# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.1 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar untuk mengembangkan "Persepsi Masyarakat Pembeli di Kawasan Jalan Kepatihan & Alun-alun Kota Bandung mengenai larangan membeli di daerah Zona Merah PKL."

Table 2.1

Table penelitian sebelumnya

| NAMA | Ari Sulistiyo | Melati | Natacha |
|---|---|---|---|
| JUDUL PENELITIAN | "Kajian Lokasi Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi PKL Serta Persepsi Masyarakat Sekitar di Kota Pemalang" | "Persepsi Tenteng Peningkatan Ruang Terbuka Kelurahan Tamansari" (Studi Kasus : Kelurahan Tamansari Kota Bandung)" | "Persepsi mahasiswa Unikom Mengenai Larangan Merokok di Lingkungan Kampus" |
| UNIVERSITAS | Universitas Diponegoro | UNIKOM | UNIKOM |

| | | | |
|---|---|---|---|
| TUJUAN PENELITIAN | Untuk mengetahui karakteristik dan preferensi pedagang kaki lima pada lokasi yang telah ditetapkan Pemerintah daerah serta persepsi masyarakat terhadap keberadaan PKL tersebut | Untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang peningkatan runag terbuka di kelurahan taman sari | Untuk mendeskripsikan atau menjelaskan mengenai persepsi mahasiswa terhadap larangan merokok di lingkungan kampus. |
| METODE PENELITIAN | Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif | Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif | Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif |
| HASIL PENELITIAN | Sebagian besar masyarakat (62%) berpendapat bahwa penataan PKL sebaiknya bercampur dengan jenis dagangan yang lain dengan alasan untuk mengurangi persaingan antara pedagang itu sendiri dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat-lihat terlebih dahulu sebelum menentukan pilihannya. | Kondisi ruang terbuka yang ada saat ini, baik dalam jumlah maupun kondisi masih kurang, karena ruang terbuka yang ada di kelurahan Tamansari adalah berupa lapangan olahraga, untuk ruang terbuka berupa taman jumlahnya masih kurang dan kondisinya kurang terawat. | Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persepsi yang beragam dari mahasiswa UNIKOM jika diperhatikan dari latar belakang budaya yang dimiliki oleh mahasiswa UNIKOM menunjukkan bahwa karena pola asuh yang demokratis dari orangtua mahasiswa UNIKOM, membuat mereka cenderungfleksibel dalam membentuk persepsi mengenai larangan merokok dilingkungan kampus. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| KESIMPULAN | Meskipun telah dibuat peraturan tentang penataan PKL namun baik PKL atau masyarakat menganggap perlu diadakan pengaturan yang lebih lanjut karena pada beberapa lokasi masih kelihatan semrawut dan kurang tertib. Sementara kegiatan PKL sebagai salah satu sektor informal belum terantisipasi dalam perencanaan tata ruang kota sehingga sarana dan prasarana yang ada biasanya kurang mendukung kegiatan PKL. Misalkan fasilitas dan utilitas umum seperti jaringan listrik, air bersih, toilet, sampah dan tempat parkir belum memenuhi kebutuhan kegiatannya. | Masyarakat memilih untuk menyumbangkan tenaga sebesar 87% peran serta masyarakat dalam penyediaan Ruang Terbuka, baik berupa menjaga dan melestarikan ruang terbuka hijau maupun dalam hal penambahan ruang terbuka hijau. Sedangkan untuk finansial tidak ada yang memilih karena menurut masyarakat yang bertanggung jawab atas pendanaan terhadap peningkatan ruang terbuka adalah tanggung jawab pemerintah. | Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UNIKOM tidak memberikan persepsi yang bertentangan dengan apa yang seharusnya. Tetapi, perpsepsi mahasiswa UNIKOM mengenai larangan merokok di lingkungan kampus dapat berubah menjadi bertentatangan, apabila mereka mendapati peraturan larangan merokok di lingkungan kampus diterapkan pada lokasi yang tidak seharusnya, seperti di tempat parkiran.Saran yang ingin peneliti sampaikan yaitu perlu adanya kajian secara terus menerus terhadap sejauh mana diberlakukannya peraturan larangan merokok di lingkungan kampus. |

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini berbeda dengan kedua penelitian sebelumnya, hal itu dapat dilihat dari objek penelitian yang diambil,diamana untuk objek penelitian Ari sulistiyo adalah kajian “lokasi PKL berdasarkan preferensi” dan untuk objek peneltian dari Melati adalah “peningkatan ruang terbuka Kelurahan Taman Sari”.Sedangkan objek penelitian yang peneliti ambil adalah “Persepsi Masyarakat Pembeli di Kawasan Jalan Kepatihan & Alun-alun Kota Bandung mengenai larangan membeli di daerah Zona Merah PKL”.

## 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 c*ommunicolgy*, 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)

Deddy Mulyana mengemukakan pengertian komunikasi sebagai berikut: “komunikasi adalah suatu proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal.” (Mulyana 2000 : 69).

### 2.2.3 Proses Komunikasi

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas masalah proses komunikasi denga peninjauan dari Carl I Hovland dalam Effendy (1993 : 16) 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.” 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 komunikasiprimer 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).

a. 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.

b. 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)

c. 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.

d. 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 :

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 Agus M. Hardjana (2006:36) 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 (2007:74) 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.

   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

---

[1] http://neozonk.wordpress.com

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, 2005:91) 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 (1980:66) 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:

- Kelompok tugas;
- Kelompok pertemuan;
- Kelompok penyadar; dan 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 nonverbal. 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.

---

[2] http://aryantcool93.blogsot.com

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, mengenal satu sama lain untk mencapai tujuan bersama, 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

(1960:80) : 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).

## 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 :

a. Persepsi adalah proses menjadi sadar terhadap stimulus yang ada disekitar kita;
b. 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:

1. 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).

2. 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).
3. 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*

   a. *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.

*b. 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.

c. *interpretating*

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 :

1. Familiaritas, objek-objek yang sudah dikenal akrab akan lebih mudah dipersepsi daripada objek-objek yang baru atau yang masih asing.

2. Ukuran, objek-objek yang ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar akan lebih mudah dipersepsi atau dikenali daripada yang ukuran kecil.
3. Intensitas, objek-objek yang memiliki warna tajamatau mencolok akan lebih mudah dikenali daripada objek-objek yang memiliki warna tipis atau kurang tajam.
4. 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 membeli didaerah Zona Merah PKL akan dipandang positif oleh orang-orang yang terganggu oleh keberadaan mereka, seperti pengendara roda ua dan empat. Tetapi, akan dipandang negatif, bahkan ditolak, apabila larangan tersebut diterpakan di kalangan orang-orang yang membutuhkan keberadaan pedagang kaki lima.

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 Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar yaitu sebagai berikut :

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,dll) cukup jelas maknanya, objek tersebut tidak akan mengundang suatu interpretasi. Istilah interpretasi sendiri dapat merujuk pada proses penafsiran yang sedang berlangsung atau hasilnya.

## 2.4 Tinjauan tentang Pembeli

Pembeli diambil dari istilah asing (Inggris) yaitu consumer[3], secara harfiah dalam kamus-kamus diartikan sebagai ”seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”; atau ”sesuatu atau seseorang yang mengunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Ada juga yang mengartikan ”setiap orang yang menggunakan barang ataujasa” Konsumen atau pembeli dibedakan menjadi dua yaitu, konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dan konsumen sebagai perusahan atau badan hukum pembedaan ini penting untuk

[3] http://ammarawirausaha.blogspot.com/

membedakan apakah konsumen tersebutmenggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersial(dijual, diproduksi lagi).

Hak dan kewajiban pembeliBukan saja penjual yang mempunyai hak dan kewajiban, pembeli punmempunyai hak-hak dan kewajiban-kewajiban tertentu. Hak-hak dan kewajibantersebut adalah sebagai berikut.

Hak pembeli

- Menerima sejumlah barang yang dibeli pada saatnya.
- Menerima jaminan atas keadaan dan hak pemilikan barang yang dibelinya.

Kewajiban Pembeli

Membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkandalam persetujuan. Jika pada waktu membuat persetujuan tidak ditetapkanhal-hal itu, pembeli harus membayar di tempat dan pada waktu penyerahan.Jika pembeli tidak membayar harga pembelian, maka penjual dapat menuntut pembatalan jual beli itu.

## 2.5 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

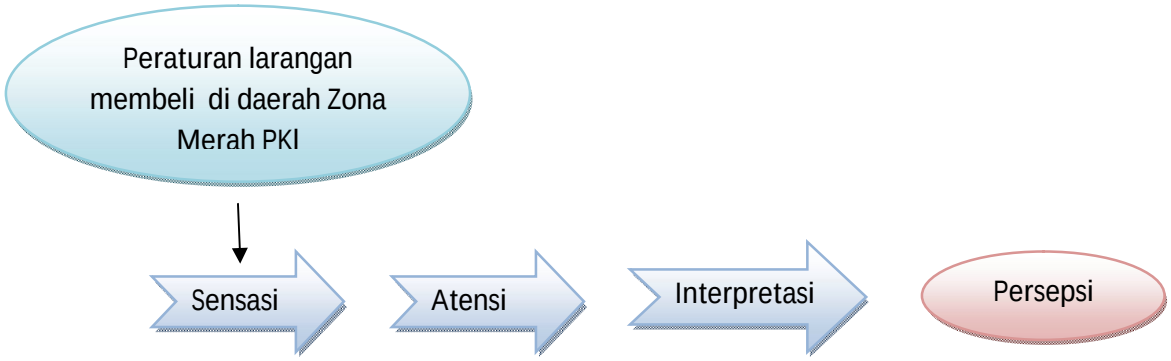
dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran.

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 Masyarakat Pembeli di Kawasan Jalan Kepatihan & Alun-alun Kota Bandung mengenai larangan membeli di daerah Zona Merah PKL. Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui seperti apa persepsi yang timbul di kalangan pembeli setelah dikeluarkannya peraturan mengenai larangan membeli di daerah Zona Merah PKL. 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

Gambar 2.1

Model Kerangka Pemikiran




Sumber: Peneliti 2014

Untuk dapat menjelaskan tentang bagaimana Persepsi Masyarakat Pembeli di Kawasan Jalan Kepatihan & Alun-alun Kota Bandung mengenai larangan membeli di daerah Zona Merah PKL, peneliti menggunakan faktor-faktor penentu persepsi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Berikut adalah keterangan dari gambar faktor-faktor yang menentukan terbentuknya persesepsi :

1. Sensasi

   Sensasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh Sensasi dalam sebuah persepsi, maka hal ini akan dikaitakan pula dengan panca indra. Panca indra, seperti yang telah dijelaskan pada pokok bahasan sebelumnya, merupakan alat-alat indra manusia yaitu indra peraba, pencium, penglihatan. Dan panca indra yang di tekankan di sini adalah indra pengelihatan dan pendengaran.

2. Atensi

   Dalam hal proses komunikasi, adanya atensi atau perhatian pada saat melakukan proses komunikasi, akan sangat mempengaruhi terhadap hasil akhir dari proses komunikasi tersebut. Seseorang yang sedang akan menentukan persepsi, sangat besar kemungkinannya mendapat masukan dengan adanya atensi atau perhatian.

3. Interpretasi

   Jika persepsi dikatakan sebagai inti komunikasi, maka interpretasi adalah inti dari persepsi. Interpretasi adalah proses penafsiran informasi

atau pemberian makna dari informasi yang telah kita tangkap dan kita perhatikan. Contohnya ketika kita mendengar tentang larangan membeli di daerah Zona Merah PKL, maka secara tidak langsung kita akan menginterpretasikan larangan tersebut. Apakah menurut kita larangan itu baik atau tidak. Pendapat atau persepsi yang dihasilkan tentunya akan beragam tergantung latar belakang kita masing-masing.