**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin “*communication*” istilah ini bersumber dari perkataan *“communis”* yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Komunikasimenurut **Effendy** dalam buku **Hubungan Masyarakat: Studi Komunikologis**,istilah komunikasi diartikan sebagai :

**Dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pemikiran atau pengertian, antar komunikator (penyebar pesan) dan komunikan ( penerima pesan ) (1992:3)**

Proses komunikasi bisa diartikan sebagai penyampaian pesan yang menuntut adanya kesamaan makna agar komunikasi itu bisa terjadi secara baik. Kesamaan makna merupakan hal yang sangat mutlak dibutuhkan oleh setiap proses komunikasi agar tidak terjadi penyampaian pesan yang sia-sia, penekanan pada saling pengertian antara kedua belah pihak adalah tujuan dari proses komunikasi tersebut, sebelum pesan di sampaikan kepada komunikan, komunikator memberikan makna dalam pesan tersebut yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan dimaknai sesuai dengan konsep yang dimilikinya.

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian komunikasi di antaranya Pendapat **Rogers** yang dikutip oleh **Cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** Menjelaskan komunikasi adalah **“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (2012:19)**

**2.2 Tujuan Komunikasi**

Secara singkat dapat ditegaskan bahwa komunikasi bertujuan mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap akan mengadakan komunikasi, komunikator perlu mempertanyakan tujuannya. **Mudjito** dalam **Riyono Praktiko, 1998**  yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyimpulkan bahwa :

**Komunikasi dalam organisasi bertujuan memberikan pengaruh kepada seluruh anggota organisasi agar secara bersama-sama berusaha mencapai tujuan organisasi. Di samping itu, komunikasi juga mengintegrasikan fungsi – fungsi manajemen POAC *(Planning, Organizing, Actuating, Controling)* yang artinya dengan komunikasi organisasi dapat :**

1. **Menyebarluaskan tujuan organisasi**
2. **Mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan organisasi**
3. **Mengorganisasikan sumber – sumber lain agar dapat dimanfaatkan lebih efektif dan lebih efesien.**
4. **Memilih dan menghargai anggota organisasi yang baiki**
5. **Memimpin, memotivasi, dan menciptakan iklim atau suasana**
6. **Dalam organisasi sehingga para anggota bersedia berpartisipasi semaksimal mungkin**
7. **Mengontrol perilaku para anggota organisasi. (2015:25)**

Melalui komunikasi yang intensif dan tepat, makna yang tersimpan dalam komunikator dapat tersampaikan secara tepat pula. Dengan kata lain, hasil atau respon yang diharapkan komunikator sangat bergantung pada proses dan strategi komunikasi yang dilakukan kepada komunikan.

**2.3 Fungsi Komunikasi**

**Effendy** yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa :

**Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok berkaitan dengan tukar menukar data, fakta, dan ide apakah dilihat dari makna ini, ada beberapa funsi yang melekat dalam proses komunikasi yaitu sebagai berikut :**

1. **Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.**
2. **Sosialisasi (pemasyarakatan) penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.**
3. **Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek ataupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.**
4. **Debat dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public. Menyediakan bukti – bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.**
5. **Pendidikan, pengalihan ilmu, pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.**
6. **Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetiknya.**
7. **Hiburan, penyebarluasan sinyal, symbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, music, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.**
8. **Integrasi menyediakan bagi bangsa kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi dan pandangan dari keinginan orang lain.(2015:28)**

**Mudjoto** yang dikutip oleh **Widjaya** dan dikutip kembali oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyatakan bahwa

fungsi komunikasi meliputi :

1. **Alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.**
2. **Alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.**
3. **Alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi (2015:29)**

Inti dari pemaparan di atas bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai alat organisasi dalam melakukan penyebaran informasi maupun pesan kepada anggota organisasi sehingga timbulnya efek berupa perubahan perilaku dari anggota organisasi tersebut.

* 1. **Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan seorang muridnya, dan sebagainya.

**Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss** di dalam **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar** mengatakan ciri-ciri komunikasi diadik adalah:

1. **Peserta komunikasi dalam jarak yang dekat.**
2. **Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.( 2010:17)**

Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpu, selama manusia mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap muka ini membut manusia merasa lebih akrab denga sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi tercanggih pun.

Jalaludin Rakhmatmeyakini bahwa komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, dan hubungan interpersonal.

* Persepsi interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepsi interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaru terhadap keberhasilah komunikasi, seseorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

* Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal: a. Yakin akan kemampuan mengatasi masalah, b. merasa setara dengan orang lain, c. menerima pujian tanpa rasa malu, d. menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seutuhnya disetujui oleh masyarakat, e. mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Nubuat yang dipenuhi sendiri. Karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang mahasiswa menganggap mahasiswa sebagai orang yang rajin, ia akan berusaha menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.
2. Membuka diri. Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan dengan diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan kenyataan kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.
3. Percaya diri. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal dengan *communication apprehension*. Orang yang aprehensif dalam komunikasi disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri. Untuk menumbuhkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu.
4. Selektivitas. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan (persepsi selektif), dan apa yang kita ingat (ingatan selektif). Selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (penyandian selektif).
* Atraksi interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunikasi antarpribadi dipengaruhi atraksi interpersonal dalam hal:

1. Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangi seseorang kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaiknya, jika membencinya kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.
2. Efektivitas komunikasi. Komunikasi antarpribadi dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah, dan tidak enak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.
* Hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung diantara peserta komunikasi. Miller dalam *Exploration in Interpersonal Communication,* menyatakan bahwa “Memahami proses komunikasi interpersonal menuntut hubungan symbiosis antara komunikasi dan perkembangan relasional, dan pada gilirannya (secara serentak), perkembangan relasional mempengaruhi sifat komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut.”

 Lebih jauh, **Jalaludin Rakhmat** memberi catatan bahwa terdapat tiga faktor dalam komunikasi antarpribadi yang menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik, yaitu: a. percaya; b. sikap suportif; dan c. sikap terbuka.

* 1. **Lingkup Tentang Persepsi**

Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek yang ditangkap oleh panca indera kita, yaitu, mata. Kita melihat pemandangan disekitar kita. Kemudian apa yang kita lihat tersebut, diproses di dalam pikiran kita sehingga membentuk suatu persepsi, sehingga kita menyadari betapa indahnya dunia beserta isinya. Dalam hal membentuk suatu persepsi, tentu terdapat beragam faktor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

**2.5.1 Definisi Tentang Persepsi**

 Pada penjelasan sebelumnya, kita mengetahui bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini memaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indra. Lalu, stimulus tersebut akan segera diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan saraf, dan proses selanjutnya adalah proses persepsi yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Teori persepsi digunakan peneliti bertujuan untuk mengetahui persepsi dari Bobotoh Persib terhadap kepindahan Micheal Essien dan Carlton Cole ke Persib. Persepsi menurut peneliti merupakan proses pemaknaan individu terhadap informasi yang diterima melalui alat indra. Menurut Desiderato dikutip oleh **Rakhmat** dalam buku **Metode Penelitian Komunikasi** definisi persepsi adalah:

 **Pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yangdiperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli). Hubungan dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalahbagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasiinderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. (2004:51)**

Berdasarkan uraian di atas, persepsi merupakan hasil pengolahan dan penafsiran pesan dari proses sensasi dan juga melibatkan atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. Persepsi dalam ilmu komunikasi, bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian – balik (decoding) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada definisi John Wenburg dan William Wilmot dalam Mulyana bahwa persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberimakna. Persepsi disebut inti komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, maka semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas

Sedangkan menurut Gibson dalam Nugroho, “persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu”. Hal tersebut menyebabkan munculnya perbedaan persepsi pada setiap orang yang melihat barang yang sama. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Gibson dan Hodgetts yang menyatakan bahwa persepsi merupakan pandangan individu terhadap sebuah realitas”

Mungkin persepsinya terbentuk dari kumpulan berbagai faktor, yaitu pengalaman masa lalu, kesopanan terhadap pesan dan si pembawa pesan,kemampuan mental seperti kepandaian dan kemampuan berkomunikasi secara lisan maupun tulisan” dalam Nugroho.Dengan kata lain persepsi mencakup penerimaan stimulus (input), pengorganisasian stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.

**Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar** mengatakan :

**Manusia tak lepas dari kegiatan berpersepsi, hampir tiap hari manusia berpersepsi seperti persepsi ketika kita mencium aroma makanan, ketika melihat televisi, mendengarkan radio, menyentuh kain dan sebagainya. Secara garis besar persepsi manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu ::**

1. **Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik); sifat- sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat- sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Orang akan mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain, persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.**
2. **Persepsi terhadap manusia; melalui lambang- lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang- lambang verbal dan nonverbal. Orang lebih aktif dari pada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan. (2010171-176)**

**2.5.2 Tahap-Tahap Pembentukan Persepsi**

Proses pembentukan persepsi baik itu terhadap objek ataupun manusia, menurut **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyebutkan bahwa ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi yang dapat digambarkan dalam bentuk sebagai berikut:

1. **Sensasi (pengindraan)**

**Sensasi yaitu pengindraan dengan melalui alat - alat indra kita. Persepsimerujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, sentuhan, penciuman, pendengaran. Semua indra itu mempunyai andil bagiberlangsungnya komuniksai manusia. Seperti indra penglihatan denganmenyampaikan pesan verbal ke otak untuk di interprestasikan, atau punindra pendengaran kita juga bisa menyampaikan pesan verbal ke otak untuk di tafsirkan.**

1. **Atensi (perhatian)**

**Atensi adalah perhatian, suatau pemrosesan secara sadar sejumlah kecilinformasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi ini jugadi dapatkan dari pengindraan, ingatan dan proses kognisi lainnya. Prosesatensi membantu efisiensi penggunaan mental kita yang terbatas, yangkemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi juga dapat merupakan proses sadar ataupun tidak sadar**

**Atensi dipengaruhi oleh dua faktor**

1. **Faktor Eksternal**

**Yaitu merupakan faktor yang dipengaruhi oleh luar individu:**

1. **Atribut Objek**
2. **Gerakan secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.**
3. **Intensitas Stimuli, kita akan memerhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain.**
4. **Kebaruan, hal-hal yang baru dan luar biasa, yang beda, akan menarik perhatian.**
5. **Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali bila disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.**
6. **Faktor Internal**

**Faktor yang dipengaruhi dalam diri pribadi seseorang**

1. **Faktor-faktor Biologis**

**Hal yang bersifat biologis atau sesuatu hal yang menjadi kebutuhan alam manusia**

1. **Faktor-faktor Sosiopsikologis**

**Faktor yang bersifat psikologis atau yang berkaitan dengan jiwa seseorang yang terkait dengan kebutuhan – kebutuhan sosial seperti motif, kebiasaan**

1. **Interpretasi**

**Intrepetasi adalah proses terpenting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mempersepsi suatu objek yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian maka akan di persepsi positif, dan demikian sebaliknya, selain itu adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif (2010:169-170)**

Menurut Werner J, Severin dan Jamens W. Tankard Jr proses persepsi juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis yaitu pengalaman masa lalu yang mendasari suatu asumsi, harapan-harapan, motivasi, suasana hati, dan sikap. Beberapa aspek psikologi menurut Kotler dan Gary Amstrong motivasi atau dorongan adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari kepuasan. Motivasi yang muncul dari informan adalah kebanyakan dari kebutuhan psikologis. Sikap menempatkan orang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhi sesuatu.

Tiap individu memiliki gambaran yang berbeda mengenai realita yang berada di sekelilingnya. Menurut **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar** ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu:

1. **Persepsi berdasarkan pengalaman**

**Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal – hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek dan kejadian serupa.**

1. **Persepsi bersifat selektif**

**Atensi seseorang pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas seseorang atas rangsangan tersebut.**

1. **Persepsi bersifat dugaan**

**Proses persepsi yang bersifat dugaan memungkinkan seseorang menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Oleh karena informasi yang lengkap tidak tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat suatu kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat pengindraan tersebut.**

1. **Persepsi bersifat evaluatif**

**Tidak pernah ada persepsi yang objektif. Seseorang akan melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingannya. Persepsi adalah suatu kognitif psikologis dalam diri seseorang yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang seseorang gunakan untuk memaknai objek persepsi.**

1. **Persepsi bersifat kontektual**

**Konteks yang melingkungi seseorang ketika melihat seseorang, suatu objek, atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi seseorang. (2005:176-201)**

Proses persepsi Proses pembentukan persepsi terdiri dari lima tahapan menurut **Devito** dalam buku **Komunikasi Antarpribadi**, yaitu: Pertama, tahap dimana individu mendapat informasi melalui alat indra pada tahapini disebut dengan tahap *stimulation.* **“Stimulation, tahap dimana individu menerima informasi atau stimulimelalui inderanya. Pada tahap ini terjadi seleksi sehingga ada stimulusyang diabaikan dan tidak diabaikan.” (2007:81)**

Kedua, pada tahapan ini setiap individu akan mengelola setiap informasi yang masuk melalui alat indra mereka melalui beberapa cara baik itu melalui peraturan (rules), skema (schemata), dan naskah (script).

**Organization, tahap dimana individu mengelola informasi yang dipilih oleh indera mereka. Terdapat tiga cara seseorang dalam mengelola persepsi mereka, yaitu dengan rules (peraturan), schemata (skema), dan scripts (naskah). Organization by Rules; Terdapat tiga peraturan yang dapat mempengaruhi atau membentuk persepsi seseorang, yaitu proximity (kedekatan), similarity (kesamaan), dan contrast (ketidaksamaan). Organization by Schemata; Cara lain dalam mengelola informasi atau materi adalah dengan membuat skema, yaitu kerangka yang dapat membantu dalam mengelola berbagai informasi yang diperoleh setiap saat. Skema membuat kita menghapus informasi positif ketika stereotype bersifat negatif, dan sebaliknya menghapus informasi negatif jika stereotype bersifat positif. Skema dibentuk dari pengalaman, yang diperoleh dari televisi, membaca, dan mendengar. Organization by Scripts; merupakan sekumpulan informasi yang telah ditata tentang aksi, peristiwa atau prosedur (2007: 81)**

Ketiga, merupakan tahap dimana individu penerjemahan atau penafsiran makna dari informasi yang masuk melalui alat indra manusia. Penafsiran sebuah informasi melibatkan beberapa aspek yaitu pengalaman masa lalu individu, nilai yang dianut tiap individu, harapan dan lain sebagainya.

***Interpretation–Evaluation*, adalah tahap yang sangat subjektif karena prosesnya sangat dipengaruhi oleh pengalaman, kebutuhan, keinginan, nilai, kepercayaan, harapan, tingkat emosional dan sebagainya yang dimiliki oleh masing-masing individu. Tahap *Interpretation- Evaluation* seseorang juga akan dipengaruhi oleh *rules*, schemata, dan *scripts*(2007: 81)**

Tahap keempat, merupakan tahap dimana individu menyimpan informasi yang sudah ditafsirkan oleh individu guna dimunculkan kembali saat individu mendengar dan mengetahui yang sama seperti persepsi individu,

***Memory*, setelah melalui tahap *Interpretation-Evaluation*, persepsi seseorang telah terbentuk dan kemudian disimpan ke dalam memori untuk suatu saat akan dimunculkan kembali ketika melihat atau mendengar sesuatu yang sesuai dengan persepsi yang telah terbentuk (2007: 81)**

Kelima, adalah tahap dimana individu mengingat kembali persepsi yang selamaini disimpan oleh individu tersebut atau biasa disebut *Recall*, adalah tahap dimana persepsi yang tersimpan dalam memori telah dimunculkan kembali.

* + 1. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Persepsi merupakan dinamika yang terjadi dalam diri individu disaat ia menerima stimulus dari lingkungannnya. Proses persepsi individu akan mengadakan penyeleksian apakah stimulus itu berguna atau tidak baginya, serta menentukan apa yang terbaik untuk dilakukan.

Menurut **Rakhma**t dalam buku **Metode Penelitian Komunikasi** banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

1. **Faktor-faktor fungsional**

**Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.merumuskan dalil persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.**

**Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya, para psikolog menganggap konsep kerangka rujukan ini amat berguna untuk menganalisis interpretasi perseptual dari peristiwa yang dialami.**

1. **Faktor-faktor *structural***

**Faktor-faktor Struktural yang menentukan persepsi berasal di luar individu, misalnya lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu. (2004:52)**