



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Kusmiati
NIM : 55212120021
Judul :

**Persepsi Remaja terhadap Pesan Informasi Pendidikan
di www.google.co.id
(Studi Kasus pada Remaja di Perumahan Kota Modern-Tangerang)**

Dalam kegiatan komunikasi intrapersonal, daya tarik pesan www.google.co.id dan link web, blog sebagai pembawa pesan merupakan salah satu faktor yang penting, karena sangat menentukan persepsi remaja dalam melakukan kegiatan komunikasi intrapersonal, terutama para remaja yang memiliki rasa ingin tahu tentang dunia di sekitarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi remaja terhadap pesan informasi pendidikan di www.google.co.id Paradigma penelitiannya post positivis dan metode penelitian yang digunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan data dengan Fokus Group Discussion (FGD) dan metode analisis deskriptif. Hasil analisis penelitian dengan teori persepsi stimuli, sensasi dan persepsi oleh Joseph Devito menunjukkan seluruh informan mempunyai intepretasi yang berbeda terhadap stimulus yang sama, hal ini dipengaruhi oleh pengalaman dan proses belajar individu. Selain itu isi pesan www.google.co.id juga memberikan kesempatan bagi remaja dalam memilih pesan dan mengabaikan pesan. Apabila pesan positif, maka remaja akan melakukan komunikasi dengan mengakses link blog dengan nyaman, sebaliknya apabila blog yang dilink dari www.google.co.id mempunyai pesan negatif, remaja akan berusaha membatasi diri sehingga komunikasi intrapersonal tidak terlalu mendalam dengan link blog. Dari penelitian ini ditemukan perbedaan yang terjadi pada setiap tahapan dalam proses pembentukan persepsi mulai dari daya konsentrasi yang mempengaruhi stimulasi-seleksi, pembangunan skema kognitif pada tahap pengelompokan pesan, penginterpretasian pesan tersebut, sampai akhirnya hasil persepsi tersebut disimpan dalam memori mereka dan suatu saat dibangkitkan kembali ketika dibutuhkan.

Kata Kunci : Persepsi, Remaja, Komunikasi Intrapersonal



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Name : Kusmiati
NIM : 55212120021
Title :

**Perception Youth against Message Education Information
in www.google.id
(Case Study on Youth in Modern City Housing-Tangerang)**

In intrapersonal communication activities, attractiveness www.google.com messages and web links, blog as a messenger was prayers Important factors, because very decisive perception teen hearts do intrapersonal communication activities, especially the youth have a sense Want The industry knows about pages Surrounding WordPress. The research aims Abstract: The aim of this study was to determine the perception of adolescents to education in www.google.co.id information message. Post-positivist research paradigm and methods of research used a case study with a qualitative approach. Data retrieval technique with Focus Group Discussion (FGD).. Data retrieval technique with Focus Group Discussion (FGD). The analysis of research with theoretical perception of stimuli, sensation and perception by Joseph DeVito shows throughout informants have different interpretations of the same stimulus, it is influenced by experience and individual learning process. In addition www.google.co.id message content also provides an opportunity for young people in selecting the message and ignore the message. When a message is positive, then the teen will make communication with convenient access to the blog link, otherwise if the blog linked from www.google.co.id have negative message, teens will try to limit myself so not too deep intrapersonal communication with the blog link. From this research found differences that occur at each stage in the process of formation of perceptions ranging from power concentration that affects stimulation-selection, the development of cognitive scheme at this stage of grouping messages, penginterpretasian the message, until the results of these perceptions are stored in their memory and someday be resurrected when needed.

Keywords : Perception, Youth, Intrapersonal Communication.