**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Kajian Literatur**

**2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Berikut ini akan dipaparkan mengenai contoh penelitian lain sebagai tinjauan penelitian terdahulu. Hal ini hanya sebagai perbandingan dan dasar pertimbangan dengan karya tulis orang lain, sehingga dapat dilihat perbedaannya dengan peneliti yang peneliti kerjakan. Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**2.1.2 Kerangka Konseptual**

**2.1.2.1PengertianKomunikasi**

Komunikasi tidak hanya dilakukan oleh dua orang, tetapi kita dapat berkomunikasi dengan lebih banyak orang, baik sebagai komunikator atau komunikan. Semakin banyak orang yang hidup di lingkungan kita, akan semakin banyak juga permasalahan yang timbul karena perbedaan pendapat, sudut pandang, perilaku, sifat, dan lain sebagainya. Maka ketika kita semakin banyak melakukan komunikasi dengan orang lain, akan dapat mengatasi masalah atau perbedaan itu yang dapat diselesaikan dengan cara berkomunikasi.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif. **Berelson dan Steiner** mengemukakan bahwa:

Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan dan proses transmisi itulah yang biasa disebut komunikasi (Mulyana, 2008, h.68).

**2.12.2 Proses Komunikasi**

Suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila proses komunikasinya berjalan baik dan lancar. Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengeskpresikan perasaannya terhadap hal-hal yang berlawanan (*kontradiktif*), yang sama (selaras, serasi), serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Effendy** proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu dapat dipergunakan berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (2003:33-38).
   * + 1. **Tujuan Komunikasi**

Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat terciptanya saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut **Effendy** adalah:

1. Perubahan sikap *(attitude change),* yaitu suatu kegiatan memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.
2. Perubahan pendapat *(opinion change),* yaitu untuk mengubah opini/ pendapat/ pandangan. Tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
3. Perubahan perilaku *(behaviour change),* yaitu kegiatan berbagi informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya.
4. Perubahan sosial *(social change),* yaitu mencakup pemberian informasi kepada masyarakat, yang pada akhirnya bertujuan agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. (2003:8)

**2.1.2.4 Fungsi Komunikasi**

Menurut **Effendy** (2003), proses komunikasi tidak terlepas dari bentuk dan fungsi dimana komunikasi tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi. Terdapat empat fungsi komunikasi yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influnce*)

Dari uraian diatas tentang fungsi komunikasi yang telah dijelaskan, maka berkomunikasi memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan. Mendidik (*to educate*), komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan dapat terpenuhi. Menghibur (*to entertain*) komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.Mempengaruhi (*to influence*), komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikasi melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif atau mengajak yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikasi dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

* + - 1. **Komunikasi Intrapersonal**

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

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

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

1. Sensasi, berasal dari kata *sense*artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organism dengan linkungannya. Menurut **Wolman** dalam buku **Dictionary of Behavioral Science** mengatakan bahwa “sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis. atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera” (1973 : 343)
2. Persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut **Desiderato** dalam buku **Investigating Behavior: Principle of Psychology mengatakan**: “persepsi adalah proses memberikan makna pada sebuah informasi inderawi, tetapi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori”. (1976 : 129)
3. Memori memegang suatu peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun dalam hal berpikir.
4. Berpikir, adalah proses mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons.

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

Komunikasi interpersonal sendiri didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang dapat dilakukan oleh dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim pesan dapat menyampaikan pesannya secara langsung dan penerima pesan dapat menerima pesannya secara langsung pula.

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

* + - 1. **Pengertian Masyarakat**

Masyarakat merupakan terjemahan dan kata *society* (Inggris) memiliki pengertian bahwa sekelompok [orang](https://id.wikipedia.org/wiki/Orang) yang membentuk sebuah [sistem](https://id.wikipedia.org/wiki/Sistem" \o "Sistem) semi tertutup (atau semi terbuka), di mana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, *syaraka*. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar [entitas](https://id.wikipedia.org/wiki/Entitas" \o "Entitas)-entitas. Masyarakat adalah sebuah [komunitas](https://id.wikipedia.org/wiki/Komunitas" \o "Komunitas) yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Menurut **Mac lver** dalam buku Sosiologi Suatu Pengantar pengertian masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan dan tata cara dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok, berbagai golongan dan pengawasan tingkah laku serta kebebasan-kebebasan individu (manusia). Keseluruhan yang selalu berubah inilah yang dinamakan dengan masyarakat. Masyarakat merupakan jalinan hubungan sosal dan masyarakat selalu berubah. (Soekanto, 2006, h.22)

Menurut **Soemardjan** bahwa masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama menghasilkan kebudayaan (Soekanto, 2006, h.22). Maka dapat dikatakan bahwa masyarakat adalah suatu kumpulan individu sosial yang hidup bersama memiliki tujuan kepetingan yang sama dan memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya serta rasa sosialis atas terjadinya suatu perubahan-perubahan di lingkungannya.

* + - 1. ***Coffee Shop***

*Coffee shop* atau *café* secara terminologis, kata *café* berasal dari bahasa Perancis, *coffee* yang berarti kopi (Oldenburg, 1989: 126). ). Di Indonesia, kata *café* kemudian disederhanakan kembali menjadi kafe(Herlyana, 2012). Pengertian harafiahnya mengacu pada (minuman) kopi, yang kemudian di Indonesia kafe lebih dikenal sebagai tempat menikmati kopi dengan berbagai jenis minuman non-alkohol lainnya seperti *soft drink* berikut sajian makanan ringan lainnya.

*Coffee Shop* (kedai kopi) ialah sebuah restaurant yang pada mulanya hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh secara cepat, tetapi karena perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang sangat komplek dan tidak ada habisnya, pun perkembangan coffee shop seperti sekarang ini. Sejarah *coffee shop* ini berasal dari Amerika dimana ciri pelayanan dan penyajiannya yaitu secara cepat, makanan sudah di porsikan dalam suatu piring atau yang di sebut dengan *"ready on the plate"* dengan istilah pelayanannya yaitu American *service*. *Coffee Shop* dikategorikan kedalam *restaurant* yang informal dan biasanya buka untuk 24 jam dan itu sering di temui di hotel.

**2.1.3 Kerangka Teoretis**

**2.1.3.1 Teori Persepsi**

Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari terjadinya sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Pada pembentukan suatu persepsi, tentu terdapat beragam faktor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. (Rakhmat, 2011, h.50).

Berdasarkan uraian di atas, persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera peraba, indera penglihatan, indera pencium, indera pengecap, dan indera pendengar), atensi dan interpretasi. Hubungan sensasi dan persepsi sudah jelas bahwa sensasi adalah bagian dari persepsi.

Maka dari definisi diatas, dapat dikatakan bahwa persepsi merupakan hasil pengamatan terhadap suatu obyek melalui panca indera sehingga diperoleh suatu pemahaman atau penilaian.

Dalam persepsi terkandung 3 pengertian yaitu:

1. Merupakan hasil pengamatan
2. Merupakan hasil penilaian
3. Merupakan pengolahan akal dari data indrawi yang diperoleh melalui pengamatan

Menurut **Jalaluddin Rakhmat** (2003: 54), proses terbentuknya persepsi adalah sebagai berikut:

1. Stimulus

Stimulus atau situasi yang hadir awal mula terjadinya persepsi ketika seseorang dihadapkan pada stimulus atau situasi. Stimulus atau situasi tersebut biasa berupa stimulus penginderaan dekat dan langsung atau berupa lingkungan sosiokultural dan fisik yang menyeluruh dari stimulus tersebut.

1. Regristasi

Regristasi di sini merupakan sesuatu gejala yang nampak yaitu mekanisme fisik yang untuk mendengar dan melihat sesuatu informasi maka mulailah orang tersebut mendaftar, mencerna dan menyerap semua informasi.

1. Interpretasi

Tahap selanjutnya setelah informasi tersebut terserap, kemudian proses terakhirnya adalah penafsiran terhadap inforamsi tersebut. Interpretasi ini merupakan suatu aspek koqnitif dari persepsi yang amat penting karena proses tergantung pada cara pendalaman, motivasi dan kepribadian seseorang berbeda dengan orang lain sehingga interpretasi seseorang terhadap suatu informasi atau stimulus akan berbeda dengan orang lain.

1. Umpan Balik

Umpan balik merupakan suatu proses yang terakhir, dimana setelah seseorang menafsirkan informasi tersebut, akan muncul reaksi yang baik atau mendukung, cukup baik dan tidak baik atau menolak maka akan muncul reaksi memberikan, apabila jawabannya bersifat menerima maka reaksi yang muncul akan berbentuk positif pula.

Pada definisi yang peneliti tulis maka dapat disimpulkan bahwa persepsi meliputi tahap awal yaitu stimulus penginderaan alat-alat indera kita seperti indera peraba, indera penglihat, indera pencium, indera pengecap dan indera pendengar. Semua indera mempunyai andil bagi setiap berlangsungnya komunikasi manusia untuk menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk di interpretasikan. Setelah penginderaan berfungsi lalu terjadi regristasi yaitu proses mendaftarkan suatu informasi dari stimulus penginderaan yang di dapat. Tahap terpenting ialah interpretasi, munculnya suatu pandangan atas apa yang di serap dan penafsiran informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun, kita tidak mampu menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung. Tergantung pada pengalaman dan peristiwa seseorang yang berbeda-beda sehinggan menimbulkan sebuah pesan, seperti penginderaan kita mengenai lingkungan dimana yang kita ketahui bersama bahwa lingkungan sangat mempengaruhi terjadinya suatu persepsi akibat suatu perubahan yang terjadi. Umpan balik adalah tahap akhir setelah menimbulkan sebuah pesan maka akan memberikan *feedback* atas apa informasi apa yang diterima dapat berupa dorongan atau penolakan.

Adapun yang dikatakan oleh **Joseph A. DeVito** dalam **Mulyana,** bahwa:

Persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita (Mulyana, 2008, h.180-181).

Maka dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses yang terjadi pada diri kita terhadap suatu lingkungan atau ruang lingkup yang melibatkan panca indera (pengindraan) serta adanya suatu rangsangan dimana alat indera kita bekerja baik itu indera penglihatan, pendengaran dan penciuman terhadap apa yang kita rasakan tergantung pada stimulus fisik dan sosial dalam lingkungan itu sendiri.

**2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut **David Krech dan Ricard Crutcfield** dalam **Rakhmat** (2007:55) faktor-faktor yang menentukan persepsi dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Perhatian *(Attention)*

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaina stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Dalam penelitian ini ada dua faktor yang bisa menarik perhatian, yaitu:

1. Faktor eksternal yang mempengaruhi gerakan, intensitas stimuli, kebaruan (suatu hal yang menarik untuk ditonton), dan perulangan.
2. Faktor internal, yaitu:
3. Faktor biologis, dalam keadaan lapar, seluruh pikiran didominasi oleh makanan.
4. Faktor sosiopsikologis yaitu motif sosiogenis, sikap, kebiasan, dan kemauan mempengaruhi terhadap apa yang kita perhatikan.
5. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Hal yang menentukan persepsi bukan bentuk atau jenis stimuli tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut.

1. Faktor Struktural

Faktor struktural adalah faktor-faktor yang berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi menurut teori Gestalt bila kita ingin memahami suatu peristiwa kita tidak dapat meneliti faktor-faktor yang terpisah tetapi memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Menurut **Krech dan Crutfield dalam Suwartinah** (2001: 25), faktor yang menentukan persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan

Kebutuhan sesaat dan kebutuhan menetap pada diri seseorang akan mempengaruhi atau menentukan persepsi seseorang. Dengan demikian kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi.

1. Kesiapan mental

Suasana mental seseorang akan mempengaruhi atau menetukan persepsi seseorang.

1. Suasana Emosi

Seseorang baik dia dalam keadaan sedih, senang maupun gelisah akan sangat mempengaruhi persepsi terhadap objek rangsangan.

**2.1.3.3 Sifat Persepsi**

Beberapa hal yang patut kita pelajari menyangkut persoalan dalam persepsi ini, **Mulyana** (2008:191-210)mengungkapkan hal-hal berikut:

1. Persepsi Mendasarkan Pada Pengalaman

Dikemukakan bahwa pola-pola perilaku seseorang itu berdasarkan persepsi mengenai realitas sosial yang telah dipelajarinya (pada masa lalu) yang artinya, persepsi kita terhadap seseorang, objek, atau kejadian, dan reaksi kita terhadap hal-hal itu amat tergantung pada pengalaman masa lalu berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa. Seperti halnya cara kita bekerja, menilai pekerjaan yang baik bagi kita, cara kita makan, cara kita menilai kecantikan, semua ini amat tergantung pada apa yang telah diajarkan budaya kita mengenai hal-hal tersebut.

1. Persepsi Bersifat Selektif

Pada dasarnya melalui indera kita, setiap saat diri kita ini dirangsang dengan berjuta rangsangan. Jika kita harus memberikan tafsiran atas semua rangsangan itu, maka kita ini bisa menjadi gila. Karena itu, kita dituntut untuk mengatasi kerumitan tersebut dengan memperhatikan hal-hal yang menarik bagi kita. Atensi kita pada dasarnya merupakan faktor utama dalam menentukan seleksi atas rangsangan yang masuk ke dalam diri kita.

1. Persepsi Bersifat Dugaan

Persepsi bersifat dugaan memungkinkan dalam menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun. Dikarenakan informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat pengindraan itu.

1. Persepsi Bersifat Evaluatif

Tidak sedikit orang beranggapan bahwa apa yang mereka persepsikan sebagai sesuatu yang nyata. Setiap orang beranggapan jika ketika menerima pesan dan menafsirkannya merupakan suatu proses yang alamiah hingga derajat tertentu asumsi itu benar. Akan tetapi terkadang alat-alat indera dan persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.

1. Persepsi Bersifat Kontekstual

Rangsangan dari luar harus diorganisasikan melalui semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Ketika melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita. Dalam mengorganisasikan objek, yakni meletakannya dalam suatu konteks tertentu, kita menggunakan dua prinsip yaitu prinsip pertama merupakan Struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan. Prinsip kedua merupakan kecenderungan mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari objek dan latar belakangnya.

**2.2 Kerangka Pemikiran**

Starbucks *coffee shop* adalah perusahaan kopi sekaligus kedai kopi Amerika yang didirikan di Seattle, Washington pada tahun 1971. Starbucks membedakan dirinya dari tempat-tempat lain yang menyediakan kopi di Amerika Serikat oleh rasa, kualitas, dan pengalaman pelanggan. Starbucks menargetkan peminum kopi berkualitas dengan kopi buatannya yang dibuat menggunakan mesin *espresso* otomatis untuk efisiensi dan alasan keamanan.

Manusia adalah makhluk sosial serta makhluk individual yang dinamis dan kritis sehingga apa yang mereka lihat dapat menimbulkan suatu kesan atau pesan yang dituangkan dalam sebuah pendapat atau disebut juga persepsi. Persepsi merupakan suatu pemikiran yang muncul karena adanya rangsangan dari indera (pengindraan) baik dari apa yang dilihat, didengar dan dirasakan.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Rakhmat, 2011, h.50).

Maka dari itu peneliti meneliti bagaimana persepsi masyarakat yang dikaitkan dengan objek penelitian, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut:

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Persepsi Masyarakat pada *Coffee Shop* Starbucks Jalan Asia Afrika Bandung

Persepsi

(Jalaluddin Rakhmat)

Bagaimana umpan balik masyarakat pada coffee shop Starbucks di Jalan Asia Afrika Bandung

Bagaimana interpretasi masyarakat pada coffee shop Starbucks di Jalan Asia Afrika Bandung

Bagaimana regristasi masyarakat pada coffee shop Starbucks di Jalan Asia Afrika Bandung

Bagaimana stimuli masyarakat pada *coffee shop* Starbucks di Jalan Asia Afrika Bandung

**Sumber : Jalaluddin Rakhmat, Modifikasi Penulis & Pembimbing 2018**