BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek – objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Persepsi mahasiswa Unikom Mengenai Larangan Merokok	Natacha Frederik Wouthuyzen (Skripsi)	Kualitatif dengan pendekatan	UNIKOM Melarang tegas mahasiswanya

	di Lingkungan Kampus	Program Studi Ilmu Komunikasi Kosentrasi Humas (Unikom)	Deskriptif	untuk merokok di sekitar lingkungan kampus.
2	Persepsi orang tua tentang komunikasi antar orubadi pembimbing dengan siswa tunarungu di SLB YP3 ATR 1 Cicendo Bandung	Natacha Frederik Wouthuyzen (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Kosentrasi Humas (Unikom)	Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif	persepsi orang tua siswa tentang komunikasi antarpribadi pembimbing dengan siswa tunarungu dinilai lancar, dan berjalan sebagaimana mestinya.
3	Persepsi iklan politik pada pemilih pemula	Diajeng triastari (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Kosentrasi Humas (Universitas Sebelas Maret Surakarta)	Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif	Persepsi pemilih pemula mengenai iklan politik calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilu 2009 di televisi. Dimana pemilulebih berkembang saat ini

(Sumber : *Catatan Peneliti, 2014*)

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas, sangat berbeda dengan penelitian ini, dimulai dari objek penelitian dan masalah yang dibahas. peneliti mencoba membandingkan dalam hal fokus penelitiannya yaitu Persepsi. Dengan penelitian ini peneliti mencoba membahas masalah mengenai Persepsi dengan objek yang berbeda, yaitu Bagaimana persepsi masyarakat mengenai taman tematik dikota 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. Menurut Keith Brooks 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)

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

Bernard Barelson & Garry A. Steiner 1950

Komunikasi adalah proses transissi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan mengunakan 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 dengan 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. (Effendy, 2002 : 50)

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 Hardjana (2006:130), 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, yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi Personal (*Personal Communication*)

a) Komunikasi Intrapersonal (*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.

b) Komunikasi Antarpersonal (*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,

[27]http://neozonk.wordpress.com (Diakses pada, Sabtu, 15 Maret 2014, pukul 15.28)

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 :

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 dimaksud dalam konteks komunikasi kelompok adalah kelompok yang memiliki intensitas hubungan di dalamnya. Menurut Deddy Mulayana kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, ,meengenal satu sama lain untuk 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…."

[31]http://aryantcool93.blogsot.com (Diakses pada, Sabtu, 15 Maret 2014, pukul 16.36)

2.2.9 Tinjauan Komunikasi 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.

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.

2.4 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.

2.4.1 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 Alo Liliweri (2005 : 80), 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.

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 mana 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).

2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Jalaludin Rakhmat (2009:52) banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berkut:

1. Perhatian (*Attention*)

Perhatian menurut Kenneth, E Andersen yang dikutip oleh Jalaludin Rahmat (2009:52) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lain.

a. Faktor Eksternal penarik perhatian

- Gerakan : seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.
- Intensitas Stimuli : kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.

- Kebaruan (Novelty) : hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda akan menarik perhatian.
- Perulangan : hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian.

b. Faktor Internal penaruh perhatian

- Faktor-faktor Biologis : dalam keadaan lapat, seluruh pikiran didominasi oleh makanan.
- Faktor-faktor Sosiopsikologis : motif sosiogenis, sikap, kebiasan, dan kemauan mempengaruhi terhadap apa yang kita perhatikan.

2. Faktor-faktor Fungsional

Faktor-faktor fungsional (personal) yang menentukan persepsi berasal dari kebutuhan, pengalaman masalah hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut faktor-faktor personal, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu.

3. Faktor-faktor Struktural

Faktor-faktor struktural (*stimuli*) yang menentukan persepsi berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek sadar (karakteristik fisik, warna, ukuran dan intensitas) yang ditimbulkan pada sistem saraf individu.

2.4.3 Hakikat Persepsi

Menurut Linda L. Davidoff yang diterjemahkan oleh Mari Juniati Hakekat Persepsi ada 3 yaitu:

1. Persepsi bukanlah cermin realitas: orang seringkali menganggap bahwa persepsi menyajikan satu pencerminan yang sempurna mengenai realitas atau kenyataan. Persepsi bukanlah cermin. Pertama, indra kita tidak memberikan respons terhadap aspek-aspek yang ada di dalam linhkungan. Kedua, manusia seringkali melakukan persepsi rangsang-rangsang yang pada kenyataannya tidak ada. Ketiga, persepsi manusia tergantung pada apa yang ia harapkan, pengalaman, motivasi.

2. Persepsi: kemampuan kognitif yang multifaset: pada awal pembentukan proses persepsi, orang telah menentukan dulu apa yang akan diperhatikan. Setiap kali kita memusatkan perhatian, lebih besar kemungkinannya anda akan memperoleh makna dari apa yang kita tangkap, lalu menghubungkannya dengan pangalaman lalu, dan untuk kemudian hari diingat kembali. Kesadaran dan ingatan juga mempengaruhi persepsi.

3. Atensi: Perananya pada persepsi: atensi atau perhatian adalah ketertbukaan kita untuk memilih sesuatu. Beberapa orang psikolog melihat atensi sebagai sejenis alat saring (filter) yang akan menyaring semua informasi pada titik-titik yang berbeda pada proses persepsi. (Davidoff, 1988: 233-236)

2.5 Sekilas Tentang Taman Kota

Taman Kota adalah ruang terbuka hijau yang harus bermanfaat bagi warga kota. Haryoto Kunto menyebutkan di buku Wajah Bandoeng Tempo Doeloe, sedikitnya ada empat taman bersejarah yaitu Ijzerman Park (Taman Ganesha), pieters Park (Taman Merdeka), Molukken Park (Taman Maluku), dan Insulinde Park (Taman

Nusantara) dan tidak sedikit juga taman-taman bersejarah yang sudah raib dari muka Bandung seperti halnya banyak bangunan bersejarah yang didemolisasi oleh para manusia yang berjiwa progresif revolusioner. Kota Bandung terdapat 604 taman kota. Sebanyak 240 taman menjadi tanggung jawab dinas pertamanan. Sisanya menjadi tanggung jawab masyarakat atau pengelola perumahan. Jumlah yang sangat banyak dan lumayan untuk menyegarkan sebuah kota yang luasnya hanya 16.729 hektar. Apalagi program terbaru yaitu menambah 30 % lagi. Sementara untuk petugasnya ada 120 petugas dinas pertamanan dalam enam kelompok yang bertugas menanam, menyiangi, mengairi, dan mengganti pohon mati. Petugas ini yang menjadi sangat berperan penting dalam menjaga keutuhan taman kota.

Ada yang menarik disini, Taman Kota yang dipagari. Hal ini berdasar pada banyaknya warga yang tidak memedulikan lingkungan. Mereka membuang sampah sembarangan dan merusak taman. Mereka berpikir, menjaga lingkungan bukan tugas mereka. Taman kota yang dipagari salah satunya adalah Taman Cilaki. Taman Cilaki yang kini sudah berganti nama menjadi Taman Lansia terletak di samping gedung sate, depan gedung Geologi Bandung. Entah apa yang mendasari penggantian nama ini, yang pasti bagi saya, nama Taman Lansia tidak keren, masih keren dan terkenal Taman Cilaki.

[46]http://www.ilmusipil.com/pagar-taman-kota (Diakses pada, Sabtu, 24 April 2014, pukul 11.27)

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini mengingat fungsinya sangat penting dalam penelitian ini, penulis mengemukakan kerangka pemikiran tersebut sebagai berikut.

2.6.1 Kerangka Pemikiran teoritis

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Kerangka pemikiran adalah suatu hasil model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset. (Umar, 2003:208).

Mengacu pada sumber yang diperoleh, menurut Menurut Deddy Mulyana (2007 : 181) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, bahwa persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra manusia (indra peraba, pencium, penglihatan dan pendengar), atensi dan interpretasi. Untuk timbulnya suatu persepsi yang mengkombinasikan fungsi-fungsi alat indra yang dimiliki oleh manusia.

Menurut pengertian diatas ada beberapa poin yang harus dilakukan untuk mencapai persepsi diantaranya:

1. Sensasi

Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indra. Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya.

2. Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu.

3. Interpretasi

Interpretasi atau penafsiran adalah proses komunikasi lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan). Menurut definisi, interpretasi hanya digunakan sebagai suatu metode jika dibutuhkan. Jika suatu objek (karya seni, ujaran, dan lain-lain) cukup jelas maknanya, objek tersebut tidak akan mengundang suatu interpretasi. Istilah interpretasi sendiri dapat merujuk pada proses penafsiran yang sedang berlangsung.

Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki persepsi yang berbeda-beda. Hal itu dapat diperoleh dari proses sosialnya dengan individu lain, kemudian hal ini akan mempengaruhi perilakunya. Persepsi pada manusia ini diawali dengan

adanya proses merasakan kemudian mengolahnya melalui otak sehingga pada akhirnya terbentuklah suatu perilaku yang akan tampil dan dilihat oleh orang lain.

Berdasarkan penjelasan diatas dalam mencapai tujuannya telah membuat sebuah solusi sebagai obat penawar permasalahan yang timbul di masyarakat. Solusi yang dibuatnya ini akan membuat masyarakat mengetahui dan memahami mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik di Kota Bandung. Hal ini dapat memunculkan persepsi yang baik di dalam diri masyarakat yang mengunjungi taman kota tersebut.

2.6.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana Persepsi atau pandangan masyarakat Kota Bandung melalui stimulus serta rangsangan khalayak dan respon baik itu respon positif serta negatif mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik. Maka dari itu, peneliti menggunakan Studi Deskriptif dalam melakukan penelitian dan berlandaskan teori dari Deddy Mulyana mengenai persepsi sebagai teori pendukung dalam menganalisis persepsi masyarakat mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik di Kota Bandung.

1. Sensasi

Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indra. Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya.

Tahap pertama ini untuk mengetahui pendapat, pandangan serta keluh kesah masyarakat mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik di Kota Bandung.

2. Atensi

Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya.

Pada tahap ini masyarakat memproses atau memperhatikan pesan yang disampaikan melalui perubahan taman kota ini dan peneliti ingin mengetahui reaksi masyarakat mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik.

3. Interpretasi

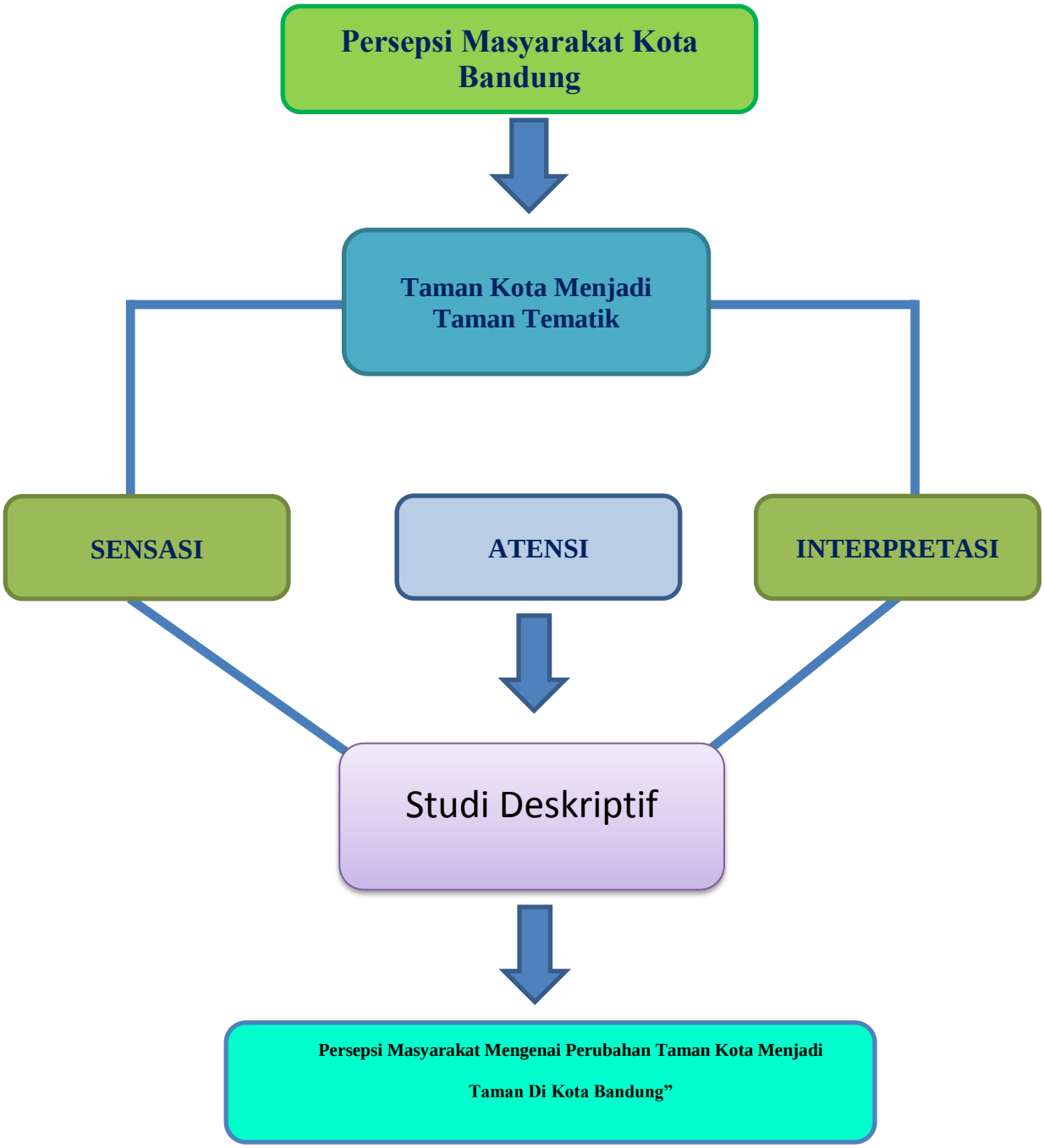
Interpretasi atau penafsiran adalah proses komunikasi lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan).

Pada tahap ini masyarakat dapat mengartikan semua yang telah didapatkan dari sudut pandang yang berbeda-beda mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik di Kota Bandung.

Menurut pengertian diatas, yang menjadi tujuan dari suatu perubahan terhadap masyarakat adalah persepsi dari masyarakat yang mengunjungi dan menikmati, serta sensasi dalam melaksanakan tujuan tersebut, atensi atau perhatian yang diproses dan diterima oleh masyarakat melalui perubahan taman kota menjadi

taman tematik ini dapat diterima dengan baik, dan interpretasi yang didapatkan masyarakat terhadap perubahan tersebut.

Gambar 2.1



(Sumber : Peneliti April 2014)

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pikiran, sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan dianalisis. Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Kota Bandung meliputi adanya suatu persepsi yang dibentuk oleh masyarakat mengenai perubahan taman kota menjadi taman tematik ini. Serta untuk mengetahui pandangan masyarakat dengan adanya perubahan taman kota ini meliputi sensasi, atensi, dan interpretasi mereka mengenai taman tematik tersebut. Setelah Peneliti mendapatkan data-data dan sumber-sumber dengan referensi yang cukup, maka peneliti mulai mendeskripsikan atau memaparkan secara lebih dalam mengenai persepsi yang meliputi sensasi, atensi dan interpretasi masyarakat melalui perubahan taman kota menjadi taman tematik di Kota Bandung ini sehingga dapat menjadi suatu kesimpulan terhadap pandangan masyarakat mengenai taman tematik di Kota Bandung.