BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Judul	**:**	**PERSEPSI TERHADAP LARANGAN MEROKOK (Kasus : Perokok Aktif di Kelurahan Pela Mampang, Kecapatan Mampang Prapatan, Kotamadya Jakarta Selatan)**
Oleh	**:**	**Dyah Istyawati (A 1402002)**
Prodi / Fakultas	**:**	**Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat / Fakultas Pertanian (Institut Pertanian Bogor)**
Keterangan	**:**	

Rokok menjadi isu yang tidak pernah tuntas penanganannya. Rokok telah menjadi bagian dari budaya masyarakat di Indonesia. Di sejumlah negara, baik di negara maju maupun di kawasan ASEAN, konsumsi rokok mengalami penurunan kecuali di Indonesia. Maka, salah satu cara untuk membatasi perilaku merokok, Gubernur DKI Jakarta mencanangkan program "Kawasan Tanpa Rokok" (KTR) di tempat-tempat umum.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk : 1) Mendapat gambaran mengenai persepsi perokok aktif terhadap peraturan larangan merokok; 2) Mengkaji faktor-faktor yang memiliki hubungan dengan persepsi perokok aktif terhadap peraturan larangan merokok; 3) Mengkaji hubungan antara persepsi

perokok aktif terhadap peraturan larangan merokok dengan implementasi (penerapan) perilaku merokok.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar perokok aktif memiliki persepsi tidak setuju terhadap peraturan larangan merokok karena jumlah denda yang terlalu besar dan ancaman pidana yang terlalu berat. Perokok aktif merasa dengan adanya peraturan larangan merokok ruang lingkup merokok dibatasi karena para perokok jika ingin merokok harus di ruangan khusus merokok.

Karakteristik individu pada jenis kelamin tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dimana sama-sama memiliki persepsi tidak setuju pada peraturan larangan merokok. Sebagian besar responden memiliki pendidikan akhir perguruan tinggi dimana diharapkan lebih memahami dan menaati peraturan larangan merokok tetapi mereka umumnya tidak menyetujui diterapkannya peraturan larangan merokok. Tingkat pendapatan tidak mempengaruhi dalam mengurangi kebiasan merokok dikarenakan merokok bagi responden sudah menjadi kebiasaan. Motif merokok karena pengaruh orangtua merokok dan teman merokok berpengaruh besar terhadap munculnya keinginan menjadi perokok aktif.

Perokok aktif mentaati peraturan larangan merokok jika berada di gedung perkantoran dan pusat perbelanjaan dikarenakan adanya aparat penegak hukum (pengawas) dan untuk menghindari dari ancaman pidana serta denda yang dirasakan cukup berat. Peraturan larangan merokok tidak dilaksanakan responden di lingkungan tempat tinggalnya dikarenakan tidak adanya aparat penegak hukum.

Judul	**:**	**PERSEPSI PUBLIK PENGGUNA JALAN RAYA TENTANG POLISI LALU LINTAS DI KOTA BANDUNG (Studi Deskripif Kualitatif Persepsi Publik Pengguna Jalan Raya Tentang Polisi Lalu Lintas)**
Oleh	**:**	**Aris Sudrajat (40808031)**
Prodi / Fakultas	**:**	**Ilmu Komunikasi / Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (UNIKOM)**
Keterangan	**:**	

Fenomena-fenomena yang berkaitan dengan Polisi Lalu Lintas masih sering terdengar miring. Pentingnya perubahan personil polisi lalu lintas mendukung tercapainya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Polisi dan juga dalam rangka memenuhi perannya yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengguna jalan khususnya pengguna motor dan mobil. Tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana persepsi publik pengguna jalan raya tentang polisi lalu lintas di Kota Bandung. Sehingga untuk menjawab masalah tersebut peneliti menganalisa *selecting*, *organizing*, dan *interpretating*. Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi pustaka, ditunjang oleh internet searching serta dokumentasi.Kesimpulannya bahwa persepsi publik pengguna jalan raya merasa belum puas dengan kinerja, sikap, dan perilaku polisi lalu lintas di Kota Bandung.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Komunikasi Sebagai Ilmu

Komunikasi merupakan satu dari beragam disiplin ilmu yang paling tua tetapi paling baru. Komunikasi sendiri merupakan suatu aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal, dan sebuah profesi. *Communication* begitulah komunikasi disebut dalam bahasa Inggris, dan bersumber dari kata *communis* yang bila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti sama. Sama yang dimaksud pada kata tersebut berarti kesamaan makna. Artinya, ketika dua orang atau lebih sedang terlibat dalam sebuah komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi tersebut dapat dinyatakan berlangsung dengan baik apabila terjadi kesamaan dalam hal topik percakapan. Komunikasi juga dapat dikatakan efektif apabila kedua belah pihak mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Communication Science mulai muncul di Amerika Serikat, terkadang dinamakan *communicolgy*, yaitu ilmu yang mempelajari gejala-gejala sosial. Sejak tahun 1940-an orang-orang di Amerika Serikat mulai membutuhkan *Science of Communication*. Carl I. Hovland merupakan salah satu sarjana yang mendefinisikan *Science of Communication* sebagai : *"A system attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted and opinions and attitudes are formed."* (Effendy, 2009 : 4)

Tahun 1967 Keith Brooks menerbitkan buku *The Arts and Science of Speech* yang membahas mengenai *comunicology* secara luas. Brooks berpendapat bahwa *communicology* atau ilmu komunikasi merupakan integrasi prinsip-prinsip

komunikasi yang oleh para cendikiawan diketengahkan dari berbagai disiplin akademik. *Communicology* juga merupakan program yang luas mencakup kepentingan-kepentingan atau teknik-teknik dari setiap disiplin akademik. Joseph A. Devito berpendapat, *communicology* adalah ilmu komunikasi yang khususnya dilakukan oleh dan diantara manusia. Istilah komunikasi diguakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda yaitu proses komunikasi, pesan yang disampaikan dan studi mengenai proses komunikasi. Komunikasi didefinisikan oleh Devito sebagai kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks yang menimbulkan efek dan kesempatan untuk arus balik.

2.2.2 Pengertian Komunikasi

Seperti pada judul kecil sebelumnya, komunikasi (*communication*) berasal dari kata: *common*, yang berarti "sama", dengan maksud sama makna atau pengertian, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran dan rasa antara komunikator dengan komunikannya.

Interaksi manusia tidak dapat terlepas dari adanya kegiatan komunikasi di dalamnya. Sebagai mahluk sosial, manusia selalu membutuhkan komunikasi dalam proses interaksi sosialnya. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal yang biasa dilakukan dalam kehidupan manusia. Seseorang ingin melakukan komunikasi dengan tujuan menjalin hubungan dengan lingkungannya.

Sebagai mahluk sosial, manusia tidak dapat hidup sendiri, sehingga memanfaatkan komunikasi sebagai alat yang untuk menyampaikan apa yang mereka inginkan atau pikirkan kepada orang lain agar mereka mengerti apa yang dimaksud. Melalui komunikasi, seseorang dapat membuat dirinya tidak lagi terasing dan terisolir dari lingkungannya. Komunikasi dapat menjadi media bagi seseorang untuk dapat mengajarkan atau memberitahu suatu informasi kepada orang lain. "Pada hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan komunikasi sebagai alat penyalurnya." (Effendy, 1993 : 28)

Prof. Deddy Mulyana, M.A, Ph.D. mengemukakan pengertian komunikasi sebagai berikut : "komunikasi adalah suatu proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal." (Mulyana 2005 : 3). Berikut pengertian para ahli tentang Komunikasi.

Bernard Barelson & Garry A. Steiner

Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan symbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka dan sebagainya.

Hovland, Janis & Kelley: 1953

Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya.

Berelson, dan Stainer: 1964

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi dan keahlian dan lain-lain.

Lasswell: 1960

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?)*

Gode: 1959

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.

Barnlund: 1964

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

Ruesch: 1957

Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan.

Weaver: 1949

Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.3 Proses Komunikasi

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas masalah proses komunikasi denga peninjauan dari Carl I Hovland dalam Effendy mengatakan bahwa :

"Komunikasi adalah suatu upaya yang sistematis untuk memutuskan secara tegas asas-asas dan atas dasar asas-asas tersebut disampaikan informasi serta bentuk pendapat dan sikap." (Effendy, 1993 : 16)

Melihat penjelasan tersebut, komunikasi jelas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan atau tidak menyatakan suatu gagasan kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang beupa bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda yang berarti bersikap umum.

Proses komunikasi, terdiri atas dua tahap. meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (Effendy, dalam Mondry, 2008: 3).

1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial *(gesture)*, gambar, warna, dan sebagainya. Syaratnya secara langsung dapat "menerjemahkan" pikiran atau perasan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampain pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dalam jumlah yang banyak. (Effendy, 2002 : 15)

Pada media primer, lambang yang paling banyak digunakan bahasa. Bahasa merupakan sarana yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik yang berbentuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal itu bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh lainya hanya dapat

mengkomunikasikan hal–hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain–lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang (isyarat dan warna) tersebut sangat terbatas kemampuanya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Sementara, proses komunikasi sekunder merupakan kelanjutan dari proses komunikasi primer, yaitu untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Setelah pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut :

a. *Sender* *:* Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
b. *Encoding* : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang.
c. *Message* : Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
d. *Media* : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

e. *Decoding* : Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

f. *Receiver* : Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

g. *Response* : Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

h. *Feedback* : Umpan Balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

i. *Noise* : Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

2.2.4 Fungsi Komunikasi

Beragam tokoh komunikasi, memberikan padangan yang beragam pula sehubungan dengan fungsi dari komunikasi. Komunikasi dapat memuaskan kehidupan kita manakala semua kebutuhan fisik, identitas diri, kebutuhan sosial dan praktis dapat tercapai. (Adler dan Rodman, 2003). Berikut adalah fungsi dari komunikasi secara universal menurut Kasali (2005 : 15) :

1. Memenuhi Kebutuhan Fisik

   Dari berbagai hasil penelitian yang dilakukan, komunikasi dapat berfungsi untuk menyembuhkan manusia. Adler dan Rodman (2003), menjelaskan bahwa orang yang kurang atau bahkan jarang menjalin hubungan dengan

individu lain, berisiko tiga atau empat kali mengalami kematian. Sebaliknya, mereka yang sering menjalin hubungan mempunyai peluang hidup empat kali lebih besar. Dari hal ini menunjukkan kepada kita, bagaimana berinteraksi (dimana di dalamnya melibatkan komunikasi) dapat membuat seseorang meningkatkan kualitas fisik seseorang.

2. Memenuhi Kebutuhan Identitas

   Seseorang melakukan aktifitas komunikasi dengan sesamanya, karena mereka ingin memberikan informasi bahwa mereka ada bersama kita. Komunikasi bisa diibaratkan dengan KTP (Kartu Tanda Penduduk). KTP merupakan sebuah kartu yang berisi identitas diri si pemiliknya, seperti nama, alamat, tanggal lahir, dan sebagainya. KTP ini sangat bermanfaat ketika seseorang ingin memberitahu mengenai siapa dirinya kepada orang yang membutuhkan informasi tersebut. Maka, sehubungan dengan komunikasi, menjadi sangat penting terutama ketika bersosialisasi satu sama lain. Dengan demikian, seseorang akan mengetahui atau belajar tentang siapa dia dan siapa saya. (Adler dan Rodman, 2003)

3. Memenuhi Kebutuhan Sosial

   Komunikasi, dapat membantu seseorang memenuhi kebutuhan sosial mereka seperti, mengisi waktu luang, kebutuhan disayangi, kebutuhan untuk dilibatkan, kebutuhan untuk keluar dari masalah yang rumit, kebutuhan untuk rileks, dan untuk mengontrol diri sendiri atau orang lain.

4. Memenuhi Kebutuhan Praktis

Salah satu fungsi utama dari komunikasi adalah kita dapat memebuhi berbagai kebutuhan praktis sehari-hari. Komunikasi seolah menjadi kunci bagi kita, untuk membuka kesempatan kita dalam hal memenuhi kebutuhan praktis, karena kita berinteraksi dengan orang lain. Sementara, Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Fungsi pertama, fungsi sosial yakni bertujuan untuk kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (Mulyana, 2007 : 5).

2.2.5 Tujuan Komunikasi

1. Mengubah Sikap (*To Change The Attitude)*

Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku seseorang. Setelah seseorang mengemukakan informasi apa yang ingin disampaikan (komunikasi) maka tahap selanjutnya adalah apakah seseorang akan terpengaruh atau tidak terhadap informasi atau pesan yang disampaikan dan selanjutnya apakah hal tersebut akan merubah sikap orang tersebut atau tidak. Komunikasi diharapkan dapat merubah sikap seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikannya.

2. Mengubah Opini / Pendapat / Pandangan (*To Change The Opinion*)

Selanjutnya komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai yang diharapkan oleh komunikannya. Selaras dengan kata dasar dari *communication* yaitu *common,* yang bila kita definisikan dalam bahasa Indonesia berarti “sama”, maka kita sudah dapat melihat dengan jelas bahwa

memang tujuan dari komunikasi yaitu mencapai suatu kesamaan dalam hal pendapat atau opini.

3. Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*)

Setelah memperoleh suatu informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi

4. Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*)

Dalam poin sebelumnya, perubahan perilaku yang diharapkan lebih kepada individu atau perorangan, pada poin ini perubahan yang dititik beratkan pada suatu kelompok manusia yang lebih luas jangkauannya. Sehingga perubahan yang terjadi sifatnya secara masal. (Effendy, 2002 : 55)

Gordon I. Zimmerman merumuskan tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan rasa penasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai tujuan isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan tujuan hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007:4)

2.2.6 Jenis-jenis Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan antara manusia atau kelompok. Selaras dengan pembahasan sebelumnya, komunikasi memiliki tujuan hubungan yang di dalamnya melibatkan suatu proses pertukaran informasi dan akhirnya berdampak terhadap kualitas hubungan seseorang dengan orang lain atau kelompok dengan kelompok lain.

Jenis komunikasi terdiri dari:

1. Komunikasi verbal

   Komunikasi verbal ialah simbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih dengan menggunakan usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan dalam menggunakan bahasa yang dapat di mengerti karena bahasa merupakan sistem kode verbal.

   Menurut Larry L. Barker, bahasa mempunyai tiga fungsi : 1) penamaan (*naming* atau *labeling*), 2) interaksi, dan 3) transmisi informasi. Berikut ini adalah penjelasan sehubungan dengan fungsi dari bahasa :

   a. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.

b. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

c. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

2. Komunikasi Non Verbal

Bahasa non verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan-gerakan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau body language. Selain itu juga, penggunaan bahasa non verbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol. Menurut Drs. Agus M. Hardjana, M.Sc., Ed. menyatakan bahwa: "Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non verbal, tanpa kata-kata".

Sedangkan menurut Atep Adya Barata mengemukakan bahwa: "Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya (*the object language*),

komunikasi dengan gerak (*gesture)* sebagai sinyal (*sign language*), dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh (*action language*).

Bentuk-bentuk komunikasi non verbal terdiri dari tujuh macam yaitu:

a. Komunikasi visual

b. Komunikasi sentuhan

c. Komunikasi gerakan tubuh

d. Komunikasi lingkungan

e. Komunikasi penciuman

f. Komunikasi penampilan

g. Komunikasi citrasa

2.2.7 Bentuk Komunikasi

Deni Darmawan (2007) berpendapat bahwa komunikasi terjadi dalam beberapa bentuk[1], yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi Persona (*Personal Communication*)

   a) Komunikasi Intrapersona (*Intrapersonal Communication*)

   Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Disadari atau tidak, sebelum berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, kita akan melakukan komunikasi intrapersonal atau berbicara kepada diri sendiri terlebih dahulu.

[1] http://neozonk.wordpress.com (Diakses pada, Kams, 11 April 2013, pukul 07.07)

b) Komunikasi Antarpersona (*Antarpersonal Communication*)

Komunikasi Antarpersonal adalah komunikasi antar dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pernyataan menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal. Bentuk komunikasi antarpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang saja.

2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. Kelompok juga merupakan suatu kesatuan sosial yang terdiri atas dua atau lebih individu yang telah menjadikan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu yang khas bagi kesatuan sosial tersebut. (Sherif dalam Gerungan)

Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan

klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi. Kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga:

a. Kelompok tugas;

b. Kelompok pertemuan;

c. Kelompok penyadar; dan

d. Kelompok perspektif

Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Misalnya, melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal di Amerika Serikat, pada tahun 1960-an sering menggunakan proses ini. Kelompok perspektif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer. (Rakhmat, 2008:147-148)

Kelompok tentu terdiri dari beberapa anggota-anggota yang menjalankan dua tugas sebagai berikut :

a. melaksanakan tugas kelompok, dan

b. memelihara moral anggota-anggotanya.

Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok, yang disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfacation*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. (Rahkmat, 2008:149)

Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. Ukuran kelompok,
2. Jaringan komunikasi,
3. Kohesi kelompok, dan
4. Kepemimpinan.

2.2.8 Konteks Komunikasi

Komunikasi merupakan hal terpenting bagi manusia. Sebagai mahluk sosial, komunikasi menjadi komponen penting bagi berlangsungnya proses sosial, dimana di dalamnya terdapat suatu proses interaksi yang melibatkan komunikasi. Seperti pada apa yang telah peniliti jelaskan pada subjudul sebelumnya, komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik secara verbal maupun non verbal. Selain bentuk-bentuk dari komunikasi, komunikasi juga memiliki konteks-konteks yang beragam.

Konteks-konteks komunikasi adalah sebagai berikut[2] :

1. Komunikasi Intrapersonal

   Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri. Komunikasi tejadi keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam proses simbolik pesan-pesan. Pada konteks komunikasi intrapersonal, seseorang menjadi pengirim pesan (komunikator) dan sekaligus menjadi si penerima pesan tersebut (komunikan), dan selanjutnya melakukan umpan balik kepada dirinya sendiri.

2. Komunikasi Interpersonal

   Komunikasi interpersonal adalah suatu proses pertukaran pesan yang terjadi antara penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) yang berbeda. Artinya, pada konteks komunikasi ini seorang komunikan akan melakukan proses komunikasi pada pribadi yang berbeda atau individu yang berbeda, bukan pada dirinya sendiri. Joseph A. Devito menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal atau yang disebut juga dengan komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

3. Komunikasi Kelompok

   Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan oleh sekumpulan orang-orang yang terdiri dari tiga atau lebih. Kelompok yang

[2] http://aryantcool93.blogsot.com (Diakses pada, Kamis, 11 April 2013, pukul 07.36)

dimaksud dalam konteks komunikasi kelompok adalah kelompok yang memiliki intensitas hubungan di dalamnya. Menurut Deddy Mulayana kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, ,emgenal satu sama lain untk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

4. Komunikasi Massa

Kata komunikasi massa berasal dari bahasa Inggris, yaitu *mass communication*, artinya, komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Massa sendiri mengandung arti orang banyak, yang tidak selalu berada pada tempat atau lokasi yang sama satu dengan yang lainnya, massa di sini bisa saja berada pada lokasi yang terpencar, yang dalam waktu bersamaan atau hampir bersamaan, menerima pesan-pesan komunikasi yang sama.

5. Komunikasi politik

Political communication atau dalam bahasa Indonesia, komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkatitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Menurut Gabriel Almond (1960) : komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik.

6. Komunikasi Organisasi

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dai mereka

yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Menurut Gold Haber, komunikasi organisasi merupakan adalah arus pesan yang sifat hubungannya saling bergantungan satu sama lain, dengan arus pesan yang terdiri dari vertical, horizontal, dan diagonal.

7. Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (berbeda ras, etnik, atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). Steward L. Tubbs mendefinisikan komunikasi antar budaya sebagai komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya . Kebudayaan sendiri berarti suatu cara hidup yang berkembang dan dianut oleh sekelompok orang serta berlangsung dari generasi ke generasi.

8. Semiotika Komunikasi

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari mengenai penandaan *Science of Signification*; bersumber dari F. De Saussere (Swiss-French, 1857-1931). Ferdinal de Saussure dalam *Course in General Linguistics* mendefinisikan semotika sebagai : "…. ilmu yang mempelajari struktur, jenis, tipologi, serta relasi tanda-tanda dalam penggunaannya di dalam masyarakat". Louis Hjelmslev, seorang penganut Saussurean berpandangan bahwa: "…. sebuah tanda tidak hanya mengadung hubungan internal antara aspek material (penanda) dan konsep mental

(petanda), namun juga mengandung hubungan antara dirinya dan sebuah sistem yang lebih luas di luar dirinya…."

2.2.9 Konteks Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konteks komunikasi intrapersonal dan interpersonal. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikatornya sendiri. Komunikasi intrapersonal dianggap tepat mewakili penelitian ini karena komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang penting, yaitu jenis komuunikasi yang akhirnya memicu berlangsungnya konteks-konteks komunikasi yang lain. Sehubungan dengan persepsi, komunikasi intrapersonal merupakan faktor penting dalam proses dibentuknya persepsi.

Pada komunikasi intrapersonal, pengetahuan mengenai dirinya sendiri didapat dari proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*), dan hal ini terjadi ketika berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikatornya. Perlu diingat, bahwa untuk dapat menghasilkan sebuah persepsi, seseorang perlu memahami seperti apa dirinya sendiri atau dengan kata lain melakukan pengenalan terhadap dirinya sendiri. Selain itu, agar mendapat pemahaman tentang apa yang terjadi ketika seseorang sedang berkomunikasi, dibutuhkan sebuah pemahaman terhadap diri sendiri, dan pemahaman ini didapat dari persepsi. Maka memang pada dasarnya, letak dari sebuah persepsi berada pada orang yang mempersepsikan, bukan pada suatu ungkapan ataupun objek.

Menurut Joan Aitken dan Leonard Shedlestsky (1997) menyatakan bahwa komunikasi intrapersonal sebenarnya lebih dari sekedar pembenaran terhadap diri

sendiri, atau maki-makian, seperti yang diungkapkan oleh Lance Morrow dalam majalah Time (1998). Karena pada dasarnya, komunikasi intrapersonal melibatkan banyak penilaian akan perilaku orang lain, atau terhadap berbagai pesan yang diterima. Maka, ketika peneliti akan melihat seperti apa persepsi yang terbentuk di kalangan mahasiswa ketika dikeluarkannya larangan merokok di lingkungan kampus, komunikasi intrapersonal menjadi faktor bagi mahasiswa tersebut dalam memberikan persepsinya terhadap peraturan tersebut.

Pemahaman diri pribadi dilakukan dengan hal-hal seperti berdoa, bersyukur, instrospeksi diri dengan meninjau perbuatan kita dan reaksi hati nurani kita, dan berimajinasi dengan kreatif. Elemen-elemen diri dalam sebuah konteks komunikasi intrapersonal adalah sebagai berikut :

1. Konsep diri, adalah bagaimana kita memandang diri kita sendiri, biasanya hal ini kita lakukan dengan penggolongan karakteristik sifat pribadi, karakteristik sifat sosial, dan peran sosial.
2. Karakteristik sosial, adalah sifat-sifat yang ditampilkan ketika kita sedang berhubungan dengan orang lain. Seperti contohnya, ramah atau ketus, ekstrovert atau introvert, banyak bicara atau pendiam, penuh perhatian atau tidak peduli, dan sebagainya.
3. Peran sosial, adalah bagaimana kita mendefinisikan hubungan sosial kita dengan orang lain, seperti contohnya, ayah, istri, atau guru. Peran sosial bisa juga terkait dengan budaya, etnik, atau agama.
4. Identitas diri yang berbeda, walaupun identititas yang dibahas lebih kepada suatu identitas tunggal, tetapi sesungguhnya masing-masing

individu bisa memiliki identitas diri yang berbeda, yang disebut multiple selves. Pada dasarnya, kita memiliki dua identitas diri dalam diri kita masing-masing, yaitu sebagai berikut :

a. Pertama, persepsi mengenai diri kita, dan persepsi mengenai orang lain terhadap kita (meta persepsi), dan
b. Identitas berbeda juga dapat dilihat dari cara kita memandang ‘diri ideal’ kita, maksudnya adalah ketika kita melihat siapa diri kita ‘sebenarnya’ dan di sisi lain, kita melihat ingin ‘menjadi apa’ diri kita (idealisasi diri).

Dalam komunikasi intrapersonal, terjadi pengolahan informasi yang meliputi beberapa hal sebagai berikut :

a. Sensasi, berasal dari kata *sense* artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organism dengan linkungannya. Menurut Benyamin B. Wolman (1973 : 343) sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis. atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera.
b. Persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut (Desiderato, 1976 : 129) persepsi adalah proses memberikan makna pada sebuah informasi inderawi, tetapi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.

c. Memori memegang suatu peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun dalam hal berpikir.
d. Berpikir, adalah proses mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons.

Tahap selanjutnya dari sebuah persesi, setelah komunikasi intrapersonal adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi paling efektif untuk mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Hal ini dikarenakan, komunikasi interpersonal dilakukan dengan tatap muka, dimana antara komunikator dan komunikan, terjadi interaksi secara langsung dan melibatkan kontak pribadi di dalamnya. Asumsi dasar dari komunikasi interpersonal adalah bagaimana setiap orang yang berkomunikasi akan membuat efek atau reaksi terhadap pihak yang menerima pesan. Jika dilihat dari persepsi komunikator reaksi komunikan menyenangkan maka ia akan merasa bahwa komunikasi yang Ia lakkan telah berhasil.

Mc. Crosky, Larson dan Knapp menyatakan bahwa komunikasi efektif akan tercapai, dengan mengusahakan tingkat keakuratan yang tinggi dalam setia situasi. Para psikolog berpendapat bahwa hubungan antar personal yang baik, akan memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut :

1. Makin terbukanya seorang pasien mengungkapkan persaannya,
2. Makin cenderung ia meneliti perasaanya secara mendalam beserta penolongnya, dan
3. Makin cenderung ia mendengar dengan penuh perhatian dan bertindak atas nasihat yang diberikan penolongnya.

Komunikasi interpersonal sendiri didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang dapat dilakukan oleh dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim pesan dapat menyampaikan pesannya secara langsung dan penerima pesan dapat menerima pesannya secara langsung pula. (Agus M. Hadjana, 2003 : 85)

Pada proses komunikasi antarpersonal inilah, terjadi pemberian persepsi terhadap hal-hal yang menyangkut diri kita sendiri, diri orang lain, dan hubungan yang terjadi. Kesemuanya terjadi melalui suatu proses pikir yang melibatkan penarikan kesimpulan. Secara simultan, proses ini akan mengalami tiga tahap yang berbeda, yaitu, persepsi, metapersepsi, dan metametapersepsi. Ketiganya akan saling mempengaruhi sepanjang proses komunikasi.

Judy C. Pearson, menyebutkan ada enam karakteristik komunikasi antarpersonal, antara lain :

1. Komunikasi antarprsonal dimulai dengan diri sendiri (*self*),
2. Komuikasi antarpersonal bersifat transaksional,
3. Komunikasi antarpersonal mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi,
4. Komunikasi antarpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi,
5. Komunikasi antarpersonal melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan yang lainnya (interdependen) dalam proses komunikasi, dan
6. Komunikasi antarpersonal tidak dapat diubah maupun diulang.

Ada empat perspektif khusus dari studi komunikasi antarpersonal, yaitu sebagai berikut :

1. Perspektif relasional (kualitatif), yang menguraikan komunikasi melalui peranan pengirim dan penerima yang berbagi dan menciptakan makna pesan secara simultan,
2. Perspektif situasional (kontekstual), yang menguraikan komunikasi yang terjadi antar dua orang dalam konteks tertentu,
3. Perspektif kuantitatif, yang menguraikan komunikasi sebagai suatu proses interaksi yang *dyadic*, termasuk komunikasi impersonal, dan
4. Perpektif strategis, yang menguraikan komunikasi untuk mencapai tujuan antarpersonal tertentu.

Komunikasi antarpersonal memiliki beberapa sifat, yaitu sebagai berikut :

a. Komunikasi bersifat spontan dan informal,
b. Saling menerima umpan balik (*feedback*) secara maksimal, dan
c. Partisipan berperan fleksibel.

2.3 Tinjauan Tentang Persepsi

Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek yang ditangkap oleh panca indera kita, yaitu, mata. Kita melihat pemandangan di sekitar kita. Kemudian, apa yang kita lihat tersebut, diproses di

dalam pikiran kita sehingga membentuk suatu persepsi, sehingga kita menyadari betapa indahnya dunia beserta isinya.

Dalam hal membentuk suatu pesepsi, tentu terdapat beragam faktor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

2.3.1 Definisi Tentang Persepsi

Pada penjelasan sebelumnya, kita mengetahui bahwa persepsi merupkan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini memaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indra. Lalu, stimulus tersebut akan segera diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan saraf, dan proses selanjutnya adalah proses persepsi yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

> "Proses persepsi tentu merupakan suatu proses yang tidak dapat berdiri dengan sendirinya. Proses pengindraan merupakan proses yang mendahului persepsi itu sendiri. Proses pengindraan terjdi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indra. Alat indra sendiri merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya". (Branca, 1994 dan Marquis, 1957)

Stimulus yang telah mengenai suatu individu kemudian diorganisasikan, dinterpretasikan, sehingga individu menyadari tentang apa yang diindranya itu. Proses inilah yang dimaksud dengan persepsi. Jadi, stimulus diterima oleh alat indra, kemudian mengalami suatu proses persepsi yang diindra tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpresentasikan (Davidoff, 1981). Disamping itu, menurut Maskowitz dan Orgel (1969) persepsi itu

merupakan proses yang *intergrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya.

Maka, persesepsi merupakan suatu proses penggorganisasian, penginterpretasian terhadap suatu stimulus, yang diterima oleh organisme atau indvidu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang intergrasi dalam diri individu. Sebagai sesuatu yang bersifat integrasi, maka seluruh pribadi, seluruh apa yang ada dalam diri seseorang atau individu akan ikut aktif berperan dalam persepsi tersebut.

Persepsi menurut Prof. Dr. Alo Liliweri dalam bukunya Komunikasi Serba Ada Serba Makna mendefinisikan persepsi sebagai berikut, yaitu :

1. Persepsi adalah proses menjadi sadar terhadap stimulus yang ada disekitar kita;
2. Persepsi merupakan proses neurologis ketika sensoris stimulus diterima, diketahui, dan diakui sebagai makna yang sederhana, persepsi juga merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menjelaskan control sensoris terhadap sesuatu yang kompleks seperti perilaku yang dinferensi dari perilaku lain. Persesi merupakan suatu proses internal yang bersifat hipotesis yang mempunyai sifat yang tidak menentu, namun dapat dikendalikan oleh sebagian besar rangsangan dari luar (kadang-kadang dipengaruhi oleh variabel seperti kebiasaan dan dorongan).

Pengertian persepsi juga dijelaskan oleh para ahli sebagai berikut: “Persepsi adalah kemampuan membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsangan”. (Wahab, 2005 : 89).

> "*Perception is an active process of selecting, organizing, and interpretating people objects, event, situations, and activities. The first thing to notice about this definition is that perception is an active process. We don't passively receive stimuli. Instead, we actively work sense of ourselves, other, and interactions. To do so, we focus only certain things, and when we organize and interpret what we notice."*
>
> *Perception consist of three process : selecting, organizing, and interpretating. These process are overlapping and continous, so they blend into and influence one another. They are also interactive, so each affect the other two*. (Julia T. Wood, 2006 : 39-40)

Persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi objek, orang, kejadian, situasi, dan kegiatan. Hal pertama yang harus diingat tentang definisi ini adalah bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Manusia tidak pasif dalam menerima stimuli. Sebaliknya, manusia aktif berinteraksi dan merespon suatu pesan dalam memaknai suatu objek atau fenomena. Dalam prosesnya, ketika orang menerima suatu pesan, ia akan menyeleksi (memusatkan perhatian dari apa yang ia anggap penting dalam beberapa hal), kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberi makna pada suatu objek atau peristiwa.

Persepsi terdiri dari tiga proses: memilih, pengorgnisasian, dan interpretasi. Proses ini tumpang tindih dan berkesinambungan, sehingga mereka berbaur dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, sehingga masing-masing mempengaruhi satu sama lain. (Julia T. Wood, 2006 : 39-40).

Setiap individu akan memiliki kriterianya sendiri dalam menentukan terhadap apa mereka akan menarik perhatian mereka. Masing-masing individu akan memandang dunia berkaitan dengan apa yang mereka butuhkan, apa yang

dinilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. (Alo Liliweri, 2011 : 153)

Persepsi membantu seseorang untuk menyadari, dan mengerti tentang keadaan lingkungannya dan juga tentang keadaan diri yang bersangkutan (Davidoff, 1981). Menyadari hal ini, kita sadar bahwa stimulus dapat datang dari mana pun. Artinya, stimulus dapat datang dari luar diri individu, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangutan. Sebagai contoh, apabila yang dipersepsikan dirinya sendiri, persepsi yang timbul disebut persepsi diri (*self-perception*).

perception = selecting → organizing → interpretating ⇉ meaning

1. Selecting

Pada situasi tertentu orang yang sedang memusatkan pribadinya pada apa yang ia anggap penting, tidak akan peduli pada beberapa hal lain yang berada disekitar objek. Sebagai contoh, ketika kita sedang mendengarkan musik, lalu ada suara yang lebih kencang, yaitu suara seseorang yang sedang memangil kita, maka secara otomatis, kita akan mengalihkan perhatian dan pendengaran kita kepada suara dan orang tersebut.

Seseorang dalam memaknai sesuatu hal dipengaruhi oleh rangsangan tertentu yang dipicu oleh beberapa unsur pemicu perhatian, seperti hal penting, relevan, dan mendalam. Secara alamiah manusia akan lebih tertarik dengan suara yang lebih keras ketimbang suara yang kecil. Dalam menyeleksi pesan dari stimuli yang seseorang terima, tidak dilakukan secara keseluruhan. Hal ini berarti manusia, hanya akan melihat sebagian dari objek tersebut.

2. Organizing

Pengorganisasian suatu pesan yang dilakukan oleh seseorang sangat berbeda-beda. Hal yang penting dan patut diperhatikan adalah seseorang perlu memahami makna suatu pesan sebelum akhirnya melakukan pengelompokkan pada pesan-pesan yang diterima. Setelah memaknai pesan tersebut, selanjutnya pesan akan disusun berdasarkan kategori-kategori tertentu. Teori kontruktivis adalah teori yang menjelaskan tentang bagaimana kita dapat mengorganisasikan persepsi, yang mna situasi yang telah diorganisasikan, dan pengalaman menginterpretasikan dari percobaan struktur kognitif yang disebut *schemata*.

Ada empat jenis *schemata kognitif* untuk memahami persepsi : prototype, gagasan pribadi, stereotype, dan script. (Fehr, 1933 : Hewes, 1995).

a. Prototypes

Menurut teori ini, seseorang menyimpan prototip (bentuk dasar) yang abstrak dan deal di dalam ingatan. Ketika seseorang melihat suatu stimulus, kemudian ia membandingkannya dengan prototip tertentu yang cocok. Jika pencocokan sudan sesuai, maka orang akan mengenal stimulus tersebut. Jika belum cocok, ia akan mencoba membandingkan lagi dengan jenis prototip yang lain sampai diketemukan yang paling cocok. Atau dengan kata lain, mengklasifisakan stimulus berdasarkan bentuk dasar yang telah mereka miliki terlebih dahulu dan kemudian mencocokkannya, mana yang dianggap paling mendekati dengan logika.

b. Personal Cosntructs

Suatu ukuran mental yang memungkinkan kita untuk memposisikan orang dan situasi di sepanjang dimensi dengan beberapa pertimbangan. Sebagai contoh : baik atau tidak baik, menarik atau tidak menarik, tanggung jawab atau tidak tanggung jawab. *Personal constructs* membuat orang lebih memaknai secara detail dari beberapa kualitas terhadap suatu fenomena. *Personal constructs* juga membentuk persepsi kita, karena orang menggambarkan seseuatu itu hanya dari istilah bagaimana ukuran-ukuran dari gagasan yang kita gunakan sehari-hari.

c. Stereotypes

Pengetahuan tentang orang-orang tertentu dan kaitannya dengan atribut tertentu sering diistilahkan dengan *prototypes*. Hasil dari prototip tersebut memunculkan adanya *stereotypse,* yaitu pemberian atribut tertentu pada sekelompok orang tertentu. Dapat juga didefinisikan sebagai prediksi tentang orang-orang dan situasi. Sebagai contoh, orang Indonesia ramah, orang Amerika individualistis.

Dalam hal pembentukan suatu kesan, stereotip akan membatasi persepsi dan komunikasi, tetapi stereotip dapat juga dimanfaatkan untuk membina hubungan yang lebih lanjut. Stereotip mungkin akurat, tetapi mungkin juga tidak akurat. Karena pada dasarnya, stereotip berdasarkan kecurigaan saja.

d. Scripts

Scripts atau naskah, berfungsi untuk mengatur persepsi, juga berfungsi untuk memandu agar bertindak berdasarkan apa yang telah kita alami dan diamati. Naskah terdiri dari urutan kegiatan yang mendefinisikan apa yang kita dan orang lain harapkan untuk dilakukan dalam situasi tertentu.

3. **Interpretasi**

Interpretasi adalah proses subjektif menjelaskan persepsi untuk menetapkan maknanya kepada semua objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang meraka katakan dan lakukan. (Julia T. Wood, 2006 : 39-45).

2.3.2 Faktor yang Menentukan Persepsi

Hasil dari suatu persepsi atau interpretasi mengenai suatu stimulus akan ditentukan oleh kombinasi antara sifat-sifat yang ada ada pada stimulus yang dipersepsi tersebut (*bottom up*) dengan pengetahuan yang tersimpan di dalam ingatan seseorang yang relevan dengan stimulus itu (*top-down*). Berkatian dengan pemikiran tersebut, maka ada dua informasi yang dapat digunkakan untuk mempersepsikan dunia luar secara tepat, yaitu pertama informasi yang ditampilkan oleh stimulus sensori pada waktu itu dan kedua yaitu pengetahuan serta pengalaman yang relevan dimiliki dan telah terseimpan di dalam ingatan seseorang.

Beberapa prinsip lain yang dapat ditambahkan berkaitan dengan persepsi antara lain, yaitu :

a. Familiaritas, objek-objek yang sudah dikenal akrab akan lebih mudah dipersepsi daripada objek-objek yang baru atau yang masih asing.
b. Ukuran, objek-objek yang ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar akan lebih mudah dipersepsi atau dikenali daripada yang ukuran kecil.
c. Intensitas, objek-objek yang memiliki warna tajamatau mencolok akan lebih mudah dikenali daripada objek-objek yang memiliki warna tipis taus kurang tajam.
d. Gerak, objek-objek yang bergerak cenderung lebih mudah dipersespi daripada objek-objek yang diam atau pasif.

Suatu objek akan dipersepsi secara berbeda apabila konteks objek itu berubah. Misalnya, seseorang akan tampak lebih tua ketika berkumpul dengan orang-orang yang masih muda, begitu pula sebaliknya. Contoh lain, larangan merokok akan dipandang positif oleh orang-orang yang tidak merokok. Tetapi, akan dipandang negatif, bahkan ditolak, apabila larangan tersebut diterpakan di kalangan para perokok.

Berkatitan dengan fenomena persepsi dapat dibedakan menjadi dua realitas penting, antara lain :

a. Realitas objektif, adalah fenomena yang bersifat fisik atau geografis. Realitas ini dapat juga disebut dengan realitas fisik. Fenomenanya menggunakan ukuran-ukuran yang akurat dan cenderung tidak berubah sepanjang waktu.

b. Realitas subjektif, merupakan fenomena psikologis atau yang disebut relaitas psikologi. Kebanyakan persepsi dan kehidupan psikologis pada umumnya menggambarkan realitas subjektif, sehingga hasil persepsi terhadap objek yang sama dapat berbeda antara orang yang satu dengan yang lainnya. Hal ini sangat tergantung pada konteks pengetahuan atau pengalaman masing-masing orang.

Sementara dalam penelitian ini, peneliti mengambil faktor-faktor yang menentukan persepsi berdasarkan Rhenald Kasali (1994 : 23), yaitu sebagai berikut :

1. Latar Belakang Budaya

Pengaruh kebudayaan telah menjadi suatu disiplin ilmu tersendiri dalam psikologi antarbudaya (*Cross Cultural Psychology*) dan dalam komunikasi antarbudaya (*Intercultural Communication*). Philipsen (dalam Griffin, 2003) mendeskripsikan budaya sebagai suatu kontruksi sosial dan pola symbol, makna-makna, pendapat, dan aturan-aturan yang dipancarkan secara mensejarah. Pada dasarnya, budaya adalah suatu kode, yang membedakan sekelompok manusia dengan manusia yang lainnya. Budaya yang dimaksud pada faktor-faktor yang menentukan persepsi di sini mencakup hal-hal seperti, ras, etnnik, sosio ekonomi, ekologis, pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan sebagainya.

Ketika berbicara sehubungan dengan pengaruh budaya dalam sebuah persepsi, maka hal ini akan dikaitakan pula dengan stereotip-stereorip. Stereotip, seperti yang telah dijelaskan pada pokok bahasan sebelumnya, merupakan

pemberian atribut tertentu pada sekelompok orang, atau dapat juga diartikan sebagai prediksi tentang orang-orang dan situasi. Sementara itu, dalam bukunya *Human Communication* (1996 : 56), Deddy Mulyana menjelaskan, bahwa stereotip adalah generalisasi mengenai kelompok manusia, objek, atau peristiwa yang dianut oleh suatu budaya tertentu.

Maka, dalam hal ini kita dapat melihat bagaimana latar belakang ras, etnik, pengetahuan, sosio-ekonomi, ekologis, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat seseorang, dapat mempengaruhi mereka dalam menentukan terbentuknya sebuah persepsi terhadap berbagai pesan, atau informasi, atau stimulus apa pun yang diberikan oleh komunikator kepada komunikannya. Dan, hal ini selanjutnya berhubungan dengan stereotip yang berkembang dan menjadi bagian dari budaya bagi seseorang, dalam pembentukan suatu persepsi.

2. Pengalaman Masa Lalu

Pengalaman masa lalu. merupakan berbagai kejadian atau peristiwa yang telah terjadi pada diri seseorang, atau pada orang lain, yang lantas memberikan pengaruh tertentu terhadap orang yang mengalami kejadian tersebut, atau mungkin hanya sekedar mendengarkan kisahnya. Pengalaman masa lalu, dapat berupa sesuatu hal yang sifatnya positif, atau negatif. Dalam hal ini, memori memainkan suatu peranan penting bagi seseorang, untuk akhirnya mengingat kembali suatu keadaan atau kondisi atau peristiwa tertentu yang menurutnya sangat sulit untuk dilupakan.

Setiap khalayak, tentunya secara umum memiliki suatu pengalaman yang berbeda-beda satu sama lain, sehubungan dengan suatu objek yang sedang

dibicarakan. Keintensifan khalayak terhadap objek yang sedang dibicarakan, sangat menentukan sejauh mana pengalaman yang dimiliki oleh khalayak terhadap objek tersebut. Pengalaman dalam suatu situasi tertentu dapat pula dialami oleh sekelompok orang. Misalnya, pengalaman sekelompok penumpang angkutan umum mengenai seseorang yang merokok. (Kasali, 2005 : 21)

3. Nilai-nilai yang Dianut

Jika diterjemahkan secara sederhana, nilai merupakan segala sesuatu yang dianggap baik atau buruk dalam kehidupan kita sehari-hari. Cantik - jelek, baik-buruk, pintar – bodoh dan sebagainya merupakan contoh-contoh dari sebuah nilai. Nilai merupakan suatu pedoman bagi seseorang dalam menjalankan setiap aktifitas kehidupannya. Nilai memberikan suatu ruang batasan antara apa yang patut untuk dilakukan dan tidak patut untuk dilakukan, berdasarkan pengetahuan orang itu sendiri. Nilai-nilai dibentuk manusia agar dapat memenuhi keinginan atau tujuannya.

4. Berita-berita yang Berkembang

Tentu kita menyadari, bahwa persepsi tidak dapat terlepas dari stimuli apa, atau pesan apa yang telah diterima oleh seseorang. Maka, dalam hal ini berita-berita yang berkembang disekitar orang yang akan menetukan persepsi, sangat berpengaruh bagi hasil dari persepsi yang akan terbentuk. Jika, berita-berita yang berkembang bersifat positif, maka persepsi yang terbentuk tentu akan terpengaruhi menjadi positif, tetapi sebaliknya, jika berita-berita yang berkembang bersifat negatif tentu hasil dari persepsi yang terbentuk kemungkinan besar menjadi negatif pula.

Sehubungan dengan penjelasan mengenai faktor-faktor yang menentukan terbentuknya sebuah persepsi, peneliti melihat bahwa semua faktor tersebut bekerja secara kesinambungan, dimana antara satu faktor dengan dangan faktor lainnya saling membentuk hubungan yang erat, dan juga saling mempengaruhi satu sama lain.

2.4 Tinjauan Tentang Mahasiswa

2.4.1 Pengertian Mahasiswa

Pengertian mahasiswa menurut peraturan pemerintah RI No. 30 Tahun 1990 yaitu, peserta didik yang tedaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Menurut Sarwono (1978), mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun.[3]

Secara etimologis, mahasiwa terdiri atas dua kata, yaitu "maha" dan "siswa". Maha berarti sangat, amat, dan besar. Sedangkan siswa berarti murid atau pelajar. Disebut maha, dikarenakan untuk mencapai tahap menjadi mahasiswa, seseorang sebelumnya harus memulai menjadi siswa dari Sekolah Dasar (SD) – Sekolah Menengah Atas (SMA). Setelah tahapan yang cukup lama menjadi siswa, kini seorang siswa tersebut dapat mencapai tahap selanjutnya yaitu Perguruan Tinggi. Karena telah mengemban pendidikan yang cukup lama sejak SD – SMA, maka ketika mereka menjadi siswa pada perguruan tinggi, mereka mengemban nama yang berbeda dengan yang sebelumnya dari siswa menjadi mahasiswa.

[3] http://definisipengertian .com (Diakses pada, Jumat 05 April 2013, pukul 08.00)

Dikalangan masyarakat, kata-kata “maha” memberikan persepsi sendiri bagi mereka. Karena masyarakat berharap bahwa mahasiswa dapat membawa atau memberikan suatu perubahan yang berarti. Khususnya terhadap berbagai problem atau masalah fenomena sosial. Mahasiswa pada kenyataannya mengemban tanggung jawab yang berat di pundak mereka.

Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendikiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali sarat dengn berbagai predikat. Menurut Knopfemacher (dalam Sarwono, 1978) adalah merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi (yang makin menyatu dengan masyarakat), dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual. Dari pendapat di atas bisa dijelaskan bahwa mahasiswa adalah sebuah status yang didapat seseorang karena memiliki hubungan atau keterkaitan dengan perguruan tinggi, dan terjadi suatu proses panjang yang harus dilalui oleh mereka para mahasiswa untuk ahirnya dapat menjadi calon-calon intelektual.

2.4.2 Peran dan Fungsi Mahasiswa

Seperti pada pembahasan sebelumnya, mahasiswa menjadi tumpuan harapan masyarakat sebagai pembawa perubahan sosial yang positif. Maka, berikut peran dari seorang mahasiswa[4] :

1. Peranan moral, karena dunia kampus merupakan dunia yang bebas, maka bebas pula bagi seseorang untuk memilih dunia apa yang akan diambil.

[4] *ibid*

Disinilah mahasiswa dituntut suatu tanggung jawab moral, terutama kepada dirinya sendiri, untuk akhirnya dapat menjalankan kehidupan yang bertanggung jawab dan sesuai dengan moral dalam masyarakat.

2. Peranan sosial, mahasiswa diharapkan dalam setiap keberadaannya dan segala perbuatannya tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri tetapi harus menjadi seseorang yang dapat bermanfaat bagi masyarakat.
3. Peranan intelektual, sebagai seorang yang disebut-sebut memiliki intelektualitas, seorang mahasiswa sudah sewajarnya mewujudkan status tersebut dalam kehidupan nyata. Artinya, mereka akan bergelut dengan ilmu pengetahuan dan memberikan perubahan yang lebih baik.

2.5 Tinjauan Tentang Rokok

2.5.1 Pengertian Rokok

Rokok adalah silinder kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (berbeda-beda tiap negara) dengan diameter 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah. Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lainnya.[5]

Rokok biasanya dijual dalam bungkusan berbentuk kotak atau pada sebuah kemasan kertas yang dapat dimasukkan dengan mudah ke dalam saku atau kantong. Sudah sejak beberapa tahun terakhir, jika kita amati maka dalam bungkus rokok sering terdapat himbauan atau peringatan tentang bahaya rokok bagi kesehatan atau dengan kata lain, bagi si perokoknya itu sendiri. Peringatan

[5] http://umargani.blogspot.com (Diakses pada, Kamis 25 April 2013, pukul 02.32)

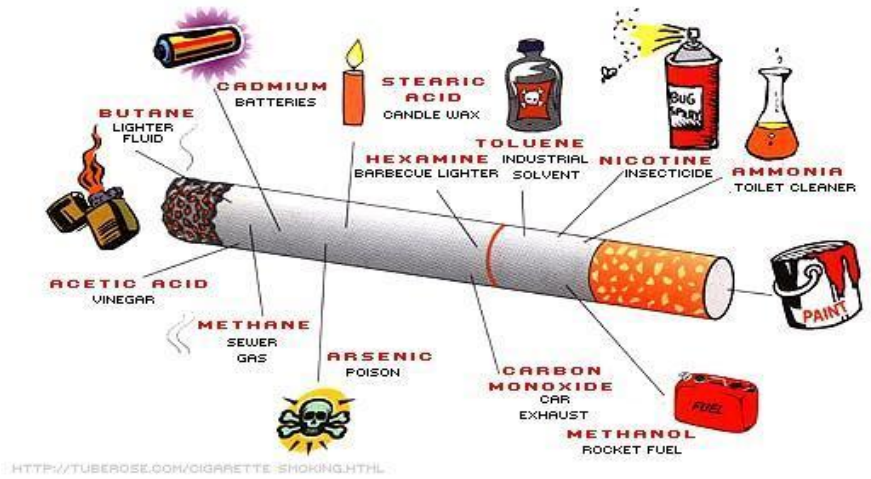
seperti dampak yang ditimbulkan akibat rokok yaitu, kanker paru-paru atau serang jantung dan beberapa penyakit lainnya.

2.5.2 Efek Rokok

Seperti yang telah sedikit disinggung pada sub judul sebelumnya, efek atau bahaya yang ditimbulkan oleh rokok, seseungguhnya sudah terdapat jelas pada bungkus rokok itu sendiri. Jika pada iklan-iklan rokok, peringatan akan bahaya yang ditimbulkan akibat dari rokok tersebut, juga diberitahukan pada akhir setiap iklan. Namun, pada kenyataannya semua hal ini tidak sedikit pun memberi masyarakat kesadaran untuk berhenti merokok.

Gambar 2.1

Kandungan Rokok



(Sumber : umargani.blogspot.com)

Berikut ini adalah bahaya atau efek yang ditimbulkan akibat asap rokok[6] :

a. Asap rokok mengandung kurang lebih 4000 bahan kimia yang 200 diantaranya beracun dan 43 jenis lainnya dapat menyebabkan kanker bagi tubuh si perokok ataupun non perokok. Zat-zat berbahay itu antara lain tar, nikotin, karbon monoksida, dan lain-lain.
b. Asap rokok mengandung zat karsinogen, sehingga rokok yang baru mati di asbak mengandung tiga kali lipat bahan pemicu kanker di udara dan 50 kali mengandung bahan pengiritasi mata dan pernapasan. Semakin pendek sebuah rokok, maka kadar racun yang siap melayang ke udara akan semakin tinggi. Faktanya adalah sebuah ruangan penuh asap rokok jauh lebih berbahay ketimbang jalan raya yang berpolusi karena macet.
c. Seseorang yang mencoba untuk merokok biasanya akan ketagihan dan sulit untuk menghentikan kebiasaan tersebut. Rokok bersifat candu karena mengandung bahan nikotin, dan seorang perokok berat akan memilih rokok ketimbang makan, jika Ia hanya memiliki uang yang terbatas.
d. Harga rokok yang mahal sesungguhnya memberatkan bagi siapa pun yang merupakan perokok, khususnya mereka yang berada pada garis kemiskinan.
e. Karena mengandung tar, yaitu bahan pembuat aspal, maka zat ini dapat menempel pada paru-paru dan kemudian menimbulkan iritasi bahkan kanker. Pengaruhnya bagi tubuh manusia adalah membunuh sel dalam

[6] *ibid*

saluran darah, meningkatkan produksi lender diparu-paru, dan menyebabkan kanker paru-paru.

f. Zat iritan yang terkandung dalam asap rokok dapat mengotori saluran udara danlam paru-paru yang menyebabkan batuk-batuk.

Bahaya yang ditimbulkan akibat rokok adalah sebagai berikut :

a. Kanker paru, diketahui sekitar 90 persepn kasus kanker paru diakibatkan oleh rokok. Hal ini karena asap rokok akan masuk secara inhalasi ke dalam paru-paru. Zat dari asap rokok ini akan merangsang sel di paru-paru menjadi tumbuh abnormal. Diperkirakan 1 dari 10 perokok berta akan menginggal akibat kanker paru.
b. Kanker kandung kemih, terjadi pada sekitar 40 persen perokok. Studi menemukan kadar tinggi dari senyawa 2-naphthylamine dalam rokok menjadi karsinogen yang mengarah pada kanker kandng kemih.
c. Kanker payudara, perempuan yang merokok lebih berisiko mengembangkan kanker payudara. Hasil studi menunjukkan perempuan yang mulai merokok pada usia 20 tahum dan 5 tahun sebelum ia hamil pertama kali berisiko lebih besar terkena kaker payudara.
d. Kanker serviks, sekitar 30 persen kematian akibat kanker serviks disebabkan oleh merokok. Hal ini karena perempuan yang merokok lebih rentan terkena infeksi oleh virus menular seksual.
e. Kanker kerongkongan, studi menemukan bahwa asap rokok merusak DNA dari sel-sel esophagus sehingga menyebabkan kanker kerongkongan.

Sekitar 80 persen kasus kanker esophagus telah dikaitkan dengan merokok.

f. Kanker pencernaan, meskipun asap rokok masuk ke dalam pari-paru, tetapi ada beberapa asap yang tertelan sehingga meningkatkan risiko kanker gastrointestinal (percernaan).

g. Kanker ginjal, ketika seseorang merokok, maka asap yang mengandung nikotin dan tembakau akan masuk ke dalam tubuh. Nikotin bersama dengan bahan kimia berbahaya lainnya seperti karbonmonoksida dan tar menyebabkan perubahan denyut jantung, pernapasan sirkulasi dan tekanan darah. Karsinogen yang disaring keluar dari tubuh melalui ginjal dan juga merubah sel DNA dan merusak sel-sel ginjal. Perubahan ini mempengaruhi fungsi ginjal dan memicu kanker.

h. Kanker mulut, tembakau adalah penyebab utama kanker mulut. Diketahui perokok 6 kali lebih besar mengalami kanker mulut dibandingkan dengan orang yang tidak merokok, dan orang yang merokok tembakau tanpa asap berisiko 50 kali lipat lebih besar.

i. Kanker tenggorokan, asap rokok yang terhirup sebelum masuk ke paru-paru akan melewati tenggorokkan, karenanya kanker ini akan berkaitan dengan rokok.

j. Seragan jantung, nikotin dalam asap rokok menyebabkan jantung bekerja lebih cepat dan meningkatkan tekanan darah. Sedangkan karbon monoksida mengambil oksigen dalam darah lebih banyak yang menyebabkan serangan jantung.

k. \Penyakit jantung koroner, sebagian besar penyakit jantung koroner disebabkan oleh rokok dan akan memburuk jika memiliki penyakit lain seperti diabetes mellitus.
l. Aterosklerosis, nikotin dalam asap rokok bisa mempercepat penyumbatan arteri yang bisa deisebabkan oleh penumpukkan lemak. Hal ini akan menimbulkan terjadinya jaringan perut dan penebalan arteri yang menyebabkab arterosklerosis.
m. Penyakit paru obstruktif kronik, kondisi ini menyebabkan aliran darah terhalangi sehingga membeuat seseorang sulit bernapas dan sekitar 80 persen kasus PPOK disebabkan oleh rokok.
n. Impotensi, bagi laki-laki berusia 30-an sampai 40-an tahun, maka merokok bisa meningkatkan risiko disfungsi ereksi sekitar 50 persen. Hal ini karena merokok bisa merusak pembuluh darah, nikotin mempersempit arteri sehingga mengurangi aliran darah dan tekanan darah ke penis.
o. Gangguan medis lainnya, tekanan darah tinggi (hipertensi), gangguan kesuburan, memperburuk asma, dan radang saluran napas, berisiko lebih tinggi mengalami degenerasi macula (hilangnya penglihatan secara bertahap), katarak, menjadi sering sakit, menimbulkan noda pada gigi dan gusi, mengembangkan saiawan di usus serta merusak penampilan.

2.5.3 Undang-undang No. 32 Tahun 2010

Dalam hal upaya pemerintah menanggulangi meningkatnya perokok di Indonesia, pemerintah mengatur sebuah undang-undang khusus sehubungan dengan larangan merokok. Undang-undang No. 32 Tahun 2010, merupakan

undang-undang yang membahas perihal rokok. Pada Bab I, Ketentuan Umum, Pasal 1, poin ke satu, menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan, "larangan merokok adalah suatu ketentuan yang memaksa warga masyarakat untuk tidak menghisap rokok di tempat-tempat umum". Tempat-tempat umum yang dimaksud di sini adalah tempat kerja, tempat proses belajar mengajar, tempat pelayanan kesehatan, arena kegiatan anak-anak, tempat ibadah dan angkutan umum.

Maka, dalam mendukung adanya Undang-undang yang dibuat oleh pemerintah tersebut, UNIKOM merupakan salah satu jajaran Universitas yang menjalankan Undang-undang tersebut di lingkungan kampus. Larangan ini mulai diberlakukan dengan maksud memberikan ruang dan suasana yang mendukung bagi proses belajar mengajar. Selaras dengan apa yang dikatakan pada poin berikutnya dalam Bab I, UU No. 32 Tahun 2010, Pasal I, stiker larangan merokok adalah alat yang dapat digunakan untuk mengingatkan bahaya yang terkandung dalam sebatang rokok yang wajib ditempel pada kawasan-kawasan dilarang merokok. Demikian halnya UNIKOM menerapkan apa yang diatur dalam Undang-undang tersebut, yaitu dengan menyebar papan-papan peringatan tentang bahaya serta larangan merokok, di hampir seluruh gedung-gedung kampusnya.

2.6 Kerangka Pemikiran

Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahan. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran

dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peniliti dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman-pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.

Penelitian ini, yang akan membahas mengenai persepsi mahasiswa UNIKOM mengenai larangan merokok di lingkungan kampus. Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui seperti apa persepsi yang timbul di kalangan mahasiswa UNIKOM setelah dikeluarkannya peraturan mengenai larangan merokok di lingkungan kampus. Semua konteks komunikasi tentu di awali dengan proses persepsi terlebih dahulu, dan hal ini selaras dengan keilmuwan yang sedang dipelajari oleh peneliti sehubungan dengan komunikasi.

Maka, untuk melakukan penelitian tentang persepsi mahasiswa UNIKOM mengenai larangan merokok di lingkungan kampus, peneliti akan melihat terlebih dahulu apa saja yang menjadi faktor penentu dari terbentuknya persepsi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil faktor-faktor yang menentukan persepsi berdasarkan apa yang dijelaskan oleh Rhenald Kasali dalam bukunya Manajemen *Public Relations* (2005 : 23), yaitu sebagai berkut :

1. Latar Belakang Budaya

Pengaruh kebudayaan telah menjadi suatu disiplin ilmu tersendiri dalam psikologi antarbudaya (*Cross Cultural Psychology*) dan dalam komunikasi antarbudaya (*Intercultural Communication*). Philipsen (dalam Griffin, 2003)

mendeskripsikan budaya sebagai suatu kontruksi sosial dan pola simbol, makna-makna, pendapat, dan aturan-aturan yang dipancarkan secara mensejarah. Pada dasarnya, budaya adalah suatu kode, yang membedakan sekelompok manusia dengan manusia yang lainnya. Budaya yang dimaksud pada faktor-faktor yang menentukan persepsi di sini mencakup hal-hal seperti, ras, etnnik, sosio ekonomi, ekologis, pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan sebagainya.

Pada penelitian ini, budaya yang ingin diteliti oleh peneliti adalah budaya dalam konteks berbagai perilaku yang bersifat kebiasaan. Perilaku yang dimaksud adalah perilaku orangtua ketika berinteraksi dengan anak-anak mereka. Atau dengan kata lain, pola asuh orangtua kepada anak-anak mereka. Karena keluarga merupakan inti dari proses berpikir, bertumbuh dan berkembang anak-anak, maka mengetehui bagaimana dampak pola asuh orangtua kepada anak-anak mereka tentu menjadi hal yang sangat penting dalam penelitian ini.

2. Pengalaman Masa Lalu

Pengalaman masa lalu. merupakan berbagai kejadian atau peristiwa yang telah terjadi pada diri seseorang, atau pada orang lain, yang lantas memberikan dampak tertentu terhadap orang yang mengalami kejadian tersebut, atau mungkin hanya sekedar mendengarkan kisahnya. Pengalaman masa lalu, dapat berupa sesuatu hal yang sifatnya positif, atau negatif. Dalam hal ini, memori memainkan suatu peranan penting bagi seseorang, untuk akhirnya mengingat kembali suatu keadaan atau kondisi atau peristiwa tertentu yang menurutnya sangat sulit untuk dilupakan.

Jika dihubungkan dengan proses pembentukan persepsi, pengalaman masa lalu ini akan dijadikan oleh seseorang, sebagai suatu acuan atau rujukan dalam menentukan seperti apa ia akan membentuk persepsi berdasarkan stimuli, atau pesan yang ia terima. Hasilnya bisa bersifat positif atau negatif, penolakan atau penerimaan terhadap stimuli atau pesan yang mereka terima.

3. Nilai-nilai yang Dianut

Jika diterjemahkan secara sederhana, nilai merupakan segala sesuatu yang dianggap baik atau buruk dalam kehidupan kita sehari-hari. Cantik - jelek, baik-buruk, pintar – bodoh dan sebagainya merupakan contoh-contoh dari sebuah nilai. Nilai merupakan suatu pedoman bagi seseorang dalam menjalankan setiap aktifitas kehidupannya. Nilai memberikan suatu ruang batasan antara apa yang patut untuk dilakukan dan tidak patut untuk dilakukan, berdasarkan pengetahuan orang itu sendiri atau yang diajarkan oleh orangtua mereka. Nilai-nilai dibentuk manusia agar dapat memenuhi keinginan atau tujuannya.

Nilai disini berfungsi menjadi pedoman bagi seseorang yang akan melakukan persepsi, apakah menurut mereka stimuli atau pesan yang mereka dapatkan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka percayai atau tidak. Selanjutnya, mereka akan menentukan persepsi apakah yang sesuai dengan stimuli atau pesan yang mereka terima.

4. Berita-berita yang Berkembang

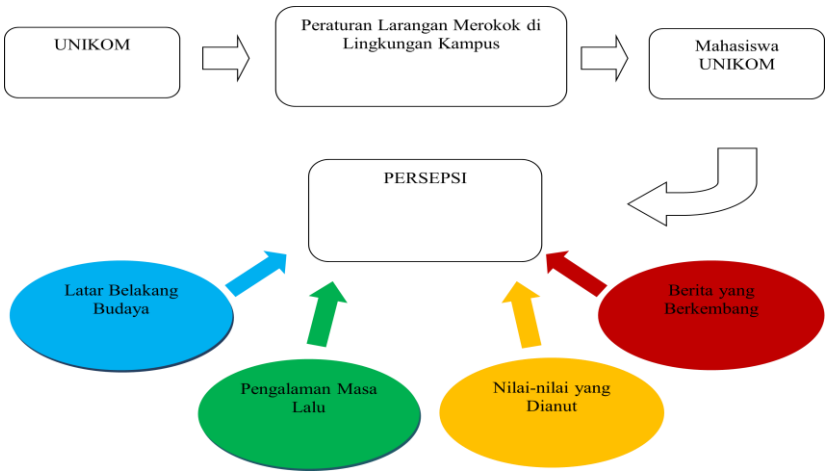
Tentu kita menyadari, bahwa persepsi tidak dapat terlepas dari stimuli apa, atau pesan apa yang telah diterima oleh seseorang. Maka, dalam hal ini berita-berita yang berkembang disekitar orang yang akan menetukan persepsi, sangat

berpengaruh bagi hasil dari persepsi yang akan terbentuk. Jika, berita-berita yang berkembang bersifat positif, maka persepsi yang terbentuk tentu akan terpengaruhi menjadi positif, tetapi sebaliknya, jika berita-berita yang berkembang bersifat negatif tentu hasil dari persepsi yang terbentuk kemungkinan besar menjadi negatif pula.

Berita atau informasi yang menyebar di sekitar khalayak tentu tidak dapat dipungkiri dipengaruhi oleh media-media yang menyebarkan berita tersebut. Terkadang, sebuah berita yang tidak disampaikan secara langsung, tetapi melalui media tertentu, menjadi faktor yang sangat mempengaruhi penentuan persepsi oleh seorang individu. Individu pun akan menarik perhatiannya terhadap berbagai berita yang Ia anggap berkaitan dengan objek apapun yang akan Ia persepsikan.

Gambar 2.2

Faktor-faktor yang Menentukan Persepsi



(Sumber : Peneliti, 2013)

Untuk dapat menjelaskan tentang bagaimana mahasiswa UNIKOM menentukan persepsinya mengenai larangan merokok di lingkungan kampus, peneliti menggunakan faktor-faktor penentu persepsi menurut Kasali (2005 : 23),

seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas. Berikut adalah keterangan dari gambar faktor-faktor yang menentukan terbentuknya persesepsi :

1. Latar Belakang Budaya

Budaya yang ditekankan pada penelitian ini mencakup tentang berbagai perilaku yang dilakukan secara terus-menerus atau dikatakan dengan kebiasaan. Pola asuh dari orangtua menjadi salah satu acuan yang peneliti ingin ketahui sejauh mana dampaknya bagi mahasiswa UNIKOM. Masing-masing mahasiswa UNIKOM memiliki pola asuh orangtua sendiri-sendiri, dan tentu berbeda-beda. Penelitian ini akan mengungkap sejauh mana akhirnya hal tersebut berpengaruh ketika mahasiswa UNIKOM harus membentuk persepsi pada keadaan baru yaitu peraturan larangan merokok di lingkungan kampus.

2. Pengalaman Masa Lalu

Seorang mahasiswa sudah dianggap cukup dewasa, sehinga memiliki pengalaman yang akhirnya memberikan dampak tertentu bagi kehidupan mereka. Pengalaman sendiri merupakan suatu kejadian atau peristiwa yang telah terjadi atau telah dialami oleh seseorang di masa lampau. Kejadian atau peristiwa ini bisa bersifat kenangan baik atau psositif yang sulit dilupakan, atau bisa juga berupa kejadian yang enggan diingat karena peristiwa atau kejadian tersebut merupakan kejadian atau peristiwa yang buruk. Peneliti akan mencoba mencari tahu bagaimana pada akhirnya pengalaman masa lalu yang telah dimiliki mahasiswa UNIKOM, dapat berdampak pada mereka dalam menentukan persepsi mengenai larangan merokok di lingkungan kampus.

3. Nilai-nilai yang Dianut

Nilai-nilai di sini tentu nilai-nilai yang sifatnya ditanamkan oleh orang tua sejak seseorang kecil, dan bisa juga nilai-nilai yang di dapat dari pengalaman hidup mereka, dari lingkungan sekitar dan sebagainya. Etika, menjadi sorotan peneliti untuk mengungkap bagaimana persepsi mahasiswa UNIKOM mengenai larangan merokok, berdasarkan etika yang merka miliki. Peneliti akan melihat bagaimana dampak dari etika yang dimiliki seseorang sejak kecil (dalam hal ini mahasiswa UNIKOM), dan nilai-nilai yang juga berkembang dikalangan masyarakat tempat individu hidup, berdampak pada cara mereka menentukan persepsi mengenai larangan merokok di lingkungan kampus.

4. Berita-berita yang Berkembang

Dalam hal proses komunikasi, adanya berita-berita yang berkembang disekitar inividu yang sedang melakukan proses komunikasi, akan sangat mempengaruhi terhadap hasil akhir dari proses komunikasi tersebut. Halnya serupa dalam proses menentukan persepsi. Seseorang yang sedang akan menentukan persepsi, sangat besar kemungkinannya mendapat masukan dengan adanya berita-berita yang berkembang di sekitarnya. Maka, dalam penelitian ini peneliti akan melihat bagaimana berita-berita yang berkembang di sekitar mahasiswa UNIKOM, dapat berdampak pada cara mereka dalam menentukan persepsi mengenai larangan merokok di lingkungan kampus.