**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Komunikasi**

**2.1.1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah salah satu syarat bagi berlangsungnya hubungan antara manusia atau interaks sosial diantara sesama manusia. Pada dasarnya, manusia adalah mahluk sosial yang harus selalu berkomunikasi dengan sesama manusia lainnya. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal yang biasa terjadi didalam kehidupan manusia. Seseorang melakukan komunikasi karena ingin mengadakan hubungan dengan lingkungan.

 Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia. Manusia sbagai mahluk sosial tidak dapat hidup sendiri, ia selalu memerlukan bantuan orang lain dalam keadaan atau situasi apapun. Dalam hal ini, komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan pikiran atau maksud-maksud yang ada dalam pikiran kita kepada orang lain sehingga orang lain dapat menggerti apa yang dimaksud.

 Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communication*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis,* yang artinya adalah sama, yaitu sama makna mengenai satu hal. Jadi komunikasi akan berlangsung apabila oorang-orang yang terlihat di dalamnya memppunyai kesamaan makna mengenai apa yang terlibat didalamnya mempunyai kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikassikan, makna dengan demikian pertanyaan yang dilontarkan akan mudah dimengerti dn bersifat komunikatif.

 Dalam pergaulan hidup manusia dimana masing-masing individu satu sama lain itu terjadi interksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing terjadi saling mengungkapkan pikiran dan perasaan ke dalam bentuk percakapan yang kita sebut ke dalam komunikasi.

 Sifat manusia untuk menyampaikan kegiatan dan untuk mengetahui hasrat orang lain merupakan awal yang terampil manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang-lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti kepada setiap lambang-lambang itu dalam bentuk bahasa verbal.

 **Effendy** dalam bukunya **Dinamika Kmunikasi** mengatakan bahwa :

**Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan olh seeseorang kepada orang lain untuk memberi tahu untuk mengubah sikap, pendapat prilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. (2005:5)**

Bedasarkan pengertian tersebut, Nampak bahwa komunikasi merupakan usaha untuk menyampaikan pemikiran atau persaan berupa pesan secara lisan langsung ataupun melalui rangsangan komunikator, memberikan rangsangan (stimuli) sikap, ide atau pemahaman dapat dimengerti oleh komunikan.

 Dari pengertian terserbut dapat diketahui bahwa komunikasi mengandung arti usaha menyampaikan gagasan terserbut diusahakan untuk memiliki arti yang sama atau kesamaan makna. Apabila dalam suatu percakapan terjadi perbedaan pengertian atau perbedaan makna yang berbicara dengan yang diajak bicara, maka dalam hal ini komunikasi tidak akan berjalan lancer. Komuunkasi baru dapat berlangsung efektif, apabila antara yang berbicara dengan yang dijak berbicara memiliki makna yang sama tentang suatu objek terterntu.

 Intinya didalam komunikasi diperlukan kesamaan makna dan pesan diantara komunikator dan komunikan. Sehingga akan menghasilkan situasi komunikatif dengan kata lin akan menghasilkan komunikasi yang efektif.

 Menurut **Effendy** dalam bukunya berjudul **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** :

**Hakikat komunikasi sebenarnya adalah pertanyaan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. (2003:28)**

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan *(message),* orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator *(communicator),* sedangkan yang menerima pesan disebut komunikan *(communicate).* Lebih jelasnya komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisa pesan komunikasi terdir dari dua aspek, pertama ini pesan, dan kedua adalah lambing. Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan serta lambing atau bahasa.

 Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui dimana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungannya dan barang lain, yaitu suatu aktivitas yang mempunyai bebrapa tahap terpisah satu sama lain tetapi berhubungan, dan pada kenyataannya memang manusia merupakan mahluk sosial yang hidup dimasyarakat selalu saling berhubungan satu sama lain dan saling berinteraksi melalui kegiatan komunikasi untuk bertukar informasi.

**2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi**

Menurut **Harold Laswell** dalam bukunya **Deddy Mulyana**, cara rebaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab **pertanyaan *“who says what in wich channel to whom what effect”* (Mulyana, 2007:69-71)**

1. **Sumber (*source*)**

Nama lain dari sumber adalah *sender, communicator, speaker, encoder,* atau *originator.* Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber terdiri dari satu orang, tetapi bias juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi atau lembaga.

1. **Pesan (*message*)**

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap mukka atau melalui media komunikasi. Isinya bias berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message, content,* atau *informasi.*

1. **Saluran atau media (*channel or media*)**

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran ini pun merunjuk pada bentuk pesan penyajian pesan. Media adalah alat sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesn dari komunikator kepada khalayak. Ada beberpa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paing dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima pancaindra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap, sesuatu, sbelum dinyatakan dalam tindakan. Akan terapi, media yang dimaksud dalam buku ini, ialah media yang digolongkan atas empat macam, yakni : *Medai antarpribadi*, untuk hubungan perorang (antarpribadi) media yang tepat digunakan ialah kurir/utusan, surat, dan telpon. *Media kelompok*, dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalyak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya rapat, seminar, dan konperensi. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi. Seminar adalah media komunikasi kelompok yang biasa dihadiri 150 orang. Konferensi aldalah media komunikasi yang dihadiri oleh anggota dan pengurus dari organisasi tertentu. Ada juga orang dari luar organisasi, tapi biasanya dalam status peninjau. *Media publik,* kalau khalayak lebih dari 200-an orang, maka media komunikasi yang digunaan biasanya disebut media public. Misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan semacamnya. *Media massa*, jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengn menggunakan alat-alat komuniaksi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

1. **Penerima (*receiver*)**

Nama lain dari penerima *destination, decoder, audiene, listener,* dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran yang dikirim oleh sumber. Penerima bias terdiri satu orang atau lebih, bias dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, omunikan, atau dalam bahasa inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak adanya penerima jika ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

1. **Efek (*effect*)**

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dn dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bia terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

**2.1.3. Fungsi Komunikasi**

 **Onong Uchyana Effendi,** menjelaskan bahwa terdapat **4 fungsi komunikasi.** Fungsi-fungsi tersebut adalah :

**1. *To Inform***

 Maksudnya adalah memberikan informasi kepada masyarakat dan memberitahu kepada masyaraat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain serta segala sesuatu yang disampaikan oleh orang lain.

**2. *To Educate***

 Fungsi mendidik adalah mengetahui peran komunikasi peran komunikasi dalam menyampaikan pengetahuan agar dapat dimengerti, serta memberikan pendidikan bagi yang membutuhkan.fungsi mendidik yang dimaksud disini adalahmemberi pelajaran dan pengertian agar lebih baik dan dapet memberikan pengertian tentang arti pentingnya komunikasi dalam pendidikan.

 Fungsi pendidikan merupakan fungsi utama dalam kegiatan belajar mengajar diamana didalamnya terdapat ainteraksi komunikasi yang diinginkan oleh pengajar dan murid pada saat materi pelajaran disampaikan dalam dialogis yang efektif.

**3. *To Entertain***

 Maksudnya adalah dimana sebuah komunikasi efektif yang diakukan oleh suatu kelompok orang atau individu dapat menimbulkan sebuah efek menghibur kepada kelompok orang lain yang menyimak pembicaraan atau dialog yang diampaikan melalui sebuah komunikasi interaktif.

**4. *To Influence***

Maksud dari fungsi mempengaruhi adalah setiap individu yang berkomuikasi dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.

 Bila dilihat dari fungsi komunikasi yang telah dikemukakan diatas bahwa komunikasi tidak dapat dilepaskan dan memegang peranan penting dalam kehidupan manusia sehari-hari terutama dalam lingkungan kehidupan bermasyarakat.

**2.1.4. Tujuan Komunikasi**

 Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

 Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” mengemukakan beberapa tujuan komunikasi, yaitu :

1. **Supaya gagasan kita dapta diterima oleh orang lain dengan pendekatakan yaitu persuasive bukan memaksakan kehendak.**
2. **Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah kebarat tapi kita memberinya jalur ke timur.**
3. **Mnggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun ynang penting harus diingat adalah bagaimana cara terbaik melakukannya.**
4. **Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang mereka maksudkan. (Effendy, 1993:18)**

 Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, tindakan, serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan mendapatkan timbal balik.

**2.1.5. Proses Komunikasi**

 Komunikasi tidak pernah lepas dari sebuah proses, oleh karena itu apakah pesan dapat tersampaikan atau tidak tergantung dari proses komunikasi yang terjadi. Seperti yang diungkapkan oleh **Rosady Ruslan** bahwa :

**Proses komunikassi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan (*message*) dari pengirim pesan yang sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses tersebut bertujuan (*feedback*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak (1999:69)**

 Dalam bukunya **“Ilmu Komunikasi, Teori dan Pratek”, Onong Uchjana Effendy** mengkategorikan proses komunikasi dengan meninjau dua perspektif, yaitu :

1. **Proses Komunikasi dalam Perspetif Psikologis**

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seseorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambing umumnya adalah bahasa. Walter lippman menyebutkan isi pesan itu “*picture in our head*”, sedangkan Walter Hageman menanamkan “*das bewustseininhalte*”. Proses “mengemas” atau “membungkus” pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan “encoding”. Hasil encoding berupa pesan itu kemudian di trasmisikan atau overkan atau dikirimkan kepada komunikan.

1. **Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistis**

Proses ini berlangsung ketika komunikator melemparkan dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indra telinga atau mata atau indra lainnya.

Untuk lebih jelasnya proses komunikasi dalam perspektif mekanistis dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

1. **Proses komunikasi secara primer**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kia, isyarat, warna dan lain sebagainya.

Dalam komunikasi bahasa disebut lambing verbal (*verbal symbol*) yang banyak digunakan manusia dalam berkomunikasi dengan tujuan dapat dimengerti atau dipahami oleh orang lain ketika menyampaikan pesan. Sedangkan lambang-lambang lain yang bukan bahasa dinamakan lambing non-verbal (*non-verbal symbol*) adalah kial (isyarat), gambar dan warna. Walaupun lambang non-verbal dapat dimengerti oleh orang lain saat penyampaian pesan, tetapi tidak sejelas menggunakan bahasa.

1. **Proses komunikasi senkunder**

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang digunakan dalam proses komunikasi sekunder ini adalah media massa, baik media elektronik maupun media cetak. Penggunaan media massa ini untuk mencapai khalayak yang lebih banyak dan luas. Namun kekurangan dari proses komunikasi sekunder ini adalah umpan baik yang tidak langsung karena bersifat satu arah (*one way communication*)

**2.1.6 Jenis-jenis Komunikasi**

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan anatar manusia atau kelompok. Selaras dengan pembahasan sebellumnya, 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 symbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih dengan menggunakan usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan dalam menggunkan bahasa yang dapat di mengerti karena bahasa merupakan sistem kode verbal.

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

1. Penaman atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau oaring dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informai dapet 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.
4. Komunikasi Non Verbal

Bahasa non verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata atau pun suara tetapi melalui gerakan-geraan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau *body language*. Selain itu juga, penggunaan bahsa non verbal dapet melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan symbol-simbol. Menurut Hardjana (2006:130), menyatakan bahwa: “Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non verbal, tanpa kata-kata”.

Sedangkan menurut Atep Adya Barata mengemukakan bahwa :

**“Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya (*the object language*), komunikasi dengan gerak (*gesture*) sebagai sinyal (*sign language*), dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh (*action language*)”.**

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

1. Komunikasi visual
2. Komunikasi sentuhan
3. Komunikasi gerakan tubuh
4. Komunikasi lingkungan
5. Komunikasi penciuman
6. Komunikasi penampilan
7. Komunikasi citrasa
	* 1. **Bentuk Komunikasi**

Deni Dermawan (2007) berpendapat bahwa komuniksi terjadi dalam beberapa bentuk, yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi personal (*Personal Communication*)
2. 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.
3. Komunikasi Antarpersonal (*Antarpersonal Communication*)

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

1. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau artibut yang sama dan merupakan suatu 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 Gerugan)

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

* 1. **Komunikasi Interpersonal**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kontes komunikasi intrapersonal dan interpersonal. Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikatornya sendiri. Komunikasi intrapersonal dianggap tepat mewakili penelitian ini karena komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang penting, yaitu jenis komunikasi yang akhirnya memicu berlangsungnya koteks-konteks komunikasi yang lain. Sehubungan dengan perpepsi, komunikasi intrapersonal merupakan factor penting dalm proses dibentuknya perpepsi.

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

Menurut **Joan Airken** dan **Leonard Shedlestsky** menyatakan

bahwa :

“**komunikasi intrapersonal sebenarnya lebih dari sekedar pembenaran terhadap diri sendiri, atau maki-makian, seperti yang diungkapkan oleh Lance Morrow dalam majalah penilaian *Time* (1998). Karena pada dasarnya, komunikasi intrapersonal melibatkan banyak penilaian akan perilaku orang lain, atau terhadap berbagai pesan yang diterima.** **(1997)”**

 Maka, ketika peneliti akan melihat seperti apa persepsi yang terbentuk di kalangan masyarakat ketika mengunjungi taman alun-alun kota Bandung, komunikasi intrapersonal menjadi faktor bagi masyarakat khusunya masyarakat tersebut memberikan persepsinya terhadap taman alun-alun Bandung terserbut.

Elemen-elemn diri dalam sebuah kontes komunikasi intrapersonal adalah sebagai berikut :

1. Konsep diri, adalah bagaimana kita memandang diri kita sendiri, biasanya hal ini kita lakukan dengan penggolongan karakteristik sifat pribadi, karakteristik sifat sosial, dan peran sosial.
2. Karakteristik sosial, adalah sifat-sifat yang ditampilkan ketika kita sedang berhubungan dengan orang lain. Seperti contohnya, ramah atau ketus, *ekstrovert* atau *introvert,* banyak bicara atau pendiam, penuh perhatian atau tidak peduli, dan sebagainya.
3. Peran sosial, adalah bagaimana kita mendefinisikan hubungan sosial kkita dengan orang lain, seperti contohnya, ayah, istri, atau guru. Peran sosial bisa juga terkait dengan budaya, etnik, atau agama.
4. Identitas diri yang berbeda, walaupun identitas yang dibahas lebih kepada suatu identitas tungga, tetap sesungguhnya masing-masing individu bisa memiliki indentitas diri yang berbeda, yang isebut multiple selves. Pada dasarnya, kita memiliki dua identitas diri dalam diri kita masing-masing, yaitu sebagai berikut :
5. Pertama, persepsi tentang diri kita, dan persepsi mengenai orang lain terhadap kita (meta persepsi).
6. Identitas berbeda juga dapat dilihat dari cara kita memandang “diri ideal” kita, maksudnya adalah ketika kita melihat siapa diri kita “sebenarnya” dan di sisi lain, kita melihat ingin “menjadi apa” diri kita (Idealisasi diri).

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

1. Sensai, berasal dari kata *sense* artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organism dengan lingkungannya. Menurut **Benyamin B. wolman** adalah **:**

 **“pengalaman elementer yang segera, tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera.** **(1973:343)”**

1. Persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut **Desiderato** persepsi adalah :

**“proses memberikan makna pada sebuah informasi inderawi, tetapi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. 1976 : 129”**

1. Memori memegang suatu peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun dalam hal berikir.
2. Berpikir, adalah proses mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memnuhi kebutuhan atau memberikan respons.

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

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

1. Makin terbukanya seorang pasien mengungkapkkan perasaannya
2. Makin cenderung ia meneliti perasaannya secara mendalam beserta pembantunya.
3. Makin cenderung ia mendengarkan dengan penuh perhatian dan bertindak atas saran yang diberikan penolongnya.

Komunikasi interpersonal menurut **Agus M. Hadjana** adalah :

**“Komunikasi interpersonal sendiri didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang dapat dilakukan oleh dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim pesan dapat menyampikan pesannya secara langsung dan penerima pean dapat menerima pesannya secara langsung pula. (2003 : 85)”**

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

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

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

ada empat perpektif khusus dari studi komunikasi antarpersonal, yaitu sebagai berikut :

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

Komunikasi antarpersonal memiliki beberapa sifat, yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi bersifat spontan dan informal,
2. Saling menerima umpan baik (*feedback*) secara maksimal, dan
3. Partisipan berperan fleksibel.
	1. **Tinjauan Tentang Jurnalistik**

 Secara etimologi, jurnalistik berasal dari kata “*journ*”. Dalam bahasa perancis “*journ*” berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan penctatan atau pelaporan setiap hari. Dalam kamus bahasa inggris “*journalistik*” diartikan kewartawanan (warta=berita, kabar). Dala hal ini, berarti bahwa pengertian jurnalitik adalah catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepada khalayak banyak.

Istilah jurnalistik juga berasal dari bahasa yunani kuno, “*du jour*” yang berarti hari, yakni kejadian hari ini diberitakan dlam lembaran tercetak, merujuk pada asal mula munculnya media massa yang disebut Acta diurna pada jaman romawi kuno dibawah pemerintahan Raja Julius Caesar. Acta adalah papan pengumuman (semacam majalah dinding pada massa sekarang) yang dipasang dipusat kota agar diketahui rakyat, berisi informasi hasil rapat senator dalam pemerintahan Julius Caesar.

Jurnalistik sangat berkaitan erat dengan pers, bisa dikatakan jurnalistik dan pers seperti aspek jiwa dan raga, jurnalistik merupakan aspek jiwa karena merupakan daya yang menghidupi tubuh pers, sedangkan pers adalah raganya, ia konkrit dan nyata serta merupakan perwujudan dari jurnalistik itu sendiri, seperti surat kabar, majalah, radio, televise dan sebagainya.

* + 1. **Definisi Jurnalistik**

**Sumadiria** yang mengutip dari **Adinegoro** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menegaskan bahwa :

**“Jurnalitik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokonya memberi perkabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya (2005:3)”**

Hal ini menunjukkan bahwa segala bentuk pemberitaan yang layak untuk diketahui oleh masyarakat banyak, harus segera disebar luaskan, karena masyarakat ingin memperoleh berita yang actual atau masih hangat untuk diketahui. Maka sebagai jurnalis dalam menyampaikan informasi dituntut untuk memperoleh berita yang benar dan nyata adanya dalam menyajikan berita.

Jurnalis adalah “bidang kajian” mengenai pembuatan dan penyebarluasan termasuk ilmu terapan (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa. Jurnalitik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkemban sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat itu sendiri. Sebaga ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi, atau memberikan kejelasan.

* + 1. **Bentuk Jurnalistik**

Bentuk jurnalistik menurut **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** menjelaskan bahwa terdapat tiga bentuk jurnalistik :

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Dipengaruhi oleh dua factor, yakni factor verbal dan visual, sangat menekan kepada kemampuan kita dalam memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjuk kepada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau yang menyangkut segi perwajahan.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif**

**Disebut juga jurnalitik radio siaran, lebih banyak dipengaruhhi dimensi verbal, teknologikal dan fisikal. Verbal, berhubungan dengan kemampuan kita dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan denganteknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalm menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Disebut juga jurnalistik radio siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat dan efektif. Visual lebih banyak menekan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup dan memikat. Tekonolgikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasikan serta diterima oleh pesawat televise penerima dirumah-rumah. Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek dan nilai dramatic yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasikan secara simultan. (2006:4-6).**

Wartawan media massa dalam menyusun dan menyajikan, memuat menyiarkan dan menangkan berita serta laporan peristiwa atau pernyataan yang benar, actual, penting atau menarik dengan tujuan agar mudah dipahami isinya dan cepat ditangkap maknanya dan teknologi komunikasi mempermudah masyarakat melalui industry telephone, surat kabar, majalah, fotografi, film, radio, televise, computer dan satelit internet.

* + 1. **Produk Jurnalistik**

Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkala lainnya seperti radio, televisi, dan media online internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut produk jurnalistik. Surat kabar, tabloid, majalah, dan bulletin dapat digolongkan tiga kelonpok besar : (1) berita (*news*), (2) opini (*views*), (3) iklan (*advertising*). Dari tiga kelompo besar itu, hanya berita (*news*) dan opini (*views*)

saja yang disebut produk jurnalistik. Iklan bukanlah produk jurnalistik walauppun teknik yang digunakannya merujuk pada tejnik jurnalistik.

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia** adalah :

1. **Tanjuk Rencana**

**Tanjuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi media sebagai institusi penernitan terhadap persoalan actual, fenomena dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.**

1. **Karikatural**

**Secara jenis jurnalistik. Kerikatural diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang syarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukkan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.**

1. **Pojok**

**Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tentunya yang dianggap dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik da nada kalanya reflektif.**

1. **Artikel**

**Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang bersifat actual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberi tahu (*informatif*), mempegaruhi dan meyakinkan (persuasive argumentatif) dan gambar khayalan pembaca (*rekretif*)**

1. **Kolom**

**Kolom adalah opini singkat seseorang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.**

1. **Surat Pembaca**

**surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat rubric khusus surat pembaca. (2006:6-17).**

dari pengertian diatas kita bisa mendapatkan informasi dari surat kabar, tablod, majalah, bulletin atau berkalanya seperti radio, televise, dan media online internet yang kita bisa nikmati setiap saat.

* 1. **Tinjauan Tentang Persepsi**

Salah satu komponen penting dalam beromunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi dan komunikasi sehari-hari berapa serig kita menampilkan persepsi tentang realist dunia. Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek yang ditangkap oleh panca indra 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 betap indahnya dunia beserta isinya. Dalam hal membentuk suatu persepsi, tentu terdapat beragam factor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

* + 1. **Definisi Tentang persepsi**

Pada penjelsan sebelumnya, kita mengetahu bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini memaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alatindra. 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 hassil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

Menurut pendapat **Branca** dan **Marquis** persepsi merupakan :

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

Stimulus yang telah mengenai suatu individu kemudian diorganisasikan, diinterprestasikan, 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 diindrakan tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpresentasikan (Davidoff, 1981). Disamping itu, menurut Maskowiz dan Orgel (1969) persepsi itu merupakan proses yang *intergrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Maka, persepsi merupakan suatu proses penggorganisasian, penginterprestasian terhadap suatu stimulus, yang diterima oleh orgenisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang intergrasi dalam diri individu. Sebagai sesuatu yang bersifat integrasi, maka seluruh pribadi, seluruh apa yang ada dalam diri seseorang atau individu akan ikut aktif berperan dalam persepsi tersebut.

Persepsi menurut **Alo liliweri (2005 : 80)**, dalam bukunya **Komunikasi Serba Ada Serba Makna** mendefinisikan persepsi sebagai berikut, yaitu :

1. **Persepsi adalah proses menjadi sadar terhadap stimulus yang ada siseitar kita**
2. **Persepsi merupakan proses neurologis ketika sensoris stimulus diterima, diketahui, dan diakui sebagai makna yang sederhana, persepsi juga merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menjelaskan control sensoris terhadap sesuatu yang kompleks seperti perilaku yang dinferensi dari perilaku lain. Persepsi merupakan suatu proses internal yang bersifat hipotesis yang memunyai sifat yag tidak menentu, namun dapat dikendalikan oleh sebagian besar rangsangan dari luar (kadang-kadang dipengaruhi oleh variable seperti kebiasaan dan dorongan). Pengertian persepsi juga dijelaskan oleh para ahli sebagai berikut : “ persepsi adalah kemapuan membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek stimulus” (Wahab, 2005 : 89).**

Adapun pengertian persepsi dari **Julia T.Wood** sebagai berikut :

**“Persepsi adalah proses aktif memilih, mengatur, dan menginterpretasikan orang benda, peristiwa, situasi, dan kegiatan. Hal pertama yang harus perhatikan tentang definisi ini adalah bahwa persepsi adalah proses aktif. Kami secara aktif bekerja rasa diri kita sendiri, lainnya, dann interaksi. Untuk melakukannya, kita focus hanya hal-hal tertentu, dan ketika kita mengatur dan menafsirkan apa yang kita perhatikan”. Persepsi terdiri dari tiga proses: memilih, mengorganisir, dan menginterprestasikan. Proses ini tumpang tindih dan terus menerus, sehingga mereka berbaur ke dalam dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, sehingga setiap mempengaruhi dua lainnya. (2006:39-40)**

Persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian, dan interpetasi 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 bebrapa hal), kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberi makna pada suatu objek atau peristiwa. Setiap individu akan memiliki kriterianya sendiri dalam menentukan terhadap apa mereka akan menarik perhatan mereka. Masing-masing individu akan memandang dunia berkaitan dengan apa yang mereka butuhkan, apa yang dinilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. (Alo Liliweri, 2011 : 153)

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

**Persepsi = memilih mengorganisir menginterprestasikan arti**

1. **Memilih**

pada situasi tertentu orang yang sedang memusatkan perhatian pada apa yang ia anggap penting, tidak akan peduli 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 memanggil kita, maka secara otomatis kita akan mengalihkan perhatian dan pendengaran kita kepada suara orang tersebut. Seseorang dalam memakai sesuatu hal dipengaruhi oleh rangsangan yang dipicu oleh beberapa usur pemicu perhatian, seperti hal penting, relevan, dan mendalam. Secara alamiah manusia lebih tertarik dengan suara yang lebih keras ketimbang suara yang kecil. Dalam menyeleksi pesan dari stimuli yang seseorang terima, tidak diakukan secara keseluruhan. Hal ini berarti manusia, hanya akan melihat sebagian dari objek tersebut.

1. **Pengorganisasian**

Pengorganisasian suatu pesan yang dilakukan oleh seseorang sangat berbeda-beda. Hal ini 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 mennjelaskan tentang bagaimana kita dapat mengorganisasikan persepsi, yang mana situasi yang telah diorganisasikan, dan pengalaman mengiterpretasikan dari percobaaan struktur kognitf yang disebut *schemata*.
Ada empat jenis *schemata kognitif* untuk memahami persepsi : prototype, gagasan pribadi, *stereotype,* dan script. (Fehr, 1933 : Hewes, 1995).

1. ***Prototip***

Meurut teori ini, seseorang menyimpan prototip (bentuk dasar) yang abstrak dan deal didalam ingatan. Ketika seseorang melihat suatu stimulus, kemudian ia membandingkan dengan prototip tertentu yang cocok. Jika pencocokan sudah sesuai, maka orang akan mengenal stimulus tersebut. Jika belum cocok, ia akan mencoba membandingkan lagi dengan jenis prototip yang lain sampai ditemukan yang paling cocok. Atau dengan kata lain, mengklasifikasikan stimulus berdasarkan bentuk dasar yang telah mereka miliki terlebih dahulu dan kemudian mencocokkannya, mana yang dianggap paling mendeati dengan logika.

1. ***Constructs Pribadi***

suatu ukuran mental yang memungkikan kita untuk memposisikan oran dan situasi di sepanjang dimensi dengan beberapa pertimbangan sebagai contoh : baik atau tidak baik, menarik atau tidak mmenarik, tanggung jawab atau tida 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 sesuatu itu hanya dari istilah bagaimana ukuran-ukuran dari gagasan yang kita gunakan sehari-hari.

1. ***Stereotip***

Pengetahuan tentang orang-orang tertentu dan kaitannya dengan artibut tertentu serinng diistilahkan dengan *prototypes.* Hasil dari prototip tersebut memunculkan adanya *stereotypes,* yaitu pemberian artibut tertentu pada sekelompok orang tertent. 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 presepsi dan komunikasi, tetapi stereotip dapat juga dimanfaatkan untuk mebina hubungan yang lebih lanjut. Stereotip mungkin akurat, tetapi mungkin juga tidak. Karena pada dasarnya, stereotip berdasarkan kecurigaan aja.

1. ***Script***

*Scripts* atau naskah, berfungsi untuk mengatur persepsi, juga berfungsi untuk mendorong 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.

1. **Interpretasi**

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

**2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut **Jalaludin Rahmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi (2009:52)** banyak factor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Perhatian (*attention*)

Perhatian menurut Kenneth, **E Andersen** yang dikutip oleh **Jalaludin Rahmat** adalah :

**“proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kia dan mengesampingkan masukan-masukan** **melalui alat indea lain. (2009:52)”**

1. Faktor-faktor Fungsional

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

1. Faktor-faktor Struktural

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

**2.4.3. Hakikat Persepsi**

Menurut **Linda L. Davidoff** yang diterjemahkan oleh **Mari Juuniati Hakekat** persepsi ada 3 yaitu :

1. **Persepsi bukanlah cermin realitas: orang seringkali menganggap bahwa persepsi menyajikan atau pencerminan yang sempurna mengenai realitas atau kenyataan. Persepsi bukanlah cermin. Pertama, indra kita tidak memberikan respons terhadap aspek-aspek yang aa didalam lingkungan. Kedua, manusia seringkali melakukan persepsi rangsangan-rangsangan yang pada kenyataanya tidak ada. Ketiga, persepsi manusia tergantung pada apa yang ia harapkan, pengalaman, motivasi.**
2. **Persepsi, kemampuan kognitif yang multifaset, pada awalnya pembentukan proses persepsi, orang telah menetukan dulu apa yang akan diperhatikan. Setiap kali kita memusatkan perhatian, lebi besar kemungkinannya anda akan memperoleh makna dari apa yang kita tangkap, lalu menghubungkannya dengan pengalaman lalu, dan untuk kemudian hari diingat kembali. Kesadaran dan ingatan juga mempengaruhi persepsi.**
3. **Atensi, perananya pada persepsi, atensi atau perhatian adalah keterbukaan kita untuk memilih sesuatu. Bebrapa orang psikolg melihat atensi sebagai jenis alat saring (*filter*) yang akan menyaring semua informasi pada titik-titik yang berada pada peoses persepsi. (Davidoff, 1988:233-236).**

**2.4.4. Taman Alun-alun Bandung**

Alun-alun Bandung mengalami beberapa kali renovasi sejak pertama didirikan pada tahun 1812 pada masa penjajahan Belanda, Sebetulnya kalau wilayah Alun-Alun Bandung masih utuh dan belum mengalami perubahan seperti sekarang,patut mendapat prioritas untuk dipugar secara keseluruhan sebab.

 Kompleks alun-alun dengan perlengkapan bangunan-bangunan seperti: Pendopo Kabupaten, Mesjid, penjara, Pasar, berikut kampung saudagar (Bazaar/Kauman) dan kemudian Kantor Pos (ada,setelah kolonial Belanda) yang terletak di sekeliling alun-alun,merupakan tipe pusat kota-kota tradisionil di Pulau Jawa bersamaan dengan didirikannya Masjid Agung atau pada saat ini dikenal dengan Masjid Raya Bandung.

Pada tahun 438 | Harris Darussalam, et al. Volume 2, No.1, Tahun 2016 2007 tanah alun-alun direnovasi menjadi beton dengan dua lapis basement di bawahnya dan di desain dengan konsep pulau, yaitu dengan ditempatkannya pot-pot bunga berukuran besar yang ditempatkan menyerupai pulau-pulau. Setelah di beton alun-alun dilapisi dengan grass block.

 Alun-alun semakin banyak didatangi oleh masyarakat kota Bandung dan semakin banyak pula pedagang kaki lima (PKL) berjualan di sekitaran alun-alun yang membuat tempat tersebut menjadi kumuh dan tidak tertata dengan rapi. Sehingga alun-alun mulai jarang digunakan lagi oleh masyarakat kota Bandung sebagai tempat ruang terbuka untuk berkumpul dan melakukan aktivitas.

walikota Bandung Ridwan Kamil telah mencanangkan salah satu program kerjanya yaitu membangun sebanyak mungkin ruang publik. konsep ini dilatarbelakangi oleh target pembangunan kota yang lebih bertujuan meningkatkan nilai indeks kebahagiaan warga kota Bandung.

Menurutnya, kondisi warga Bandung saat itu mengarah pada ciri kota yang sakit, dimana warganya enggan berinteraksi diluar rumah. Salah satu penyebabnya adalah ketiadaan ruang publik yang representatif. Dahulu orang enggan untuk datang ke taman, karena dahulu taman lebih terkesan kusam dan menyeramkan, bahkan beberapa taman lebih dikenal dengan hal hal negatif seperti tempat mangkal waria ataupun tempat anak muda bertukar narkoba.

Pemkot Bandung merenovasi alun-alun yang kumuh agar bisa digunakan sebagaimana fungsinya untuk terciptanya Positive space. yaitu berupa ruang publik yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan-kegiatan yang sifatnya positif dan dikelola oleh pemerintah.

 Direnovasinya alun-alun kota Bandung sejak akhir tahun 2014 hingga diresmikannya pada awal tahun 2015, Kota Bandung ramai di perbincangkan oleh publik dan di media massa, karena walikota Bandung berhasil menata ulang alun-alun dengan menambahkan fasilitas seperti tempat bermain anak,taman bunga yang bermacam-macam warna, tanah alun-alun yang dilapisi oleh rumput sintestis, perpustakaan, halte bis dengan tempat duduk berbentuk tulisan alun-alun Bandung dan layanan internet gratis.

Banyak masyarakat antusias hadir pada acara peresmian alun-alun kota Bandung yang dilaksanakan pada awal tahun 2015 lalu. Indeks kebahagiaan warga kota Bandung pada tahun 2015 meningkat, setelah walikota Bandung membangun taman-taman tematik sebagai ruang publik. Indikator keberhasilan penataan ruang publik tersebut dapat dilihat dari nilai indeks kebahagiaan warga kota Bandung selama setahun terakhir.

Banyak taman yang di renovasi dan ditambahkan fasilitas yang mendukung masyarakat seperti WiFi atau internet gratis kini semakin banyak warga beraktifitas di taman-taman kota. Sedemikian atraktifnya taman-taman kota, bukan hanya warga Bandung saja yang tertarik untuk mendatanginya, warga luar kota pun banyak yang tertarik untuk menikmatinya setiap akhir pekan.

Inovasi baru yang lebih baik di alun alun Bandung masyarakat akan lebih memanfaatkan fasilitas yang di sediakan pemerintah kota Bandung sebagai sarana prasana dan masyarakat akan mempunyai opini dengan perubahan dan fasilitas yang ada.