

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Di dalam penelitian, review penelitian sejenis merupakan sebuah tahapan dalam menyusun penelitian. Review penelitian sejenis bermanfaat bagi peneliti dalam penelitian untuk mengembangkan penelitian, selain bermanfaat dalam mengembangkan penelitian, review penelitian sejenis dalam kajian literatur juga memberikan gambaran bagi peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan dengan tujuan agar mendapatkan sebuah penelitian yang sangat mendalam, adapun terdapat empat (4) review penelitian yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini, antara lain :

1. Muh Jamil Reza, 105650002915, Universitas Muhammdiyah Makasar, **PERSEPI MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA *CONTENT CREATIVE***, Di dalam skripsi ini di bahas tentang efek dari media sosial youtube terhadap penggunaanya, penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi kepada 5 informan guna untuk mengetahui persepsi subjek yang di teliti.
2. Yurika Meisarah Rangkuti, 120903102, Universitas Sumatera Utara, **PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG KUALITAS PELAYANAN PUBLIK**. Karya tulis ilmiah ini mendeskripsikan persepsi masyarakat

terhadap pelayan publik, dengan metode penelitian menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa angket kuesioner yang di sebarakan kepada 50 informan. Dengan metode dan pengumpulan data tersebut yurika seorang peneliti dalam penelitian ini mendapatkan data bahwa terdapat persepsi kepuasan dan kurang puasnya masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik.

3. Valencia Frida Varendy, L 100150004, Universitas Muhammadiyah Surakarta, **FENOMENA TRENDING TOPIK DI TWITTER**, penelitian ini membahas sebuah tagar yang menjadi trending topic di media sosial twitter yaitu twit #BTSLoveMySelf, penelitian dalam skripsi yang di tulis oleh valencia ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang twitt yang menjadi trending topik tersebut, dengan metode penelitian analisis wacana yang di kembangkan oleh Teun A. Van Dijk. hasil dar ipenelitian ini menyimpulkan bahwa twitt #BTSLoveMySelf yang menjadi trending merupakan sebuah unsur ajakan atau persuasi untuk lebih mencintai diri sendiri.
4. Rahmi Putri Lisnani, 162050233, Universitas Pasundan, **PERSEPSI MASYARAKAT CIKAMPEK TENTANG PEMBERITAAN COVID-19 PADA MEDIA SOSIAL**. Rahmi yang merupakan pemliti dalam penlitian ini mengangkat sebuah padmei covid-19 untuk menjadi bahan penelitian, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam oenelitian ini berhasil menggambarkan dan mendeskripsikan persepsi masyarakat tentang pemberitaan covid-19 di media sosial, dari

penelitian ini di jelaskan bahwa terdapat berbagai macam persepsi yang timbul dari pemberitaan mulai dari cemas, khawatir, depresi hingga rasa takut.

Tabel 2. 1 Review penelitian Sejenis

No	Skripsi	
1	Nama Peneliti	Muh Jamil Reza
	Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media <i>Content Video Creative</i>
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	<i>Uses and gratifications</i>
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian karya tulis ilmiah ini adalah dimana media sosial yang bernama youtubedapat memberikan efek atau pengaruh kepada penggunanya, efek ini berpengaruh dalam kehidupan sehari – hari baik efek yang bersifat positif dan bersifat negatif.
	Persamaan	Penelitian terdahulu ini mempunyai persamaan dengan penliti dalam subjek penelitian yaitu mendeskripsikan persepsi mahasiswa dengan metode

		penelitian kualitatif
	Perbedaan	Perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu adalah dalam teori yang digunakan
2	Nama Peneliti	Yurika Meisarah Rangkuti
	Judul Penelitian	Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Pelayanan Publik
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Teori	Deskriptif
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini dimana mayoritas responden dengan jenis kelamin laki-laki berumur 30 – 39 tahun di peroleh bahwa persepsi dari responden pelayan publik dari mulai persyaratan hingga prosedur berjalan sesuai dengan standar operasional. Namun etika ddalam pelayanan publik ini kurang puas seperti tidak menjunjung sikap sopan santun dan keadilan.
	Persamaan	Persamaan penilitan peneliti dengan penelitian

		terdahulu ini adalah sama sama meneliti persepsi tentang pelayanan
	Perbedaan	Metode dan teori dalam penelitian terdahulu ini berbeda dengan metode yang di gunakan oleh peneliti
3	Nama Peneliti	Valencia Frida Varendy
	Judul Penelitian	Fenomena Trending Topik Di Twitter
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Wacana
	Hasil Penelitian	Berdasarkan dari hasil sampel yang di peroleh, hasil dari penelitian ini adalah dimana dengan tema <i>LoveMySelf</i> ini yang mengandung unsur persuasi atau ajakan dengan tujuan agar masyarakat atau oengikut dari trending topic tersebut dapat lebih mencintai diri sendiri, dan ajakan untuk memberantas kekerasan anak.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah jejaring sosial yang di gunakan dan metode penelitian yang digunakannya pun sama

	Perbedaan	Pembahasan trending topic yang berbeda dan teori yang yang digunakan dalam penelitian pun berbeda
4	Nama Peneliti	Rahmi Putri Lisnani
	Judul Penelitian	Persepsi Masyarakat Cikampek Tentan Pemberitaan Covid-19 Pada Media Sosial
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Persepsi
	Hasil Pembahasan	Dari penelitian terdahulu ini terdapat hasil bagaimana pandemi Covid-19 ini menimbulkan berbagai macam perasaan di lingkungan masyarakat dari mulai rasa takut hingga stres kemudian selain menimbulkan berbagai perasaan dari hasil pembahasan ini terdapat kekhawatiran masyarakat akan kesulitan dalam mendapatkan bahan pokok untuk menyambung hidup
	Persamaan	Memiliki persamaan dalam metode penelitian dan teori yang digunakan
	Perbedaan	Perbedaan penleitian peneliti dengan penelitian terdahulu ini adalah dari subjek dan objek yang di teliti

Sumber: Modifikasi Peneliti

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah susunan teori – teori yang digunakan dalam penelitian guna untuk memperkuat dan mendukung sebuah penelitian yang sistematis, di dalam menyusun sebuah penelitian di butuhkan langkah-langkah yang sistematis sehingga alur sebuah penelitian mempunyai keterikatan dari tinjauan pustaka, kerangka konseptual hingga dengan penyajian data dan simpulan. Kerangka konseptual merupakan sebuah pengembangan pemikiran dari tinjauan pustaka terkait pemikitan peneliti yang berhubungan dengan variabel-variabel yang di teliti. Oleh karena itu kerangka konseptual di perlukan dalam sebuah penelitian guna untuk penlitian yang lebih sitematis sehingga penelitian dapat di pertahankan keabsahanya.

2.2.1 Komunikasi

Di dalam kehidupan sosial, komunikasi merupakan sebuah anugerah yang di berikan pencipta kepada kita untuk bertahan hidup, komunikasi merupakan sebuah rangkaian yang harus ada di dalam kehidupan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan komunikasi, kita bisa mendapatkan sebuah informasi atau pesan baik verbal ataupun nonverbal dari lawan berkomunikasi, bukan hanya mendapatkan informasi, komunikasi juga memberikan sebuah pemecahan masalah, perubahan perilaku, hingga memerikan konflik baru. Komunikasi bisa di lakukan oleh antar individu, antar kelompok, antar budaya, hingga antar suku.

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari istilah latin yakni “*Communis*” yang arti dalam bahasa Inggris nya adalah sama, yang maksudnya merupakan kesamaan makna. Maka dari itu, kegiatan komunikasi bukan hanya sebuah kegiatan mendapatkan informasi atau pesan, tetapi sebuah kegiatan komunikasi merupakan sebuah kegiatan yang di lakukan oleh dua orang atau lebih dengan kesamaan makna, kegiatan komunikasi bisa berjalan dengan baik apabila individu dengan individu lainya dapat memaknai sebuah isi di dalam komunikasi dengan sama.

Definisi Komunikasi sangatlah luas, terdapat banyak sekali para ahli mendefinisikan komunikasi sesuai dengan konteksnya sehingga definisi komunikasi satu dengan lainnya bisa bertentangan. Akan tetapi Dance dan Larson menemukan 3 dimensi konsep untuk mendefinisikan komunikasi (Seperti Dikutip Dalam Mulyana, 2017 : 60)

“Dimensi Pertama adalah tingkat observasi (*level of observation*), dimensi kedua adalah kesengajaan (*intentionality*), dimensi ketiga adalah penilaian normatif.”(Mulyana, 2017, h.60)

Terdapat beberapa defini komunikasi yang mempunyai benang merah dengan tiga dimensi konseptual untuk mendefinisikan komunikasi dengan di mensi kesengajaan datang dari Gerald R. Miller (Seperti yang di kutip oleh Mulyana, 2017, h,60)

“Komunikasi sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima

dengan disadari untuk memperingatkan perilaku penerima”(Mulyana, 2017, h.60)

Maksud dari definisi di atas adalah dimana terdapat sebuah kesadaran diri di dalam komunikasi dan mempunyai tujuan yang jelas dalam komunikasi untuk memengaruhi orang lain dengan itu definisi di atas berjalan sesuai dengan dimensi konseptual kesengajaan. Terdapat banyak sekali definisi komunikasi baik yang mempunyai benang merah dengan tiga konseptual yang sudah di jelaskan di atas atau pun tidak ada benang merahnya dengan dimensi konseptual. Akan tetapi masalah definisi komunikasi ini dapat di redam dengan penjelasan dari Peter Andersen (seperti di kutip dalam Putri, 2017 : 3)

“Selama tidak ada pandangan benar atau salah, pilihan-pilihan mengenai definisi-definisi hanyalah masalah sepele. Pandangan-pandangan ini mendorong akademis untuk masuk kedalam lintasan teoretikal yang berbeda, memengaruhi mereka untuk memberikan pertanyaan yang berbeda dan mendorong mereka untuk melakukan penelitian komunikasi yang berbeda”(Putri, 2017, h.3)

Dari penjelasan di atas maka dengan demikian komunikasi dapat di definisikan sesuai dengan konteks situasi dan kondisi setiap individu. namun secara umum definisi komunikasi merupakan sebuah kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, oleh kelompok, organisasi, ataupun suku dengan berbagai tujuan seperti memperoleh informasi, mengirimkan pesan hingga tujuan persuasif.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh individu, kelompok ataupun suku pasti mempunyai sebuah tujuan tertentu, tujuan tersebut bisa untuk individu ataupun untuk lawan bicaranya tergantung dari kehendak setiap orang (komunikator) dalam mengambil tujuan di dalam berkomunikasi. Gordon I. Zimmerman *et al* (Seperti di kutip dalam Mulyana, 2017 : 4) terdapat dua kategori besar dalam tujuan komunikasi :

1. Tujuan komunikasi yang pertama yakni untuk memberikan kepuasan kepada diri sendiri, kepuasan tersebut merupakan sebuah kebutuhan yang sangat mendasar bagi dirinya seperti sandan pangan.
2. Tujuan komunikasi yang kedua adalah untuk membentuk dan mejalin hubungan dengan individu lainnya. (Mulyana, 2017 : 4)

Dua kategori besar dalam tujuan komunikasi yang telah di jelaskan di atas kemudian di pertegas oleh Mulyana dalam bukunya yang berjudul *Ilmu komunikasi suatu pengantar*:

“Jadi komunikasi mempunyai tujuan isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain” (Mulyana, 2017, h.4)

Sedangkan menurut Nurudin dalam bukunya yang berjudul *Ilmu komunikasi ilmiah dan populer* di jelaskan bahwa terdapat 6 tujuan dalam berkomunikasi

yakni menemukan, berhubungan, meyakinkan, bermain, membentuk citra diri, dan mempersuasi. (Nurudin, 2019, h.103)

2.2.1.3 Unsur – unsur Komunikasi

Komunikasi dapat berjalan dengan baik dan efisien mempunyai beberapa faktor dan syarat, salah satunya unsur komunikasi. Unsur komunikasi merupakan sebuah syarat agar proses komunikasi berjalan dengan baik agar pesan yang di berikan mempunyai kualitas dan kredibilitas. Menurut Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D. dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi antar budaya*, terdapat 8 unsur khusus dalam komunikasi, yaitu :

1. Sumber (*Source*). Sumber merupakan individu yang menjadi komunikator di dalam komunikasi yang mempunyai sebuah keinginan untuk berkomunikasi, keinginan ini bisa datang dari sebuah kebutuhan akan informasi, atau keinginan untuk mengajak.
2. Penyandian (*encoding*). Penyandian merupakan sebuah unsur dimana individu yang berperan sebagai komunikator ini harus bisa merubah pikiran atau topik yang di rancang menjadi sebuah pesan verbal ataupun nonverbal untuk di sampaikan kepada lawan bicaranya, sehingga lawan bicara dapat menerima dan mencerna pesan dengan baik.
3. Pesan (*message*). Seperti yang telah di singgung di atas pesan merupakan sebuah unsur yang harus di sampaikan oleh komunikator kepada lawan bicaranya atau komunikan, bentuk pesan yang di sampaikan bisa berupa pesan verbal ataupun nonverbal.

4. Saluran (*channel*). Saluran merupakan jembatan agar pesan yang di sampaikan oleh komunikator kepada lawan bicara dapat tersampaikan dengan baik, saluran merupakan sebuah alat yang bisa di rasakan oleh panca indera untuk menyampaikan pesan kepada lawan bicara.
5. Penerima (*receiver*). Penerima sering di sebut juga dengan istilah komunikan, penerima merupakan individu yang mendapatkan pesan dari saluran, penerimaan pesan bisa berupa fisik atau yang bisa di rasakan oleh alat indera, penerima biasanya mendapatkan sebuah gangguan dalam perjalanan mendapatkan dan memaknai pesan.
6. Penyandian balik (*decoding*). *Decoding* adalah sebuah proses dimana penerima bisa mengolah pesan dan memberikan makna dari pesan tersebut sehingga bisa menjadi sebuah informasi yang dapat di cerna oleh penerima.
7. Respons penerima (*receiver response*). Respons penerima merupakan sebuah perlakuan penerima terhadap pesan yang di sampaikan oleh sumber, dimana respons penerima secara umum adalah bisa berupa pengabaian terhadap pesan atau respons positif dalam menerima pesan.
8. Umpan balik (*feedback*). Umpan balik merupakan sebuah unsur terakhir, dimana umpan balik merupakan sebuah hal yang di butuhkan oleh sumber guna untuk mengetahui pesan tersebut tersampaikan atau untuk memperbaiki teknik komunikasi yang di lakukan untuk kedepannya. Umpan balik dan respons mempunyai keterkaitan dimana respons bisa

menjadi umpna balik bagi penerima kepada sumber.(Mulyana, 2010 : 14-16)

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi

Komunikasi yang merupakan sebuah unsur penting dalam menjalankan kehidupan sosial maka secara jelas komunikasi mempunyai sebuah fungsi. Seperti halnya definisi komunikasi, banyak para pakar juga menjabarkan fungsi-fungsi komunikasi meskipun di dalamnya terdapat kemiripan atau bahkan berlawanan. Fungsi komunikasi juga bisa di jelaskan dari berbagai konteks sehingga menyebabkan terdapat banyak sekali fungsi-fungsi komunikasi yang di jabarkan oleh para ahli.

Menurut N. Soyomukti dalam bukunya yang berjudul *Pengantar ilmu komunikasi* di jelaskan terdapat fungsi-fungsi komunikasi secara umum:

- 1. Mencapai pengertian satu sama lain**
- 2. Membina kepercayaan**
- 3. Mengoordinasi tindakan**
- 4. Merencanakan strategi**
- 5. Melakukan pembagia pekerjaan, dan**
- 6. Berbagi rasa (Soyomukti, 2012 : 86)**

Selain dari fungsi-fungsi yang telah di jelaskan di atas, terdapat pulan fungsi-fungsi komunikasi yang datang dari Judy C.Pearson dan Paul E. Nelson (seperti di kutip dalam Mulyana, 2017 : 5) menegaskan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum dimana fungsi pertama yakni untuk kepentingan

kehidupan individu, dimana kepentingan hidup itu bisa berupa untuk membentuk diri menjadi lebih baik ataupun eksistensi diri dengan tujuan memperoleh keingin secara sepihak. Kemudian fungsi yang kedua dari fungsi komunikasi ini adalah untuk mencapai kehidupan dalam bermasyarakat dengan cara memperbaiki sebuah kerjasama atau mengembangkan sifat sosial dengan masyarakat. (Mulyana, 2017, h.5)

2.2.1.5 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang memanfaatkan sebuah media massa, baik media cetak, elektronik ataupun online. Namun dengan perkembangan teknologi yang sangat dinamis ini, kegiatan komunikasi massa yang banyak di gandrungi oleh masyarakat yaitu komunikasi massa dengan menggunakan media online, dimana media online yang mempunyai keunggulan di banding media cetak dan elektronik menjadi sebuah alasan dimana media online banyak di gandrungi oleh masyarakat terlebih media online bisa memberikan sebuah pemecahan masalah dari media cetak dan elektronik yang mempunyai karakter satu arah dan tertundanya *feedback* dari komunikan. Komunikasi massa ini berbeda dengan bentuk komunikasi yang lainnya, komunikasi massa merupakan sebuah kegiatan yang di lakukan dengan tujuan komunikan yang sangat luas, bisa berupa kelompok, suku ataupun yang lainnya.

Komunikasi massa mempunyai mempunyai identitas-identitas tertentu yang membendakan dengan bentuk komunikasi lainnya, seperti yang di jelaskan McQuail yang di kutip oleh (Soyomukti, 2012 : 194) komunikasi massa mempunyai identitas sebagai berikut :

1. Sumber yang berasal dari sebuah lembaga atau organisasi formal yang merupakan sebuah komunikator profesional
2. Pesan yang di sampaikan merupakan sebuah pesan umum yang menarik sehingga dapat di prosesw atau di kembangkan kembali
3. Alur komunikasi yang bersifat satu arah
4. Komunikator datang dari masyarakat luas
5. Proses yang di lakukan dari pengirim kepada komunikan yang luas

Selain identitas yang menjadi sebuah perbedaan komunikasi massa dengan konteks komunikasi lainnya, terdapat ciri-ciri khusus dalam komunikasi massa yang menjadikan juga komunikasi massa berbeda dengan konteks komunikasi lainnya. (Nurudin, 2019) mengemukakan bahwa terdapat ciri-ciri komunikasi massa, yaitu :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
2. Komunikan dalam komunikasi massa heterogen
3. Pesan yang bersifat umum
4. Komunikasi yang berlangsung satu arah
5. Pesan yang di sebarakan secara serentak
6. Mengandalkan peralatan teknis
7. Komunikasi massa di kontrol oleh *gatekeeper*

Komunikasi massa merupakan sebuah bentuk yang memiliki fungsi bukan hanya sekedar menyampaikan sebuah pesan kepada komunikan yang luas, dimana

seperti yang di jelaskan oleh Dominick (seperti yang di kutip dalam Panuju, 2018) menegaskan bahwa terdapat fungsi komunikasi massa yang meliputi:

1. Komunikasi massa mempunyai sebuah fungsi dimana komunikasi massa berfungsi sebagai penyampaian informasi untuk masyarakat luas yang pesan tersebut berupa sebuah pengawasan atau pun ajakan dari komunikator yang profesional contoh nya seperti informasi tentang peringatan dini ancaman bencana tsunami.
2. Fungsi yang kedua merupakan sebuah fungsi yang memberikan bantuan terhadap pemaknaan pesan yang di sampaikan, dalam arti lain komunikasi massa merupakan sebuah fungsi pemberian interpretasi kepada masyarakat. Contoh nya seperti pesan yang di sampaikan berupa penjelasan tentang sebuah aturan baru yang telah di berlakukan.
3. Fungsi selanjutnya dalam komunikasi massa mempunyai sebuah fungsi sebagai media penghubung antara komunikator yang bersifat formal dengan komunikan yang sangat luas.
4. Fungsi berikutnya adalah sebagai media dalam menanamkan sebuah nilai – nilai yang sikap yang baik positif maupun negatif.
5. Dengan komunikator yang bersifat formal tidak serta merta pesan yang di sampaikan bersifat serius, dalam fungsi ini komunikasi massa mempunyai sebuah peran dalam menghilangkan sebuah stress atau sebagai meddia hiburan.

2.2.2 Pelayanan Publik

2.2.3.1 Definisi Pelayanan Publik

Pelayanan kepolisian merupakan sebuah pelayanan yang masuk kedalam kategori pelayanan publik, dimana kepolisian merupakan sebuah lembaga yang masuk ke dalam salah satu lembaga yang berperan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan publik secara umum dapat di definisikan sebagai sebuah kegiatan melayani kebutuhan yang berkaitan dengan semua masyarakat, baik kebutuhan itu bersifat barang, jasa atau administratif. Pelayanan publik yang di bangun oleh pemerintahan ini merupakan sebuah langkah untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat sehingga dengan demikian, maka pelayanan publik harus dilakukan dengan profesional dan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah di tetapkan oleh pemerintah.

(Hayat, 2017) menjelaskan tentang konteks pelayanan publik, dimana pelayanan publik merupakan sebuah sistem yang di bangun dalam pemerintahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. dalam melaksanakan pelayanan, pemerintah mengemban tugas serta tanggung jawab untuk memberikan pelayanan secara profesional, akuntabel, dan optimal. Dengan pelayanan yang optimal maka akan terwujud sebuah kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harapan semua masyarakat.

2.2.3.2 Unsur Unsur Pelayanan Publik

Kegiatan pelanan publik merupakan sebuah kegiatan yang setiap hari di lakukan, untuk tercipta dan berjalanya sebuah pelayanan publik terdapat beberapa unsur penting yang harus ada di dalam pelayanan publik. Lembaga Administrasi

Negara [LAN] (2016) menjelaskan bahwa terdapat 3 unsur penting dalam pelayanan publik, meliputi :

1. Penyelenggara, penyelenggara pelayanan ini di bentuk sesuai dengan Undang-undang dan badan hukum lainnya tentang pelayanan publik, penyelenggara pelayanan publik ini biasanya berasal dari sebuah lembaga pemerintahan.
2. Pelanggan, pelanggan dalam hal ini adalah semua masyarakat yang membutuhkan sebuah jasa pelayanan publik, maksud dari semua masyarakat adalah dimana tidak adanya pandangan ekonomi, budaya dalam yang lainnya dalam menerima pelayanan sehingga bisa menciptakan sebuah pelayanan yang baik.
3. Kepuasan, kepuasan merupakan sebuah dasar pemerintahan baik dalam memberikan sebuah pelayanan ataupun untuk meningkatkan kinerja dari penyelenggara pelayanan.

Tiga unsur di atas mempunyai peranan penting dalam terciptanya sebuah pelayanan yang baik, oleh karena itu sebuah pelayanan yang baik harus bisa memperhatikan 3 unsur yang telah di jelaskan di atas.

2.2.3.3 Tujuan pelayanan publik

Pada dasarnya pelayanan publik mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan dari pemerintahan untuk kebutuhan hidup. Secara tidak langsung pelayanan publik merupakan sebuah jembatan yang di bangun oleh pemerintah untuk berinteraksi dengan

masyarakat, sehingga dengan demikian terbentuk sebuah harapan masyarakat terhadap kualitas dan tujuanyang jelas dalam bentuk pelayanan yang di lakukan oleh pemerintah. Tujuan pelayanan publik ini di jelaskan secara terperinci di dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 dalam pasal 3 dimana tujuan pelayanan publik meliputi :

1. Terbentuknya hubungan yang sangat jelas dari seluruh pihak yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik, dimana hubungan tersebut meliputi, hak, wewenang, tanggungjawab hingga kewajiban.
2. Terciptanya sebuah sistem penyelenggaran pelayanan publik sesuai dengan ketentuan – ketentuan pemerintahan yang baik.
3. Terealisasinya sebuah pelayanan yang sesuai dengan kaidah undang-undang.
4. Terwujudnya pelayanan bagi masyarakat dengan aman karena terdapat perlindungan dan kaidah hukum yang berlaku.(Hayat, 2017 : 53)

Dari penjelasan mengenai tujuan pelayanan publik yang telah di tetapkan oleh undang-undang tersebut maka dapat di simpukan bahwa sebuah pelayana publik memiliki tujuan dalam menyelenggarakan pelayanan publik dengan memberikan kepuasan dan rasa aman yang dimana telah terdapat kepastian hukum yang telah di tetapkan.

2.2.3.4 Faktor-faktor dalam mengoiptimalkan pelayanan publik

Pelayanan publik yang di lakukan secara optimal merupakan sebuah keharusan yang di lakukan oleh penyelenggara dan merupakan sebuah harapan

dari semua masyarakat yang menggunakan jasanya. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bukan hanya harapan dari masyarakat, akan tetapi kepuasan yang lahir dari hasil pelayanan publik juga merupakan sebuah harapan dan tujuan dari penyelenggara pelayanan, (Hayat, 2017) menjelaskan terdapat faktor-faktor yang menentukan agar terciptanya sebuah pelayanan publik yang optimal, yaitu :

1. Kepemimpinan (*Leadership*), pemimpin merupakan sebuah kunci dari organisasi, pemimpin merupakan sebuah miniatur dari organisasi tersebut dalam berkembangnya sebuah organisasi. Pemimpin harus mempunyai rasa tanggung jawab baik dalam teknis, keterampilan dan hal lainnya agar organisasi tersebut dapat berjalan secara optimal dalam menyelenggarakan pelayanan publik.
2. Budaya organisasi (*organizational culture*), budaya organisasi merupakan sebuah kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan di dalam sebuah organisasi sehingga membentuk sebuah karakter organisasi tersebut, budaya organisasi biasanya berjalan selaras dengan visi, misi dan tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi tersebut. Untuk menciptakan sebuah pelayanan publik yang berjalan secara optimal diperlukan sebuah kesamaan dalam pemahaman dan pengaplikasian sebuah budaya organisasi dengan tujuan agar memberikan sebuah pelayanan yang optimal dengan budaya yang telah dilakukan dalam organisasi.
3. Kelembagaan, pelayanan publik yang berjalan secara optimal dipengaruhi juga oleh faktor kelembagaan, dimana tata kelola dan aturan-aturan yang dibentuk oleh lembaga secara baik dan tegas akan memberikan dampak yang

baik dalam sebuah pelayanan publik. Selain tata kelola dan aturan-aturan yang di tetapkan dengan baik, kinerja dari para pegawai dalam lembaga juga dapat membentuk sebuah pelayanan yang profesional sehingga tidak akan terciptanya sebuah kejahatan-kejahatan yang ada seperti pungli.

4. Tata kerja (*standar operating procedural*), SOP atau standar operasional prosedur merupakan sebuah faktor penting dalam menjalankan pelayanan publik, SOP berperan sebagai lintasan dan pagar dalam organisasi untuk menyelenggarakan pelayanan publik. SOP juga menjadi acuan bagi penerima layanan dalam kenyamanan dan keamanan ketika proses pelayanan publik berlangsung.
5. Standar pelayanan, standar pelayanan berbeda dengan tata kerja atau yang di sebut dengan SOP, standar pelayanan merupakan acuan bagi penyelenggara dan penerima layanan dalam menciptakan pelayanan yang optimal, standar pelayanan biasanya meliputi seperti waktu penyelesaian, biaya hingga kemudahan hingga transparansi dalam proses pelayanan.
6. Pengelolaan pengaduan, pengaduan merupakan sebuah aspek yang tidak boleh di hilangkan di dalam pelayanan publik, pengaduan merupakan salah satu titik acuan bagi penyelenggaran dalam mengembangkan pelayanan publik menjadi lebih baik. Pengaduan masyarakat ini merupakan sebuah saran, masukan maupun kritik tehadpaa pelayanan yang telah berjalan, dengan itu maka pnegaduan dari masayarakat harus bisa terealisasikan seperti memberikan kotak saran di ruangan pelayanan, ataupun dalam bentuk pengaduan lainnya.

7. Evaluasi, evaluasi merupakan faktor yang selalu ada dalam setiap kegiatan yang di lakukan oleh oragnisasi termasuk dal;am kegiatan pelayanan publik, evalasi merupakan sebuah titik akhir dari proses kegiatan yang telah berjalan, dengan evaluasi maka di harapkan terdapat sebuah perbaikan atau perkembangan dari kegiatan sebelumnya sehingga memberikan sebuah pelayanan yang lebih baik lagi untuk kedepanya.
8. Sarana dan prasana, pelayanan publik bukan hanya sekedar memberikan pelayanan yang humanis kepada masyarakat sehingga terciptanya sebuah kepuasan. Akan tetapi, pelayanan publik yang optimal harus di tunjang dengan saranan dan prasanan yang baik sehingga terciptanya sebuah keamanan dan kenyamanan bagi penerima layanan. Saranan dan prasaranan secara umum meliputi ruangan pelayanan yang nyaman, bersih dan tertib, juga memberikan perhatian khusus kepada masyarakat yang berkebutuhan khusus.
9. Penggunaan teknologi, dengan berkembangnya dunia teknologi informasi yang sangat dinamis ini secara keseluruhan memberikan sebuah dampak kemudahan dalam hal apapun, dengan karakteristik yang cepat dan spontan yang menjadi ciri khas dari teknologi ini mempunyai keselarasan dengan harapan masyarakat dalam pelayanan publik yang cepat dan sigap. Sehingga dengan demikian penyelenggara pelayanan publik harus bisa mengoptimalkan sebuah pelayanan publik dengan memanfaatkan teknologi informasi agar terciptanya sebuah pelayanan yang optimal.

10. Pengelolaan sumber daya manusia, fakto terkahir dalam pelayanan publik yang optimal adalah sumber daya manusia, dimana setelah tata kerja, standar operasioanal telah di bentuk dengan baik maka harus di iringi dengan sumber daya manusia dengan kompetensi yang ahli di bidangnya. Pengoptimalan sumber daya manusia yang mempunyai koomptensi tinggi akan memberikan sebuah dampak yang besar terhadap kemajuan kualitas pelayanan publik.

2.2.3 Media sosial

2.2.4.1 Definisi Media Sosial

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan sebuah kemajuan bagi media komunikasi, di dalam perjalananya media komunikasi di tuntutan harus bisa memanfaatkan sebaik mungkin perkembangan teknologi agar memberikan sebuah komunikasi yang instan, cepat dan akurat. Media merupakan sebuah penghubung bagi para pelaku komunikasi, media terbagi dalam beberapa jenis meliputi media cetak, elektronik dan media massa. Media sosial termasuk kedalam media massa dan sering juga di sebut dengan media baru. Media sosial merupakan sebuah penghubung bagi setiap individu untuk bertukar informasi atau mencari informasi dengan realtime dan instan. Media sosial berjalan dengan virtual karena dengan memanfaatkan internet.

2.2.4.2 Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrulloh di dalam A. Setiadi (2014) menjelaskan bahwa terdapat karakteristik di dalam media sosial yang dimana karakteristik tersebut tidak beda jauh dengan media ciber, karakteristik tersebut meliputi :

1. Jaringan

Jaringan merupakan hal yang mendasar di dalam media sosial, karena dengan jaringan komputer satu dengan yang lainnya akan terhubung sehingga para pengguna bisa menggunakan komputer yang sudah terkoneksi jaringan untuk bertukar pesan, data, informasi dan lain sebagainya.

2. Informasi

Informasi merupakan poin yang selalu ada dan di bawa oleh para penggunanya dalam menggunakan media sosial, informasi menjadi titik acuan untuk menggunakan media sosial, dengan informasi para pengguna biasa menggunakan media sosial baik itu untuk mengirimkan informasi, mencari informasi atau bahkan menanggapi informasi di dalam media sosial.

3. Arsip

Karakteristik selanjutnya adalah arsip, dimana media sosial mempunyai karakter selain untuk berinteraksi para pengguna memanfaatkan media sosial untuk menyimpan informasi, data atau pun hal lainnya untuk di buka di kemudian hari.

4. Interaksi

Karakter selanjutnya dalam media sosial dimana dengan media sosial orang-orang dapat berkumpul dan berinteraksi dengan dasar persamaan, baik itu persamaan di dalam hoby, ras, suku dan lain sebagainya sehingga di dalam media sosial terdapat interaksi baik itu interaksi antar individu, ataupun kelompok.

5. Simulasi sosial

Media sosial mempunyai karakter dalam berlangsungnya interaksi sosial di dalam masyarakat yang tidak bisa di jumpai dalam kehidupan nyata, oleh karena itu media sosial mempunyai simulasi sosial yang dimana terdapat interaksi masyarakat secara virtual.

6. Konten oleh pengguna

Karakter selanjutnya di dalam media sosial dimana konten di pegang penuh oleh setiap pengguna sehingga pengguna bisa dengan leluasa dan isntan untuk membentuk sebuah konten baik demi kepentingan pribadi ataupun masyarakat. Akan tetapi dengan hak penuh dalam konten terdapat para pengguna yang memanipulasi sebuah citra diri sehingga terdapat kepribadia berbeda di dalam dunia maya dan dunia nyata.

2.2.4.3 Jenis-jenis Media Sosial

Dari banyak jenis media yang ada dalam perkembangan teknologi ini, terdapat beberapa jenis media yang merupakan platform yang sering banyak di gunakan di dalam *smartphone*, di antaranya adalah :

1. Blog

Blog merupakan jenis media sosial yang banyak di gunakan di kalangan masyarakat, blog merupakan media yang di gunakan oleh penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, berbagi informasi baik berupa teks ataupun dalam bentuk visual lainnya.

2. Microblogging

Microblogging merupakan media sosial yang merujuk kepada munculnya twitter yang mempunyai batasan dalam membuat sebuah unggahan dengan maksimal 140 karakter. Sama halnya dengan blog microblogging memberikan ruang bag penggunanya untuk mengunggah aktivitas kesehariannya.

3. Twitter

Twitter merupakan jenis media sosial yang merupakan salah satu layanan jejaring sosial dan microblogging, dimana dengan twitter meberikan fasilitas bagi penggunanya selain untuk mengunggah aktivitas sehari-hari, twitter digunakan oleh penggunanya bisa untuk berbisni, menyuarakan pendapat, hingga menambah banyak teman. Di dalam twitter terdapat banyak istilah yang sering di pakai khusus oleh pengguna twitter, seperti tweet, retweet, dan lain sebagainya.

4. Facebook

Facebook merupakan jejaring sosial yang masih banyak di pakai dari berbagai kalangan, pada awalnya facebook merupakan situs jejaring sosial yang di gunakan untuk para penggunanya dalam melakukan komunikasi dari jarak jauh. Akan tetapi, facebook melebarkan sayapnya seiring dengan berkembangnya

teknologi informasi kini facebook mempunyai banyak fasilitas, di mulai dari halaman, termpat berdagang hingga forum forum komunitas.

5. Instagram

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang banyak di gunakan di berbagai negara khususnya di Indonesia. Sesuai dengan namanya, instagram pada awalnya hanya merupakan sebuah situs yang di gunakan oleh penggunanya untuk berbagi dan mengirimkan foto-foto momen. Akan tetapi, dalam perjalananya isntagram juga di manfaatkan para penggunanya dalam mengembangkan bisnis, menjadi media branding toko dan lain sebagainya.

2.2.4 Twitter

2.2.5.1 Definisi Twitter

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat ini berdampak kepada media komunikasi. Media komunikasi harus di tuntut untuk bisa memanfaatkan perkembangan teknologi dengan tujuan agar bisa memberikan sebuah kepuasan dalam komunikasi. Twitter merupakan salah satu jenis microblogging yang dimana microblogging merupakan sebuah media yang memanfaatkan jaringan internet untuk berinteraksi dengan individu lain, perbedaan microblogging dengan blog biasa yaitu dimana microblogging mempunyai batasan dalam penulisan karakter yang biasanya hanya mencapai 140 karakter dan untk blog biasa secara umum tidak memiliki batasan dalam penulisan karakter.

Twitter merupakan sebuah media untuk setiap masyarakat untuk mengeekspresikan diri, berbisnis, mencari informasi atau hanya sekedar untuk

mencari teman baru. Twitter mempunyai beberapa istilah dalam penggunaannya seperti istilah tweets dimana maksudnya adalah sebuah pemberitaan yang kita ekpose dan di upload di dalam twitter, kemudian followers dimana dalam hal ini sama dengan instagram dan facebook, followers merupakan orang-orang yang mengikuti jejak kita dan bisa melihat apa yang kita posting di dalam twitter. Kemudian istilah yang paling lumrah di gunakan dalam twitter adalah retweet, dimana istilah ini digunakan untuk orang lain yang mengutip dan memposting ulang tweets orang lain.

2.2.5.2 Sejarah Twitter

Twitter merupakan sebuah jejaring sosial microbloging yang di bentuk oleh Jack Dorsey, Kaca Nuh, Biz Stone dan Evan Williams. Dimana pada awalnya, twitter hanya merupakan sebuah gagasan dari Jack dalam sebuah rapat di dalam perusahaan untuk memberikan sebuah inovasi baru dalam mengembangkannya produk di dalam bidang komunikasinya. Kata twitter pada awalnya adalah Twtr yang menduplikasi jejaring sosial Flickr, twitter di kembangkan pada tahun 2006 dan dalam sejarahnya twitter hanya di gunakan khusus untuk para karyawan di dalam perusahaan. Namun titik kepopuleran twitter di mulai pada tahun 2007 saat mengikuti sebuah festival, dimana jumlah tweet yang berkembang sangat pesat dari biasanya 20 ribu *tweets* perhari nya berkembang menjadi 60rb *tweets* perharinya, perkembangan twitter dalam festival itu juga memikat hari para panelis lain dan memuji bahwa twitter merupakan jejaring sosial pendatang baru yang dapat menarik minat dari para pengguna internet.

Jika di lihat dalam perjalanan sejarah twitter, fungsi dari twiiter bukan hanya dalam mengekspresikan diri, menambah teman dan mencari informasi. Menurut (Juju & Studio, 2009) secara garis besar twitter mempunyai fungsi sebagai :

1. Sebagai catatan harian yang ingin kita tulis dan ingin kita *upload*
2. Selain untuk menulis tentang kegiatan yang di lakukan, twiiter juga bisa berbagi momen-momen setia individu baik berupa foto atau video yang dapat di lihat orang teman-teman (*followers*)
3. Mencari dan menambah teman dalam dunia maya
4. Media untuk mengetahui kebiasaan yang di lakukan oleh orang lain
5. Mempromosikan web atau blog yang di miliki
6. Sebagai media periklanan sebuah produk
7. Bisa di gunakan sebagai media kampanye baik dalam politik atau sosialisasi kemasyarakatan
8. Untuk mencari informasi secara cepat
9. Bisa digunakan untuk mencari uang untuk kebutuhan hidup.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Persepsi

2.3.1.1 Definisi Persepsi

Persepsi merupakan sebuah proses rangkaian yang telah di lakukan dalam pemaknaan yang di lakukan melauai panca indera, kemudian proses yang sudah di lakukan oleh alat indera kemudian dengan segera di teruskan oleh sistem syaraf

menuju otak agar segera di kelola meenjadi sebuah makna yang menjadi persepsi. Tentunya hasil dari pemaknaan yang telah di lakukan oleh otak akan berbeda setiap individu dengan individu lainnya. Perbedaan ini terjadi akibat sebuah proses terciptanya perpsepi di pengaruhi salah satunya oleh sebuah pengalaman dari setiap individu. Contohnya dalam kasus yang viral terkait pengaduan tindakan asusila yang di lakukan oleh seorang Ayah yang di lakukan kepada anak kandungnya, yang dimana laporan yang di buat oleh ibunya kepada kepolisian tifak mendapatkan titik terang sampai terdengar oleh masyarakat luas sehingga pada akhirnya masyarakat luas menerima dan memaknai kasus tersebut menjadi sebuah persepsi yang berbeda – beda.

Secara garis besarnya persepsi merupakan sebuah kegiatan yang sudah terjadi baik kegiatan tersebut meliputi sebuah objek, peristiwa ataupun hubungan-hubungan yang sudah di lakukan dengan menyimpulkan, memaknai dan menafsirkan sebuah infromasi dan pesan. (Rakhmat, 2013 : 50)

2.3.1.2 Faktor yang Menentukan Persepsi

Persepsi tidak terbentuk secara instan, persepsi bisa terbentuk oleh beberapa elemen dan faktor-faktor tertentu. Menurut (Supratman & Mahadian, 2018) terdapat faktor-faktor dalam menentukan persepsi, faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Faktor fungsional, faltar fungsional ini bukan sebuah persepsi yang di bentuk dari hasil stimulus alat indera, faktor fungsional ini berasal dari sikap atau pun kondisi dari setiap indivu. Misalnya. Dalam faktor gunsional ini setiap individu bisa mempersepsikan sebuah makanan yang

sama tergantung dari situasi individu tersebut sedang membutuhkan makanan atau dalam artian sedang lapar atau tidak. Faktor fungsional ini sering disebut juga dengan faktor personal dimana di dalam faktor ini bisa mengikutsertakan rasa emosional, pengalaman, situasi dan kondisi. Di sisi lain juga, faktor fungsional bisa disebut dengan kerangka rujukan, dimana menurut beberapa ahli kerangka rujukan sangat berperan dalam menentukan dan men interpretasikan sebuah pengalaman atau informasi.

2. Faktor struktural, pada dasarnya faktor struktural berasal dari stimulus alat indra dan efek yang telah dihasilkan oleh saraf dan otak. Di dalam faktor struktural ini terdapat sebuah teori yang bernama teori Gestalt, dalam teori ini dijelaskan bahwa di dalam mempersiapkan sebuah informasi atau peristiwa diperlukan sebuah pandangan yang menyeluruh dimana fokus dalam mempersepsikan sebuah peristiwa di dalam faktor struktural ini hanya berfokus kepada peristiwa yang telah dirasakan oleh alat indera tanpa harus melihat dari berbagai sisi lainnya. Dengan demikian, faktor struktural hanya bersifat subjektif.

2.3.1.3 Jenis-jenis Persepsi

Secara umum persepsi terbagi menjadi dua bagian, pertama persepsi terhadap objek dan yang kedua persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia sering disebut dengan persepsi sosial, dengan sifat manusia yang sosial dan bersifat dinamis maka dengan itu persepsi terhadap manusia bersifat kompleks dan lebih sulit dalam membentuk persepsinya. Menurut (Mulyana, 2017) terdapat perbedaan antara persepsi diantaranya adalah :

1. Proses persepsi terhadap objek hanya bisa melalui lambang – lambang atau objek secara fisik, sedangkan di dalam persepsi terhadap manusia bisa lebih luas baik dengan lambang lambang verbal dan non verbal karena manusia bersifat dinamis.
2. Karena objek tidak memiliki sebuah rasa atau emosional maka persepsi terhadap objek hanya menanggapi atau memperhatikan sifat luar yang ada, sedangkan persepsi terhadap manusia memperhatikan sifat luar dan dalam, dalam hal ini sifat dalam meliputi rasa, dan emosional.
3. Persepsi terhadap manusia cenderung lebih cepat berubah karena dengan sifat manusia yang dinamis.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah komponen dalam penelitian, dengan di bentuknya kerangka pemikiran ini dapat di harapkan memperjelas sebuah garis besar alur dari penelitian peneliti. Kerangka pemikiran berlandaskan kepada pertanyaan di dalam sebuah penelitian dan berdasarkan kepada konsep-konsep yang saling mempunyai keterikatan. Pelayanan kepolisian merupakan sebuah bentuk pelayanan yang mempunyai pro dan kontra dari sejak dulu. Banyaknya pemberitaan tentang pelayanan kepolisian baik negatif maupun positif beredar di semua media massa.

Pemberitaan negatif tentang pelayanan kepolisian biasanya dari dari sebuah dalang yang menjadi oknum pelaku dalam sebuah pelayanan sehingga memberikan sebuah kesan dan pengalaman yang tidak enak di masyarakat luas,

terlebih dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat dinamis menjadi sebuah pemberitaan tentang pelayanan kepolisian ini dapat menyebar dan di terima di kalangan masyarakat luas sehingga memberikan sebuah berbagai persepsi di setiap individu di kalangan masyarakat tersebut.

Seperti yang telah di jelaskan di dalam kerangka teoritis, persepsi merupakan sebuah proses yang terjadi setelah melalui peristiwa yang sudah di lalui dengan menggunakan panca indera. Persepsi di bentuk dengan sebuah stimulus yang di mana sebuah rangsangan yang di hasilkan oleh panca indera kemudia di *transfer* dengan menggunakan syaraf ke otak sehingga membentuk sebuah aksi atau pemaknaan dari proses tersebut sehingga terbentuklah sebuah persepsi.

Di dalam kehidupan sosial komunikasi mempunyai sebuah peranan penting dalam menjalani kelangsungan hidup untuk memenuhi kebutuhan. Di dalam komunikasi juga persepsi berperan penting dalma berjalanya sebuah kegaitan komunikasi. Seperti yang telah di jelaskan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*, persepsi merupakan sebuah inti dari komunikasi, dengan kematangan dari sebuah persepsi maka kegiatan berkomunikasi akan berjalan dengan sangat efektif. Dengan demikian, keakuratan perpsesi dan berjalanya komunikasi secara efektif akan memberikan efek sesuai dengan harapan dan memberikan sebuah *feedback* sehingga terciptanya sebuah kepuasan dari hasil komunikasi dari para pelaku komunikasi. Menurut Kennet K, Sereno dan Edward M. Bodaken kemudian juga menurut JudyC. Pearson dan Paul E.

Nelson (seperti di kutip dalam Mulyana, 2017) menegaskan bahwa persepsi terdiri dari 3 unsur yang membentuk persepsi yakni sensasi, atensi, dan interpretasi.

1. Sensasi

Secara umum, sensasi merupakan sebuah penerimaan informasi atas peristiwa yang terjadi di luar sana dari hasil penangkapan alat indera. Seperti halnya dalam informasi yang viral dalam sebuah hastag percuma lapor polisi yang menyebar luas di seluruh media massa terlebih di dalam sosial media twitter sehingga dapat dengan mudah di dapatkan oleh masyarakat luas. Dalam hal ini, proses penerimaan dan pengolahan informasi tersebut merupakan sebuah interpretasi dari setiap individu yang di bentuk dari hasil penangkapan informasi dengan alat indera yang kemudian di *transfer* ke dalam otak yang kemudian membentuk sebuah perasaan awal dan penafsiran tentang hastag percuma lapor polisi, proses penerimaan informasi yang di daparkan oleh alat indera ini merupakan sebuah sensasi yang telah di bentuk oleh individu terkait peristiwa tersebut. Sensasi terkait pelayanan publik setelah viral hastag percuma lapor polisi ini dari setiap individu dapat di pengaruhi dengan beberapa faktor, di antaranya adalah jarak, pengalaman, budaya, emosional dan faktor situasi dari alat indera setiap individu.

2. Atensi

sebelum terbentuknya sebuah persepsi dari individu terkait sebuah peristiwa di butuhkan sebuah atensi guna untuk mempertegas sensasi dengan cara memperhatikan peristiwa tersebut, dalam tagar percuma lapor polisi yang dimana isinya merupakan langkah pengaduan seorang ibu atas tindakan suaminya yang

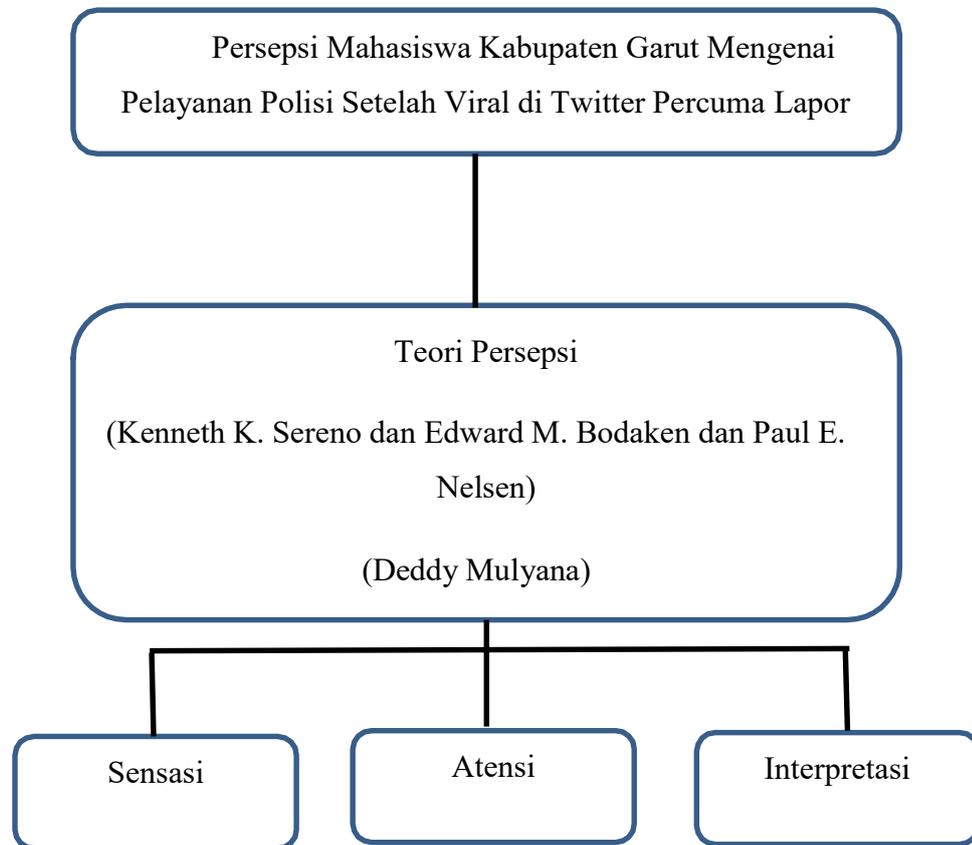
melakukan tindakan pelecehan kepada anaknya kemudian penyelidikan dalam kasus tersebut di berhentikan sampai viral dengan hastag percuma lapor polisi ini mempunyai hal yang menarik untuk individu memperhatikan peristiwa tersebut di bandingkan dengan peristiwa yang lainnya. Dalam sebuah peristiwa, atensi dari setiap individu dapat memberikan sebuah sinyal yang lebih mendalam untuk bisa menginterpretasikan sebuah peristiwa dari hasil sensasi yang telah di dapatkan.

3. Interpretasi

Interpretasi merupakan sebuah bentuk pemaknaan yang kita peroleh dari hasil sensasi dan atensi. Dalam penelitian ini setiap individu membentuk sebuah makna dan menfasirkan pelayanan kepolisian setelah viral percuma lapor polisi, setelah proses dari sensasi, atensi dan kemudian membentuk sebuah interpretasi mengenai pelayanan kepolisian setelah viral percuma lapor polisi maka akan membentuk sebuah efek untuk setiap individu, dimana efek yang di timbulkan bisa beroengaruh kedalam perilaku, ataupun penilaian yang positif atau negatif tentang pelayanan kepolisian.

Secara umum, maka persepsi dapat di sebur dengan sebuah kegiatan yang mampu di rasakan oleh alat indera setiap individu dengan di sertai sebuah pengalaman atas dari sebuah kejadian atau fenomena yang mempunyai pesan, informasi atau hal yang dapat di sampaikan di dalam fenomena tersebut. Seperti contohnya penginderaan terhadap tagar percuma lapor polisi yang trending di twitter, sehingga dengan penginderaan tersebut dapat mempengaruhi persepsi dari setiap individu.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Modifikasi Peneliti dengan Pembimbing 2022