**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

* 1. **Kajian Literatur**
		1. **Review Penelitian Sejenis**

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu.Bagian ini dilakukan sebagai pembanding antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Disini peneliti menggunakan 3 penelitian sejenis, sebagai berikut:

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama | Judul | Metode | Perbedaan |
| 1 | Novaleion(2018) | Persepsi Masyarakat Tentang Perilaku Pedagang Asongan Anak (Studi Kasus Di Jalan Riau Kota Bandung)  | Kualitatif | Objek penelitian,  |
| 2 | Risyainda Rahmawati(2018) | Persepsi Masyarakat Pada Martabak Parahiyangan Di Kabupaten Sumedang | Kualitatif | Objek Penelitian, |
| 3 | Fania Ardhya Rini(2017) | Persepsi Masyarakat Tentang Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan | Kualitatif | Objek penelitian, |

Penelitian Novaleion (2018) mengenai perilaku pedagang asongan anak di jalan Riau Kota Bandung, melalui persepsi masyarakat Bandung. Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Data yang di dapat dari hasil wawancara langsung dengan 5 pedagang asongan dan Dinas Sosial Kota Bandung, observasi yang dilakukan ada dua tahap yaitu observasi awal dan observasi lanjutan, sedangkan dokumentasi yang digunakan berupa arsip-arsip dan foto-foto kegiatan, dan kepustakaan dilakukan dengan memanfaatkan sejumlah buku-buku atau bahan bacaan lainnya khususnya buku-buku yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Kehumasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi pengetahuanmasyarakat tentang pedagang asongan anak di Jalan Riau Kota Bandung didasarkan pada pengalamannya dan pengetahuannya tentang anak-anak pedagang asonganbaiksecara internal maupuansecaraeksternal. Sementara persepsisimasyarakattentanganak-anakpedagangasongan di Jalan Riau Kota Bandung didasarkanpadaaspekkepercayaan, kehidupanemosionaldankecenderunganuntukbertindakdimanamasyarakatmenyatakansiapberpartisipasiapabilaada program yang mampu mengatasi permasalahan anak-anakpedagangasongantersebut.

Selanjutnya ada pula penelitian dari Risyainda Rahmawati(2018) mengenai Martabak Parahiyangan di Kabupaten Sumedang. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif deskriftif yang mengutamakan wawancara yang mendalam, serta menggunakan teori Persepsi dari Deddy Mulyana yang mengandung tiga unsur utama yaitu sensasi, atensi dan interpretasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa masyarakat Kabupaten Sumedang hampir memiliki jawaban yang sama yaitu mereka hampir mayoritas mengetahui tentang keberadaan dan tentang martabak parahyangan ini. Bagaimana atensi masyarakat pada Martabak Parahiyangan di Kabupaten Sumedang Dari semua informan yang diwawancarai ini dengan pertanyan yang menyangkut dengan atensi maka dapat disimpulkan bahwa dari jawaban mereka memilki jawaban yang berbeda yaitu mereka memiliki jawaban bahwasanya rasa martabak yang pernah dimakan oleh narasumber dan harga yang ditawarkan sesuai denngan rasa martabaknya. Mereka memiliki tanggapan yang berbeda-beda karena memang selera lidah mereka yang beragam.

Selanjutnya penelitian dari Fania Ardhya Rini(2017)mengenai Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif dengan cara melakukan wawancara secara mendalam kepada informan atau narasumber yang berada dilokasi penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari hamper semua informan mempersepsikan Gunung Hejo sebagai tempat pesugihan baik dalam kelancaran usaha,jabatan, maupun mencari wangsit. Sebagai salah satu tempat yang dikenal angker karena tempatnya yang dikelilingi hutan karet ini sudah terkenal sejak puluhan tahun lalu. Bahkan dari waktu ke waktu peziarah yang datang ke tempat ini selalu ada setiap harinya. Masyarakat meyakini bahwa Gunung Hejo merupakan salah satu tempat petilasan Prabu Siliwangi. Karena itu pula tidak sedikit masyarakat yang datang ke tempat tersebut melakukan ritual tertentu guna mencari pesugihan baik dalam kelancaran usaha,jabatan, maupun mencari wangsit.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, terdapat beberapa perbedaan yaitu objek yang diteliti. Peneliti meneliti mengenai kebijakan operasionalisasi becak, sedangkan peneliti terdahulu meneliti tentang perilaku pedagang asongan anak di jalan Riau Kota Bandung dengan lima informan dan satu Dinas Sosial sedangkan peneliti 10 orang dan satu Dinas Perhubungan. Serta penelitian terdahulu lainnya meneliti tentang martabak parahiyanagn di Kabupaten Sumedang dan penelitian terdahulu lainnya meneliti tentang gunung hejo sebagai tempat pesugihan.

* + 1. **Kerangka Konseptual**
			1. **Komunikasi**
				1. **Definisi Komunikasi**

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2003 : 41):

“Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communicatio, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama, sama di sini maksudnya adalah sama makna. Istilah communis adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.”

Para pakar komunikasi mendefinisikan komunikasi secara berbeda, berikut definisi menurut para pakar:

Rogers dan D. Lawrence Kincaid (dalam Cangara, 2008 : 20), menyebutkan bahwa, “Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (dalam Mulyana, 2003 : 62), mendefinisikan “Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya.”

Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa komunikasi memiliki peran sangat penting dalam kehidupan manusia baik itu komunikasi secara verbal (langsung) maupun non verbal (tidak langsung).

**2.1.2.1.2 Fungsi Komunikasi**

Menurut Lasswell (dalam Cangara, 2008 : 59), komunikasi memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya

2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada

3. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya. William I. Gorden (dalam Mulyana, 2003 : 5-33) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu: 1. Komunikasi sosial Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

a. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita.

b. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebarm mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.

c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu danharus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan.

**2.1.2.1.3Proses Komunikasi**

Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja (2004 : 22) menyebutkan bahwa secara linier proses komunikasi sedikitnya melibatkan empat elemen atau komponen sebagai berikut:

1. Sumber atau pengirim pesan atau komunikator, yakni seseorang atau sekelompok orang atau suatu organisasi atau institut yang mengambil inisiatif menyampaikan pesan.

2. Pesan, berupa lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis atau secara lisan, gambar, angka, gesture.

3. Saluran, yakni sesuatu yang dipakai sebagai alat penyampaian atau pengiriman pesan (misalnya telepon, radio, surat, surat kabar, majalah, TV, gelombang udara dalam konteks komunikasi antarpribadi secara tatap muka).

4. Penerima atau komunikan, yakni seseorang atau sekelompok orang atau organisasi/institusi yang menjadi sasaran penerima pesan.

Disamping keempat elemen tersebut diatas (lazim disebut sebagai model S-M-C-R atau Source-Message-Channel-Receiver), ada tiga elemen atau faktor lainnya yang juga penting dalam proses komunikasi yakni:

1. Akibat atau dampak atau hasil yang terjadi pada pihak penerima atau komunikan.

2. Umpan-balik atau feedback, yakni tanggapan balik dari pihak penerima atau komunikan atas pesan yang diterimanya.

3. Noise atau gangguan, yakni faktor-faktor fisik ataupun psikologis yang dapat mengganggu atau menghambat kelancaran proses komunikasi.

**2.1.2.1.4Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi yang dilakukan manusia dapat terjadi jika didalamnya ada unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi itu sendiri. Unsur komunikasi itu sendiri terdiri dari berbagai elemen diantaranya adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc dalam bukunya, kalau unsur-unsur komunikasi itu dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Unsur Unsur Komunikasi**



Sumber: buku Komunikasi Organisasi, Arni Muhammad (1996, h.5)

**2.1.2.1.5 Tujuan Komunikasi**

Effendy, dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. Mengubah sikap (*to change a attitude*) Setiap pesan baik itu berupa berita atau informasi yang disampaikan secara luas baik secara antar personal dapat merubah sikap sasarannya secara bertahap.
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan(*to change the opinion*) Perubahan pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*) Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan (2003, h.55).

Komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat mengubah sikap, opini atau pendapat, perilaku bahkan mengubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.

**2.1.2.1.6 Hambatan Komunikasi**

Tidak selamanya komunikasi berjalan mulus tanpa hambatan. Kadang, hambatan turut mewarnai jalannya komunikasi. Hambatan itu timbul karena berbagai faktor. Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi menjelaskan hambatan-hambatan komunikasi sebagai berikut:

1. Gangguan (*Noise*)

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sebagai contoh ialah gangguan suara ganda (interfensi) pada pesawat radio, gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layar televisi, huruf yang tidak jelas, jalur huruf yang hilang atau terbalik atau halaman yang sobek pada surat kabar. Sedangkan gangguan semantik adalah jenis gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik ini tersaring ke dalam pesan istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, maka akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan semantik terjadi dalam sebuah pengertian.

1. Kepentingan

*Interest* atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi juga menentukan daya tanggap. Perasaan, pikiran dan tingkah laku kita merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

1. Motivasi Terpendam

*Motivation* atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda berbeda dengan orang lain, dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga karena motivasinya itu berbeda intensitasnya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasinya.

1. Prasangka

*Prejudice* atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan terberat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syakwasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, seperti sering kita dengar, melainkan juga terhadap agama, pendirian politik, pendek kata suatu perangsang yang dalam pengalaman pernah memberi kesan yang tidak enak. (2003, h.45)

Gangguan (*noise)* sering terjadi jika terdapat hambatan dalam penggunaan saluran komunikasi yang mengakibatkan tidak tersampaikannya pesan secara utuh sehingga menimbulkan kesalahan persepsi, atau ketidaksesuaian informasi antara komunikator dan komunikan. Lalu, hambatan kepentingan adalah hambatan yang berasal dari perbedaan kepentingan pelaku komunikasi.

Komunikator atau komunikan nantinya hanya akan menaruh perhatian kepada hal-hal yang sesuai dengan kepentingannya dan mengabaikan apa yang ia anggap tidak penting, sehingga pesan tidak tersampaikan seluruhnya, hal ini juga mirip dengan hambatan motivasi dimana komunikan menyeleksi pesan yang ingin ia terima. Sedangkan, hambatan prasangka adalah hambatan yang berasal dari pikiran komunikan. Jika komunikan sudah lebih dulu menilai komunikator sebelum komunikasi dilakukan, emosi akan memaksa komunikan untuk melihat komunikator berdasarkan apa yang ia sangkakan. Selain gangguan yang telah disebutkan diatas, bahasa juga kadang menjadi kendala. Terutama bagi anak tunarungu yang memiliki keterbatasan memahami bahasa karena kondisi ketunarunguannya. Sehingga, guru yang merupakan tenaga pendidik di Sekolah Luar Biasa harus menggunakan pendekatan dan teknik khusus yang dipahami oleh anak tunarungu.

* + - 1. **Public Relations**
				1. **Definisi Public Relations**

*Public Relations* atau Hubungan Masyarakat dapat diartikan sebagai hubungan public atau hubungan antara public. Secara harfiah public adalah sekelompok orang yang mempunyai minat dan kepentingan yang sama pada suatu sekelompok orang yang mempunyai minat dan kepentingan yang sama pada suatu hal, sedangkan relations adalah dalam bentuk jamak yang memiliki arti hubungan-hubungan. Dalam buku Hubungan Masyarakat Prinsip, Kasus dan Masalah karya Moore yang dialih bahasakan oleh Effendy mendefinisikan Humas ialah suatu filsafat sosial dari manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaannya beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik (2000, h.6).

Definisi menurut Cutlip, Center & Brown yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam buku Dasar-Dasar Public Relations adalah Public Relations merupakan fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya (2002, h.14).

Definisi public relations atau Humas di atas menyiratkan bahwa Humas merupakan kegiatan terencana yang bertujuan untuk membentuk persepsi atau pemahaman antar berbagai hubungan baik yang bersifat komersial maupun non komersial.

Definisi Public Relations menurut Jefkins dalam buku Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (1992, h.10).

Beberapa penulis mengungkapkan bahwa definisi Public Relation adalah fungsi manajemen yang mendukung pembinanaan serta menilai publik dalam mengidentifikasi kebijakan juga peringatan dini dalam menjaga komunikasi yang sehat untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Elvinaro Ardianto 2011; Rosady Ruslan 2010).

Dari definisi di atas dapat dilakukan analisis bahwa pada prinsipnya public relations menekankan pada suatu bentuk komunikasi, karena public relations merupakan bagian dari komunikasi ini tekanannya pada komunikasi organisasi yang sasaran komunikasinya adalah untuk publik didalam organisasi dan publik diluar organisasi, yang dimana landasan utama dari komunikasi ini adalah adanya saling pengertian diantara keseluruhan publik yang berkepentingan terhadap organisasi atau perusahaan tersebut, tetapi tidak terbatas pada saling pengertian saja melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya seperti contoh penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan perubahan tertentu.

Berdasarkan adanya saling pengertian tersebut diharapkan dapat tercapai tujuan yang spesifik yaitu dari kegiatan komunikasi public relations tercipta suatu kerjasama yang harmonis diantara kedua belah pihak baik dari publik terhadap organisasi atau perusahaan maupun sebaliknya sehingga timbul citra yang positif dan tujuan perusahaan secara keseluruhan tercapai.

*Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan publiknya, usaha untuk memberikan kesan yang menyenangkan sehingga timbul opini publik yang menguntungkan bagi kemajuan perusahaan atau organisasi. Semua itu dapat dilaksanakan oleh public relations dengan mewujudkan hal-hal yang positif tentang apa yang dilaksanakan dan direncanakan.

*Public Relations* ini mempunyai prinsip yang erat kaitannya dengan kebenaran, kejujuran, serta etika dan kepercayaan. Dari ketiga hal tersebut haruslah selalu dipegang teguh oleh para praktisi *public relations* dalam melakukan setiap kegiatannya.

* + - * 1. **Fungsi Public Relations**

Fungsi utama *public relations* yaitu menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya secara intern ataupun ekstern. Ruslan dalam bukunya Manajemen *Public Relations* dan Media komunikasi mengutip penjelasan Benny tentang tiga fungsi utama sebagai berikut:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melaksanakan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintergrasikan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (2006, h.19).

 Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek tentang fungsi *Public Relations* sebagai berikut:

1. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya.
2. Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul.
3. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum (1999, h.134-135).

 Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa seorang public relations berfungsi sebagai alat untuk mengupayakan yang terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan atau intansi, agar terciptanya hubungan yang harmonis dengan publiknya baik secara internal ataupun eksternal.

* + - * 1. **Eksternal dan Internal Public Relations**

Kegiatan *public relations* itu dibagi menjadi dua, yaitu kegiatan-kegiatan yang ditujukan keluar yang disebut dengan eksternal *public relations* dan kegiatan yang ditujukan kedalam disebut dengan internal *public relations.*

Publik eksternal adalah suatu kegiatan yang diarahkan kepada khalayak diluar perusahaan yang bertujuan untuk memperketat hubungan dengan orang-orang diluar perusahaan. Bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik diluar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Sesuai dengan sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seseorang atau suatu badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing akan saling membutuhkan satu sama lain. Hubungan keluar perlu dibina oleh perusahaan atau instansi seperti pemerintah, pelanggan, pers atau media termasuk kepada masyarakat sekitar.

Menurut Elvinaro dan Soemirat dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* mengatakan bahwa *Public Eksternal* adalah Publik yang berada diluar organisasi dan secara organik tidak berkaitan langsung dengan Perusahaan (2002:15).

Dalam ruang lingkup *public relations* secara eksternal, maka harus menggunakan komunikasi secara eksternal pula. Fungsi seorang *public relations* disini berfungsi sebagai penjalin hubungan dengan publik atau masyarakat diluar organisasi dalam kegiatan-kegiatan tertentu, dan hal ini dapat disebut dengan Humas eksternal.

Sedangkan publik internal adalah hubungan dengan publik yang berada di dalam organisasi atau perusahaan. Publik internal sasaran Humas terdiri atas orang-orang yang bergiat didalam organisasi, perusahaan atau instansi yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu. Apapun jenis organisasi, salah satu publik internnya adalah karyawan, karena suatu organisasi tidak mungkin tanpa karyawan, sebab merekalah yang menggerakkan atau menghidupkan organisasi. Maka dari itu hubungan dengan publik internal harus benar-benar dijaga dengan baik, agar semangat kerja karyawan dapat terjaga dengan baik dan dapat meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan.

Elvinaro dan Soemirat dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* mengatakan bahwa *public internal* adalah masyarakat yang berada di dalam organisasi dan melakukan aktivitas dalam organisasi yang berhubungan dengan kelangsungan hidup organisasi (2002, h.15).

Dapat disimpulkan bahwa fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan perusahaan atau organisasi dengan publiknya, baik secara publik eksternal dan internal dalam upaya menciptakan *good will*, kepercayaan dan kerjasama yang harmonis.

Dengan demikian komunikasi ini akan menghubungkan suatu perusahaan atau organisasi dengan lingkungannya, seperti pers, institusi pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain.

* + - 1. **Persepsi**
				1. **Definisi Persepsi**

Arti Persepsi menurut Bernard Berelson dirumuskan sebagai “proses seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia” (atau tentang sesuatu). Seseorang menjadi termotivasi untuk melakukan sesuatu dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapi.Menurut Jalaludin Rackhmat dalam buku psikologi komunikasi, persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Webster yang dikutip oleh Sutisna dalam bukunya, menyatakan bahwa persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif.Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu.Salah satu stimulus penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya).

Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya. Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (integration) yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Informasi pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus.

Persepsi menurut Khotler dan Armsrong adalah suatu proses yang mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan mengartikan informasi untuk memperoleh gambaran dunia yang berarti. Dalam hal ini yang dimaksud adalah seseorang yang termotivasi akan siap bereaksi. Bagaimana orang itu bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena perbedaan persepsi mereka terhadap situasi itu. Persepsi sebagai proses di mana individu memilih, merumuskan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

Deddy Mulyana menyebutkan secara garis besar persepsi manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

 a. Persepsi terhadap obyek (lingkungan fisik); sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menaggapi 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.

b. Persepsi terhadap manusia; melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan obyek dan lebih sulit diramalkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi dalam penelitian ini adalah tanggapan masyarakat Jakarta mengenai kebijakan operasionalisasi becak yang mana persepsi masyarakat tersebut dapat berupa persepsi terhadap sifat-sifat fisik/luar, dan persepsi terhadap manusia, baik itu persepsi dari sikap maupun penampilan dan lain sebagainya.

**2.1.2.2.2 Hakikat Persepsi**

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

1. Persepsi bukanlah cermin realitas : orang seringkali menganggap bahwa persepsi menyajikan satu pencerminan yang sempurna mengenai realitas atau kenyataan. Persepsi bukanlah cermin.pertama, indra kita tidak memberikan respons terhadap aspek-aspek yang ada di dalam lingkungan. Kedua, manusia seringkali melakukan persepsi rangsang-rangsang yang pada kenyataannya tidak ada. Ketiga, persepsi manusia tergantung pada apa yang ia harapkan, pengalaman, motivasi.
2. Persepsi : kemampuan kognitif yang multifaset: pada awal pembentukan proses persepsi, orang telah menentukan dulu apa yang akan diperhatikan. Setiap kali kita memusatkan perhatian, lebih besar kemungkinannya anda akan memperoleh makna dari apa yang kita tangkap, lalu menghubungkannya dengan 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. Beberapa orang psikolog melihat sesuatu. Beberapa orang psikolog melihat atensi sebagai sejenis alat saring *(filter)* yang akan menyaring semua informasi pada titik yang berbeda pada proses persepsi. (*Davidoff*, 1988, h.233-236).

**2.1.2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Jalaludin Rakhmatdalam bukunya Psikologi Komunikasi.Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Perhatian *(Attention)*

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

1. Faktor-faktor Fungsional

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

1. Faktor-faktor Struktural

Faktor-faktor structural (stimuli) yang menentukan persepsi berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek sadar (karakteristik fisik, warna, ukuran dan intensitas) yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. (2009, h52)

* + - 1. **Kebijakan**
				1. **Pengertian Kebijakan**

Kebijakan secara efistimologi, istilah kebijakan berasal dari bahasa inggris *“policy”.* Akan tetapi, kebanyakan orang berpandangan bahwa istilah kebijakan senantiasa disamakan dengan istilah kebijaksanaan. Padahal apabila dicermati berdasarkan tata bahasa, istilah kebijaksanaan berasal dari kata *“wisdom”.*

Kebijakan saat ini masih banyak berorientasi pada nasihat dan rancangan pada pakar dan kaum elit tanpa melibatkan masyarakat dalam suatu debat dan musyawarah publik. Pola kebijakan seperti ini masih dianggap sebagai kebijakan tradisional dan cenderung mengarah pada tindakan yang otoriter dan belum tercerahkan semangat musyawarah untuk mencapai mufakat dalam demokrasi yang sebenarnya.

Istilah kebijakan dalam bahasa inggris *policy* yang dibedakan dari kata *wisdom* yang berarti kebijaksanaan atau kearifan. Kebijakan merupakan pernyataan umum perilaku dari pada organisasi. Kebijakan membatasi ruang lingkup yang dalam dengan menetapkan pedoman untuk pemikiran pengambilan keputusan dan menjamin bahwa keputusan yang di perlukan akan memberikan sumbangan pemikiran terhadap penyelesaian tujuan menyeluruh.

Alfonsus Sirait, Manajemen, 1991:115, mendefinisikan:

“Kebijakan Merupakan Garis Pedoman Untuk Pengambilan Keputusan”

Kebijakan merupakan sesuatu yang bermanfaat, yang merupakan penyederhanaan sistem yang dapat membantu dan mengurangi masalah masalah dan serangkaian tindakan untuk memecahkan masalah tertentu, maka kebijakan dianggap sangat penting. Hal ini sejalan dengan pendapat Malayu S.P Hasibuan dalam bukunya manajemen dasar pengertian dan masalah yang menyatakan pentingnya kebijakan yaitu:

1. kebijakan merupakan kerangka dasar pemikiran dalam membimbing tindakan yang akan diambil untuk mencapai hasil yang diinginkan
2. kebijakan akan memberikan arti terhadap tujuan
3. kebijakan di pergunakan untuk menempatkan tujuan dari pada organisasi
4. kebijakan merupakan alat *delegation of authority* yang penting bagi pengorganisasian
5. kebijakan merupakan alat untuk mendapatkan wewenang

(Hasibuan,1996:99).

Berdasarkan uraian-uraian di atas, bahwa kebijakan sangat di perlukan karena kebijakan dipandang sebagai pedoman yang di pakai untuk mencapai tujuan dan hasil yang diharapkan sesuai dengan keputusan keputusan yang di buat.Kebijakan diciptakan untuk mengatur kehidupan masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

* + - * 1. **Implementasi Kebijakan**

Implementasi kebijakan pada prinsipnya merupakan cara agar sebuahkebijakan dapat mencapai tujuannya. Lester dan Stewart yang dikutip oleh Winarno, menjelaskan bahwa implementasi kebijakan adalah: “Implementasi kebijakan dipandang dalam pengertian luas merupakan alat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur dan teknik yang bekerja bersama-sama untuk menjalankan kebijakan guna meraih dampak atau tujuan yang diinginkan” (Lester dan Stewartdalam Winarno, 2002:101-102).

Jadi implementasi itu merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan dalam suatu keputusan kebijakan. Akan tetapi pemerintah dalam membuat kebijakan juga harus mengkaji terlebih dahulu apakah kebijakan tersebut dapat memberikan dampak yang buruk atau tidak bagi masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar suatu kebijakan tidak bertentangan dengan masyarakat apalagi sampai merugikan masyarakat.

Implementasi kebijakan menurut Nugroho terdapat dua pilihan untuk mengimplementasikannya, yaitu langsung mengimplementasikannya dalam bentuk program-program dan melalui formulasi kebijakan derivat atau turunan dari kebijakan tersebut (Nugroho, 2003:158). Oleh karena itu, implementasi kebijakan yang telah dijelaskan oleh Nugroho merupakan dua pilihan, dimana yang pertama langsung mengimplementasi dalam bentuk program dan pilihan kedua melalui formulasi kebijakan. Pengertian implementasi kebijakan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu implmentasi Van Meter dan Van Horn juga mengemukakan beberapa hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu implementasi, yaitu:

1. Ukuran dan tujuan kebijakan

2. Sumber-sumber kebijakan

3. Ciri-ciri atau sifat Badan/Instansi pelaksana

4.Komunikasi antar organisasi terkait dengan kegiatan-kegiatan pelaksanaan

5. Sikap para pelaksana, dan

6. Lingkungan Ekonomi, Sosial dan Politik (Meter dan Horn dalam Wahab, 2004:79)

Keberhasilan suatu implementasi menurut kutipan Wahab dapat dipengaruhi berdasarkan faktor-faktor di atas, yaitu:

Kesatu yaitu ukuran dan tujuan diperlukan untuk mengarahkan dalam melaksanakan kebijakan, hal tersebut dilakukan agar sesuai dengan program yang sudah direncanakan. Kedua, sumber daya kebijakan menurut Van Metter dan Van Horn yang dikutip oleh Agustino, sumber daya kebijakan merupakan keberhasilan proses implementasi kebijakan yang dipengaruhi dengan pemanfaatan sumber daya manusia, biaya, dan waktu (Meter dan Horn dalam Agustino, 2006:142).

Sumber-sumber kebijakan tersebut sangat diperlukan untuk keberhasilan suatu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Sumber daya manusia sangat penting karena sebagai sumber penggerak dan pelaksana kebijakan, modal diperlukan untuk kelancaran pembiayaan kebijakan agar tidak menghambat proses kebijakan. Sedangkan waktu merupakan bagian yang penting dalam pelaksanaan kebijakan, karena waktu sebagai pendukung keberhasilan kebijakan.Sumber daya waktu merupakan penentu pemerintah dalam merencanakan dan melaksanakan kebijakan.Ketiga, keberhasilan kebijakan bisa dilihat dari sifat atau ciri-ciri badan/instansi pelaksana kebijakan.

Hal ini sangat penting karena kinerja implementasi kebijakan publik akan sangat banyak dipengaruhi oleh ciri-ciri yang tepat serta cocok dengan para badan atau instansi pelaksananya. Menurut Subarsono kualitas dari suatu kebijakan dipengaruhi oleh kualitas atau ciri-ciri dari para aktor, kualitas tersebut adalah tingkat pendidikan, kompetensi dalam bidangnya, pengalamankerja, dan integritas moralnya (Subarsono, 2006:7).Keempat, komunikasi memegang peranan penting bagi berlangsungnya koordinasi implementasi kebijakan. Menurut Hogwood dan Gunn yang dikutip oleh Wahab bahwa: “Koordinasi bukanlah sekedar menyangkut persoalan mengkomunikasikan informasi ataupun membentuk struktur-struktur administrasi yang cocok, melainkan menyangkut pula persoalan yang lebih mendasar, yaitu praktik pelaksanaan kebijakan”. (Hogwood dan Gunn dalam Wahab, 2004:77).

Berdasarkan teori diatas maka Semakin baik koordinasi komunikasi diantara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu proses implementasi, maka terjadinya kesalahan-kesalahan akan sangat kecil untuk terjadi dan begitu pula sebaliknya. Kelima, menurut Van Meter dan Van Horn yang dikutip oleh Widodo, bahwa karakteristik para pelaksana adalah mencakup struktur birokrasi, norma norma, dan pola-pola hubungan yang terjadi dalam birokrasi (Meter dan Horn dalam Subarsono, 2006:101). Sikap para pelaksana dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab sebagai pelaksana kebijakan harus dilandasi dengan sikap disiplin.

Hal tersebut dilakukan karena dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan, setiap badan/instansi pelaksana kebijakan harus merasa memiliki terhadap tugasnya masing-masing berdasarkan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Keenam, dalam menilai kinerja keberhasilan implementasi kebijakan menurut Van Meter dan Van Horn yang dikutip oleh Agustino adalah sejauh mana lingkungan eksternal ikut mendukung keberhasilan kebijakan publik yang telah ditetapkan, lingkungan eksternal tersebut adalah ekonomi, sosial, dan politik. (Meter dan Horn dalam Agustino, 2006:144). Lingkungan ekonomi, sosial dan politik juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu implementasi.

**2.1.2.3.3 Faktor Pendukung Implementasi Kebijakan**

Menurut Budi Winarno implementasi kebijakan bila dipandang dalam pengertian yang luas, merupakan: “ Alat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur, dan teknik yang bekerja bersama-sama untuk 17menjalankan kebijakan guna meraih dampak atau tujuan yang diinginkan” (Winarno 2002:102).

Adapun syarat-syarat untuk dapat mengimplementasikan kebijakan negara secara sempurna menurut teori implementasi Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gun yang dikutif oleh abdul wahab, yaitu :

a.Kondisi eksternal yang dihadapi oleh badan atau instansi pelaksana tidak akan mengalami gangguan atau kendala yang serius. Hambatan-hambatan tersebut mungkin sifatnya fisik, politis dan sebagainya.

b. Untuk pelaksanaan program tersedia waktu dan sumber-sumber yang cukup memadai.

c.Perpaduan sumber-sumber yang diperlukan benar-benar tersedia;

d.Kebijaksanaan yang akan diimplementasikan didasarkan oleh suatu hubungan kausalitas yang handal.

e.Hubungan kausalitas bersifat langsung dan hanya sedikit mata rantai penghubungnya.

f.Hubungan saling ketergantungan kecil.

g.Pemahaman yang mendalam dan kesepakatan terhadap tujuan.

h.Tugas-tugas diperinci dan ditempatkan dalam urutan yang tepat.

i.Komunikasi dan koordinasi yang sempurna.

j.Pihak-pihak yang memiliki wewenang kekuasaan dapatmenuntut dan mendapatkan kepatuhan yang sempurna.(Hogwood dan Lewis dalam Wahab 1997:71-78 ).

Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tidak hanya ditujukan dan dilaksanakan untuk intern pemerintah saja, akan tetapi ditujukan dan harus dilaksanakan pula oleh seluruh masyarakat yang berada di lingkungannya. Menurut James Anderson, masyarakat mengetahui dan melaksanakan suatu kebijakan publik dikarenakan :

1. Respek anggota masyarakat terhadap otoritas dan keputusan-keputusan badan-badan pemerintah;
2. Adanya kesadaran untuk menerima kebijakan;
3. Adanya keyakinan bahwa kebijakan itu dibuat secara sah, konstitusional, dan dibuat oleh para pejabat pemerintah yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan;
4. Sikap menerima dan melaksanakan kebijakan publik karena kebijakan itu lebih sesuai dengan kepentingan pribadi;
5. Adanya sanksi-sanksi tertentu yaang akan dikenakan apabila tidak melaksanakan suatu kebijakan. (Sunggono, 1994:23)

Berdasarkan teori diatas bahwa faktor pendukug implementasi kebijakan harus didukung dan diterima oleh masyarakat, apabila anggota masyarakat mengikuti dan mentaati sebuah kebijakan maka sebuah implementasi kebijakan akan berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan tanpa ada hambatan-hambatan yang mengakibatkan sebuah kebijakan tidak berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

**2.1.2.5 Pengertian Masyarakat**

Beberapa pengertian dari para ahli, salah satunya oleh RalphLinton (Soekanto, 2003: 24) masyarakat merupakan sekolompok manusia yang telah hidup dan bekerja sama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. Sementara itu menurut Selo Soemardjan (Soekanto,2003:4) menyatakan masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan.

Pengertian manusia yang hidup bersama dalam ilmu sosial tidak mutlak jumlahnya, bisa saja dua orang atau lebih. Manusia tersebut hidup bersama dalam waktu yang cukup lama, dan akhirnya melahirkan manusia-manusia baru yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Hubungan antara manusia itu, kemudian melahirkan keinginan, kepentingan, perasaan, kesan, penilaian dan sebagainya. Keseluruhan itu kemudian mewujudkan adanya system komunikasi dan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antara manusia dalam masyarakat tersebut. Dalam sistem hidup tersebut, maka munculah budaya yang mengikat antara satu manusia dengan lainnya.

* + - 1. **Sekilas Mengenai Kebijakan Operasionalisasi Becak**

Gubenur DKI Jakarta Anies Baswedan menghidupkan kembali moda transportasi becak di Jakarta yaitu kebijakan mengenai operasionalisasi becak di Jakarta. Becak ini lah yang akan digunakan oleh masyarakat Jakarta seperti ibu-ibu atau pedagang dan pembeli yang habis berbelanja ke pasar, juga sebagai antar jemput anak sekolah. Oleh karena itu Anies Baswedan akan menyediakan becak di tempat-tempat tersebut yang masih di butuhkan oleh warga. Becak tersebut tidak akan merambah ke jalan-jalan besar. Sebab masyarakat memiliki moda transportasi alternative untuk menuju tempat yang lebih jauh.

Becak nantinya akan menjadi angkutan lingkumgan dan dapat beroperasi di rute yang ditentukan dengan begitu jumlahnya juga bisa dikontrol. Dengan adanya kebijakan selalu ada pro dan kontra dari masyarakat, dengan begitu Anies Baswedan ingin membuktikan bahwa kebijakannya tersebut berjalan sesuai dengan tujuan nya.

* + 1. **Kerangka Teoretis**

Padakerangka teoretis ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam kerangka teoritis ini. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Mengacu pada sumber yang diperoleh, menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, bahwa “Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indra manusia (indra peraba, pencim, penglihatan dan pendengar), atensi dan interpretasi” (2007, h.181). untuk timbulnya suatu persepsi yang mengkombinasikan fungsi-fungsi alat indra yang dimiliki oleh mausia. Menurut Deddy Mulyana, Proses terbentuknya persepsi dengan melalui 3 tahap yaitu :

1. **Sensasi**

Sensasi adalah proses pengiriman pesan ke otak melalui panca indera yaitu mata, hidung, telinga, lidah, kulit. Panca idra adalah reseptor yang menghubngkan otak kita dengan lingkungan sekitar. Informasi yang kita tangkap dari proses melihat, mencium, mendengar, merasakan, dan meraba untuk dapat menghasilkan persepsi terhadap sesuatu. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperature dan ekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa.Lalu rangsangan ini dikirim ke otak. Maka pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari, seseorang tidak lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis dan api itu membakar. Semua indera itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan: oleh karena otak menrima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan merupakan indera yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesn verbal ke otak untuk ditafsirkan.Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek, suara diterima dari semua arah.Penciuman, sentuhan, dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti lewat bau parfum yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam pantai.

1. **Atensi**

Atensi adalah suatu tahap dimana kita memperhatikan informasi yang telah ada sebelum kita menginterpretasikannya.Atensi tidak terelakan karena sebelum kita merespons atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting dari pada yang tidak perhatian kita.Rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya.Ini juga berlaku untuk manusia, orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh.Atensi atau perhatian juga dapat dikatakan sebagai keterbukaan kita untuk memilih sesuatu. Beberapa orang psikologi melihat atensi sebagai sejenis alat saring (filter) yang akan menyaring semua informasi pada titik-titik yang berbeda pada proses persepsi.

1. **Interpretasi**

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita.Namun kita tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut.Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan mengetahui mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Interpretasi juga dapat dikatakan sebagai proses subjektif menjelaskan persepsi untuk menetapkan maknanya kepada semua objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang mereka katakana dan lakukan.

Sensasi, atensi dan interpretasi adalah tahapan-tahapan yang dilalui untuk menghasilkan persepsi, semakin sama persepsi setiap orang, maka semakin efektif komunikasi yang dilakukan. Persepsi setiap orang akan sama jika pola pikir mereka sama.

Persepsi juga dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indera disertai adanya suatu pengalaman, peristiwa yang sedang terjadi dan menimbulkan sebuah pesan, seperti pengindraan kita mengenai lingkungan sangat mempengaruhi terjadinya suatu persepsi akibat perubahan yang terjadi. Maka dari itu peneliti mengambil teori ini karena teori ini lebih mengarah dengan apa yang di teliti seperti persepsi masyarakat mengenai kebijakan operasionalisasi Becak di Jakarta.

* + 1. **Kerangka Pemikiran**

Kebijakan operasionalisasi becak yang di buat oleh Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan manuai pro dan kontra terhadap masyarakat Jakata.Dimana becak di perbolehkan kembali di Kota Jakarta dengan jalur-jalur tertentu seperti pasar, jalanan yang masih belum terjangkau transportasi.Kebijakan becak di Jakarta di buat saat Gubernur Anies Baswedan dan Wakil Gubernur Sandiaga Uno menjabat.

Masyarakat adalah makhluk sosial dimana selalu antusias terhadap suatu hal terutama terhadap kebijakan baru dimana disetiap pergantian Gubernur akan ada kebijakan yang baru. Tentunya dengan adanya kebijakan tersebut untuk pembangunan kota Jakarta yang semakin lebih baik dan maju. Apa yang mereka rasakan dan lihat dapat menimbulkan suatu kesan atau pesan yang dituangkan dalam sebuah pendapat (persepsi). Persepsi merupakan pengamatan yang dilakukan seseorang dimana persepsi tersebut memerlukan suatu rangsangan yang disebut dengan indra (pengindreaan) baik apa yang dilihat, didengar dan dirasakan.

Persepsi merupakan stimulus yang diindra oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindra. Dengan kata lan persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi atau pandangan masyarakat Kota Jakarta melalui stimulus serta rangsangan khalayak dan respon baik itu respon positif serta negative mengenai Kebijakan Operasionalisasi Becak di Jakarta.Maka dari itu, peneliti menggunakan Studi Deskriptif dalam melakukan penelitian dan berlandaskan teori dari Deddy Mulyana mengenai persepsi sebagai teori pendukung dalam menganalisis persepsi masyarakat Jakarta mengenai Kebijakan Operasionalsasi Becak di Jakarta.

1. **Sensasi**

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

Tahap pertama ini untuk mengetahui pendapat, pandangan serta keluh kesah masyarakat Jakarta mengenai Kebijakan Operasionalisasi Becak di Jakarta.

1. **Atensi**

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

Pada tahap ini masyarakat memproses atau memperhatikan pesan yang disampaikan Gubernur DKI Jakarta dan peneliti ingin mengetahui reaksi masyarakat Jakarta mengenai Kebijakan Operasionalisasi Becak di Jakarta.

1. **Interpretasi**

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

Pada tahap ini masyarakat dapat mengartikan semua yang telah didapatkan dari sudut pandang yang berbeda-beda mengenai Kebijakan Operasionalisasi Becak di Jakarta.

Menurut pengertian diatas, yang menjadi tujuan dari suatu perubahan terhadap masyarakat yang merasakan dan melihat, serta sensasi dalam melaksanakan tujuan tersebut, atensi atau perhatian yang diproses dan diterima oleh masyarakat melalui Kebijakan Operasionalisai Becak di Jakarta ini dapat diterima dengan baik, dan interpretasi yang didapatkan masyarakat terhadap kebijakan operasionalisasi becak oleh Gubernur Anies Baswedan tersebut.

**Gambar 2.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran.**

Persepsi Masyarakat Jakarta

 Mengenai Kebijakan Operasionalisasi Becak

Teori Persepsi (Perception Theory)

(Bernard Berelson)

Sensasi

Atensi

Interpretasi

**(Sumber: modifikasi peneliti dan pembimbing 2018)**