**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Kajian Literatur**

**2.1.1. *Review* Penelitian**

*Review* penelitian ini adalah sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu ini dilakukan agar peneliti dapat memahami konsep yang digunakan pada judul penelitian “Persepsi Mahasiswa FISIP UNPAS Terhadap *Driver Grab* Wanita”. Penulis menggunakan beberapa rujukan dari penelitian terdahulu yang cukup relevan dengan tema penelitian yang penulis jalankan. Antara lain :

1). Rujukan pertama dari Steven Gunawan Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Kristen Perta Surabaya tahun 2017, dengan judul “Persepsi Konsumen atas Layanan *Grab Car* di Surabaya” teori yang digunakan adalah teori persepsi, sedangkan metodenya menggunakan desktiptif kuantitatif . Hasil penelitian yang dibahas yaitu mengetahui persepsi dari konsumen terkait persaingan teransportasi onine khususnya *grab car* guna memperbaiki kualitas layanan transportasi *online* terhadap kosumen.

2). Rujukan yang kedua dari Atika Zahra Fakultas Ilmu Sosial Pendidikan Sosiologi Universitas Negri Yogyakarta tahun 2017, dengan judul “Fenomena Kehidupan Tukang Ojek *Online* Wanita di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan perpustakaan. Hasil penelitian menunjukan bahwa tukang ojek perempuan memiliki pera ganda domestik dan publik. Pekerjaan sebagai tukang ojek online dalam penelitian ini dilatarbelakangi beberapa faktor seperti lingkungan, keluarga dan keadaan ekonomi.

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Peneliti** | **Judul Penelitian** | **Teori** | **Metode** | **Hasil Penelitian** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| 1 | STEVEN GUNAWAN | Persepsi Konsumen atas Layanan *Grab Car* di Surabaya |  | Deskriptif kuantitatif | Hasil penelitian yang dibahas yaitu mengetahui persepsi dari konsumen terkait persaingan teransportasi onine khususnya *grab car* guna memperbaiki kualitas layanan transportasi *online* terhadap kosumen. | Teori | Metode dan hasil penelitian |
| 2 | ATIKA ZAHRA | Fenomena Kehidupan Tukang Ojek *Online* Wanita di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau |  | Deskriptif kualitatif | Hasil penelitian menunjukan bahwa tukang ojek perempuan memiliki pera ganda domestik dan publik. | Objek dan Metode | Teori dan Hasil penelitian |

**(Sumber : Skripsi Online)**

**2.2. Kerangka Konseptual**

**2.2.1. Pengertian dan Sejarah Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi *Online***

Transportasi *online* terdiri dari dua kata, yaitu Transportasi dan *Online.*Transportasi adalah pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan.Sehingga dengan kegiatan tersebut maka terdapat tiga hal yaitu adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut, dan terdapatnya jalan yang dapat dilalui.

*Online* adalah istilah saat kita sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan akun media sosial kita, email dan berbagai jenis akun lainnya yang kita pakai atau gunakan lewat internet.

Transportasi *online* merupakan jasa transportasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi.Teknologi diciptakan tujuannya untuk mempermudah segala aktivitas-aktivitas manusia yang dilakukan sehari-hari, mempermudah seseorang yang ingin bepergian. Sebagai contoh: mudah memesannya, efesien dan efektif. Ini merupakan sebuah terobosan baru yang patut diberi apresiasi.

Transportasi merupakan salah satu sarana perhubungan yang sangat penting dalam segala hal aktivitas manusia.Semakin berkembang sarana transportasi semakin mudah terjalin hubungan antar manusia.Sejak jaman-jamanpurba mobilitas masyarakat manusia telah terjadi. Perpindahan penduduk dari satutempat ke tempat yang lain telah terjadi. Mobilitas penduduk ini diikuti juga olehmobilitas barang yang dibawa oleh mereka.Oleh karena itu sarana transportasi sejak masa lampau telah dibutuhkan oleh manusia.Pada masa sekarang dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya didalam satuwilayah tetapi juga antar pulau dan bahkan antar Negara, maka sarana transportasisangat memegang peranan yang penting.

Sejarah transportasi dimulai sejak roda ditemukan sekitar 3500 tahun yang lalu, transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat yang lain yang digerakan oleh manusia.Transportasi sangatlah penting untuk kehidupan semua sosial manusia.Bentuk paling sederhana dari transportasisecara teoritis adalah semua hal dipengaruhi penggunaan oleh manusia.Memasukiabad ke-20 seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan industri, transportasi berubah menjadi salah satu aspek yang paling dibutuhkan manusia.

Keberadaan transportasi dapat membantu roda pergerakan perekonomian suatu daerah, baik tingkat nasional maupun lokal.Kegunaan transportasi berperanvital dalam membantu penyaluran barang dan jasa jika dilihat dari era modernisasisaat ini, dimana segala sesuatu hal harus cepat dan juga tepat sasaran.Apalagi pada saat ini masyarakat modern sudah mengenal alat komunikasi yang sangat maju dan canggih seperti telepon pintar atau smartphone yang pada saat ini sangatmendukung segala aspek kehidupan.Apalagi ssetelah dikenal internet yaitujaringan komputer yang saling terhubung menggunakan sistem globalTransmission *Control Protocol* / *InternetProtocol Suite* (TCP/IP) Dengan adanya jaringan internet ini tentunya komunikasi semakin mudah dan cepat.Sehingga memudahkan berjalannya kehidupan masyarakat.

Beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami transformasi dalam hal transportasi.Perkembangan teknologi yang semakin modern telah merambah dunia transportasi di Indonesia.Hal ini terlihat dari bermunculannya model transportasi berbasis online pada kota-kota besar di Indonesia.

Pada saat ini, masyarakat Indonesia sangatlah kecewa pada masalah transportasi yang sangat padat dan tidak karuan. Tingginya tingkat kemacetan danpolusi udara menjadi alasan utama masyarakat enggan keluar rumah atau kantor.Padahal di sisi lain, mereka harus gesit untuk memenuhi kebutuhan, misalnya untuk makan, mengirim barang, atau membeli barang tertentu. Akibatnya, merekamencari cara praktis untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan tanpa haruskeluar rumah atau kantor, salah satunya dengan menggunakan jasa transportasi *online*. Jasa transportasi berbasis *online* ini disebut juga dengan aplikasi ridesharing yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2014.

Fenomena jasa transportasi berbasis aplikasi*online* sebenarnya merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mudah di dapatkan, nyaman, cepat, dan murah. Banyak faktor yang membuat aplikasi berbasis *online*ini dibutuhkan oleh banyak masyarakat khususnya di kota-kota besar.Dari sisi kebutuhan masyarakat, transportasi *online* sudahmenjadi sebuah moda alternatif yang diinginkan masyarakat setelah sebelumnya masyarakat harus menggunakan moda transportasi konvensional yang menuai beberapa masalah seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan bis umum yang seringkali sudah tidak layak beroperasi maupun faktor-faktor lainnya.

Selain itu, saat ini teknologi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam aspek global karena dunia semakin cepat berubah kearah modernisasi berbagai aspek, oleh karena itu setiap negara harus mampu bersaing dengan pemanfaatan teknologi serta mengaplikasikannya di dalam aktivitas.Berkaitan dengan hal ini, jasa transportasi berbasis aplikasi*online* merupakan tuntutan persaingan yang mengharuskan peran teknologi di dalam mempermudah mobilitasmasyarakat.

Adapun tujuan dan manfaat lahirnya jasa transportasi berbasis aplikasi onlineadalah sebagai berikut :

a. Praktis dan mudah digunakan, layanan jasa transportasi berbasis aplikasi onlineinicukup menggunakan telepon pintar yang sudah menggunakan internet dan aplikasi jasa transportasi *online* yang ada didalamnya, kita dapat melakukan pemesanan layanan jasa transportasi.

b. Transparan, dengan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini juga memungkinkan pelanggan mengetahui dengan pasti setiap informasi jasa transportasi *online* secara detail seperti nama driver,nomor kendaraan, posisikendaraan yang akan dipakai, waktu perjalanan, lisensi pengendara dan lain sebagainya.

c. Lebih terpercaya, maksudnya disini lebih terpercaya adalah para pengemudi atau *driver* sudah terdaftar didalam perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini berupa identitas lengkap dan perlengkapan berkendara yang sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) sehingga dapat meminimalisir resiko kerugian terhadap pengguna jasa transportasi ini.

**2.2.1.1. Sumber Hukum Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi *Online***

Seiring dengan semakin berkembangnya smartphone (telepon pintar) yang memiliki fitur teknologi aplikasi untuk menghubungkan pengguna smartphone ke internet, mendorong perkembangan teknologi aplikasi hingga akhirnya saat ini dimanfaatkan sebagai media bisnis.Teknologi aplikasi merupakan hasil kreativitas para pelaku usaha yang melihat adanya peluang bisnis dalam wilayah di antara pembeli dan penjual jasa.Wilayah itulah yang dikembangkan para pelaku usaha untuk berbisnis dengan menciptakan teknologi aplikasi yang digunakan untuk menghubungkan antara masyarakat pengguna dan pelaku usaha.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi berbasis aplikasi *online*sebelumnya diatur dalam Surat PemberitahuanNomor:UM.3012/1/21/Phb/2015 tanggal 9 November 2015 yang dikeluarkan olehMenteri Perhubungan Republik Indonesia Bapak Ignasius Jonan Namun Surat Pemberitahuan tersebut menuai pro maupun pro kontra yang mengakibatkan terjadinya perdebatan keras maupun bentrokan antar kepentingan transportasi online dan transportasi konvensional. Maka dari itu untuk menengahi konflik di kalangan masyarakat terkait kehadiran taksi *online*, pemerintah melalui Menteri Perhubungan dan Komisi V DPR RI akhirnya resmi menerbitkan aturan regulasi terbaru mengenai transportasi umum, yakni melalui Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraaan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek seperti taksi, angkutan sewa, carter, pariwisata, dan termasuk didalamnya layanan taksi *online*. Dalam permenhub tersebut juga mengatur perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* wajib memiliki ijin yang dikenakan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) dan perusahaan jasa tersebut harus berbadan hukum Indonesia.

Teknologi aplikasi yang digunakan untuk memesan barang dan jasa menggunakan sistem dan jaringan elektronik untuk menghubungkan konsumen.Akses ke pasar yang secara mudah dan cepat, menjadi nilai jual dari teknologi aplikasi. Karenanya, penggunaan teknologi juga tidak lepas dari unsur-unsur seperti penggunaan uang elektronik, penyimpanan data elektronik, dan unsurunsurlain yang merupakan bagian dari perdagangan elektronik atau *e-commerce.*

Saat ini bermunculan berbagai perusahaan jasa berbasis teknologi aplikasiyang berfungsi untuk mempertemukan masyarakat sebagai pembeli dan penjualsecara cepat dan praktis.Sehingga masyarakat lebih mudah memilih transportasiberbasis aplikasi *online* sesuai kehendak dan kebutuhannya.

Pasal 1 Angka 15 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan mendefinisikan hubungan kerja sebagai hubungan antara pengusaha dengan pekerja/buruh berdasarkan perjanjian kerja, yang mempunyaiunsure pekerjaan, upah, dan perintah. Dari pengertian itu terlihat tiga unsur hubungan kerja, yaitu:

1. Pekerjaan, unsur ini terpenuhi jika pekerja hanya melaksanakan pekerjaan yang sudah diberikan perusahaan. Dalam praktiknya, *driver*grab tidak menerima perintah kerja dari perusahaan, melainkan dari pelangganojek dan dikerjakan secara pribadi seperti halnya tukang ojek pada umumnya.

2. Upah, unsur ini terpenuhi jika pekerja menerima kompensasi berupa uang tertentu yang besar jumlahnya tetap dalam periode tertentu, bukan berdasarkan komisi atau bagi hasil. *Driver* tidak mendapatkan gaji dari perusahaan, justru para driver harus membagi 20 (dua puluh) persen pendapatannya ke perusahaan.

Berkaitan dengan izin, perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* tidak memiliki izin usaha dibidang transportasi, melainkan mengantongi surat izin usaha perdagangan. Hal ini disebabkan, karena dalam praktiknya, skemajual beli yang terjadi melalui teknologi aplikasi terbagi menjadi dua jalur, yakni:

1).Transaksi langsung, yakni konsumen langsung memesan barang dan jasakepada pelaku usaha penyedia melalui teknologi aplikasi, lalu barang dan jasa disediakan langsung dari penyedia.

2).Transaksi melalui penghubung, yakni konsumen memesan barang dan jasa kepada pelaku usaha yang menyediakan jasa penghubung, kemudian pelaku usaha tersebut melakukan pemesanan kepada pelaku usaha penyedia yang cocok dengan pesanan konsumen. Selanjutnya, penyedia barang dan jasa yang akan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen yang melakukan pemesanan di awal. Sebagai contohnya, pemesanan makanan dengan caradelivery menggunakan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini hanya dengan menggunakan smartphone dan pemesanan via internet maka makanan yang kita pesan akan diantar ketujuan tentu dengan biaya yang telah disepakati.

Dari kedua jalur tersebut, jasa transportasi berbasis aplikasi*online*termasuk ke dalam jalur transaksi melalui penghubung.Hampir semua badan usaha yang menyediakan jasa penghubung antara konsumen dan pelaku usaha penyedia barang dan jasa melalui teknologi aplikasi memiliki status sebagai badanhukum perseroan terbatas. Izin dan persyaratan yang dimiliknya adalah surat izinusaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan.

**2.2.1.2. Mekanisme Menjalankan Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi *Online***

Jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini memiliki 3 bagian penting yaitu:

a. Penyedia Aplikasi ( Penyelengara Sistem Elektronik )

Menurut pasal 1 Ayat 6 Undang-undang informasi dan transaksi elektronik bahwa penyelenggaraan sistem elektronik adalah pemamfaatan sistem elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat. Penyedia aplikasi jasa transportasi berbasis aplikasi *online* merupakan penyelenggara system elektronik sebagai penghubung *driver* kendaraan dengan para pengguna jasa, yang merupakan bagian inti dari lahirnya jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini, sebagai penyedia aplikasi memiliki peranan kunci dalam keberhasilan dalam sistem jasa transportasi berbasis aplikasi *online,* dikarenakan penyedia layanan aplikasi merupakan pernhubung antara *supply and demand* (permintaan dan penawaran) yakni penyedia aplikasi atau perusahaan aplikasi, *driver,* dan pengguna jasa transportasi berbasis aplikasi *online.*

Penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi *online* selaku penyelenggara sistem elektronik memiliki tanggung jawab yang diatur dalam pasal 15 UU ITE,yang berbunyi :

1). Setiap penyelenggara sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinyasistem elektronik sebagaimanamestinya.

2). Penyelenggara sistem elektronik bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan sistem elektroniknya.

3). Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik.

Memperhatikan uraian sebagaimana tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi *online* bertanggung jawab terhadap kesalahan yang diakibatkan oleh perusahaan sehingga merugikan pengguna jasa. Selain itu penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini harus mematuhi persyaratan minimum dalam mengelola usahanya sebagaimana yang diatur dalam pasal 16 UU ITE, yakni:

1). Sepanjang tidak ditentukan lain oleh undang-undang tersendiri, setiap penyelenggara sistem elektronik wajib mengoperasikan sistem elektronik yang memiliki persyaratan minimum sebagai berikut:

a. dapat menampilkan kembali informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik secara utuh sesuai dengan masa retensi yang ditetapkan dengan peraturan perundang-undangan;

b. dapat melindungi ketersediaan, keutuhan, keotentikan, kerahasiaan dan keteraksesan informasi elektronik dan penyelengara sistem elektroniktersebut;

c. dapat beroperasi sesuai dengan prosedur atau petunjuk yang ditemukan dalam penyelengaraan sistem elektronik tersebut;

d. dilengkapi dengan prosedur atau petunjuk yang diumumkan dengan bahasa, atau simbol yang dapat dipahami oleh pihak yang bersangkutan dengan penyelengara sistem elektronik tersebut; dan

e. memliliki mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kejelasan, dan kebertanggungjawaban prosedur atau petunjuk.

2). Ketentuan lebih lanjut tentang penyelenggara sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat(1) diatur dengan peraturan pemerintah. Penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini adalah penghubung antara driver dengan pengguna jasa melalui telepon pintar yang telah memiliki aplikasi jasa transportasi tersebut.

Perusahaan penyedia aplikasi juga diwajibkan memberi akses monitoring pelayanan, data seluruh perusahaan angkutan umum yang bekerja sama, data seluruh kendaraan dan pengemudi, dan alamat kantornya sendiri.

Sedangkan perusahaan aplikasi yang menyediakan jasa angkutan orang menggunakan kendaraan bermotor diwajibkan mengikuti ketentuan pengusahaan angkutan umum yang dimuat dalam Pasal 21, 22, dan 23 Permen No 32 tahun 2016tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan BermotorUmum Tidak Dalam Trayek.. Ketentuan tersebut antara lain meminta perusahaanaplikasi mendirikan badan hukum Indonesia.

Bentuk badan hukum yang diakui adalah badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, perseroan terbatas atau koperasi.Perusahaan aplikasi juga diminta untuk menyelenggarakan izin angkutan orang tidak dalam trayek.

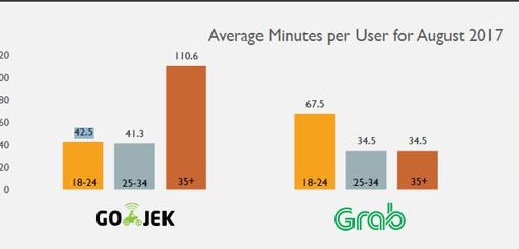
Syaratnya antara lain mesti memiliki minimal lima kendaraan atas nama perusahaan, lulus uji berkala, memiliki pool dan bengkel, serta pengemudi harus memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM).

**2.2.1.3. Pekembangan *Grab* Di Indonesia**

*Grab* sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan pilihan transportasi seperti taksi dan ojek. Pada tanggal 14 Juni 2016, *grab* memeparkan perkembangan bisnisnya dimana *grab* mencatat pertumbuhan layanan *Grabcar* dan *Grabbike* yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada semester pertama 2016 sejak *Grab* melakukan *rebrand* sebagai platform penyedia layanan pemesanan kendaraan terlengkap.

Didukung dengan *system* aplikasi yang unggul sehingga memudahkan pengguna dalam mengoprasikannya, seperti layanan *chat* yang terdapat dalam aplikasi tersebut sehingga pengguna tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sms, itu yang menjadikan *grab* semakin diminati terutama dikalangan remaja yang sudah terbiasa dengan sesuatu yang lebih praktis.

**Gambar 2.1 : Grafik Pengguna Sesuai Usia**



**Sumber : Liputan6/tow th.2020**

Jika dilihat dari grafiknya, pengguna *grab* memiliki jumlah pengguna usia reamaja lebih tinggi dibandingkan dengan gojek. Sebagai catatan, semua angka di atas berdasarkan data penggunaan di *smartphone Android* per Agustus 2020.

Fitur yang lebih unggul sehingga lebih mudah dioprasikan membuat *grab* ini lebih disukai oleh generasi milenial, selain program dan harga yang kompetitif promosi yang dilakukan *grab* ini membuat *grab* menjadi pilihan generasi muda karna dianggap sesuai dan mampu memenuhi kebutuhan sesuai dengan kondisi diindonesia.

**2.2.1.4. *Driver Grab* Wanita**

*Driver grab* wanita adalah seseorang (wanita) yang bermitra dengan perusahaan *grab* yang menyediakan layanan transportasi bagi masyarakat. Menurut definisinya *driver* adalah pengendali atau yang mengendalikan sesuatu dikonteks ini kita artikan sebagai pengemudi atau pengendara transportasi tersebut.

Sedangkan wanita menurut kamus bahasa Indonesia adalah manusia yang memiliki ciri fisik (biologis) tertentu yang digolongkan dalam suatu gender perempuan atau wanita.

Kedudukan pengendara ( *driver* ) adalah perseorangan yang berdiri sendiri selaku pemilik kendaraan atau penanggung jawab terhadap kendaraan yang digunakan. *Driver*memanfaatkan aplikasi yang telah disediakan perusahaan penyedia aplikasi onlineuntuk mendapatkan pesanan ( pesanan yang diterima akan tercantum alamat yang dituju, nama, nomor handphone dan foto penggunalayanan). Setelah driver mendapatkan semua data-data pengguna jasa dalamaplikasi yang dapat dilihat dari telepon pintar si *driver,* maka pengendara akanmenuju tempat dimana pemesan jasa transportasi tersebut berada. *Driver*memilikikewajiban dalam memberikan pelayanan berupa keamanan, keselamatan dan kenyamanan.

**2.2.2. Persepsi**

Berdasarkan teori persepsi dari desiderato yang akan diambil peneliti, akan menentukan kerangka konsep penelitian yaitu dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara secara mendalam terhadap pengguna aplikasi *grab* yang akan diwaliki oleh mahasiswa fisip unpas, karna peneliti mengangap mahasiswa adalah remaja yang sudah mampu berfikir secara logis dan objektif serta dapat diajak bekerjasama dalam penelitian ini.

Adanya berbedaan persepsi dari pengguna layanan *grab* terhadap pelayanan dan image *driver grab* wanita. Sehinga persepsi tersebut dapat berpengaruh pada citraan perusahaan *grab* meskipun secara tidak langsung.

Terdapat tidakan dari pengguna layanan grab dikalangan masyarakat terhadap *driver grab* wanita sesuai dengan persepsi mereka masing-masing.

Kemudian terdapat *image grab* dari persepsi-persepsi yang masyarakat berikan sesuai dengan penafsiran pada objek atau pun pesan yang diterima dalam sebuah komunikasi.

Komunikasi sendiri merupakan suatu aktivitas yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Definisi komunikasi menurut Deddy mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu komunikasi suatu pengantar adalah :

“Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, suatu pesan dianut secara sama”. (2005:4).

**2.3. Kerangka Teoretis**

Dalam krangka teoretis ini penulis akan mengemukakan teori-teori yang berhubungan dengan bidang yang diteliti.

**2.3.1. Komunikasi**

Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia.Dikatakan mendasar karena setiap masyarakat manusia, baik yang primitif maupun yang modern, berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi.Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu – individu lainnya sehingga meningkatkan kesempatan individu itu untuk tetap hidup.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasl dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico, communicatio,* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” *(to make common).*Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Definisi komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar adalah :

“Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama”. (2005:4). Dalam hal ini tentunya komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah informasi yang meluas kepada para komunikan.Hal tersebut diterima oleh pikiran mereka yang kemudian membentuk sebuah makna atau pemahaman terhadap informasi yang disampaikan tersebut.

**2.3.1.1. Tujuan Komunikasi**

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

1) Perubahan sikap (*Attitude change*)

2) Perubahan pendapat (*Opinion change*)

3) Perubahan prilaku (*Behavior change*)

4) Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003 : 8)

Dari empat poin yang dikemukakan oleh Onong Uchjana effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak.

**2.3.1.2. Fungsi Komunikasi**

Komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia, seperti berikut ini ;

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

2. Mendidik (*to educate*)

3. Menghibur (*to entertain*)

4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003 :8)

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian. Komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia.

Dalam sejarah perkembangannya komunikasi memang dibesaran oleh para peneliti psikologi. Sebagai ilmu, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi.

Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahaminya informasi oleh komunikan. Komunikasi adalah suatu proses, atau kegiatan yang bersifat kotinu.

Devito (1996) mengemukakan komuniukasi adalah transaksi. Dengan transaksi dimaksud bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponenkomponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya beraksi dan beraksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.

**2.3.2. Persepsi**

Penelitian ini menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh jalaludin rahmat dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi. Menurut Jalaludin Rahmat “Persepsi adalah pengetahuan tentang objek, pristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. (1998:51).

Persepsi dapat dikatakan sebagai hasil pengamatan terhadap suatu hal, atau stimulus yang diberikan terhadap suatu proses pemaknaan. Publik akan memberikan makna atau arti terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya tersebut dan kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi akan positif jika informasi yang diberikan dapat memenuhi kognisi individu.

Menurut Desiderato yang dikutip oleh rakhmat menjelaskan persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi.Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas, sensasi ialah bagian dari persepsi.Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. (2009:50)

Kesimpulanya persepsi melingkup pada objek atau proses dari pengetahuan kita saat menerima rangsangan yang masuk dengan berbentuk peristiwa atau lainnya kemudian memproseskannya dengan menyimpulkan lalu menafsirkannya.

**2.3.2.1. Proses Pembentukan Persepsi**

Proses persepsi umumnya wajar dilakukan oleh seseorang baik secara sadar maupun tidak sadar melaui proses pemikiran dan pengalaman atau latar belakang dari seseorang yang akan membentuk persepsi yang berbeda-beda antara satu individu dengan individu lainnya.

1). *Selecting*

Pada situasi tertentu orang memusatkan pribadinya pada apa yang ia anggap penting dan dia tidak peduli dengan beberapa hal lain yang ada di sekitar objek. Orang menyeleksi pesan dari stimulus yang dia terima, tidak secara keseluruhan.Setiap apa yang terjadi di bumi ini, orang tidak melihatnya secara utuh atau keseluruhan, artinya hanya sebagai objek tertentu.

2). *Organizing*

Orang mengorganisasikan pesan itu dengan cara yang berbeda dan pesan tersebut harus dipahaminya. Setelah menyeleksi suatu pesan kemudian dia akan menyusun dalam beberapa macam kategori. Teori yang menjelaskan bagaimana kita mengorganisasikan persepsi adalah *contructivisme* yang dimana situasi yang di organisasikan dan pengalaman yang menginterpretasikan dari percobaan struktur kognitif yang disebut sehemata.

3). *Interpretating*

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atau informasi yang kita peroleh. Setelah melakukan kategori maka kita merujuk pada interpretasi yang dimana proses penafsiran yang sedang berlangsung atau hasil dari proses tersebut. Interpretasi diadakan untuk mendapatkan suatu pengertian dan pengetahuan dengan lebih jelas serta mendalam.Maka yang dimaksud interpretasi ini tergantung darimana orang menginterpretasikannya. Sehingga banyak ditemui interpretasi objek yang sama namun hasil berbeda.

4). *Meaning*

Tahap terakhir setelah terjadinya sebuah persepsi adalah bagaimana terjadinya proses meaning atau kesan. Dimana subjek akanmembuat kesan dan pesan bagaimana pendapat mereka setelah menginterpretasikannya. Artinya ini merupakan suatu proses yang terakhir yaitu berupa reaksi yang baik atau terbilang cukup baik dan tidak baik atau menolak maka akan muncul reaksi posotif apabila jawabannya bersifat menerima.

**2.3.2.2. Faktor-Faktor Persepsi**

Terdapat tiga faktor yang membentuk persepsi, yaitu :

a). Faktor yang berada dalam diri yang mempersepsi (*perceiver*), berupa *attitude, motive, interest, experience, expectation.*

b). Faktor yang berada dalam objek yang dipersepsi (target), berupa *novelty, motion, sound, size, background,* dan *proximity.*

c). Faktor yang berada dalam situasi (situation), berupa bentuk, *worl setting* dan *social setting.*( Stephen P.Robin dalam Hariandja, 2006:72).

**2.3.2.3. Sifat – sifat Persepsi**

1). Persepsi berdasarkan pengalaman

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa (Mulyana, 2005: 176). Dengan kata lain persepsi seseorang terhadap realitas yang telah dipelajari merupakan hal yang membentuk pola-pola prilaku manusia.

Budaya juga merupakan salah satu hal yang membentuk pengalaman manusia. Hal-hal yang terjadi disekitar dan menjadi kebiasaan akan membentuk dan mempengaruhi cara pandang seseorang. Seperti disebutkan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,

“Oleh karena kita terbiasa merespon suatu objek dengan cara tertentu, kita sering gagal mempersepsi perbedaan yang samar dalam suatu objek lain yang mirip. Kita memperlakukan objek itu seperti sebelumnya, padahal terdapat rincian lain dalam objek tersebut.” Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengalaman seseorang terhadap suatu hal dapat membentuk persepsi orang terhadap objek tersebut.

2). Persepsi bersifat selektif

Manusia dalam satu waktu tidak hanya menerima satu jenis rangsangan saja, namun jutaan rangsangan diterima manusia setiap harinya. Rangsangan yang diterima melalui pancaindera seseorang kemudian akan ditafsirkan, namun sebelumya rangsangan-rangsangan tersebut diseleksi terlebih dahulu. Atensi seseorang terhadap suatu rangsangan merupakan factor utama yang menentukan selektivitas terhadap rangsangan tersebut (Mulyana, 2005: 180).

Atensi ditentukan oleh faktor internal dan eksternal seseorang. Factor-faktor internal yang mempengaruhi persepsi menurut Mulyana (2005: 181) yaitu : Faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya); Faktor fisiologis (tinggi, pendek, gemuk, kurus, dan sebagainya): Faktor-faktor social budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, dan juga faktor-faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan dan sebagainya.

Faktor internal yang penting dalam menentukan persepsi seseorang adalah motivasi. Setiap individu memiliki motivasi yang berbeda0beda dan hal tersebut akan menentukan hasil persepsi individu tersebut terhadap suatu objek. Selain itu faktor lain yang tidak kalah penting adalah pengharapam atau ekspektasi. Seringkali ekspektasi seseorang terhadap sesuatu hal membuat ia hanya melihat hal-hal yang sesuai dengan ekspektasinya saja.

3). Persepsi bersifat dugaan

Mulyana menjelaskan bahwa proses persepsi yang bersifat dugaan memungkinkan seseorang untuk dapat menafsirkan sustu objek dengan yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun.

“Oleh karena itu informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat suatu kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu” (Mulyana, 2005: 185).

Untuk mengatasi ketidak lengkapan informasi yang diterima maka kita perlu menyediakan informasi yang hilang dan melengkapi gambaran tersebut.

4). Persepsi bersifat evaluatif

Persepsi yang dibuat seseorang belum tentu merupakan realitas. Tidak pernah ada persepsi yang bersifat objektif, melainkan bersifat pribadi dan bersifat subjektif. Persepsi adalah suatu proses kognitif psikologis dalam diri anda yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan yang anda gunakan untuk memekai objek persepsi (Mulyana, 2005: 189).

Menurut Andrea L.Rich dalam Mulyana (2005:189), “Persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologis individu alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek yang di persepsi.” Kalimat tersebut menjelaskan bahwa penafsiran kita terhadap suatu objek tidak mutlak merupakan realitas melainkan persepsi yang kita buat berdasarkan kondisi fisik dan psikologis kita.

5). Persepsi bersifat kontekstual

Konteks merupakan pengaruh yang paling kuat disbanding hal lain yang mempengaruhi persepsi seseorang. Konteks yang mengelilingi kita ketika melihat suatu objek atau kejadian akan sangat mempengeruhi persepsi kita. Interpretasi makna dalam konteksnya adalah suatu faktor penting dalam memahami komunikasi dan hubungan sosial (mulyana, 2005: 191).

**2.3.2.4. . Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi**

1). Kesalahan Atribusi

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain (Mulyana, 2005:11). Proses atribusi ini dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber informasi sebagai usaha untuk mengetahui orang lain. Seringkali kita menduga tujuan,sifat, atau motif seseorang berdasrkan penampakan fisik dan perilakunya. Namun terkadang penilaian kita berdasarkan pengamatan tersebut tidak tepat karena banyak orang yang cenderung menyembunyikan sifat aslinya melalui penampilan luarnya.

Kesalahan atribusi bias terjadi ketika kita salah menaksir makna pesan atau perilaku si pembicara. Selain itu kesalahan atribusi juda dapat terjadi apabila kita menduga bahwa perilaku seseorang disebabkan dari dalam diri (internal) seseorang ketika pada kenyataannya perilaku tersebut disebabkan oleh pengaruh dari luar (factor eksternal), begitu pula sebaliknya.Pesan yang dipersepsikan secara tidak utuh juga dapat menyebabkan adanya kesalahan atribusi. Ketika pesan yang diterima tidak lengkap maka kita akan berusaha mengisi kekurangan pada pesan tersebut dengan menganggap bahwa pesan yang tidak lengkap tersebut sudah lengkap. (Mulyana, 2005:215).

2). Efek Halo

Penyebab kesalahan persepsi yang berikutnya adalah eefek halo. Kesalahan persepsi yang disebut efek halo (halo effects) merujuk pada fakta bahwa begitu kita membuat suatu kesan menyeluruh pada seseorang, kesan yang menyeluruh ini cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita akan sifat-sifatnya yang spesifik.

Efek halo menyebabkan seseorang cenderung melihat siapa yang berbicara daripada apa isi pesannya. Sebagai contoh, kalimat sederhana yang diucapkan oleh orang awam akan dianggap brilian apabila diucapkan oleh seorang selebritis.

Apabila kita sangat terkesan terhadap seseorang maka kita akan menganggap orang tersebut baik dalam hal-hal yang lain juga. Kesan menyeluruh seseorang seringkali diperoleh dari kesan pertama.Kesan pertama biasanya berpengaruh kuat dan sulit untuk digoyahkan.Hal itu dapat terjadi karena kita menyesuaikan pandangan berikutnya agar sesuai dengan gambaran pertama.

3). Stereotip

Stereotip yaitu menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan meraka dalam satu kelompok. Dengan kata lain penstereotipan adalah proses menempatkan orang-orang dan objek-objek kedalam kategori-kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek-objek berdasarkan kategori-kategori yang sesuai, alih-alih berdasrkan karakteristik individual mereka (Mulyana, 2005:218).

4). Prasangka

Prsangka merupakan suatu kekeliruan terhadap orang yang berbeda, suatu konsep yang sangat dekat dengan stereotip (Mulyana,2005:223).

Istilah prasangka atau prejudice berasal dari kata latin preajudicium, yang berarti suatu preseden, atau suatu penilaian berdasarkan keputusan atau pengalaman terdahulu. Richard W. Brislin mendefinisikan prasangka sebagai suatu sukap tidak adil, menyimpang, atau tidak toleran terhadap sekelompok orang (Mulyana, 2005:224).

Prsangka yang berlebihan dapat menghambat komunikasi. Orang yang telah membentuk prasangkanya sendiri biasanya akan mengabaikan informasi yang tidak sesuai dengan generalisasi yang mereka buat walaupun generalisasi tersebut keliru. Adanya prasangka ini membuat komunikasi akan menjadi macet karena kita berlandasan pada persepsi kita yang salah, yang juga akan mengakibatkan orang lain akan salah mempersepsi kita.

5). Gegar Budaya

Menurut P.Harris dan R.Moran, gegar budaya adalah trauma umum yang dialami seseorang dalam suatu budaya yang baru dan berbeda karena ia harus belajar dan mngetasi begitu banyak nilai budaya dan pengharapan baru, sementara nilai budaya dan pengharapan budayanya yang lama tidak sesuai.

Menurut Kalvero Oberg gegar budaya (culture shock) ditimbulkan oleh kecemasan karena hilangnya tanda-tanda yang sudah dikenal dan simbol-simbol hubungan sosial.(Mulyana, 2007; 247).

**2.4. Kerangka Pemikiran**

Penulis menggunakan teori persepsi dan citra sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dalam penganalisa penelitian. Teori dan konsep tersebut penulis gambarkan dalam bentuk bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran**

**PERSEPSI MAHASISWA FISIP UNPAS TERHADAP DRIVER GRAB WANITA**

**TEORI PERSEPSI**

Jalaludin Rakhmat(2009:50).

|  |
| --- |
| *Selecting*  *Organizing*  *Interpretasi*  *Meaning* |

**Sumber : Modifikasi Penulis dan Pembimbing 2021**