**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Kajian Literatur**

**2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti mengambil berbagai sumber sebagai referensi. Referensi dari buku hingga beberapa acuan dari penelitian terdahulu sebagai perbandingan dengan penelitian ini, antara lain :

**Tabel 2.1.**

**Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nama Peneliti** | Fitriani Solihat . Public Relations. Universitas Pasundan Bandung. | Larasati Nur Azizah. Public Relations. Universitas Padjajaran. | Lazuardi Irham. Public Relations. Universitas Padjajaran. |
| **Judul Penelitian** | Persepsi Masyarakat Meengenai Pencalonan Ridwan Kamil Sebagai Gubernur Jawa Barat | Manajemen Kampanye Politik Anies Baswedan- Sandiaga Uno dalam Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017 | Strategi Kampanye Politik Oleh Pasangan Rido Dalam Pemilukada Kota Bandung 2013 |
| **Metode Penelitian** | Deskriptif Kualitatif | Deskriptif Kualitatif | Deskriptif Kualitatif |
| **Tujuan Penelitian** | Untuk mengetatui bagaimana persepsi masyarat terhadap Pencalonan Ridwan Kamil sebagai Gubernur Jawa Barat | Untuk menggambarkan manajemen kampanye politik Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dalam pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017 yang meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. | Untuk mengetahui strategi kampanye politik yang dilakukan oleh tim pemenangan pasangan Ridwan Kamil- Oded M.Danial dalam menghadapi pemilihan umum Walikota Bandung periode 2013-2018. |
| **Hasil Penelitian** | Hasil dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung kurang setuju Ridwan Kamil menjadi Gubernur Jawa Barat, masyarakat lebih menginginkan Ridwan Kamil tetap menjadi Walikota Bandung selama satu periode lagi | Menunjukan bahwa pada tahap perencanaan tim kampanye mengawali dengan analisis dan riset mengenai kondisi pemilih. Segementasi dilakukan berdasarkan demografi, geografi, ideologi dan perilaku dengan sasaran utama golongan tengah-kanan dan pemilih pemula. | Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui stretegi kampanye politik Ridwan Kamil dan Oded M.Danial yaitu dengan kampanye direct selling, figur, pencitraa serta menggunakan media sosial. |

**2.1.2. Kerangka Konseptual**

**2.1.2.1. Pengertian Komunikasi Politik**

Kajian komunikasi politik bersifat dimensional dan kasuistik karena berkaitan dengan berbagai macam problem dan kompleksitas permasalahan. Tidak hanya berkisar pada pembahasan proses komunikasi yang memuat pesan-pesan politik, tetapi juga membahas bagaimana komunikasi dapat berlangsung dalam suatu sistem politik atau sistem pemerintahan yang mencakup bahasan-bahasan bagaimana sistem itu dapat dipertahankan dan dapat berlanjut dari satu generasi ke generasi berikutnya. Bahasan sistem berkaitan pula dengan transformasi nilai-nilai yang dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi dan pendidikan politik.

Bahasan tentang komunikasi politik pun tidak hanya berkisar dalam suatu intranegara, tetapi melintas batas wilayah sistem ekstranegara sehingga akan bertemu berbagai sistem dan akan saling mempengaruhi antara satu dan lainnya. Hal ini sebagai akibat temuan teknologi canggih dibidang komunikasi. dalam kondisi ini, transmisi pesan komunikasi melintas determinan-determinan geografis, geopolitik dan geokultur sehingga akan membaurnya berbagai sistem nilai yang berakibat sistem nilai setiap negara akan berada di ambang kesemuan dan akan mengacu pada lunturnya identitas suatu sistem apabila suatu negara yang berada dalam sistem tersebut tidak memiliki daya tangkal yang kuat. Kondisi ini yang kita kenal dengan sebutan era globalisasi. Maswardi Rauf (1993) menyebutkan bahwa :

komunikasi Politik sebagai objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu yang berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah dan aktivitas komunikator sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dibagi dalam dua dimensi, yakni (1) sebuah kegiatan politik: penyampian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain; (2) kegiatan ilmiah: kegiatan politik dalam sistem politik.

**2.1.2.2. Bentuk- Bentuk Komunikasi Politik**

Terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuan politiknya (Arifin, 2003: 65-98), yaitu :

1. Retorika. Berasal dari bahasa Yunani- *rhetorica,* yang berarti seni berbicara. Asalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling memengaruhi sehingga bersifat kegiatan antarpesona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa, yaitu berpidato kepada orang banyak (khalayak).
2. Agitasi Politik. Berasal dari bahasa Latin, agitare. Artinya, bergerak atau menggerakan, dalam bahasa inggris, agitation. Menurut Harbert Blumer, agitasi dilakukan untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan, dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat, kemudian menggerakan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) dengan tujuan menimbulkan kegelisahan dikalangan massa. Orang yang melakukan agitasi disebut agitator.
3. Propaganda. Berasal dari bahasa Latin, *propagare* (menanamkan tunas suatu tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penebaran agama Katholik . propagandi adalah orang yang melakukan propaganda, yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar. Biasanya, dilakukan oleh para politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam memberikan sugesti kepada khalayak yang menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti (sugestivitas).
4. *Public Relations* (PR) *Politik.* Tujuan PR politik adalah menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka dan akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator dan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).
5. Kampanye Politik. Bentuk komunikasi yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politikdari rakyat atau pemilih. Kampanye politik memiliki ciri-ciri: sumber yang melakukannya selalu jelas; waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi; sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak; tujunnya tegas,variatif serta spesifik; modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi; modus tindakannya diatur kaidah dan kode etik; mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.
6. Lobi Politik. Isitilah lobi sendiri sesugguhnya tempat para tamu menunggu untuk berbincanng-bincang dihotel karena yang hadir para politikus yang berbincangan politik *(plitical lobbying)* terjadi dialog (komunikasi antar pesona) secara informal namun penting. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsensus.
7. Lewat Media Massa. Menurut McLuhan, sebagai perluasan pancaindra manusia *(sense extention theory)* dan sebagai media pesan *(the medium in the message)* dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik; untuk khalayak yang lebih luas yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

**2.1.2.3. Tujuan Komunikasi Politik**

Secara umum, tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam sebuah sistem politik tertentu oleh komunikator politik kepada komunikan politik. Namun, secara khusus para ilmuan memberikan batasan yang eksplisit tentang tujuan komunikasi politik ini sebagai berikut.

1. Citra politik

Menurut Robert (1977) Arifin 2003:105)

komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat dan perilaku tertentu, tetapi cenderung memengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan. Citra (image) adalah gambaran seseorang (figur) yang tersusun melalui persepsi yang bermakna melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan.

1. Pendapat umum

Pendapat umum adalah hasil interaksi antara orang-orang dalam suatu kelompok. Wyte menyebut pendapat umum sebagai suatu sikap rakyat terhadap suatu masalah yang menyangkut kepentingan umum. Maka itu, pendapat umum dapat diperincikan sebagai (1) pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian dan harapan-harapan dari individu, kelompok dalam masyarakat tentang masalah yang berhubungan dengan kepentingan umum atau persoalan sosial; (2) hasil interaksi, diskusi atau penilaian sosial antarindividu berdasarkan pertukaran pikiran secara sadar dan rasional; (3) pendapat umum akan dapat dikembangkan, diubah dan dibentuk oleh media massa; (4) bisa dilakukan pada penganut demokrasi (keterbukaan).

1. Partisipasi Politik

Menurut Kevin R. Hardwick, partisipasi politik sebagai perhatian dari warga negara yang berupaya menyampaikan kepentingan-kepentingnnya terhadap pejabat publik.

1. Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik sebagai suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapat orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah laku.

1. Pendidikan Politik

Pendidikan Politik adalah usaha menanamkan, mengubah atau mempertahankan sistem nilai atau orientasi politik dengan mengaktifkan proses sikap, perilaku, sistem berfikir, serta pandangan seseorang atau kelompok, baik kader, simpatisan maupun masyarakat umum, yang dilakukan oleh politikus, profesional dan aktivis (sebagai komunikator politik) atau lembaga (organisasi) sebagai partai politik.

1. Rekrutmen Politik

Rekrutmen politik adalah suatun usaha untuk mengajak individu-individu masuk ke dalam orientasi dan nilai politik yang pada akhirnya menjadikan anggota politik, baik sebagai simpatisan sampai menjadi kader politik dan pengurus organisasi politik.

**2.1.2.4. Komponen Komunikasi Politik**

Ketiga komponen dalam komunikasi lahir dari jawaban atas pertanyaan verbal Lasswell, *who* menunjukan jawaban atas perlunya komunikator dalam proses komunikasi, *says what* menunjukan pesan, dan *to whom* mengarahkan pada harus adanya komunikan.

1. Komunikator Politik

Seperti halnya perspektif komunikasi secara umum, komunikator dalam politik dapat dikategorikan sebagai pemberi pesan politik. Pengategorian ini berangkat dari perspektif umum bahwa komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan politik dari komunikator kepada komunikan politik.

1. Pesan politik

Komponen komunikasi yang terpenting setelah komunikator adalah pesan. Pesan sebagai fenomena yang berjalan pada rute perputarannya pada suatu saluran yang menghubungkan dua sumber /penerima atau lebih.

1. Komunikan Politik

Komponen terpenting ketiga dalam proses komunikasi adalah komunikan atau penerima pesan. Penempatan komunikan dan komunikator politik dalam berkomunikasi dapat menjadi tolak ukur untuk menilai sistem politik yang dianut oleh suatu negara.

**2.1.3. Tinjauan Tentang *Public Relations* Politik**

**2.1.3.1. Definisi *Public Relations* Politik**

Public Relations Politik merupakan bagian dari ranah kajian Komunikasi Politik. Perkembangan teknologi yang makin maju ini membuat pola hubungan organisasi politik dengan Publik internal maupun eksternal pun berjalan semakin maju dan modern, sehingga pendekatan PR politik pun menjadi kebutuhan yang tidak terelakan. Munculnya era demokrasi yang memungkinkan semua warga negara untuk memperoleh kebebasan berkumpul dan mengeluarkan pendapat, baik lisan maupun tulisan.

PR Politik dapat dipahami sebagai sebuah kekhususan proses *Public Relations* yang berupaya membangun komunikasi dengan publik internal dan publik eksternal organisasi dalam suatu lingkungan politik dengan melibatkan komponen-komponen dan sumber daya politik untuk mengelola sejumlah isu agar mendapatkan perhatian, dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah untuk memperoleh kesepahaman *(mutual understanding)* dengan berbagai pihak dalam upaya perwujudan tujuan politik dari sebuah organisasi.

**2.1.3.2. Karakteristik PR Politik**

PR Politik memiliki karakteristik yang khas dalam membangun hubungan dengan publik internal dan publik eksternal. adapun karakterstiknya adalah sebagai berikut.

1. Komunikasi bertujuan *(purposful communication).* Artinya, PR Politik biasanya diarahkan untuk mencapai tujuan khusus dalam kepentingan politik organisasi. Misalnya bertujuan untuk mengajukan dukungan atau tuntutan politik kepada pihak lain.
2. Intensionalitas (intensionality). Artinya, PR Politik secara dan sadar menjalankan proses komunikasi untuk mempengaruhi lingkungan politik.
3. Adanya mekanisme yang sistemtik. Artinya, PR Politik biasanya tak berjalan sporadis, tetapi dilakukan dengan rencana yang terarah, sistematis, dan berkesinambungan dalam pencapaian tujuan organisasi.

**2.1.3.3. Manfaat Khusus PR Politik**

1. PR Politik dapat membangun kohesivitas kelompok dengan lingkungan internal dan lingkungan eksternal secara lebih alamiah karena dilakukan secara terencana, teratur, dan berkesinambungan.
2. PR Politik dapat menjadi cara atau tekik penyerahan tuntutan apapun dukungan sebagai *input* yang lazimnya digunakan dalam sistem politik.
3. PR Politik dapat menjadi penghubung antara pemerintah dan rakyat misalnya, dalam rangka memobilisasi sosial, implementasi hubungan, kepatuhan dan integritas.
4. PR Politik dapat menjalankan fungsi sosialisasi kepada warga masyarakat. Sosialisasi dapat dipahami sebagai transmisi nilai-nilai politik dari satu generasi ke generasi berikutnya.
5. PR Politik bermanfaat dalam mengoodinasikan tata nilai politik yang diinginkan oleh lembaga, sehingga memungkinkan munculnya homogenitas antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

**2.1.3.4. Proses Persepsi**

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain. Persepsi juga bisa diartikan sebagai proses. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi.

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

**Gambar 2.2. Bagan Proses Persepsi**

1. Terjadinya stimulasi alat indra

Pada tahap pertama, alat-alat indra distimulasi (dirangsang), kita mendengar suara musik kita melihat orang yang telah lama tidak kita jumpai, kita mencium parfum orang yang berdekatan dengan kita. Meskipun memiliki kemampuan pengindraan untuk merasakan stimulus (rangsangan), kita tidak selalu mengunakannya.

1. Stimulus terhadap alat indra

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

1. Stimulus alat indra ditafsirkan-dievaluasi

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

**2.1.3.5. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Jalaludin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi (2009:52) banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antaralain 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 mengkonsentrasi diri pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lain. (2009:52)

1. Faktor-faktor Fungsional

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

1. Faktor-faktor Struktural

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

**2.1.4. Tinjauan Tentang Masyarakat**

**2.1.4.1. Pengertian Masyarakat**

Menurut Koentjaraningrat ( 1999: 147), masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Masyarakat merupakan sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Menurutt seorjono soekanto ( 2002 : 148), masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang melakukan interaksi berdasarkan hubungan-hubungan tersebut serta pola-polanya sesuai dengan kepentingan manusia dan kelompoknya yang terlihat dari adanya suatu identitas bersama.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan pengertian masyarakat adalah sekelompok manusia yang hidup bersama dan menempati suatu wilayah tertentu dan menjalankan hubungan diantaranya dengan menjalankan suatu fungsi-fungsi tertentu yang saling menentukan satu sama lain.

**2.1.4.2. Ciri-Ciri Masyarakat**

Masyarakat merupakan suatu kelompok manusia yang secara nyata ada maupun fiktif bertempat di wilayah tertentu, dimana anggota-anggotanya memiliki kepentingan tertentu, mempunyai suatu kesamaan perasaan bahwa hanya dengan hidup demikianlah maka kebutuhan-kebutuhan pokok untuk kelangsungan hidupnya dapat terpenuhi,. Menurut Soekanto (2002 : 150-151), ada beberapa unsur yang dapat dijadikan ciri suatu kelompok masyarakat, yaitu :

1. Seperasaan

Unsur perasaan akibat seseorang berusaha untuk mengidentifikasikan dirinya dengan sebanyak mungkin orang dalam kelompok tersebut, sehingga kesemuanya dapat menyebutkan dirinya sebagai “kelompok kami”, “perasaan kami” dan sebagainya.

1. Sepenanggungan

Setiap indvidu sadar akan perannya dengan kelompok dan masyarakat sendiri memungkinkan perannya, daam kelompok dijalankan, sehingga dia mempunyai kedudukan yang pasti dalam darah dagingnya sendiri.

1. Saling memerlukan

Individu yang btergabung dlam masyarakat setempat merasakan dirinya tergantung pada komunitasnya yang meliputi kebutuhan fisik maupun kebutuhan psikologis.

Sementara itu menurut Koentjaraningrat (1998 : 192), masyarakat merupakan sekelompok manusia yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu sebagai suatu kesatuan hukum, terorganisir, memiliki lembaga baik formal maupun non formal, dan berkaitan dengn hukum dan pemerintahan, memiliki wewenang untuk mengatur dann mengurus rumah tangganya dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

Menurut Beratha (2001 : 22-24), beberapa karakteristik masyarakat desa yang terkait dengan etika dan budaya adalah sebagai berikut :

1. Sederhana

Sebagaian besar masyarakat desan hidup daam kesederhanaan. Pada umumnya kesederhanaan ini terjadi karena secara ekonomi memang tidak mampu dan secara budaya memang tidak senang menyombongkan diri.

1. Mudah curiga

Secara umum. Masyarakat desa akan menaruh curiga pada hal-hal baru diluar dirinya yang belum dipahaminya dam seseorang/sekelompok yang bagi komunitas mereka dianggap “asing”

1. Menjunjung tinggi *“ungguh-ungguh”*

Sebagai “orang Timur”, orang desa sangat menjunjung tinggi kesopanan atau “*ungguh-ungguh”* apabila :

1. Bertemu dengan tetangga
2. Berhadapan dengan pejabat
3. Berhadapan dengan orang yang lebih tua/dituakan
4. Berhadapan dengan orang yang lebih mampu secara ekonomi
5. Berhadapan dengan orang yang tinggi tingkat pendidikannya
6. Lugas

Lugas atau berbicara apa adanya dalah ciri khas bagi masyarakat desa. Mereka tidak peduli apakah ucapannya menyakitkan atu tidak bagi oranglain karena mereka tidak berniat untuk menyakiti oranglain.

1. *Guyub*, kekeluargaan

Sudah menjadi karakteristik khas bagi masyarakat desa bahwa suasana kekeluargaan dan persaudaraan telah “mendarah-daging” dalam hati mereka

1. Perasaan “minder” terhadap orang kota

Suatu fenomena yang ditampakkan oleh masyarakat desa, baik secara langsung ataupun tidak langsung ketika bertemu/bergaul dengan orang kota adalah perasaan midernya yang cukup besar. Biasanya mereka cenderung untuk diam/ tidak banyak bicara.

1. Menghargai orang lin

Masyarakt desa benar-benar memperhitungkan kebaikan oranglain yng pernah diterimanya sebagai patokan untuk membalas budi sebesar-besarnya. Balas budi ini tidak selalu dalam wujud material tetapi juga dalam bentuk penghargaan sosial.

1. Jika diberi janji, akan selalu diingat

Bagi masyarakat desa, janji yang pernah diucapkan seseorang/komunitas tertentu akan sangat diingat oleh mereka terlebih berkaitan dengan kebutuhan mereka. Hal ini didasari oleh pengalaman/trauma yng selama in mereka alami, khususnya terhadap janji-janji terkait dengan program pembangunan di daerahnya. Sebaliknya bila janji itu tidak ditepati, bagi mereka akan menjadi “luka dalam” yang begitu membekas di hati dan sulit menghapuskannya.

1. Suka gotong-royong

Salah satu ciri khas masyarakat desa yang dimiliki di hampir seluruh indonesia adalah gotong royong, tanpa harus dimintai pertolongan, serta merta mereka akan bahu-membahu meringankan beban tetangga yang sedang punya hajatan.

1. Demokratis

Sejalan dengan adanya perubahan struktur organisasi di desa, pengambilan keputusan terhadap suatu kegiatan pembangunan selalu dilakukan melalui mekanisme musyawarah mufakat. Peran BPD (Badan Perwakilan Desa) sangat pnting dalam mengakomodasi pendapat/input dari warga.

1. Religius

Masyarakat pedesaan dikenal dengan sangat religius. Artinya dalam keseharian mereka taat menjalankan ibadag agamanya. Secar kolefektif, merke juga mengakualisasi diri ke dalam kegiatan budaya yang bernuansa keagamaan. Misalnya : Tahlilan, Rajaban, dan Jum’at Kliwon.

**2.1.5. Kerangka Teoritis**

**2.1.5.1. Definisi Persepsi**

Persepsi meliputi *pengindraan* (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar­), *atensi*, dan *interpretasi.* Menurut J. Cohen“Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana.” Sedangkan Persepsi menurut Deddy Mulyana adalah :

Proses yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilku kita. (2007:179)

Kenneth K. Sereno dan Edward M Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu: *seleksi, organisasi,* dan *interpretasi.* yang dimaksud *seleksi* sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi,* sedangkan oorganisasi melekat pada *interpretasi,* yang dapat didefinisikan sebagai “meletakan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna.” Sebenarnya, ketiga tahap persepsi (sensasi, atensi, dan intrepretasi atau seleksi, organisasi dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai.

Untuk lebih memahami persepsi, berikut beberapa adalah beberapa definisi lain persepsi:

*Brian Fellows:*

Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.

*Joseph A. De Vito:*

Persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

Sensasi adalah proses pengiriman pesan ke otak melalui panca indra yaitu mata, hidung, telinga, lidah, kulit. Panca indra adalah reseptor yang menghubungkan 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 tekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan ini dikirim ke otak. Maka pesan yang dikirim ke otak harus dipelajari, seseorang tidak lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis dan api itu membakar. Semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan merupakan indra yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek. Penciuman, sentuhan, dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti lewat bau parfume yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam pantai.

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 mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk oranglain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang cenderung menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita. Rangsangan yang seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya. Ini juga berlaku untuk manusia: orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapt menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung; melainkan menginterpretasikan makna setiap informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Banyak rangsangan sampai kepada kita melalui pancaindra kita, namun kita tidak mempersepsi semua itu secara acak. Alih-alih, kita mengenali objek-objek tersebut sebagai spesifik dan kejadian-kejadian tertentu sebagai spesifik dan kejadian-kejadian tertentu sebagai memiliki pola tertentu. Karena persepsi kita menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang kita terima.

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

**2.1.5.2. Macam-macam Persepsi**

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia.

1. Persepsi terhadap lingkungan fisik

Persepsi orang terhadap lingkungan fisik tidaklah sama, dalam arti berbeda-beda karena dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

1. Latar belakang pengalaman
2. Latar belakang budaya
3. Latar belakang psikologis
4. Latar belakang nilai keyakinan dan harapan
5. Persepsi terhadap manusia (lingkungan sosial)

Persepsi terhadap manusia atau persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Dengan kata lain, setiap orang mempunyai prsepsi yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

**2.1.5.3. Hakikat Persepsi**

Menurut Davidoff yang diterjemahkan oleh Marl Juniati Hakekat yang dijelaskan dalam buku Psikologi Suatu Pengantar persepsi ada 3 yaitu :

1. Persepsi bukanlah cermin realitas : orang yang seringkali mengganggap bahwa persepsi menyajikan suatu pencerminan yang sempurna mengenai realitas atau kenyataan. Persepsi bukanlah cerminan. Pertama, indra kita tidak memberikan respon terhadap aspek-aspek yang ada di dalam lingkungan. Kedua, manusia seringkali melakukan persepsi rangangan-rangangan 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 : peranannya pada persepsi : atensi atau perhatian adalah keterbukaan kita untuk memilih sesuatu. Beberapa orang psikolog melihat atensi sebagai sejenis alat saring (filter) yang akan menyaring semua informasi pada titik-titik yang berbeda pada proses persepsi. (1998: 233-236)

**2.2. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah sebuah dasar berpikir yang memberikan gambaran singkat mengenai tahapan dalam penelitian dari awal hingga akhir yang kemudian akan dijadikan asumsi dan kemungkinan terjadinya penalaran terhadap masalah yang duajukan.

Peneliti menggunakan teori Persepsi sebagai landasan teori dalam menyelesaikan penelitian ini. Jenis penelittian ini adalah penelitian kualitatif, peneliti dapat meneliti Persepsi Masyarakat Mengenai Pencalonan Ridwan Kamil Sebagai Gubernur Jawa Barat dengan pendekatan deskriptif. Teori persepsi menurut Jalaluddin Rakhmat (1998:51) adalah: Pengetahuan tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian dan interretasi orang, objek, kejadian, situasi dan aktifitas yang kemudian mampu menimbulkan sebuah meaning atau pesan yang didapatkan melalui pesan-pesan yang kita kirim daan terima dalam masyarakat mengenai Ridwan Kamil yang mencalonkan diri sebagai Gubernur Jawa Barat periode 2018-2023. Berikut bagan kerangka pemikiran yang peneliti gunakan dalam menyelesaikan penelitian ini:

**Gambar 2.2. Bagan Kerangka Pemikiran**

Persepsi Masyarakat Mengenai Pencalonan Ridwan Kamil Sebagai Gubernur Jawa Barat

Persepsi

Bernard Belerson

*Meaning*

*Interpretating*

*Organizing*

*Selecting*

**Sumber : Jalaluddin Rahmat, Modifikasi Penulis dan Pembimbing.**

Dari gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Selecting* (memilih)

Pada situasi tertentu orang memutuskan pribadinya pada apa yang ia anggap penting, dia tidak akan peduli pada beberapa hal lain yang ada disekitar objek. Orang menyeleksi pesan dari stimuli yang dia terima, tidak secara keseluruhan. Setiap apa yang terjadi di bumi ini, orang tidak melihatnya secara utuh atau keseluruhan, artinya hanya sebagian dari objek tersebut. Sesorang dalam memaknai seusuatu hal dipengaruhi oleh rangsangan tertentu yang dipicu yang dipicu oleh beberapa unsur pemicu perhatian, seperti hal terpenting, relevan, dan mendalam. Secara alamiah manusia akan lebih tertarik dengan suara yang lebih keras ketimbang suara yang kecil. Dalam penyeleksian pesan dari stimuli yang seseorang terima, tidak dilakukan secara keseluruhan.

1. *Organizing* (pengorganisasian)

Setiap mengordinasikan pesan itu dengan cara yang berbeda-beda, dan pesan tersebut harus dipahaminya. Hal yang paling penting dan patut diperhatikan adalah seseorang perlu memahami makna suatu pesan sebelum akhirnya melakukan pengelompokan pada pesan-pesan yang diterima. Setelah menyeleksi suatu pesan, kemudian dia akan menyusun dalam beberapa macam kategori. Setelah tahap penyeleksian, masyarakat mulai dapat mengkategorikan kesan mereka.

1. *Interpretating* (interpretasi)

Interpretasi adalah proses subjektif dari penjelasan persepsi untuk membiarkan orang memberikan maknanya kepada suatu objek. Untuk mengartikan makna, orang membangun penjelasan dari apa yang mereka katakan dan lakukan. Pada tahap ketiga ini yakni setelah melalui proses pengkategorian kesan dan pesan.

1. *Meaning*

Pada tahap terakhir setelah proses terjadinya sebuah persepsi adalah bagaimana terjadinya proses meaning atau kesan. Dimana seseorang membuat kesan-kesan dan pesan.