merupakan derajat kesamaan reaksi seseorang terhadap suatu stimulus atau suatu peristiwa yang sama pada waktu yang berbeda.
- 3) *Distingsi (distinctiveness)* merupakan derajat perbedaan reaksi seseorang terhadap berbagai stimulus atau peristiwa yang berbeda-beda.

Menurut teori Kelley, kita mengatribusi perilaku orang lain pada penyebab internal manakala tingkat konsensus dan distingsinya rendah namun konsistensinya tinggi. Apakah augmenting dan discounting selalu terjadi, menurut ketiga teori regulasi utama? teori ini mengatakan bahwa orang sering mengambil satu dari dua perspektif yang berbeda saat mengatur perilaku mereka untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Yang pertama adalah fokus promosi, yang menunjukkan bahwa ada atau tidak hasil positif, dan yang kedua adalah fokus preventif, yang menunjukkan bahwa ada atau tidak

hasil negative. Fokus promosi mendorong orang untuk lebih memperhatikan untuk menemukan hipotesis yang tepat tentang dunia sosialnya.

Biasanya, kontribusi keliru; bias korespondensi adalah salah satu jenis kesalahan yang paling umum. Bias korespondensi menjelaskan perilaku seseorang sebagai representasi dari disposisinya meskipun faktor situasionalnya juga ada. Kecenderungan ini lebih kuat di masyarakat Barat. Efek aktor pengamat dan bias atau kesalahan, mengutamakan diri sendiri, atau kecenderungan untuk mengarahkan perilaku kita pada faktor eksternal daripada faktor internal, adalah dua jenis kesalahan atribut lainnya.

Kesimpulan

Proses menerima, memahami, dan memberikan makna terhadap stimulus yang diterima melalui pancaindra disebut persepsi. Istilah ini berasal dari kata Latin perceptio. Ini adalah proses yang melibatkan pengorganisasian dan interpretasi data indra untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar. Persepsi dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti latar belakang budaya seseorang, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut, dan berita yang berkembang. Persepsi bersifat selektif, evaluatif, dan terkadang spekulatif, sehingga sering kali menimbulkan interpretasi yang berbeda antara individu. Proses persepsi juga memungkinkan seseorang menginterpretasikan objek atau peristiwa berdasarkan pengalaman sebelumnya dan data yang tidak lengkap.

Teori atribusi Kelley, dalam konteks sosial, menyatakan bahwa manusia cenderung mencari alasan untuk tindakan orang lain. Tiga komponen utama membentuk proses atribusi: konsensus, konsistensi, dan distingsi. Atributor seperti bias korespondensi yang mengaitkan perilaku dengan sifat individu, atau efek aktor-pengamat yang cenderung menyalahkan perilaku diri sendiri pada faktor eksternal, adalah contoh atribut yang sering muncul.

Referensi

- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011).
- Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004).
- Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004).
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015).
- Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2007).
- Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relation dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 2006).
- Deddy Mulyana, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group, 2006).
- Robert A. Baron dan Donn Byrne, *Social Psychology*, Erlangga, Jakarta, 2003.