# BAB IIKAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKRIAN

1.

## Kajian Literatur

### *Review* Penelitian Sejenis

Penelitian sejenis merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah penelitian agar dapat menjadi sebuah referensi atau tinjauan dalam sebuah penelitian yang peneliti lakukan, dalam penelitian ini terdapat beberapa literatur penelitian sejenis yang peneliti *review* yaitu seperti berikut :

1. **Persepsi Masyarakat Cikampek Tentang Pemberitaan COVID-19 Pada Media Sosial (2020)**

Penelitian ini merupakan sebuah skripsi yang dibuat oleh Rahmi Putri Lisnani salah satu mahasiswi dari Universitas Pasundan, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori persepsi milik Kenneth K. Sereno dan Edward M Bodake.

Hasil dari penelitian ini didapatkan pemberitaan pandemic COVID-19 menimbulkan berbagai jenis perasaan bagi masyarakat Cikampek seperti stress, khawatir, cemas, iritasi, marah, depresi, hingga rasa takut.

Perbedaan yang ada dalam penelitian ini adalah pada objek penelitian yaitu mengenai persepsi masyarakat terhadap sampah di kelompok pedagang Pasar Sederhana.

1. **Persepsi Masyarakat Kota Bandung Mengenai Chanel Berbayar Dalam Televisi Berbasis Aplikasi Mola TV (2021)**

Penelitian ini merupakan sebuah skripsi yang dibuat oleh Popy Puspita Ratnikasari salah satu mahasiswi dari Universitas Pasundan, dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori persepsi dari Deddy Mulyana.

Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa channel berbayar Mola TV merupakan channel yang dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi namun berbeda dari channel biasa karena channel berbayar menyajikan tayangan yang ekslusif dan *segmented*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti teliti adalah objeknya yaitu melihat persepsi masyarakat terhadap sampah di kelompok pedagang di Pasar Sederhana.

1. **Persepsi Masyarakat Mengenai Alun-Alun Cicendo Sebagai Objek Wisata Terbaru di Kota Bandung (2018)**

Penelitian ini adalah skripsi yang dibuat oleh Adystha Tartiana Khanza merupakan seorang mahasiswi dari Universitas Pasundan, dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori persepsi dari Walgito.

Hasil dari penelitian tersebut memperlihatkan bahwa persepsi masyarakat mengenai alun-alun Cicendo memperoleh hasil yaitu objek wisata tersebut mendapatkan respon yang positif dari masyarakat kota Bandung.

Perbedaan dari penelitian ini adalah bisa di lihat dari teori dan metodologi yang di gunakan penelitian ini memakai teori persepsi dan mengunakan metode deksriptif kualitatif yang berfokus pada kelompok pedangan di pasar sederhana.

Adapun untuk lebih rinci lagi *review* penelitian sejenis yang telah dilakukan peneliti adalah seperti di rangkum dalam tabel seperti berikut :

Tabel 1 Perbandingan Penelitian Sejenis dan Usulan Penelitian

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Peneliti** | **Judul Penelitian** | **Metode/Teori Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan Penelitian** |
| 1. | Rahmi Putri Lisnani | “Persepsi Masyarakat Cikampek Tentang Pemberitaan COVID-19 Pada Media Sosial” (2020) | Metode Deksriptif Kualitatif/Teori Persepsi Kenneth K. Sereno dan Edward M Bodake | Pandemi COVID-19 menimbulkan berbagai jenis perasaan mulai dari stress, khawatir, cemas, iritasi, marah, depresi dan rasa takut. | Perbedaan pada penelitian ini adalah pada objek penelitian yaitu mengenai persepsi masyarakat terhadap sampah di kelompok pedagang pasar Sederhana |
| 2. | Popy Puspita Ratnikasari | “Persepsi Masyarakat Kota Bandung Mengenai Chanel Berbayar Dalam Televisi Berbasis Aplikasi Mola TV” (2021) | Metode Kualitatif/Teori Persepsi Deddy Mulyana | Hasil penelitian channel berbayar Mola TV merupakan channel yang dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi namun berbeda dari channel biasa karena channel berbayar menyajikan tayangan yang eksklusitf dan *segmented* | Perbedaan pada penelitian ini adalah objeknya yaitu melihat persepsi masyarakat terhadap sampah di kelompok pedagang pasar Sederhana |
| 3. | Adystha Tartiana Khanza | “Persepsi Masyarakat Mengenai Alun-Alun Cicendo Sebagai Objek Wisata Terbaru di Kota Bandung” | Metode Kualitatif/Teori Persepsi Walgito | Hasil penelitian memperlihatkan persepsi masyarakat mengenai alun-alun Cicendo memperoleh hasil bahwa objek wisata tersebut mendapatkan repson yang positif dari masyarakat kota Bandung | Perbedaan pada penelitian ini ada pada objeknya yaitu objek penelitian ini terfokus pada persepsi masyarakat terhadap sampah terutama di kelompok pedagang di pasar Sederhana dan menggunakan teori persepsi milik Deddy Mulyana |

### Kerangka Konseptual

#### Komunikasi

##### Pengertian Komunikasi

Sebuah kehidupan tidak dapat dijalani sendirian sebab di dunia ini selalu ada peran orang lain yang menjadi penting dalam menjalani keseharian yang ada, salah satu hal yang membuat kita dapat hidup bersama orang lain adalah adanya komunikasi. Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam melakukan sosialisasi dengan orang lain dalam kehidupan ini dengan adanya komunikasi kita dapat saling bertukar informasi ataupun memahami berbagai macam hal yang ada di dunia ini, pertukaran informasi memberikan banyak sekali dampak besar dalam menjalani sebuah kehidupan.

Komunikasi dalam bahasa Inggris adalah *communication* yaitu istilah yang berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang memiliki arti sama, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang memiliki arti membuat sama atau *to make common* (Mulyana, 2014)

Seperti menurut **Effendy (1993)** dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi memberikan pendapat mengenai arti dari komunikasi yaitu :

* **“Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya” (1993:28)**

Media dalam penyampaian pesan komunikasi ada banyak sekali jenis dan bentuknya seperti bahasa verbal dan juga nonverbal, media penyampaian yang digunakannya pun bisa beragam misalnya seperti alat media elektronik contohnya media cetak, audio ataupun media audio visual. Adapun perkembangan zaman seperti sekarang teknologi sudah semakin beragam, penyamapaian pesan dari komunikasi juga pastinya turut berkembang dan menjadikan manusia mempunyai banyak pilihan lain untuk melakukan komunikasi contohnya menggunakan pesan yang ada dalam *smartphone* ataupun media lainnya. Maka dari itu perkembangan teknologi yang cepat bisa dengan mudah melakukan penyampaian informasi kepada orang-orang baik secara sengaja dan tidak sengaja.

Singkatnya komunikasi merupakan sebuah penyampaian pesan dari manusia satu kemanusia lain yang dimana isi pesan tersebut dapat berisi sebuah pikiran ataupun perasaan seseorang tersebut dan dalam sebuah penyampaian pesan salah satu alat yang digunakan adalah bahasa.

##### Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi memiliki unsur-unsur penting yang membuat proses komunikasi menjadi berjalan dengan baik, unsur-unsur tersebut seperti dijelaskan menurut Laswell dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar milik Deddy Mulyana (2014) yaitu terdapat lima unsur dalam komunikasi yaitu :

1. Sumber (*source*)

Sumber atau *source* adalah pihak yang berinisiatif atau memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi, sumber ini bisa seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun suatu Negara yang memiliki kebutuhan bervariasi.

1. Pesan (*message*)

Pesan atau *message* adalah isi atau apa yang disampaikan oleh sumber terhadap penerima pesan tersebut dan pesan yang disampaikan bisa seperangkat simbol verbal ataupun nonverbal yang dimana menjadi salah satu alat atau yang mewakili perasaan, gagasan, nilai atau apa yang dimaksud oleh sumber tersebut.

1. Media atau saluran (*channel*)

Saluran atau *channel* merupakan alat atau sebuah tempat yang digunakan oleh sumber dalam menyampaikan pesan tersebut kepada penerimanya, saluran tersebut dapat merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, misalnya saluran tersebut verbal ataupun saluran nonverbal.

1. Penerima (*receiver*)

Penerima atau *receiver* merupakan siapa yang menjadi sasaran atau tujuan, komunikate, penyandi-balik, atau khalayak, pendengar, hingga penafsir yaitu orang yang menerima pesan dari sumber.

1. Efek (*effect*)

Efek atau *effect* adalah apa yang terjadi ketika penerima mendapatkan pesan tersebut, bisa saja ia mendapatkan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap ataupun lain sebagainya.

##### Proses Komunikasi

Dalam sebuah komunikasi terdapat proses yang berlangsung agar pesan tersebut dapat tersampaikan kepada orang lain, seperti menurut Effendy (1993) dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi yang menjelaskan proses komunikasi terbagi dalam dua klasifikasi yaitu :

1. Proses komunikasi secara primier

Proses secara primer (*primary process*) merupakan proses komunikasi yang penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang atau *symbol* yang dijadikan media atau saluran, lambang tersebut dapat berbentuk bahasa, gesture, gambar, warna, dan lain sebagainya.

1. Proses komunikasi secara sekunder

Proses secara sekunder adalah proses komunikasi yang penyampaian pesannya dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media keduanya setelah memakai lambang sebagai media pertamanya, contohnya surat kabar, radio, atau televisi komunikasi secara sekunder semakin hari semakin efektif sebab teknologi komunikasi juga semakin canggih sehingga dapat efektif serta efesien.

##### Tujuan Komunikasi

Komunikasi selalu memiliki tujuan yang jelas sebab proses komunikasi dalam penyampaian pesannya selalu memiliki arah yang jelas untuk apa pesan tersebut disampaikan, seperti menurut Effendy (1993) yang menyebutkan empat tujuan dalam komunikasi yaitu :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

*Change the attitude* atau mengubah sikap dalam komunikasi bisa menjadi salah satu tujuan karena dalam melakukan komunikasi dapat mengubah sikap seseorang berdasarkan dari bagaimana suatu penyampaian pesan tersebut dilakukan, karena pesan yang disampaikan bisa berupa informasi tertentu yang bisa mempengaruhi seseorang untuk bersikap atau bagaimana ia harus bersikap.

1. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

*Change the opinion* atau mengubah pendapat merupakan salah satu tujuan dalam komunikasi yang dimana seseorang misalnya komunikator bisa mempunyai tujuan untuk megubah opini, pendapat atau pandangan dari dirinya agar penyampaian tersebut dapat tersampaikan secara baik dan benar kepada komunikan, dan pesan tersebut bisa membuat pandangan seseorang berubah menjadi seperti apa yang komunikator sampaikan.

1. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

*To change the behavior* atau mengubah perilaku adalah sebuah tujuan dari komunikasi yang dilakukan oleh seseorang mempunyai kredibilitas yang tinggi sehingga mempunyai pengaruh yang besar kepada komunikan dan pengaruh tersebut dapat mengubah perilakunya

1. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

*To change the society* atau mengubah masyarakat merupakan sebuah tujuan dari komunikasi yang juga bisa merubah apa yang ada di masyarakat misalnya bisa dari sikapnya, opini, ataupun perilaku yang ada pada masyarakat.

Artinya komunikasi memiliki tujuan-tujuan dimana pesan tersebut dapat memberikan efek kepada penerimanya seperti dapat merubah bagaimana seseorang bersikap, bagaiman pandangan seseorang, bagaimana perilaku, hingga akhirnya dapat mengubah masyarakat yang ada di suatu tempat tertentu.

##### Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (1993) dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan bahwa terdapat beberapa fungsi dalam sebuah komunikasi yaitu :

1. Menginformasikan (*to inform*)

*To inform* adalah fungsi komunikasi untuk memberikan informasi dari komunikator kepada komunikan, dimana pesan tersebut mempunyai beberapa informasi yang mungkin bisa dibutuhkan oleh komunikan ataupun sebaliknya dan dalam komunikasi tersebut dapat terjadi sebuah pertukaran informasi.

1. Mendidik (*to educate*)

*To educate* adalah fungsi komunikasi untuk mendidik dimana komunikator dan komunikan dapat saling bertukar pengetahuan ataupun semua kebutuhan dari pengetahuan tersebut dapat terpenuh.

1. Menghibur (*to entertain*)

*To entertain* atau menghibur adalah fungsi komunikasi yang dimana terjadi sebuah interaksi antara komnuikator dan komunikan dan interaksi tersebut memunculkan reaksi yang interaktif maka dapat menghibur bagi keduanya.

1. Mempengaruhi (*to influence*)

*To influence* atau mempengaruhi adalah fungsi komunikasi dimana interaksi dari komunikator kepada komunikan dapat menjadi sesuatu yang mempengaruhi yaitu terdapat suatu upaya untuk mempengaruhi apapun itu kepada komunikan dari pesan yang telah diberikan oleh komunikator

Beberapa fungsi yang dijelaskan sebelumnya merupakan salah satu hal yang ingin dicapai oleh suatu komunikator dalam penyampaian pesannya, seseorang dapat menyampaikan pesan untuk memberikan informasi kepada orang lain akan sesuatu, ataupun seseorang ingin mendidik orang lain atas pengetahuan yang ia dapatkan, tidak hanya itu pesan juga dapat berisi sebuah hiburan yang memberikan dampak senang kepada orang yang menerima pesan tersebut ataupun juga pesan tersebut dapat mempengaruhi penerimanya baik dalam sisi yang positif ataupun negatif.

Adapun menurut William I. Gorden dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar karya Deddy Mulyana menjelaskan fungsi dari komunikasi ada beberapa dan tujuannya juga mempunyai tujuan tersendiri, seperti berikut :

1. Fungsi komunikasi sosial

Fungsi komunikasi dalam sosial adalah penting karena untuk membangun suatu konsep yang ada pada diri kita dan memberikan aktualisasi diri, memperoleh kebahagiaan serta kelangsungan hidup kita. Komunikasi dapat memberitahu siapa diri kita dan informasi tersebut didapat dari orang lain. Dalam kehidupan komunikasi menjadi hal penting yang utama untuk menjalani kehidupan di dunia ini untuk menjalin hubungan sosial dengan orang lain, karena manusia saling membutuhkan satu dan lainnya.

1. Fungsi komunikasi ekspresif

Fungsi komunikasi ekspresif adalah salah satu instrument dalam menyampaikan perasaan yang ada dalam diri dan perasaan tersebut dikomunikasikan dalam pesan-pesan nonverbal.

1. Fungsi komunikasi ritual

Fungsi komunikasi sebagai ritual adalah salah satu bentuk fungsi komunikasi yang biasanya dilakukan secara kolektif seperti komunitas yang melakukan upacara-upacara, atau contohnya seperti upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun dan lain-lain, yaitu suatu kegiatan ritual dengan mengucapkan kata-kata ataupun perilaku simbolik.

1. Fungsi komunikasi instrumental

Fungsi komunikasi instrumental adalah fungsi komunikasi yang mempunyai banyak tujuan umum seperti menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap serta keyakinan, mengubah perilaku, menghibur, dan masih banyak lagi. Fungsi tersebut disebut juga sebagai membujuk atau bersifat persuasif.

##### Prinsip Komunikasi

Dalam buku karya Deddy Mulyana yang berjudul yaitu Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar hal 180 menyebutkan bahwa terdapat 12 prinsip dalam komunikasi yaitu seperti berikut :

1. Komunikasi adalah proses simbolik

Komunikasi mempunyai prinsip sebagai proses simbolik, karena dalam proses penyampaian pesan tersebut menggunakan simbol-simbol atau lambang yang menunjukan sesuatu lainnya, tergantung dari bagaimana penyampaian tersebut berlangsung seperti kata-kata lisan atau tulisan, isyarat anggota tubuh, cara makan, tempat tinggal dan lain sebagainya.

1. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi

Prinsip setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi adalah ketika seseorang memberikan mereka suatu makna maka dari itu perilaku orang tersebut ataupun perilaku dirinya sendiri bisa mempunyai potensi yang dapat ditafsirkan, seperti penafsiran dari perasaan sedang bahagia ataupun ketika sedang berdiam dan menyendiri juga bisa menjadi sebuah pesan dan mempunyai arti dari komunikasi

1. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan

Prinsip komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan adalah secara dimensi isi bentuknya bisa seperti verbal jika secara hubungan bentuknya bisa nonverbal. Hal tersebut memperlihatkan bahwa dimensi isi adalah isi atau muatan dari komunikasi seperti apa yang dikatakan dan dimensi hubungan adalah cara untuk mengatakannya sekaligus sebuah isyarat bagaimana hubungan dari orang yang mengkomunikasikan hal tersebut dan bagaimana pesan tersebut ditafsirkan.

1. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Dalam prinsip komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan adalah menjelaskan bahwa komunikasi dapat terjadi dalam berbagai tingkat kesengajaan yaitu mulai dari yang tidak sengaja sama sekali sampai yang sengaja dan direncanakan dengan benar. Kesengajaan dalam komunikasi bukan menjadi syarat dalam terjadinya komunikasi namun perilaku yang mempunyai potensial dalam menafsirkan orang lain. Misalnya komunikasi dengan budaya yang berbeda mempunyai potensi adanya kesengajaan dalam melakukan komunikasi seperti kesalahpahaman antarbudaya juga bisa terjadi karena persepsi yang tidak sengaja serta ditafsirkan dengan respon oleh orang dari budaya lain.

1. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu menjelaskan bahwa prinsip dari komunikasi juga dapat terjadi dalam konteks ruang serta waktu misalnya iklim, suhu, sosial waktu, sampai psikologis mengenai topik-topik yang biasanya diucapkan di kantor, rumah, hingga tempat hiburan mempunyai ruang serta waktunya sendiri dalam proses komunikasi tersebut sebab waktu mempunyai pengaruh dalam makna suatu pesan

1. Komunikasi melibatkan prediksi serta komunikasi

Komunikasi melibatkan perdiksi serta komunikasi adalah artinya komunikasi mempunyai prinsip bahwa saat berkomunikasi kita meramalkan efek perilaku dari komunikasi lawan bicara, artinya komunikasi pun terikat pada aturan serta tatakrama, maka dari itu ketika seseorang melakukan komunikasi adapun yang menggunakan strategi tertentu untuk melihat bagaimana orang akan menerima pesan serta merespons pesan tersebut, prediksi ini juga terkadang tidak selalu disadari dan bisa berlangsung cepat, seperti bagaimana perilaku komunikasi dari orang lain melalui peran sosialnya, maka dari itu prinsip ini mempunyai asumsi dari derajat tertentu serta keteraturan dari perilaku komunikasi manusia dimana perilaku komunikasi manusia ini secara parsial dapat di tebak.

1. Komunikasi bersifat sistematik

Komunikasi bersifat sistematik artinya prinsip dari komunikasi mempunyai sistem setidaknya dua sistem dasar dalam prosesnya yaitu sistem internal dan sistem eksternal. Sistem internal disini adalah seluruh sistem nilai yang dibawa oleh individu pada saat melakukan komunikasi seperti istilah-istilah yang identik dengan sistem seperti kerangka rujukan, bidang pengalaman, struktur kognitif, pola pikir, keadaan internal, dan sikap. Sistem ini seperti mengandung semua unsur yang membentuk individu yang unik. Adapun sistem eksternal merupakan bagaimana unsur-unsur dalam lingkungan yang ada di luar individu yaitu bagaimana kata-kata dipilih dan diucapkan, isyarat fisik, kebisingan serta sekitarnya, cahaya sampai suhu ataupun temperatur ruangan serta elemen-elemen tersebut menjadi stimuli publik yang terbuka untuk setiap peserta komunikasi yang ada dalam proses komunikasi

1. Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi

Prinsip dari komunikasi yang satu ini adalah jika adanya mirip latar belakang sosial-budaya dan semakin efektif komunikasinya karena komunikasi yang efektif merupakan komunikasi yang seusai dengan harapan dari orang-orang yang melakukan komunikasi, prinsip tersebut menjelaskan jika adanya kemiripan dari latar belakang sosial-budaya seseorang maka dapat semakin efektif sebuah komunikasi terjadi. Makna dari suatu pesan tersebut juga bisa semakin mudah dipahami karena tidak ada kesalahan persepsi.

1. Komunikasi bersifat nonsekuensial

Komunikasi juga mempunyai peran nonsekuensial yaitu ada banyak model komunikasi satu arah namun juga dasarnya bentuk komunikasi pada manusia itu dua arah dan tatap muka, meskipun sifatnya sirkuler sebagai tanda proses komunikasi namun unsur-unsur yang ada dalam proses komunikasi tidak terpola secara kaku, yaitu unsur tersebut tidak berada dalam suatu bentuk yang sifatnya linier, sirkuler, helikal dan lain sebagainya. Karena unsur-unsur itu menjadi satu tatanan proses komunikasi yang bisa terjadi setidaknya sebagian pada suatu tatanan acak maka dari itu sifat nonsekuensial lebih tepat digunakand aripada sirkuler karena menandakan suatu proses komunikasi

1. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional

Komunikasi berisfat prosesual, dinamis dan transaksional adalah menjelaskan bagaimana prinsip komunikasi yang tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir, melainkan proses yang berkesinambungan atau berlanjutan, dalam proses komunikasi sendiri orang yang melakukannya saling mempengaruhi seberapa kecil pengaruh itu pun ada baik melalui komunikasi yang verbal ataupun nonverbal. Pandangan yang dinamis serta transaksional tersebut memerikan fokus bahwa adanya perubahan dari hasil terjadinya komunikasi dari orang yang melakukan komunikasi tersebut, serta perspektif transaksional tersebut juga memberikan fokus dari dua sifat peristiwa komunikasi yang serentak serta para pesertanya bisa saling mempengaruhi serta saling bergantung berdasarkan konteks peristiwanya.

1. Komunikasi bersifat *irreversible*

Komunikasi juga mempunyai peran yaitu sifat yang *irreversible* yaitu ketika berkomunikasi seseorang yang mengirimkan pesan tidak dapat mengendalikan pengaruh dari pesan tersebut yang telah diterima khalayak, terutama dalam menghilangkan efek yang terjadi ketika pesan tersebut diterima. Hal tersebut yang membuat komunikasi mempunyai peranan sifat yang *irreversible* yaitu sebuah implikasi dari komunikasi yang prosesnya bisa selalu berubah dan menjadi pengingat untuk berhati-hati dalam menyampaikan pesan tersebut karena terdapat efeknya.

1. Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah

Komunikasi juga mempunyai peran bahwa komunikasi bukan berarti bisa menjadi suatu panasea atau obat dalam menyelesaikan sebuah masalah atau konflik yang terjadi dalam antarmanusia karena bisa saja masalah yang terjadi berkaitan dengan masalah struktural dan agar komunikasi dapat efektif apa yang terjadi dari struktural tersebut juga harus diatasi.

##### Bidang Komunikasi

Manusia memiliki kehidupan yang beraneka ragam dan berbeda-beda jenisnya sama halnya dengan komunikasi sebab manusia memiliki jenis kehidupan yang berbeda-beda maka terdapat beberapa bidang komunikasi yang berbeda juga seperti menurut Effendy (1993) dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi yang menyebutkan terdapat delapan bidang komunikasi berdasarkan jenis-jenisnya yaitu :

1. Komunikasi sosial (*social communication*)
2. Komunikasi organisasi atau manajemen (*organization or management communication*)
3. Komunikasi bisnis (*business communication*)
4. Komunikasi politik (*political communication*)
5. Komunikasi internasional (*international communication*)
6. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)
7. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
8. Komunikasi tradisional (*traditional communication*)

#### Komunikasi Kelompok

##### Pengertian Komunikasi Kelompok

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kelompok merupakan suatu kelompok, golongan, gugusan, ataupun kumpulan manusia yang merupakan kesatuan beridentitas dengan adat istiadat dan sistem norma yang mengatur pola-pola interasi antara manusia itu.

Sedangkan arti komunikasi kelompok menurut Effendy (1993) menjelaskan bahwa komunikasi kelompok atau *group communication* merupakan komunikasi yang berlangsung diantara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Kemudian jumlah orang yang ada pada kelompok jika sedikit berarti komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) sedangkan jika kebalikannya maka disebut komunikasi kelompok besar (*large group communication*).

##### Karakteristik Komunikasi Kelompok

Seperti yang dijelaskan sebelumnya komunikasi kelompok terbagi menjadi dua yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar baik dari keduanya memiliki karakteristiknya masing-masing seperti menurut Effendy (1993) mengenai karakteristik yang ada pada komunikasi kelompok :

1. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

Komunikasi kelompok kecil memiliki karakteristik yaitu komunikator menunjukan pesan kepada pikiran komunikan dan dalam situasi komunikasi tersebut logika memiliki peran yang penting sebab komunikan dapat menilai apakah uraian atau pesan yang disampaikan komunikator tersebut logis atau tidak. Kemudian dalam komunikasi kelompok kecil proses penyampaian pesan berjalan secara dialogis atau tidak linear melainkan sikular dimana umpan balik atau *feedback* tersebut terjadi secara verbal dan komunikan dapat menanggapi uraian komunikator dengan bertanya ataupun menyanggah bila ada yang ia rasa tidak setuju dan lain sebagainya.

1. Komunikasi kelompok besar (*large group communication*)

Komunikasi kelompok besar memiliki karakteristik yaitu pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada afeksi komunikan, yaitu kepada hatinya ataupun kepada perasaannya. Kemudian proses dalam komunikasi kelompok besar memiliki sifat linear yaitu satu arah dari titik yang satu kepada titik yang lain, atau dari komunikator kepada komunikan.

#### Komunikasi Lingkungan

##### Pengertian Komunikasi Lingkungan

Menurut Oepen (1999:6) dalam Wahyudin pengertian dari komunikasi lingkungan adalah rencana dan strategi melalui proses komunikasi dan produk media untuk mendukung efektivitas pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan. Adapun menurut Robert Cox dalam bukunya *Environmental Communication and the Public Sphere* dalam Wahyudin menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan merupakan saran pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan pada masyarakat, seperti bagaimana hubungan kita dengan alam semesta hal tersebut merupakan media simbolik yang digunakan untuk menciptakan masalah lingkungan dan negosiasi perbedaan respon atas permasalahan lingkungan yang terjadi, arti lainnya komunikasi lingkungan digunakan untuk menciptakan adanya kesepahaman mengenai permasalahan lingkungan.

##### Fungsi Komunikasi Lingkungan

Menurut Rober Cox (2010) dalam buku *Environmental Communication and the Public Sphere* dalam Wahyudin dijelaskan terdapat dua fungsi dari komunikasi lingkungan yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi lingkungan merupakan pragamtis, yaitu bersifat edukasi serta membantu kita dalam menyelesaikan permasalah komunikasi lingkungan, yaitu berupa instrumen komunikasi yang terjadi kepada kita, komunikasi dalam tindakan, serta penyelesaian masalah dan perdebatan yang seringkali menjadi suatu bagian dari kampanye edukasi publik.
2. Komunikasi lingkungan adalah konstitutif yaitu komunikasi lingkungan membantu dalam representasi alam serta permasalahan lingkungan serta merupakan subyek pemahaman untuk kita, dengan membentuk persepsi kita mengenai alam, kemudian juga komunikasi lingkungan dapat mengajak kita untuk melihat hutan serta sungai sebagai ancaman ataupun kekayaan yang berlimpah serta juga sebagai sistem pendukung kehidupan yang vital serta sesuatu yang harus dihargai. (2017:132-133)

#### Persepsi

##### Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari bahasa Latin yang berarti *perception* merupakan sebuah proses yang terjadi di dalam diri kita dimana kita dapat memilih, menyusun, hingga menafsirkan rangsangan yang ada pada lingkungan sekitar kita dan proses tersebut dapat mempengaruhi diri kita. Menurut Rakhmat (2011) mendefinisikan persepsi sebagai pengalaman mengenai objek, peristiwa, serta hubungan-hubungan yang didapat dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Persepsi memberikan makna pada *sensory stimuli* atau stimulus inderawi, sensasi sendiri salah satu bagiannya adalah sensasi, dalam menafsirkan makna informasi inderawinya persepsi tidak hanya melibatkan sensasi namun juga atensi, motivasi, ekspetasi hingga memori. (Desiderato, 1976:129)

Menurut Mulyana (2014) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan bahwa persepsi merupakan sebuah inti komunikasi dan penafsiran (interpretasi) merupakan sebuah inti persepsi yang dimana identik dengan *decoding* atau penyandian-balik dalam proses komunikasi.

Adapun definisi lain dari para ahli mengenai persepsi dalam buku Mulyana (2014) yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menyebutkan beberapa definisi dari para ahli :

1. Definisi persepsi menurut Brian Fellows

“Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi”

1. Definisi persepsi menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken

“Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita”

1. Definisi persepsi menurut Philip Goodacre dan Jennifer Follers

“Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan”

1. Definisi persepsi menurut Joseph A. DeVito

“Persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita” (2014:180)

##### Faktor-Faktor Persepsi

Dalam terbentuknya sebuah persepsi ada faktor-faktor yang mempengaruhi bagaimana persepsi tersebut terbentuk seperti menurut David Krech dan Richard S. Cruthchfield (1997) dalam Shambodo (2020) menjelaskan ada faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor fungsional, faktor situasional, faktor struktural, dan faktor personal jelasnya seperti berikut :

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional merupakan faktor yang sifatnya personal, dimana faktor tersebut datang berasal dari kebutuhan individu, pengalaman masa lalu, usia, jenis kelamin, kepribadian dan berbagai macam hal lain yang sifatnya subjektif, dalam faktor fungsional dalam persepsi yang menentukannya bukan jenis ataupaun stimulus namun karakteristik dari orang yang merespon pada stimulus tersebut, sehingga dari sudut pandang Krech dan Crutchfield memberikan dalil mengenai persepsi yang pertama adalah persepsi bersifat selektif, yaitu objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi tersebut biasanya objek yang memenuhi tujuan dari individu yang melakukan persepsi.

1. Faktor Situasional

Faktor situasional dijelaskan oleh eksperimen Solomon E. Asch dalam buku Psikologi Komunikasi milik Jalaludin Rakhmat, menjelaskan bahwa faktor situasional dalam persepsi terjadi ketika kata yang disebutkan pertama akan mengarahkan pada penilaian selanjutnya yaitu bagaimana kata sifat mempengaruhi penliatian pada seseorang, pengaruh kata pertama tersebut dikenal dengan *primacy effect*, dalam buku Rakhmat faktor situasional terbagi antara petunjuk proksemik yaitu studi penggunaan jarak dalam penyampaian pesan, petujuk kinesik yaitu ketika melihat gerak tubuh orang lain sesuai dengan persepsi yang didapatkan oleh kita sebelumnya dalam menilai orang tersebut, dan petujuk ini sukar dikendalikan dengan sadar oleh orang yang menjadi stimuli yang dipersepsikan, petunjuk wajah yaitu petunjuk nonverbal dimana dilihat dari faisal penting dalam memahami atau mengenali perasaanorang lain, petunjuk paralinguistic yaitu petunjuk yang dilihat dari bagaimana seseorang mengucapkan lambang verbal seperti kata-kata, aksentuasi, gaya verbal, intonasi, hingga interaksinya dalam bicara, kemudian ada petunjuk artifaktual yaitu petunjuk yang meliputi dari berbagai macam penampilan tubuh orang lain serta berbagai atribut-atributnya.

1. Faktor Struktural

Faktor struktural adalah medan perceptual dan kognitif dimana diorganisasikan serta diberi arti, faktor ini di luar individu seperti budaya, lingkungan, serta norma sosial memiliki dampak pada seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

1. Faktor Personal

Faktor personal merupakan faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang pada kita ataupun sebaliknya yang dimana berdasarkan dari pengalaman serta konsep diri, sehingga faktor personal memiliki pengaruh besar pada persepsi interpersonal tidak hanya pada komunikasi interpersonal namun juga hubungan interpersonal, faktor personal tersebut terdiri atas pengalaman, motivasi, serta kepribadian. (2020:101-102)

##### Jenis-Jenis Persepsi

Menurut Deddy Mulyana (2014) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan bahwa persepsi manusia terbagi menjadi dua jenis yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia, jelasnya seperti berikut :

1. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik)
2. Persepsi terhadap objek dapat terjadi melalui lambang-lambang fisik
3. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luas, kebanyakan objek tidak mempersepsi kita ketika kita mempersepsi objek tersebut
4. Persepsi terhadap objek tidak memiliki reaksi dimana sifatnya statis
5. Persepsi terhadap manusia
6. Persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal serta nonverbal, manusa jauh lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan
7. Persepsi terhadap manusia memiliki sifat-sifat luar serta dalam seperti perasaan, motif, harapan dan lain sebagainya. Manusia mempersepsi kita pada saat kita mempersepsi mereka, artinya persepsi bersifat interaktif
8. Persepsi terhadap manusia bersifat dinamis dimana dapat berubah dari waktu ke waktu dan lebih cepat dibandingkan persepsi terhadap objek, sehingga persepsi terhadap manusia jauh lebih berisiko dibandingkan persepsi terhadap objek. (2014:184)

##### Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi

Persepsi seperti dijelaskan sebelumnya merupakan sebuah proses yang terjadi dalam diri kita dimana proses internal yang memungkinkan kita untuk memilih, mengorganisasikan serta menafsirkan rangsangan yang ada dari lingkungan kita dan proses tersebut dapat mempengaruhi perilaku kita, proses dari persepsi tersebut juga dapat menimbulkan kekeliruan hingga kegagalan dalam persepsi salah satunya bisa saja karena kita tidak cermat dalam memproses rangsangan yang ada ataupun bagaimana asumsi serta pengharapan yang ada pada diri kita.

Menurut Mulyana (2014) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan terdapat beberapa bentuk dari kekeliruan serta kegagalan dalam persepsi yaitu sebagai berikut :

1. Kesalahan atribusi

Kesalahan atribusi merupakan kesalahan yang ada dalam proses internal diri kita dalam memahami sebab dari perilaku orang lain, dalam mengetahui orang lain kita menggunakan sumber informasi seperti mengamati penampilan fisik, faktor usia, gaya pakaian hingga daya tarik dapat dijadikan isyarat mengenai sifat-sifat utama mereka. Sumber informasi tersebut dapat menjadi salah satu kesalahan persepsi sebab seseorang bisa saja sengaja menyesatkan kita dengan penampilan fisik mereka kemudian hal tersebut dapat menyembunyikan sifat-sifat asli mereka.

1. Efek halo

Efek halo atau *halo effect* merupakan kesalahan persepsi yang merujuk pada fakta ketika kita membentuk kesan keseluruhan kepada seseorang kesan yang keseluruhan tersebut cenderung memunculkan efek yang kuat terhadap penilaian kita atas sifat-sifatnya yang spesifik

1. Stereotip

Stereotip adalah menggeneralisasikan seseorang berdasarkan dari sedikitnya informasi yang kita dapatkan dan bagaimana asumsi tersebut terbentuk mengenai mereka berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok

1. Prasangka

Prasangka merupakan kekeliruan yang terjadi dalam persepsi terhadap seseorang yang berbeda, prasangka merupakan sebuah sikap yang tidak adil terhadap seseorang ataupun suatu kelompok

1. Gegar budaya

Gegar budaya atau *culture shock* merupakan sebuah kejadian yang muncul karena adanya kecemasan sebab hilangnya tanda-tanda yang sudah dikenal oleh diri kita dan simbol-simbol hubungan sosial, gegar budaya terjadi sebab adanya reaksi terhadap upaya yang gagal dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan serta orang-orang baru. (2014:230-251)

#### Sampah

##### Pengertian Sampah

Sampah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti sebagai barang ataupun benda yang dibuang sebab sudah tidak terpakai lagi atau sudah tidak digunakan lagi. Menurut Kodoatic (2003) dalam Wulandari mendefinisikan sampah sebagai limbah padat atau setengah padat yang berasal dari hasil kegiatan manusia, hewan ataupun tumbuhan atau kegiataan perkotaan.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia nomor 18 tahun 2008 tentang pengelolaan sampah terdapat definsi tentang sampah sebagai berikut :

1. Sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/ atau proses alam yang berbentuk padat.
2. Sampah spesifik adalah sampah yang karena sifat, konsentrasi, dan/ atau volumenya memerlukan pengelolaan khusus.
3. Sumber sampah adalah asal timbulan sampah.
4. Penghasil sampah adalah setiap orang dan/ atau akibat proses alam yang menghasilkan timbulan sampah.

Menurut Azwar (1990) dalam Wulandari dijelaskan bahwa sampah merupakan segala sesuatu yang sudah tidak dipakai, digunakan, disenangi sehingga harus dibuang.

##### Jenis-Jenis Sampah

Definisi sebelumnya sangat menjelaskan bahwa sampah merupakan sesuatu yang sudah tidak terpakai atau tidak diperlukan lagi oleh seseorang maka dari itu sampah sendiri memiliki jenis-jenis yang berbeda, menurut Asteria (2015) dalam Wulandari disebutkan jenis-jenis sampah seperti sampah rumah tangga, pasar, pertanian, perternakan, rumah sakit, pemukiman, perdagangan, hingga sampah dari institusi, kantor atau sekolahan.

Kemudian jenis-jenis sampah dapat diklasifikasi baik dari sifat, bentuk hingga sumbernya seperti yang dikutip dari artikel merdeka.com menyebutkan 11 jenis-jenis sampah jelasnya seperti berikut :

1. Jenis sampah berdasarkan sifat

Berdasarkan sifatnya sampah terbagi menjadi tiga jenis yaitu sampah organik, sampah anorganik dan sampah beracun (B3) :

1. Sampah organik (*Degradable*)

Sampah organik merupakan sampah yang jenisnya mudah membusuk seperti sisa makanan, daun kering, sayuran dan lain sebagainya, sampah organik memiliki kelebihannya sendiri sebab sampah tersebut dapat diolah sehingga dapat digunakan kembali sebagai pupuk kompos.

1. Sampah anorganik (*Undergradable*)

Sampah anorganik merupakan sampah yang jenisnya terbalik dari organik dimana ia tidak mudah membusuk seperti wadah plastic, kertas, gelas minuman, botol, pembungkus makanan, kayu dan lain sebagainya. Sampah yang sulit membusuk seperti ini biasanya dapat digunakan kembali sebagai suatu kerajinan tangan.

1. Sampah beracun (B3)

Sampah beracun merupakan sampah yang asalnya dari limbah pabrik, rumah sakit dan lain sebagainya, dalam undang-undang Republik Indonesia no. 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah, sampah yang termasuk kedalam sampah B3 merupakan sampah yang mengandung bahan berbahaya serta beracun.

1. Jenis sampah berdasarkan bentuknya

Berdasarkan bentuknya sampah terbagi atas dua bentuk yaitu sampah padat dan cair :

1. Sampah padat merupakan segala atau semua jenis bahan buangan yang berbentuk padat, terkecuali urin, kotoran manusia hingga sampah cair lainnya.
2. Sampah cair merupakan segala bahan buangan yang berbentuk cair dimana sudah tidak digunakan serta tidak dibutuhkan kembali dan dibuang ke tempat pembuangan.
3. Jenis sampah berdasarkan sumbernya

Berdasarkan sumbernya sampah ada banyak sekali jenisnya seperti yang dijelaskan sebelumnya, salah satu contohnya adalah sebagai berikut :

1. Sampah industri merupakan sampah yang berasal dari suatu industri tertentu yang dimana terdapat dari sampah umum hingga limbah berbahaya yang bentuknya bisa saja cair ataupun padat.
2. Sampah konsumsi merupakan sampah yang berasal dari manusia yang biasanya dihasilkan dari proses pengunaan barang seperti kulit makanan hingga sisa makanan.
3. Sampah manusia merupakan sampah yang berasal dari pencernaan manusia, contohnya seperti feses dan urin.
4. Sampah alam merupakan sampah yang berasal dari produksi kehidupan di alam liar, seperti proses daur ulang alami yang terjadi pada pohon yang menghasilkan daun-daun kering di hutan kemudian terurai kembali menjadi tanah.
5. Sampah nuklir merupakan sampah yang berasal dari fusi dan fisi nuklir dimana hal tersebut menghasilkan uranium dan thorium yang berbahaya baik bagi lingkungan hidup dan manusia.

##### Dampak-Dampak Sampah

Sampah yang merupakan sisa-sisa pembuangan tentunya memiliki berbagai macam dampak baik bagi manusia hingga lingkungan sekitar, mengingat dari definisinya sendiri sampah merupakan sesuatu yang sudah tidak diperlukan lagi sehingga dibuang, maka dari pembuangan tersebut pasti terdapat dampaknya jelasnya seperti dikutip dalam jurnal Dampak Sampah Terhadap Kesehatan Lingkungan dan Manusia milik Mulyati berikut :

1. Dampak sampah terhadap lingkungan
2. Pencemaran udara

Dampak sampah pada pencemaran udara dapat terjadi melalui sampah organic yang bentuknya padat kemudian mengeluarkan gas seperti methan (CH4) dan karbon dioksida (CO2) ataupun senyawa lainnya, gas tersebut secara global menjadi salah satu penyebab dari menurunnya kualitas terhadap lingkungan udara.

1. Pencemaran air

Dampak sampah pada pencemaran air biasanya terjadi akibat adanya proses pencucian yang padat di permukaan air akibat sampah sehingga menjadi salah satu hambatan bagi pencemaran baik itu air yang di permukaan maupun air yang di dalam tanah, biasanya pencemaran air bisa saja terjadi akibat dari adanya limbah rumah tangga yang menggunakan sabun cuci tidak ramah lingkungan hingga dari pabrik serta industri-industri yang dampaknya tidak hanya permukaan air namun juga sampai ke tanah yang dapat membuat air menjadi berubah dan hal tersebut dapat beresiko bagi manusia.

1. Penyebab banjir

Dampak selanjutnya dari sampah adalah dapatnya terjadi banjir, sampah yang memiliki kepadatan beragam baik yang bagus hingga yang membusuk jika terbawa kedalam selokan dan terbawa ke aliran sungai dapat menimbulkan dampak banjir sebab adanya penggenangan sampah tersebut sehingga terjadi peluapan air dan menyebabkan banjir, bahkan pegenangan air tersebut membuat air menjadi berkualitas buruk bahkan mengancam kesehatan manusia.

1. Dampak sampah terhadap manusia

Melalui penjelasan dampak sampah terhadap lingkungan saja sudah terlihat jika lingkungan yang buruk hal tersebut juga berpengaruh terhadap kesehatan manusia, sampah biasa menjadi tempat berkembangnya bakteri-bakteri baik secara langsung dan tidak langsung. Adapun penyakit yang dialami oleh manusia akibat dari kurangnya pengelolaan sampah di sekitarnya yaitu :

1. Penyakit diare
2. Penyakit disentri
3. Penyakit cacingan
4. Penyakit malaria
5. Penyakit demam berdarah, dan masih banyak lagi.

Melalui penjelasan dari dampak-dampak di atas memperlihatkan pengelolaan sampah harus dilakukan sebaik mungkin dan hal tersebut juga memerlukan kesadaran dari tiap-tiap manusia yang ada di bumi ini, sampah yang sifatnya sesuatu yang sudah tidak dipakai dan terbuang sebisa mungkin dapat di olah menjadi sesuatu yang bisa bermanfaat ataupun bisa digunakan kembali, misalnya sampah dimanfaatkan sebagai pupuk ataupun sampah non organik seperti kaleng, besi dapat di daur ulang kembali, hingga plastik yang bisa digunakan kembali dibuat sesuatu karya atau digunakan apapun yang dapat bermanfaat bagi manusia.

##### Manfaat Sampah

Sampah tentunya dianggap sebagai benda yang sudah tidak terpakai dan sudah tidak berguna lagi namun perlu diketahui bahwa sampah masih mempunyai banyak manfaat bahkan jika itu sampah bekas makanan sekali pun. Jika mengetahui bagaimana dalam mengelolanya tentunya sampah akan memunculkan beragam manfaat yang berguna untuk kehidupan.

Sampah sendiri terbagi dari berbagai jenis umumnya terdapat dua jenis sampah yang banyak dibuang dilingkungan sekitar yaitu sampah organik dan sampah anorganik, perlu diketahui jika keduanya dapat dipisahkan sampah akan bisa dimanfaatkan lebih dan pemahaman mengenai sampah tidak berguna dapat berubah menjadi penuh guna.

Berikut adalah beberapa manfaat yang dilakukan untuk memanfaatkan sampah organik dan anorganik :

###### Manfaat Sampah Organik

Sampah Sampah organik merupakan sampah yang berasal dari organisme yang hidup, seperti sampah dari sisa makanan ada beberapa cara yang bisa dilakukan dalam memanfaatkan sampah organik seperti :

1. Menjadikan pupuk kompos

Sampah organik seperti sisa makanan dapat dijadikan pupuk kompos yang bermanfaat dalam menyuburkan tanaman, jika dipahami lebih dalam cara mengelola sampah organik bahkan sisa makanan yang biasanya dibuang dapat diolah menjadi pupuk. Jenis dari sampah organik yang dapat diolah menjadi pupuk adalah seperti sisa makanan, sayuran, ataupun buah-buahan. Tidak hanya makanan sisa sampah dari daun kering, rumput serta ranting dapat menjadi bahan pembuatan pupuk. Bahkan kotoran hewan ternak juga dapat dimanfaatkan sebagai pupuk untuk kesuburan tanah.

1. Dimanfaatkan sebagai pakan hewan

Adapun beberapa sampah-sampah organik juga dapat diolah menjadi pakan hewan sepreti pelet makan ayam, ikan dan lain sebagainya. Hal tersebut tentunya menjadi lebih bermanfaat dan berguna, dan masih banyak lagi manfaat dari sampah organik yang bisa dimanfaatkan

###### Manfaat Sampah Anorganik

Sampah anorganik adalah sampah yang dimana berasal dari hasil campur tangan manusia contohnya adalah kemasan plastik namun bedanya dengan sampah organik sampah ini lebih sulit untuk terurai dan jika dibuang sembarangan dapat mencemari lingkungan, berikut adalah beberapa dari banyaknya cara dalam memanfaatkan sampah anorganik yang dapat dilakukan :

1. Dimanfaatkan sebagai bahan kerajinan

Banyak sampah anorganik dapat dimanfaatkan sebagai bahan dari suatu kerajinan, kemasan-kemasan berbahan plastik seperti botol, kemasan sachet, atau barang lainnya yang sulit terurai dapat dimanfaatkan lebih kreatif sebagai kerajinan tangan. Misalnya dibuat menjadi tempat pensil, figura dan masih banyak lagi

1. Dimanfaatkan kembali atau *reusable*

Sampah anorganik mempunyai waktu yang lama untuk terurai cara lainnya dalam memanfaatkan sampah anorganik bisa dengan menggunakan kembali benda yang sebetulnya bisa dipakai kembali, misalnya botol kaca yang dapat dipakai menjadi vas bunga ataupun pot bunga dan benda lainnya yang bisa dijadikan manfaat.

1. Dimanfaatkan menjadi media tanam

Salah satu cara dalam memanfaatkan sampah anorganik adalah menjadikannya sebagai media tanam, misalnya terdapat botol plastik tidak terpakai bisa digunakan sebagai pot tanaman sehingga tidak perlu membeli lagi cukup menggunakan bekas botol plastik pun sudah cukup untuk menjadi media tanam

#### Pasar

##### Pengertian Pasar

Pengertian pasar dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pasar merupakan tempat seseorang melakukan berjual beli, atau tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang dan pembeli yang ingin menuka uang dengan barang atau jasa.

Dikutip melalui artikel kompas.com, pasar merupakan tempat berdagang bagi penjual serta tempat membeli bagi pembeli atau konsumen, di pasar tersebut penjual dan pembeli melakukan transaksi.

##### Klasifikasi Pasar

Pasar yang merupakan suatu tempat interaksi antara pembeli dan penjual memiliki jenis-jenis yang berbeda pada saat ini, dikutip melalui kompas.com terdapat klasifikasi pasar menurut transaksinya yaitu :

1. Pasar tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat penjual dan pembeli yang sifatnya tradisional dimana penjual dan pembeli melakukan interaksi saling tawar menawar yang dilakukan secara langsung dan berbagai jenis barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok sehari-hari.

1. Pasar modern

Pasar modern merupakan tempat penjual dan pembelinya melakukan aktivitas jual beli dengan harga yang sudah pas serta degnan layanan sendiri, pasar modern contohnya seperti mall ataupun tempat yang sangat luas, pasar modern melakukan transaksinya secara tidak langsung sebab tidak ada aktivitas tawar menawar karena harganya sudah pas dan pembeli hanya tinggal melihat label harganya dan tinggal membayarnya sesuai dengan harga yang sudah tercantum.

##### Pasar Sederhana

Pasar sederhana merupakan pasar tradisional yang ada di Jawa Barat tepatnya di Sukajadi Kota Bandung, dikutip melalui artikel pikiran rakyat sekitar tahun 1967 Pemerintah Daerah atau Pemda Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung melakukan sebuah operasi sadagori untuk menertibkan PKL atau Pedagang Kaki Lima yang pada saat itu menimbulkan kemacetan di Jalan Sukajadi maka melalui insiatif dari Pemda menyediakan sebuah lahan yang tidak jauh dari Jalan Sukajadi yaitu di Kali Ciliwung untuk menampung pedangang kaki lima yang terkena penertiban, dari situ lah para pedagang tersebut masing-masing membuat kios dan meja darurat dengan biayanya sendiri dan kini dikenal dengan Pasar Sederhana sebab pasar tersebut terletak di Jalan Sederhana.

Gambar 1 Pasar sederhana



### Kerangka Teoritis

#### Teori Persepsi

Persepsi adalah proses yang terjadi dalam diri seseorang yang dimana memungkinkan kita untuk memilih, menafsirkan, hingga mengorganisasikan sesuatu pada lingkungan kita kemudian proses tersebut mempengaruhi diri kita baik dari perilaku hingga cara pandang kita.

Salah satu teori persepsi yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi menurut Mulyana (2014) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar yang mendefinisikan persepsi sebagai berikut :

* ***“*Persepsi meliputi *pengindraan* (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar), *atensi*, dan *interpretasi*” (2014:181)**

Melalui penjelasan dari Mulyana proses persepsi meliputi dari sensasi, atensi dan interpretasi atau jelasnya seperti berikut :

1. Sensasi

Sensasi merupakan proses persepsi yang pertama terjadi pada internal seseorang sebab sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan oleh otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, hingga pengecapan kita. Sensasi-sensasi yang dirasakan oleh indra kita kemudian menjadi suatu penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar.

1. Atensi

Atensi atau dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti perhatian merupakan salah satu proses dalam diri kita yang tidak terelakkan sebab sebelum merespons atau menafsirkan suatu kejadian ataupun rangsangan hal yang biasa terjadi dalam diri kita adalah memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

1. Interpretasi

Interpretasi atau dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti suatu pemberian kesan, pendapat atau pandangan akan sesuatu merupakan proses paling penting dalam sebuah persepsi sebab interpretasi menjadi hasil akhir dalam sebuah informasi yang didapatkan melalui salah satu indera kita tersebut, meskipun interpretasi sediri tidak dapat menginterpretasikan makna pada setiap objek secara langsung namun menginterpretasikan makna melalui informasi yang kita yakini dalam mewakili objek tersebut, atau singkatnya pengetahuan yang kita dapatkan dari persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya namun pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. (2014:181-182)

## Kerangka Pemikiran

Sampah menjadi sebuah salah satu permasalahan yang sangat besar terutama di Indonesia, dikutip dari artikel databok.katadata.co.id menyebutkan bahwa 67,8 juta ton sampah yang ada di Indonesia berhasil di hasilkan pada tahun 2020 dan data tersebut berhasil di dapatkan melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHL), dalam mengurangi sampah pemerintah sendiri telah menargetkan 30% pengurangan sampah serta 70% penanganan sampah. Berdasarkan dari data di atas bisa dilihat bahwa begitu banyaknya sampah yang dibuat oleh masyarakat Indonesia hingga pemerintah membuat rencana pengurangan sampah plastik serta mengatur ulang sampah organik.

Salah satu masalah sampah juga terjadi di Kota Bandung banyak sampah yang ada di Kota Bandung seperti dikutip melalui artikel jabarekspress.com terdapat 1.300 ton sampah yang dihasilkan ke TPA atau Tempat Pembuangan Sampah. Melihat banyaknya permasalahan sampah di Kota Bandung ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai sampah terutama melalui persepsi masyarakat Bandung khususnya dari kelompok pedagang di Pasar Sederhana yang mana lokasi tersebut merupakan lokasi yang ramai karena suatu tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli, dan banyak kebutuhan yang dijual di pasar tersebut membuat pasar menjadi lokasi yang tidak terlepas dari sampah.

Dalam melihat persepsi masyarakat peneliti menggunakan teori persepsi dari Deddy Mulyana yang berlandasan dari teori gabungan persepsi pendapat lain yaitu: 1. Teori Persepsi dari John R. Wenburg dan William W. Wilmot 2. Teori persepsi Rudolf F. Verderber 3. Teori persepsi dari J.Cohen yang dimana definisi menurutnya adalah persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita, atensi dan interpretasi seperti yang dijelaskan dalam kerangka teoritis sebelumnya.

Maka dari uraian diatas terbentuk suatu kerangka pemikiran yang akan peneliti bahas mengenai **“Persepsi Kelompok Pedangan Pasar Mengenai Sampah Di Kota Bandung”** dan terbentuk bagan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2 Bagan Kerangka Pemikiran



**Sumber : Modifikasi Peneliti dan Pembimbing, 2022.**