BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang di ambil oleh peneliti. Dimana penelitian meliputi hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu. Dasarnya peneliti mengutip beberapa pendappat yang di butuhkan sebagai pendukung penelitian. Tentunya melihat karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

Tabel 2. 1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

	Penelitian pertama	Penelitian kedua
Nama peneliti	Ahmad Ramadhan	Sandi Hidayat
Tahun	2006	2012
Jurusan	Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Spsial Dan Politik Universitas Komputer Indonesia	Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Spsial Dan Politik Universitas Komputer Indonesia
Judul	Persepsi Komunitas Underground Pada Event Bandung Indie Movement Terhadap Daya Tarik Celebrity Endorser Sebagai Posisioning Iklan Di hanonim Wardrobe	Persepsi Siswa Tentang Komunikasi Antar Pribadi Antara Guru Dengan Siswa Dalam Metode Pengajaran Di SMA Pasundan 8 Bandung
Tujuan	Untuk mengetahui sejauhmana persepsi komunitas underground terhadap daya tarik Celebrity Endorser sebagai pesan iklan di event Bandung Indie	1. Untuk mengetahui Proses seleksi isi pesan siswa dalam metode pengajaran yang diterapkan di SMA Pasundan 8 Bandung. 2. Untuk mengetahui Proses pengelompokan isi pesan siswa dalam metode pengajaran yamg diterapkan di

	Movement.	SMA Pasundan 8 Bandung. 3. Untuk mengetahui Penafsiran isi pesan siswa dalam metode pengajaran yang diterapkan di SMA Pasundan 8 Bandung.
Pendekatan penelitian	Kuantitatif	Kulitatif
Jenis penelitian	Deskriptif	Deskriptif
Teknik pengumpulan data	Kuesioner dan studi kepustakaan	wawancara dan studi kepustakaan
Perbedaan dengan penelitian yang berlangsung	Perbedaannya di variabel Y dimana peneliti terdahulu menggunakan dayatarik sedanngkan Peneliti menggunakan motivasi sebagai variabel y.	Perbedaannya di metode penelitian dimana peneliti tedahulu menggunakan peneliatan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan kuantitatif.

Sumber : Peneliti 2016

2.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Banyak definisi dan pengertian mengenai komunikasi yang ingin disampaikan oleh para ahli komunikasi untuk dapat menjelaskan makna utama dari komunikasi. Wiryanto dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" menjelaskan bahwa,

> "Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa Latin, yaitucommunicatio yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis, yang bermakna umum atau bersamasama." (Wiryanto, 2004: 5).

Pernyataan diatas sejalan dengan pernyataan Onong Uchjana Effendy,

> "Istilah komuniksi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communicatio, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna." *(Effendy,* 2003: 9)

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka melakukan interaksi yang berkesinambungan untuk berbagai tujuan menurut kepentingannya. Komunikasi bersifat fundamental karena berbagai maksud

dan tujuan yang ingin dicapai memerlukan adanya suatu Pengungkapan atas dasar-dasar tujuan tersebut, maka dalam hal ini komunikasi menjadi alat utama yang digunakan untuk menyampaikan tujuan-tujuan tersebut. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Fisher (1986: 17) yang dikutip oleh Wiryanto bahwa, "Ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat eklektif." (Wiryanto, 2004: 3)

Sifat eklektif ini sejalan dengan pendapat yang digambarkan oleh Wilbur Schramm (1963: 2) yang dikutip oleh Wiryanto bahwa, "Komunikasi sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya." (Wiryanto, 2004: 3). Berbagai pendapat untuk menjelaskan komunikasi juga diungkapkan oleh Charles R. Berger dan Steven H. Chaffe dalam buku *"Handbook Communication Science" (1983: 17)* yang dikutip oleh Wiryanto, menerangkan bahwa: *"Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect (Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelasken fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya)." (Wiryanto, 2004: 3).*

2.2.1 Proses Komunikasi

Harold Lasswell (dalam Mulyana, 2005:62) mengungkapkan bahwa cara yang terbaik untuk menjelaskan proses komunikasi adalah dengan menanyakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dan dengan akibat apa atau hasil apa? *(Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?).*

Paradigma Lasswell tersebut menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan diatas yakni:

1. Komunikator (Communicator, Source, Sender)
2. Pesan (Message)
3. Media (Channel)
4. Komunikan (Communicant, Communicate, Receiver)
5. Efek (Effect, Impact)

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan oleh seorang komunikator kepada seorang komunikan atau lebih melalui sebuah media yang menimbulkan efek tertentu dari para komunikan tersebut. Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai banyak persamaan dengan bagaimana seseorang mencoba untuk mengekspresikan perasaan, ada hal-hal yang berlawanan (kontradiktif), dan hal-hal yang sejalan (selaras, serasi), serta meliputi proses menulis, mendengarkan, dan mempertukarkan informasi Komunikasi merupakan sebuah kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dari setiap sisi kehidupan manusia yang normal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan kebutuhan hakiki bagi kehidupan manusia. Banyak orang berpendapat bahwa salah satu alasan mengapa kita berkomunikasi adalah untuk memperoleh informasi dan mengetahui terhadap suatu yang menarik perhatian kita, sekaligus berinteraksi dengan orang lain.

Sebuah komunikasi yang efektif sangat tergantung kepada empat komponen utama komunikasi, yaitu komunikator, pesan, komunikan, serta efek. Persepsi disini adalah apabila komunikasi sudah menyetujui dan mau berubah atau menyatakan berubah tentang apa yang disampaikan oleh komunikator. Komunikator juga harus tahu khalayak mana yang dijadikan sasarannya dan tanggapan atau *feedback* yang diinginkan. Komunikasi harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien untuk mencapai khalayak sasaran. Maksud dari media yang efisien tersebut adalah media yang tepat atau sesuai dengan tanggapan yang diinginkan dengan mencapai khalayak sasaran.

2.2.2 Jenis Komunikasi

Menurut Roben J.G. komunikasi adalah kegiatan perilaku ataukegiatan penyampaian pesan atau informasi tentang pikiran atau perasaan.Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 jeniskomunikasi yaitu

a. Komunikasi Verbal

   Adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata. Komunikasi verbal juga mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi yaitu perbendaharaan kata, kecepatan komunikasi,intonasi suara, humor, pesan singkat dan jelas dan waktu yang tepat.

b. Komunikasi Non Verbal

   Adalah penyampaian pesan tanpa kata-katanamun memberikan arti pada pesan tersebut. Yang termasuk dalamkomunikasi non

verbal adalah ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, postur tubuh dan gaya, sound, dan gerak isyarat.

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, terdapat empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertaint*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

(Effendy, 2006:55).

Definisi lain tentang komunikasi secara umum dapat dikatakansebagai proses penyampaian berita baik dalam bentuk ucapan, simbol,gambar maupun mimik wajah. Dalam komunikasi itu sekaligus tercakup penyaluran secara cermat gagasan-gagasan dari seseorang, kendala pikiranorang lain, sehingga tercapai pengertian yang ditentukan ataumenimbulkan tindakan-tindakan yang diharapkan.

2.3 Persepsi

2.3.1 Pengertian Persepsi

Persepsi menurut Jalaludin Rakhmat (1998**:** 51), adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafslrkan pesan.

Sedangkan persepsi menurut Deddy Mulyana (2008: 167), adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan

menafsirakn rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi prilaku kita.

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita dan atensi (perhatian) yang tidak akan terelakkan karena sebelum kita merespon suatu objek harus lebih dulu memperhatikannya. (Deddy Mulyana, 2008: 168)

Lebih jauh lagi Deddy Mulyana (2008: 175) menjelaskan faktor yang mendasari orang berpersepsi adalah latar belakang pengalaman dan suasana psikologis yang membuat persepsi berbeda-beda atas suatu objek.

Persepsi Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris perception berasal dari bahasa latin perception dari percipere yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2003:445).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu , menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. (Rakhmat 2005:51).

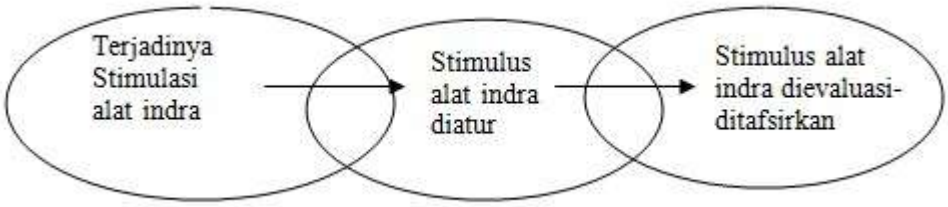
Sementara menurut Brian Fellows persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisa informasi. Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (yakni indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, atau indra pendengar), atensi, dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang di kirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dianmis. Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko(Mulyana 2008:168).

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain. Persepsi juga bisa diartikan sebagai proses. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi. Kita biasanya menganggap bahwa kita bisa melihat hal-hal yang benar-benar faktual atau nyata didunia sekitar kita. Kita mengira bahwa benda-benda yang kita lihat atau persepsi adlah hal-hal yang nyata, sedangkan hal-hal lain seperti ide dan etori merupakan sesuatu yang kurang nyata, bagi setiap orang apa yang dipersepsikan adalah kenyataan (Matsumono, 2004:59)

Persepsi itu bersifat kompleks dengan pesan yang akhirnya memasuki otak kita dan apa yang terjadi diluar dapat sangat berbeda denga apa yang mencapai otak kita. Mempelajari bagaimana dan mengapa pesan-pesan ini berbeda sangat penting dalam memahami komunikasi. Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dala proses ini. Tahapan-tahapan ini tidak saling terpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat kontiniu, bercampur baur, dan bertumpang tindih satu sama lain (lihat gambar),

Gambar 2.1

Proses persepsi



Sumber: Sobur,2003:449

1. Terjadinya stimulasi alat indra

Pada tahap pertama, alat-alat indra distimulasi (dirangsang), kita mendengar suara musik, kita melihat orang yang telah lama tidak kita jumpai, kita mencium parfum orang yang berdekatan dengan kita. Meskipun memiliki kemampuan pengindraan untuk merasaka stimulus (rangsangan), kita tidak selalu menggunakannya.sebagai contoh bila kita melamun di kelas, anda tidak mendengar apa yang dikatakan dosen sampai dia memanggil nama anda, barulah.

anda sadar. Anda tahu bahwa anda mendengar nama anda disebut-sebut tetapi anda tidak tahu apa penyebabnya.

2. Stimulasi terhadap alat indar diatur

Pada tahap kedua, rangsangan terhadap alat indra diatur menurut berbagi prinsip. Salah satu prinsip yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas atau kemiripan. Orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain dipersepsikan bersama-sama atau sebagai satu kesatuan (unity). Kita mempersepsikan orang yang sering bersama-sama sebagai satu unity (sebagai satu pasangan). Prinsip lain adalah kelengkapan (closure), kita memandang atau mempersepsikan suatu gambar atau pesan yang dalam kenyataan lengkap sebagai gambar atau pesan yang lengkap, sebagai contoh kita mempersepsikan gambar potongan lingkaran sebagai lingkaran penuh meskipun sebagian dari lingkaran itu tidak ada. Atau kita akan mempersepsikan serangkaian titik atau garis putus yang ditata dalam pola melingkar sebagai lingkaran.

3. Stimulasi alat indra ditafsirkan-dievaluasi

Langkah ketiga dari proses perseptual adalah penafsiran-evaluasi. Kedua istilah penafsiran-evaluasi digabungkan untuk menegaskan bahwa keduanya tidak dapat dipisahkan. Langkah ketiga ini merupakan proses subjektifyang melibatkan evaluasi di pihak pertama. Penafsiran masa lalu tidak semata-mata didasarkan pada rangsangan luar, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, sistem nilai, keyakinan, tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya yang ada pada kita (Sobur,2003:449).

A. Definisi Persepsi Menurut Para Ahli

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Perepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi drajat kesamaan persepsi antar individu, semakin sering dan semakin mudah mereka berkomunikasi (Mulyana, 2005:167-268).

Persepsi adalah sumber pengetahuan kita tentang dunia, kita ingin mengenali dunia dan lingkungan yang mengenalinya. Pengetahuan adalah kekuasaan. Tanpa pengetahuan kita tidak apat bertindak secara efektif. Persepsi adalah sumber utama dari pengetahuan itu. Dari defenisi yang dikemukakan oleh Pareek (dalam Sobur, 2003:451) yaitu ” proses menerima, menyeleksi, mengorganisir, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indra dan data”, tercakup beberapa segi atau proses yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Proses menerima rangsangan

   Proses pertama dalam persepsi adalah menerima rangsangan atau data dari berbagai sumber. Kebanyakan data diterima melalui panca indra. Kita melihat sesuatu, mendengar, mencium, merasakan atau menyentuhnya, sehingga kita mempelajari segi-segi lain dari sesuatu itu.

2. Proses menyeleksi rangsangan

Setelah rangsangan diterima atau data diseleksi. Tidaklah mungkin untuk memperhatikan semua rangsangan yang telah diterima. Demi menghemat perhatian yang digunakan, rangsangan-rangsanga itu disaring dan diseleksi untuk proses yang lebih lanjut.

3. Proses pengorganisasian

   Rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Ada tiga dimensi utama dalam pengorganisasian rangsangan, yakni pengelompokan (berbagai rangsanga yang diterima dikelompokkan dalam suatu bentuk), bentuk timbul dan latar (dalam melihat rangsangan atau gejala, ada kecendrungan untuk memusatkan perhatian pada gejala-gejala tertentu yang timbul menonjol, sedangkan gejala atau rangsangan yang lain berada di latar belakang), kemantapan persepsi (ada suatu kecendrunan untuk menstabilkan perepsi, dan perubahan-perubahan konteks tidak mempengaruhinya).

4. Proses penafsiran

   Setelah rangsanga atau data diterima dan diatur, si penerima lalu menafsirkan data itu dengan berbagai cara. Dikatakan bahwa telah terjadi persepsi setelah data itu ditafsirkan. Persepsi pada pokoknya memberikan arti pada berbagai data dan informasi yang diterima.

5. Proses pengecekan

Sesudah data diterima dan ditafsirkan, si penerima mengambil tindakan untuk mengecek apakah penafsirannya benar atau salah. Proses pengecekan ini terlalu cepat dan orang mungkin tidak menyadarinya.

6. Proses reaksi

   Tahap terakhir dari proses perseptual adalah bertindak sehubungan dengan apa yang telah diserap. Hal ini biasanya dilakuka jika seseorang bertindak sehubungan denga persepsinya. Misalnya seseorang bertindak sehubungan dengan persepsi yang baik atau buruk sesuai dengan yang dibentuknya. Lingkaran persepsi tersebut sebenarnya belum sempurna sebelum menimbulkan suatu tindakan . tindakan ini bisa tersembunyi dan bisa pula terbuka. Tindakan tersembunyi berupa pembentukan pendapat atau sikap, sedangkan tindakan yang terbuka berupa tindakan nyata sehubungan dengan persepsi tersebut. Satu gejala yang telah menarik perhatian sehubungan dengan tindakan tersembunyi ialah ”pembentukan kesan”(Sobur, 2003:463).

Persepsi sering dimaknakan dengan pendapat, sikap, penilaian, perasaan dan lain-lain. Yang pasti tindakan persepsi, penilaian, perasaan, bahkan sikap selalu berhadapan dengan suatu objek atau peristiwa tertentu. Berhubung persepsi melibatkan aktivitas manusia terhadap objek tertentu, maka persepsi selalu menggambarkan pengalaman manusia tentang objek, peristiwa, atau hubungan-

hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan tentang objek terebut.

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (lingkungan sosial). Lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis.

Persepsi terhadap lingkungan fisik sangat berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial, perbedaan tersebut mencakup hal-hal berikut:

1. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal maupun non verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
3. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Persepsi juga ditentukan oleh faktor fungsional dan struktural. Beberapa faktor fungsional atau faktor yang bersifat personal antara lain kebutuhan individu, pengalaman, usia, masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, dan lain-lain yang bersifat subjektif. Faktor struktural atau faktor dari luar individu antara lain lingkungan keluarga, hukum-hukum yang berlaku, dan nilai-nilai dalam

masyarakat. Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi perepsi terdiri dari faktor personal dan struktural. Faktor-faktor personal antara lain pengalaman, proses belajar, kebutuhan, motif dan pengetahuan terhadap objek psikologis. Faktor-faktor struktural meliputi lingkungan keadaan sosial, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat (Rakhmat, 2005:58).

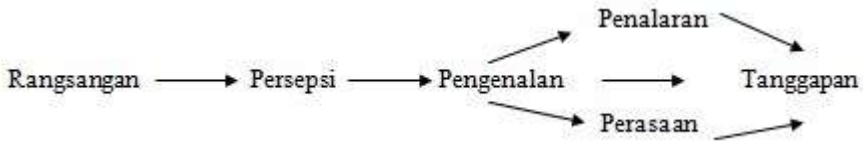
B. Proses Persepsi

Salah satu pandangan yang dianut secara luas menyatakan bahwa psikologi sebagai telaah ilmiah berhubungan dengan unsur dan proses yang merupakan perantara rangsangan di luar organisme dengan tanggapan fisik organisme yang dapat diamati terhadap rangsangan. Menurut rumus ini, yang dikenal dengan teori rangsangan-tanggapan (stimulus-responden/S-R), persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang mengahasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Subproses psikologis lainnya adalah pengenalan, penalaran, perasaan, tanggapan.

Seperti dinyatakan dalam bagan berikut, persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Bahkan diperlukan bagi orang yang paling sedikit terpengaruh atau sadar akan adanya rangsangan menerima dan dengan suatu cara menahan dampak dari rangsangan

Gambar 2.2

Variabel psikologis di antaran rangsangan dan tangapan



Sumber: Sobur,2003:447

Rasa dan nalar merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsanga-tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan indivdu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan atau terhadap satu bidang rangsangan sampai tingkat tertentu dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi, atau kedua-duanya.

Secara singkat persepsi dapat didefenisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan. Kognisi adalah cara manusia memberi arti terhadap rangsangan. Penalaranadalah proses sewaktu rangsangan dihubungkan dengan rangsangan lainnya pada tingkat pembentukan psikologi. Perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh rangsangan baik sendiri atau bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kognitif atau konseptual.

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi ari cara di amemandang. Oleh sebab itu untuk mengubah tingkah laku seseorang harus dimulai dengan mengubah persepsinya. Dalam persepsi terdapat tiga komponen utama berikut (Sobur, 2003:446):

1. Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang

untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

2.3.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam membentuk persepsi, pemikiran-pemikiran yang ada di pengaruhi oleh factor-faktor dari eksternal dan factor internal yang mempengaruhi persepsi itu sendiri.

A. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi

- Gerakan
- Intensitas stimuli
- Perulangan objek yang dipersepsi
- Kontras
- Prinsip kedekatan atau persamaan

B. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi

- Gender
- Biologis
- Fisiologis
- Sosio-psikologis
- Sikap
- Kebiasaan
- Kemauan

2.3.3 Jenis Persepsi Manusia

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yakni persepsi objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia berdifat dinamis. Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial. Perbedaan tersebut mencakup hal-hal sebagai berikut :

¨ **A. Perbedaan persepsi terhadap objek dengan persepsi sosial**

1. Persepsi terhadap objek melalui lambing-lambang fisik sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambing-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan
2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam. (perasaan, motif, harapan dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi kita ketika kita mempersepsi objek. Akan tetapi manusia mempersepsi kita pada saat kita mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia lebih interaktif.
3. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain obek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusiadapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. Dan oleh karena itu juga, persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada terhadp objek.

B. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik)

Dalam mempersepsi lingkungan fisik, kita terkadanga melakukan kekeliruan. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika merasa kepanasan di tengah gurun. Kita tidak jarang akan melihat fatamorgana. Ketika kita disuruh mencicipi suatu masakan, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda.

Latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda membuat persepsi kita juga bereda atas suatu objek.

C. Persepsi terhadap manusia (persepsi sosial)

Proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita

“ Manusia selalu memikirkan orang lain dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, dan apa yang orang pikirkan mengenai apa yang ia pikirkan mengenaioranglain itu dan seterusnya “ (R.D Laing)

Kita mempersepsi orang melalui:

1. Proxemics : jarak ketika orang berkomunikasi
2. Kinesis : Gerakan, isyarat
3. Petunjuk wajah : sedih, senang
4. Paralinguistik : dialek, bahasa, intonasi
5. Artifaktual

Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial yang menjadi pembenaran atas perbedaan persepsi sosial ini adalah sebagai berikut :

D. Persepsi berdasarkan pengalaman

Pola-pola prilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari. Persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka trehadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman masa lalu. Salah satu contoh bahwa persepsi berdasarkan pengalaman yakni misalnya komunitas inggris tidak mengenal ucapan "Mohon Maaf Lahir Bahin" yang biasanya disampaikan Muslim Indonesia setiap Idul Fitri. Pantaslah ketika seorang muslim Indonesia pada waktu sedang study S2 di London mengatakan " Please forgive me" atau semacamnya, mereka bertany dengan heran "For What?"

E. Persepsi bersifat dugaan

Proses persepsi yang bersifat dugaan itu memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lengkap dari suatu sudut pandang manapun.. oleh karena informasi lengkap yang tak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu.

F. Persepsi bersifat evaluative

Tidak ada persepsi yang pernah objective. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjective.

" *Persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologi individu alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek yang dpersepsi "*

(Andrea L.Rich)

Tidak seorang pun mempersepsi suatu objek tanpa mempersepsi seberapa baik atau buruk objek tersebut.

G. Persepsi bersifat kontekstual

Rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya persepsi kita.

Dalam mengorganisasikan objek, yakni meletakkannya dalam suatu konteks tertentu, kita menggunakan prinsip-prinsip berikut:

Prinsip Pertama : struktur objek atau kejadian berdasarakan prinsip kemiripam atau kedekatan dan kelengkapan. Secara lebih spesifik, kita cenderung mempersepsi rangsangan yang terpisahsebagai berhubungan sejauh rangsagan-rangsagan itu berdekatan satu sama lainnya, baik dekat secara fisik ataupun dalam urutan waktu, serta mirip dalam bentuk, ukuran, warna dan atribut lainnya. Dalam konteks penerimaan pesan, kita cenderung melengkapi pesan yang tidak lengkap dengan bagian-bagian (dugaan-dugaan) yang terkesan logis untuk melengkapi pesan tersebut.

Prinsip kedua : kita cenderung mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari objek dan latar belakangnya. Lingkungan fisik dapat menyediakan begitu banyak rangsangan, namun pola yang kita persepsi dalam lingkungan tersebut merupakan “ciptaan” kita sendiri.

2.3.4 Penyebab Persepsi Keliru

- **Kesalahan atribusi**

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab prilaku orang lain. Dalam usaha mengetahui orang lain, kita menggunakan beberapa sumber informasi. Misalnya kita memperhatikan penampilan fisik mereka. Factor seperti usia, gaya, pakaian, dan daya tarik dapat memberikan isyarat mengenai sifat-sifat utama mereka.

Kesalahan atribusi bisa terjadi ketika kita salah menaksir makna atau pesan yang dimaksud perilaku pembicara. Perbedaan budaya semakin mempersulit kita untuk menaksir pesan seseorang.

Atribusi kita juga keliru bila kita menyangka bahwa perilaku seseorang disebabkan oleh factor internal, padahal justru factor eksternal-lah yang menyebabkannya atau sebaliknya kita menduga factor eksternal yang menggerakan seseorang.

- **Efek halo**

  Merujuk pada fakta bahwa kesan menyeluruh pada seseorang cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita.

  Kesan menyeluruh itu sering kita peroleh dari kesan pertama, yang biasanya berpengaruh kuat dan sulit digoyahkan

- **Stereotipe**

  Menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai orang lain berdasarkan keanggotaannya dalam suatu kelompok.

Pada umunya stereoti[e bersifat neagtif. Stereotype tidak berbahaya sejauh kita simpan di kepala. Pengkategorian atas orang lain memang tidak terhindarkan karena manfaat fungsionalnya. Stereotype menyebabkan persepsi selektif tentang orang-orang dan segala sesuatu disekitar kita.

> " *kita tidak melihat dulu, lalu mendefinisikan, tetapi kita mendefinisikan dulu baru melihat. Kita diberitahu mengenai dunia sebelum kita melihatnya. Kita membayangkan kebanyakan hal sebelum kita mengalaminya. Dan prakonsepsi itu sangat mempengaruhi keseluruhan proses persepsi*" (Lippmann).

- **Prasangka (Prejudice)**

  Suatu penilaian berdasarkan keputusan atau pengalaman terdahulu.

  Prasangka merupakan konsekuensi dari stereotype.

  " pikiran berprasangka selalu menggunakan citra mental kaku yang meringkas apa pun yang dipercayai sebagai khas suatu kelompok. Citra demikian dinamakan stereotype" (Ian Robertson)

  Prejudice berasal dari kata latin "*Praejudicium"* yang berarti preseden. Sebagiamana stereotype, prasangka ini alamiah dan tak terhindarkan. Hanya saja prasangka yang berlebihan dapat menghambat komunikasi. Kita biasanya lebih menyukai orang yang punya persamaan atau mirip dengan diri kita. Orang berprasangka cenderung mengabaikan informasi yang tidak sesuai dengan generalisasi mereka yang keliru dan kaku itu.

- **Gegar Budaya**

Gegar budaya adalah suatu bentuk ketidakmampuan menyesuaikan diri yang merupakan reaksi terhadap upaya sementara yang gagal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dan orang-orang baru (Lundstedt)

Geger budaya pada dasarnya merupakan bentuk benturan persepsi yang diakibatkan penggunaan persepsi berdasarkan factor-faktor internal (nilai-nilai budaya) yang telah dipelajari orang yang bersangkutan dalam lingkungan baru yang nilai-nilai budayanya berbeda dan belum ia pahami.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa gegar budaya sebenarnya merupakan titik pangkal untuk mengembangkan kepribadian dan wawasan budaya kita, sehingga kita dapat menjadi orang-orang yang luwes dan terampil dalam bergaul dengan orang-orang dari berbagai budaya, tanpa harus mengorbankan nilai-nilai budaya kita sendiri.

2.3.5 Hubungan antara persepsi dan komunikasi

Setelah mempelajari hal-hal dalam persepsi, lalu bagaimankah hubungan antara persepsi dan komunikasi. Dapat dijelaskan bahwa makna merupakan jantungnya komunikasi dan persepsi itu mempertajam komunikasi. Persepsi merupakan inti dari komunikasi sebab jika persepsi tidak akurat, maka komunikasi tidak akan berjalan secara efektif. Selain itu,akan menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan lain dan pastinya setiap orang memiliki persepsi yang berbeda.

2.4 Tinajauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Istilah organisasi memiliki dua pengertian, pertama mengacu pada suatu lembaga (*institution*) atau kelompok fungsional. Organisasi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Arti kedua mengacu pada proses pengorganisasian, yaitu pengaturan pekerjaan di antara anggota organisasi sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara efesien. Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya. Kondisi ini timbul disebabkan karena tugas itu terlalu besar atau terlalu kompleks untuk ditangani satu orang, oleh karena itu suatu organisasi dapat kecil seperti usaha dua orang individu atau dapat sangat besar yang melibatkan banyak orang dalam interaksi kerjasama. Adanya proses kerjasama sejumlah manusia dalam organisasi, serta pembagian tugas maka dalam organisasi itu sendiri terdapat struktur organisasi yang dapat membedakan antara atasan dan bawahan.

Deddy Mulyana mendefinisikan komunikasi organisasi dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi, komunikasi organisasi (organizational communication) terjadi dalam suatu organisai, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi sering sekali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah

komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005).1 Komunikasi dalam organisasi menggunakan dua saluran dasar yaitu saluran formal dan informal keduanya penting dan membawa pesan adakalanya menegaskan untuk seluruh organisasi. Saluran formal adalah saluran yang telah ditetapkan oleh organisasi atau instansi. Pesan-pesan mengalir ke dalam tiga arah : ke bawah, ke atas dan ke samping. Pesan-pesan ke bawah terutama berisi informasi yang perlu bagi staf manapun untuk melaksanakan tugasnya, seperti kebijakan-kebijakan dan prosedur, perintah dan permintaan yang diturunkan ke tingkat yang tepat dalam jenjang hirarki.

> Pesan-pesan ke atas berbentuk laporan, permintaan, opini dan keluhan. Pesan-pesan kesamping berlangsung antar departemen, gugusan fungsi atau antar orang-orang pada tingkat yang sama dalam organisasi. Komunikasi formal terjadi dalam struktur organisasi formal dan berwujud pola-pola hubungan formal, jadi dapat dikatakan dalam komunikasi formal terdapat pola tingkah laku yang relatif stabil dan berubah sangat lamban (Evert M. Rogers dan Rekha A. Rogers: 79-80)

Saluran informal terbentuk dari kesamaan kepentingan diantara orangorang dalam organisasi. Selentingan merupakan saluran yang ampuh. Diperkirakan lebih dari setengah informasi yang dibutuhkan para pimpinan dalam membuat perencanaan diperoleh melalui

selentingan. Selentingan tersebut mungkin menyimpang, namun seringkali lebih dipercaya dari pada pesan yang disampaikan melalui saluran formal. Saluran informal seringkali menjadi satu-satunya sarana komunikasi ketika saluran formal mengalami kemacetan atau gangguan. *Public Relations* dan Ruang Lingkupnya.

2.4.2 Dimensi-Dimensi Komunikasi Dalam Kehidupan Organisasi

2.4.2.1 Komunikasi Internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dstb. Proses komunikasi internal ini bisa mewujudkan komunikasi antarpribadi atau pun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media massa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informan-informan kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan kepada pimpinan.

b. Komunikasi horizontal atau lateral, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komuniaksi ini bisa mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindar beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

2.4.2.2 Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antar pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik.

a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya berifat informative, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti; majalah organisasi, press release, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, film documenter, brosur, leaflet, poster, konferensi pers.

b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi ini merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

2.4.3 Tujuan Komunikasi Dalam Organisasi

Dalam proses organisasi tidak lain dalam rangka membentuk saling pengertian (*mutual undestanding*) . Pendek kata agar terjadi penyetaraan dalam kerangka referensi, maupun dalam pegalaman.

2.4.4 Ruang Lingkup Komunikasi Organisasi

Adapun ruang lingkup komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

2.4.4.1 Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan salin menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2.4.4.2 Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi orang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu prasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh

sipengirim. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode diffusi dan arus tujuan dari pesan.

2.4.4.3 Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan seacar formal maupun tidak formal. Faktor kedua yang mempengaruhi hakekat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaiu: komunikasi kepada bawahan, kounikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal. Faktor terakhir yang mempengaruhi jaringan komunikasi adalah proses serial dari pesan. Proses serial ini adalah suatu istilah komunikasi yang maksudnya selangkah demi selangkah atau dari orang kepada orang lain.

2.4.4.4 Keadaan Saling Tergantung (Interdepedensi)

Keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang

merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dan organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi.

2.4.4.5 Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari. Hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu: hubungan diantara dua orang atau *dyadic* sampai kepada hubungan yang komplek, yaitu hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar, dalam organisasi.

Thayer membedakan hubungan ini menjadi hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi

2.4.4.6 Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas

lingkungan internal dan eksternal. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan kulturnya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah-laku individu dan kelompok dalam organisasi.

2.4.4.7 Ketidak Pastian

Ketidak pastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidak pastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang komplek dengan integrasi yang tinggi.Ketidak pastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya infomasi yang diterima dari pada sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka.

2.4.5 Proses Komunikasi Organisasi

Harold Koontz menjelaskan terdapat lima faktor atau kondisi yang mempengaruhi proses komunikasi dalam organisasi, yaitu:

a. Pengiriman Pesan *(The sender of message)*

b. Penggunaan saluran komunikasi untuk mengirim pesan *(Use of a channel to transmit the message)*

c. Penerimaan Pesan *(Receiver of message)*

d. Gangguan dan umpan balik *(Noise and feedback in communication)*

e. Situasi dan faktor pengorganisasian pesan dalam berkomunikasi (*Situational and Organizational factors in communication*).

2.4.6 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu : fungsi informatif, regular, persuasif dan integratif.

1. Fungsi Informatif

   Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

2. Fungsi regular

   Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan atau orang-orang yang berada di

tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada.

2.5 Motivasi

2.5.1 Definisi Motivasi

Motivasi berasal dari kata *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi (*motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.

Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias untuk mencapai hasil yang optimal. Motivasi semakin penting karena manajer membagikan pekerjaan pada bawahannya untuk dikerjakan dengan baik dan terintegrasi kepada tujuan yang diinginkan.

Perusahaan tidak hanya mengharapkan karyawan mampu, cakap dan terampil tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal. Kemampuan dan kecakapan karyawan tidak ada artinya bagi perusahaan jika mereka tidak mau bekerja giat.

Di bawah ini merupakan beberapa pengertian dari motivasi yaitu Menurut *Malayu S.P. Hasibuan*: ”Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan”.

· Menurut *Anwar Prabu Mangkunegara*: “Motivasi adalah kondisi yang menggerakan pegawai agar mampu mencapai tujuan dari motifnya”.

· Menurut *Marihot Tua Efendi Hariandja*: “Motivasi adalah faktor-faktor yang mengarahkan dan mendorong perilaku atau keinginan seseorang”.

· Menurut *T. Hani Handoko*: “Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan”.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan dalam mengarahkan individu yang merangsang tingkah laku individu serta organisasi untuk melakukan tindakan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

2.5.2 Teori – Teori Motivasi

Beberapa teori motivasi yang dikemukakan oleh para ahli yang bisa menjadi sumber untuk perusahaan dalam memotivasi dan meningkatkan kinerja karyawannya adalah: (T.Hani Handoko, 1986:256-267)

1) Teori Abraham H.Maslow (Hirarki Kebutuhan)

Menurut Maslow, manusia akan didorong untuk memenuhi kebutuhan yang paling kuat sesuai waktu, keadaan dan pengalaman yang bersangkutan mengikuti suatu hirarki. Dalam tingkatan ini, kebutuhan pertama yang harus dipenuhi terlebih dahulu adalah kebutuhan fisiologis, seperti balas jasa, dsb. Setelah kebutuhan pertama dipuaskan kebutuhan yang lebih tinggi berikutnya akan menjadi kebutuhan utama. Kebutuhan ketiga akan muncul setelah kebutuhan kedua terpuaskan. Proses ini berjalan terus sampai terpenuhinya kebutuhan aktualisasi diri, dimana manajemen dapat memberikan insentif untuk memotivasi hubutuhan kerjasama, kewibawaan pribadi serta rasa tanggung jawab untuk mencapai hasil prestasi yang tinggi dari karyawan.

2) Teori *McClelland (Teori Kebutuhan Berprestasi)*

Menurut *McClelland* bahwa kebutuhan prestasi tersebut dapat dikembangkan oleh orang dewasa. Orang-orang yang berorientasi prestasi mempunyai karekteristik-karakteristik tertentu yang dapat dikembangkan yaitu:

a) Mempunyai pengambilan resiko yang layak atau moderat sebagai fungsi keterampilan, bukan kesempatan, menyukai suatu tantangan dan menginginkan tanggung jawab pribadi bagi hasil-hasil yang dicapai.

b) Mempunyai kecenderungan untuk menetapkan tujuan-tujuan prestasi yang layak dan menghadapi resiko yang sudah diperhitungkan.

c) Mempunyai kebutuhan yang kuat akan umpan balik tentang apa yang telah dikerjakannya.

d) Mempunyai keterampilan dalam perencanaan dalam jangka panjang dan memiliki kemampuan-kemampuan organisasional.

3) Teori Victor H. Vroom (Teori Harapan)

Menurut Viktor H. Vroom menyatakan bahwa prilaku kerja karyawan dapat dijelaskan dengan kenyataan: para karyawan menentukan terlebih dahulu apa prilaku mereka yang dapat dijalankan dan nilai yang diperkirakan sebagai hasil-hasil alternatif dari prilakunya.

4) Teori Herzberg (Teori Dua Faktor)

Menurut Herzbeg menyatakan bahwapara karyawan baru cenderung memusatkan perhatiannya pada pemuasan tingkat kebutuhan lebih rendah dalam pekerjaan pertama mereka, terutama keamanan. Tetapi setelah hal itu terpuaskan, mereka akan berusaha untuk memenuhi tingkatan-tingkatan kebutuhan yang lebih tinggi. Percobaan penelitian motivasi telah dilakukan yang memperagakan pentingnya tingkatan kebutuhan yang lebih tinggi tersebut sebagai motivasi.

5) Teori Keadilan

Teori ini mengemukakan bahwa orang akan selalu cenderung membandingkan antara:

a) Masukan-masukan yang mereka berikan pada pekerjaannya dalam bentuk pendidikan, pengalaman, latihan dan usaha.

b) Hasil-hasil yang mereka terima, seperti juga mereka membandingkan balas jasa yang diterima karyawan lain dengan yang diterima dirinya untuk pekerjaan yang sama.

Teori keadilan memberikan implikasi bahwa penghargaan sebagai motivasi kerja harus diberikan sesuai yang dirasa adil oleh individu-individu yang bersangkutan.

2.6 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti yaitu " Pengaruh Persepsi Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad TamanSari Bandung Terhadap motivasi dalam melaksanakan tugasnya". Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Penelitian ini terdiri dari dua variabel dimana variabel X yaitu Persepsi sebagai variabel independent sedangkan Varabel Y yaitu Motivasi sebagai variabel dependent.

Pada penelitian ini Peneliti menggunakan teori persepsi tentang motivasi kebanyakan kita mengamati pegawai menmunjukan vitalitas dalam

pekerjaan mereka. Padasaat yang sama, kita melihat pegawai yang kekurangan vitalitas.

Teori persepsi Peace(1993) menjelaskan motivasi dalam arti bagaimana anggota organisasi m,enafsirkan lingkungan kerja mereka. Empat yang tersedia , seberapa banyak pemenuhan yang terjadi dan seberapa baik peranan-peranan organisasi yang bermanfaat dilaksanakan. Keputusan untuk mencurahkan energy guna mencapai tujuan organisasi merupakan suatu fungsi kombinasi persepsi atas keempat potensialitas tersebut.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur varibel Persepsi (Var X) adalah ingkungan Fisik, Persepsi sosial untuk penegrtian lebih jelasnya sebagai berikut :

1. **Lingkungan fisik (X1)**

   Persepsi lingkungan fisik adalah persepsi yang dipengaruhi oleh suatu benda sehingga terkadang menimbulkan kekeliruan. Misalnya ketika kita merasakepanasan di tengah gurun, tidak jarang kita akan melihat fatamorgana dan ketika kita mencicipi suatu makan, seringkali kita berbeda pendapat dengan orang lain dikarnakan memiliki persepsi yang berbeda.

   Latar belakang pengalaman, budaya, dan Susana sikologis yang berbeda membuat persepsi kita juga berbeda terhadap suatu objek (Mulyana,2008:166).

2. **Persepsi sosial (X2)**

Persepsi terhadap manusia atau sosial adalah proses menangkap objek – objek sosial dan kejadian – yang kita alami dalam lingkungan kita.

" Manusia selalu memikirkan oranglain dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, dan apa yang orang pikirkan menganai apa yang ia pikirkan mengenai orang iltu dan seterusnya" (R.D Laing)

Kita mempersepsi orang melalui *Proxemics(* Jarak orang berkomunikasi), kinesis(gerak isyarat), *Micro expression (sedih, Senang), paralinguistic* (dialek, Bahasa, Intonasi), dan artikulasi.

Varibael Y yang di gunakan adalah Motivasi Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung pengertian dari Motivasi "Persepsi didefenisikan sebagai cara organisme memberikan makna", atau defenisi Rudolf F.Verderber: "Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi" (Mulyana,2008:167).

1. **Harapan (Y1)**

   Kita hidup dan bekerja dalam organisasi, janji jani di tepati dan di ingkari, masing masing menghasilkan harapan yang terpenuhi dan tek terpenuhi. Harapan menggambarkan apayang akan orang pikirkan mengenai apayang terjadi pada mereka. Janji adalah jaminan yang menimbulkan harapan. Ketika kita diyakinkan sesuatu akan terjadi, kita di beri harapan bahwa hal itu akan terjadi. Jadi, suatu faktor utama yang menujukan atau mencerminkan vitalitas kerja adalah reaksi seseorang terhadap seberapa jauh harapannya telah dipenuhi

oleh organisasi dimana ia bekerja. Diukur dengan reaksi terpenuhinya harapan dan Krisis yang menyebabkan pengkajian terhadap pencapaian.

2. Pemenuhan (Y2)

Pemenuhan dalam bekerja menunjukan bahwa pegawai merasa bahwa mereka telah mampu mendefinisikan diri mereka sendiri sesuai dengan keinginan mereka dan diterima.

Indikator yang digunakan adalah kepuasan dan kesesuaian dengan keinginan.

3. Peluang (Y3)

Peluang mungkin merupakan unsur paling kuat dari empat unsur yang mempengaruhi vitalitas kerja karena ia mempunyai konsekuensi yang secara potensial merusak bila tidak hadir. Untuk membuka peluang, kita harus menciptakan kondisi yang mendukung melakukan sesuatu yang ingin kita lakukan agar peluang ada, pegwai harus mempunyai kondisi yang mendukung untuk mencapai tujuan mereka.

Indikator yang di gunakan adalah penghargaan-diri, aspirasi, komitmen, energy, dan pemecah masalah.

4. Kinerja (Y4)

Kegiatan paling lazim dinilai dalam suatu organisasi adalah kinerja pegawai, yakni bagaimana ia melakuakan sesuatu yang berhuungan dengan suatau pekerjaan, jabatan, atau peranan dalam organisasi.

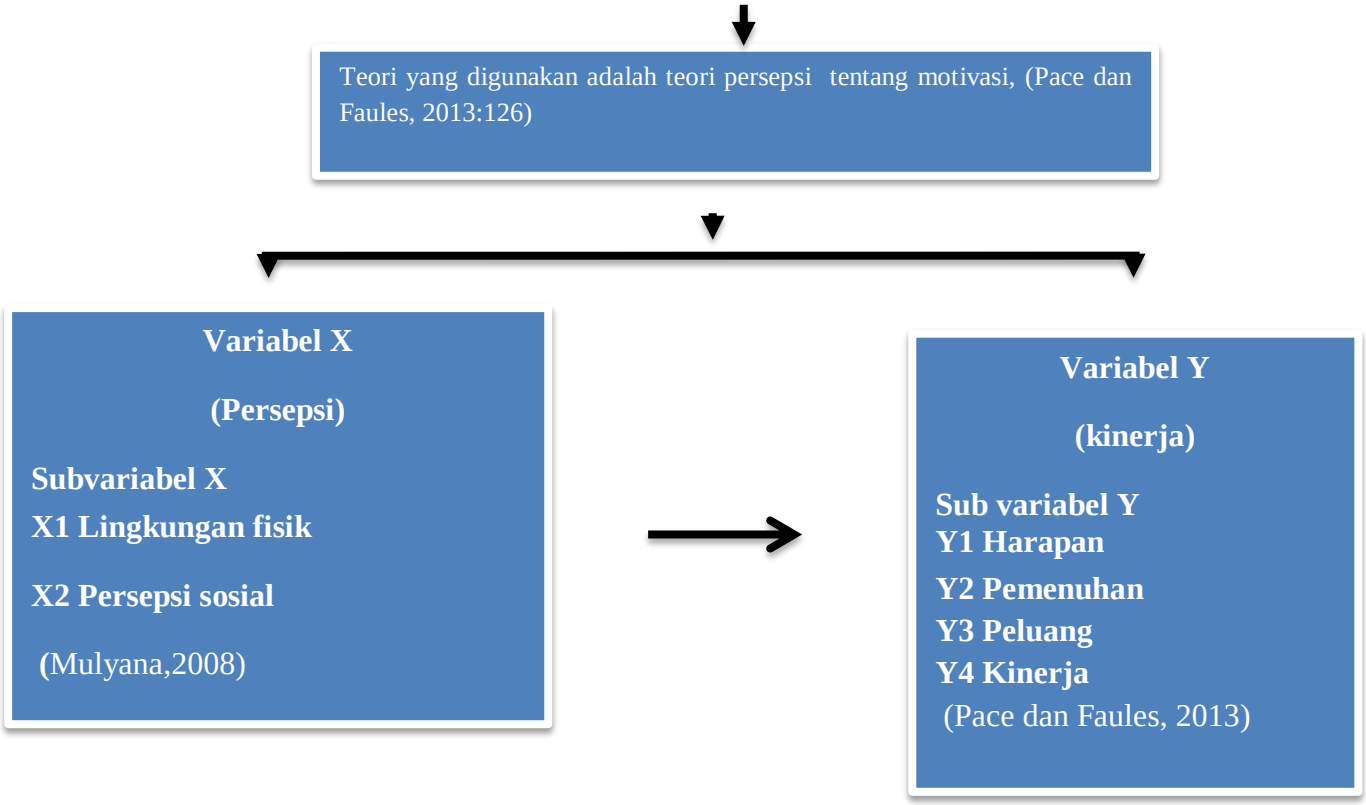
Indikator yang digunakan adalah tugas fungsional dan tugas prilaku Serta dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu persepsi sebagai variabel X dan Motivasi sebagai variabel Y. Sebagai konsep dalam penelitian ini menjelaskan Variabel X yang meliputi dua indikator yaitu harapan dan pemenuhan sedangkan variabel Y yang meliputi empat indikator yaitu harapan, pemenuhan, peluang, dan kinerja. Dan peneliti ingin melihat bagaimana Pengaruh Persepsi Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad. Dengan mengaplikasikan teori dan definisi menurut para ahli yang diambil, maka Persepsi Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad, diharapkan dapat memberikan perngaruh kepada Motivasi dalam mengerjakan tugasnya .

Berdasarkan hal tersebut, maka dibuat kerangka pemikiran praktis seperti pada gambar 2.1 berikut :

Gambar 2.3

Kerangka Pikir Penelitian





Sumber :arsip peneliti, 2016

2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenarannya (Arikunto, 2010:171). Dari perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan telah dikembangkan dalam kerangka pikir maka Hipotesis dalam penelitian sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh persepsi Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap motivasi dalam menjalankan tugasnya

H0 : Tidak Ada pengaruh persepsi Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap motivasi dalam menjalankan tugasnya

Untuk dapat mempermudah penelitian ini, maka peneliti menjabarkan hipotesis di atas dengan uraian sebagai berikut :

1. X1 terhadap Y

   H1 : Ada pengaruh Lingkungan fisik Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap motivasi dalam menjalankan tugasnya

   H0 : Tidak ada pengaruh Lingkungan fisik Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap motivasi dalam menjalankan tugasnya

2. X2 Terhadap Y

   H1 : Ada pengaruh Persepsi sosial Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap motivasi dalam menjalankan tugasnya

   H0 : Tidak ada Persepsi sosial Anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap motivasi dalam menjalankan tugasnya

3. X Terhadap Y1

H1 : Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap harapan dalam menjalankan tugasnya

H0 : Tidak ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap harapan dalam menjalankan tugasnya

4. X Terhadap Y2

H1 : Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap pemenuhan dalam menjalankan tugasnya

H0 : Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap pemenuhan dalam menjalankan tugasnya

5. X Terhadap Y3

H1 : Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap peluang dalam menjalankan tugasnya

H0 : Tidak Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap peluang dalam menjalankan tugasnya

6. X Terhadap Y4

H1 : Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap kinerja dalam menjalankan tugasnya

H0 : Tidak Ada pengaruh persepsi anggota Rumah Pintar Nurul Jihad Tamansari Bandung terhadap kinerja dalam menjalankan tugasnya