

**PERSEPSI PENGGUNA JALAN RAYA PADA IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT MENGENAI LARANGAN MEMBERIKAN UANG  
RECEH KEPADA PENGEMIS**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Kepada Pengendara Mobil Dusun Krapyak Wetan,  
Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh:**

**Sigit Prasetyo**

**12730061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2017**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

**Nama** : Sigit Prasetyo  
**NIM** : 12730061  
**Prodi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 11 Oktober 2017

**Yang menyatakan,**



**Sigit Prasetyo**  
**NIM. 12730061**

STATE ISLAMIC UNIV  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Sigit Prasetyo  
NIM : 12730061  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**PERSEPSI PENGENDARA PADA IKLAN LAYANAN**  
**MASYARAKAT ANTI GELANDANG DAN PENGEMIS**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif kepada Pengendara Mobil Dusun Krapyak**  
**Wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

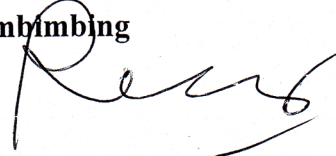
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 11 Oktober 2017

**Pembimbing**

  
**Rama Kertamukti, M.Sn**  
**NIP 19721026 201101 1 001**





## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-440/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2017

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI PENGGUNA JALAN RAYA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGENAI LARANGAN MEMBERIKAN UANG RECEH KEPADA PENGEMIS (Studi Deskriptif Kualitatif Kepada Pengendara Mobil Dusun Krapyak Wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SIGIT PRASETIYO  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730061  
Telah diujikan pada : Kamis, 09 November 2017  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn  
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji I

Mochamad Mahfud, S.Sos., I. M.Si.  
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji II

Drs. Siantari Rihartono, M.Si  
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 09 November 2017  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004



## MOTTO

Katakanlah pada dirimu sendiri,

**“Aku ini bukan orang baik”**

Sehingga dengan menganggap dirimu buruk, kamu akan terdorong untuk melakukan kebaikan-kebaikan

- **Emha AINUN NADJIB** -  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Karya Ini Aku Persembahkan Untuk*  
*Almamatoku*  
*Prodi Ilmu Komunikasi*  
*Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora*  
*UIN Sunan Kalijaga*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur yang tidak terhingga peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan nikmat yang tidak terhitung jumlahnya baik nikmat iman, nikmat islam, dan nikmat kesehatan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita semua ke jalan yang benar, dan semoga dengan selalu memanjatkan sholawat kepadanya kita semua mendapat syafaatnya di yaumul qiyamah kelak. Amin Allahuma Amin.

Peneliti menyadari, bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UINSunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan juga selaku dosen penguji dua.
3. Rama A. Kertamukti, M.Sn selaku pembimbing skripsi yang selalu berbagi ilmu dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan, perbaikan, saran, selama penyusunan skripsi ini. Semoga Allah melipat gandakan pahalanya hingga akhir nanti.
4. Mokhamad Mahfud, M.Si. Selaku dosen penguji satu yang selama ini banyak membantu dalam penelitian saya Semoga Allah melipat gandakan pahalanya hingga akhir nanti.

5. Rika Lusri Virga, S.IP, MA, Selaku pembimbing akademik beserta seluruh dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Ibu saya Musliha dan bapak saya Sarmidi kaka saya Ruwita WN dan Adik saya Devi LKN. Terima kasih telah mengajarkanku arti penting dari kebaikan dalam hidup, bagiku kalian adalah manusia paling tangguh di dunia.
7. Sahabat terbaikku Genk THE HANGSIP and KPJ :Hamdi,Andy, Galuh, Faruq manuk, Akrom, Hasan ,Jimin, Roy, Gareng, Faqih, yang selalu mengingatkan saya akan kegilaan dalam hidup, teman main, yang selalu ada di saat senang maupun sedih *Lekkk:P*
8. Kekasihku yang sangat istimewa Agustina Hidayatun yang selalu memberikan waktu dan semngatnya agar cepat menyelesaikan skripsi agar cepat kerja dan menikah :)
9. Teman-teman Kelas Ikom B2012, Olin, Mila, Ratna, Nonik, Ria, Alif,Zen, Adit, Bayu, Saipul, Ika kalian bagaikan bunga tidur yang membuat hariku saat dikelas menjadi bersemangat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 September 2016

*Best Regards,*

Sigit Prasetyo  
12730074



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>ABSTACT</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Telaah Pustaka .....	7
F. Landasan Teori .....	11
G. Kerangka Pemikiran .....	25
H. Metode Penelitian .....	26
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Krpyak Wetan .....	34
B. Iklan Layanan Masyarakat.....	41

### **BAB III PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA**

A. Gambaran Individu Informan .....	45
B. Persepsi Pengendara Mobil Pada Iklan Layanan Masyarakat Anti Gelandangan Dan Pengemis Di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	46

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	86
C. Penutup .....	87

### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Teori SOR.....	13
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. Desain Iklan Layanan Masyarakat.....	42
Gambar 4. Iklan layanan masyarakat dipinggir jalan raya.....	54
Gambar 5. Pengguna Jalan Raya Dan Iklan Layanan Masyarakat.....	59
Gambar 6. Pengemis sedang meminta uang receh.....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persamaan dan perbedaaan telaah pustaka penelitian.....	10
Tabel 2. Daftar Individu Informan.....	44



## ABSTRACT

Beggars became a matter of great concern to the Yogyakarta government. Public service advertisements that prohibit giving money to beggars is one of the steps of the Yogyakarta city government to control the number of homeless and beggars in the city of Yogyakarta. By installing anti-vagrant community service advertisements and beggars at potential points that serve as a beggar's activity, the city government of Yogyakarta expects the public to comply with regulations prohibiting giving coins money to beggars.

The research is located in the hamlet Krapyak Wetan, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta which is one where there are objects that researchers need. At that location researchers get the number of research objects that researchers need. The method that researchers use by conducting in-depth interviews and observations.

Motorists are one of the targets for homeless and beggars. With the limited number of advertisements installed, it is often found there are road users, especially motorists who provide change to the beggars who still operate. In the public service advertisement contains the prohibition and sanction for violators who violate the government regulation of giving coins to homeless and beggars in the city of Yogyakarta.

With this research entitled "the perception of highway users on public service advertisements regarding the prohibition of giving coins to beggars" (Qualitative Descriptive Study to Car Driver Krapyak Wetan Hamlet, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta Special Region). Researchers want to know how the perceptions of riders car Krapyak Wetan Hamlet, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta Special Region on the anti-vagrant community service ads and beggars. By using sampling techniques to obtain information

Keywords: Public service advertisement, beggar, yogyakarta, perception, car driver

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam kehidupan masyarakat khususnya Yogyakarta banyak sekali permasalahan sosial yang terjadi. Mengambil salah satu contoh masalah sosial yang terjadi dalam masyarakat yaitu fenomena banyaknya pengemis dan gelandangan yang menghiasi tempat tempat di Yogyakarta, baik pengemis yang datang di *moment* tertentu seperti *moment* ramadhan maupun pengemis yang beroperasi setiap hari. Pada kenyataannya jumlah gelandangan dan pengemis diwilayah kota Yogyakarta masih tinggi.

Berdasarkan data yang diterbitkan oleh dinas sosial Pemerintah Provinsi DIY pada tahun 2015 Gepeng di DIY mencapai 648 orang. Jumlah tersebut terdiri atas 161 gelandangan, 191 pengemis, dan 296 gelandangan psikotik (<http://jogjadaily.com/2014/07/targetkan-bebas-gepeng-pada-2015-berikut-program-unggulan-dinsos-diy/> diakses pada tanggal 04 Desember 2016 pukul 17.11 WIB). Adapun beberapa tempat yang sering dijadikan lahan beroprasi para gelandangan dan pengemis di Yogyakarta antara lain: di Jalan Malioboro, Jalan Ahmad Yani, Jalan Kaliurang dan Kawasan Masjid Kampus UGM, bahkan ada juga mereka yang berkeliaran masuk di dalam Kampus UGM.

Sebagai manusia yang mensyukuri hidup kita di dunia ini kita dituntut agar dapat berkembang dan memenuhi kebutuhan kita sendiri baik kebutuhan secara lahiriyah maupun batiniah. Dalam kasus ini guna memenuhi kebutuhan



lahiriah terutama mengenai kebutuhan ekonom kita dianjurkan untuk bekerja dan tentunya suatu pekerjaan yang halal dan memberikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan kita. Ayat Al- Quran yang menerangkannya sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا  
وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “ Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagimu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (QS. Al-Mulk : 15)”

Berdasarkan prariset yang peneliti lakukan, terdapat beberapa cara yang pengemis untuk menarik perhatian para pengguna jalan. Diantaranya dengan berpenampilan kumuh dan berpakaian compang-camping, beberapa diantara mereka ada yang terlihat menggunakan kursi roda ataupun menggendong balita. Baru baru ini pemerintah kota juga mulai disibukkan dengan penertipan pengamen angklung yang sudah mulai menjamur di titik titik keramaian kota. Berdasarkan kajian yang dilakukan, keberadaan penegmis di sejumlah simpang jalan tersebut melanggar Peraturan Daerah DIY Nomor 1 Tahun 2014 tentang Gelandangan Pengemis dan Anak Jalanan.

Kepala Bidang Pengendalian dan Operasi Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta Totok Suryonoto menjelaskan jika saat ini masih banyak penemis yang masih beroperasi di jalan raya yogyakarta. hal ini menjadikan sebuah

permasalahan sekaligus memberikan pandangan yang sangat tidak menenangkan bagi para pengguna jalan raya Yogyakarta.

Dari Permasalahan diatas peneliti mendapatkan sebuah fenomena yang terjadi yaitu masih banyaknya penemis yang beroperasi dijalan raya yogyakarta bahkan peneliti sering mendapati pengemis yang masih beroperasi dijalan raya yang terpasang papan larangan atau iklan layanan masyarakat yang menghimbau dan melarang pengguna jalan raya memberikan uang receh kepada pengemis.

Dalam upaya mengendalikan populasi pengemis yang cenderung meningkat setiap tahunnya pemerintah menggunakan metode metode yang dianggap efektif. Pemasangan Iklan layanan masyarakat yang berupa papan yang memuat larangan pemberian uang receh bagi pengendara kepada pengemis dan memuat peraturan daerah yang juga disebut “perda gepeng” yaitu perda DIY No. 1 Tahun 2014 penanganan gelandangan dan pengemis berupa hukuman denda dan pidana bagi yang melanggarnya kini mengkadi peringatan di titik titik lampu merah yang diuanggap sebagai tempat potensial bagi gelandangan dan pengemis. Adapun isi Peraturan Daerah (Perda) Nomor 1 Tahun 2014 sebagai berikut:

Jenis Pelanggaran	Pidana	Denda
Gepeng Perorangan	6 minggu	Rp 10 juta
Pemberi uang/Barang	10 hari	Rp 1 juta
Gepeng Berkelompok	3 bulan	Rp 20 juta
Memperalat orang lain	1 tahun	Rp 50 juta

Mendatangkan Gepeng	1 tahun	Rp 50 juta
Mengkoordinir Gepeng	6 bulan	Rp 40 juta

Dalam ajaran agama Islam mengajarkan beberapa prinsip positif dengan menanamkan pada setiap muslim jiwa memelihara kehormatan (*iffah*) dan kemandirian.

### السُّفْلِيُّ مِنْ خَيْرِ الْعُلْيَاءِ

Artinya: “Tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah” (HR. Bukhari).

Hadits di atas adalah ajaran yang mulia. Nabi SAW. Membentuk pribadi setiap muslim untuk memiliki karakter memberi ketimbang menerima. Bahkan dalam keadaan sulit sekalipun, Islam mencegah setiap muslim untuk menengadahkan tangan untuk meminta-minta bila ia masih sanggup menahan segala kebutuhannya. Allah Ta’ala berfirman:

(لِلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ أُحْصِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَطِيعُونَ ضَرْبًا فِي الْأَرْضِ يَحْسَبُهُمُ الْجَاهِلُ أَغْنِيَاءَ مِنَ التَّعَفُّفِ تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِلْحَافًا وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ)

Artinya: “(Berinfaqlah) kepada orang-orang fakir yang terikat (oleh jihad) di jalan Allah; mereka tidak dapat (berusaha) di bumi; orang yang tidak tahu menyangka mereka orang kaya karena memelihara diri dari minta-minta. Kamu kenal mereka dengan melihat sifat-sifatnya, mereka tidak meminta kepada orang secara mendesak. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahui.” (TQS. Al-Baqarah [2]: 273)

Islam juga menanamkan mental kemandirian/wirausaha untuk menyingkirkan kerusakan mental berupa memelas, mengemis dan menyandarkan diri pada bantuan orang lain.

لَا يَأْخُذُ أَحَدُكُمْ حَبْلَهُ فَيَأْتِي بِحُرْمَةٍ حَطَبٍ عَلَى ظَهْرِهِ فَيَبِيعُهَا فَيَكْفَى اللَّهَ

بِهَا وَجْهَهُ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ النَّاسَ، أَعْطَوْهُ أَوْ مَنَعُوهُ.

Artinya: “Sungguh, seseorang dari kalian mengambil talinya lalu membawa seikat kayu bakar di atas punggungnya, kemudian ia menjualnya sehingga dengannya Allah menjaga wajahnya (kehormatannya), itu lebih baik baginya daripada ia memintaminta kepada orang lain, mereka memberinya atau tidak memberinya.” (HR. Bukhari).

Menurut informan sebagai pengendara mobil sekaligus pengguna jalan raya kota Yogyakarta, merasa kebingungan atas adanya papan iklan yang memuat sanksi hukum dan pidana mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis yang terpasang dipinggir jalan. Mereka menganggap bahwa papan iklan yang terpasang selama ini seakan tidak memberikan efek jera bagi pengemis maupun para pengguna jalan raya khususnya pengendara mobil yang melintas untuk tetap memberikan uang receh kepada mereka.

Alasan peneliti memilih pengendara mobil, Karena selama ini yang menjadi sasaran bagi gelandangan dan pengemis dalam menjalankan aksinya adalah pengendara mobil yang melintas atau berhenti di lampu merah kota Yogyakarta. Gelandangan dan pengemis merasa bahwa tingkat ekonomi dan kepedulian para pengendara mobil jauh lebih tinggi



dibanding dengan pengendara motor, pengendara sepeda, atau pejalan kaki.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi pengendara mobil terhadap iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis yang hasilnya akan peneliti uraikan dalam skripsi ini.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Persepsi Pengguna Jalan Raya Yogyakarta Pada Iklan Layanan Masyarakat Yang Berisi larangan Memberikan Uang Receh Kepada Pengemis?”

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi Pengguna jalan raya yogyakarta kususnya pengendra mobil pada iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis yang berlokasi di Krapyak Wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

1. Manfaat Akademisi
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan keilmuan komunikasi.
  - b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya.

c. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai rujukan tentang kajian terorisme.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan masukan bagi pihak yang berkepentingan (media massa, pemerintah, lembaga soial, dan masyarakat pada umumnya) dan membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini.

## 3. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya yang berkaitan dengan kajian Ilmu Sosial (Ilmu Komunikasi) mengenai persepsi.

## E. TELAAH PUSTAKA

Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa karya penelitian sebelumnya yang memiliki tema yang hampir relevan dengan tema yang diangkat peneliti yakni sebagai berikut:

*Pertama*, skripsi tahun 2012, karya Sulastris mahasiswa dari Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Yogyakarta yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Terorisme di Televisi”(Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).Skripsi ini fokus untuk mengetahui positif dan negatif persepsi Mahasiswa khususnya jurusan

Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, dengan menggunakan metode diskriptif kualitatif, serta menggunakan pendekatan kualitatif.

Jika diamati, persamaan dengan skripsi saudara Sulastrri yaitu sama-sama meneliti tentang persepsi dan fokus untuk mengetahui positif dan negatif persepsi obyek terhadap subyeknya. Sedangkan jika dibandingkan lagi, terdapat perbedaan terdapat pada objek dan subjek yang diteliti saudara sulastrri meneliti tentang persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan terorisme di televesi yang bersubjekkan mahasiswa terutama jurusan Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan objeknya pemberitaan terorisme ditelevisi. Sedangkan penulis berfokus pada persepsi pengendara mobil terhadap iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis. Penulis dalam penelitiannya menetapkan pengendara mobil sebagai subjek dan iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis adalah objek

*Kedua*, skripsi tahun 2015, karya saudara Faiz Amrizal Satria Dharma, mahasiswa dari Prodi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga yang berjudul “Implementasi Perda Daerah Istimewa Yogyakarta No 1 Tahun 2014 Tentang Penanganan Gelandangan Dan Pengemis (Studi di UPT Karya Kota Yogyakarta). Skripsi ini menganalisa mengenai bagaimana keharmonisan penangan Gelandangan dan pengemis oleh Unit Pelaksanaan

Teknis Kota Yogyakarta dengan Perda No.1 Tahun 2014 tentang penanganan gelandangan dan pengemis. Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh adalah pemecahan masalah tentang implementasi peerda No. 1 Tahun 2014 yang diterapkan terhadap gelandangan dan pengemis , dan meneliti mendalam tentang dampak atau permasalahan baik dari penerapan Perda No.1 Tahun 2014 terhadap penanganan UPT maupun dari sisi gelandangan dan pengemis. Sementara itu jika dibandingkan dengan skripsi dari saudara Faiz Amrizal Satria Dharma tersebut terdapat persamaan dan juga perbedaannya. Persamaanya yaitu Faiz Amrizal Satria Dharma dan peneliti menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan deskriptif kualitatif dan bertenakan tentan gelandangan dan pengemis. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek dan subyeknya. Faiz Amrizal Satria Dharma menggunakan Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) sebagai subyeknya dan Perda No. 01 Tahun 2014 sebagai obyeknya, sedangkan peneliti subyeknya pengendara mobil, dan persepsi terhadap Iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis.

*Ketiga*, Skripsi pada tahun 2014 karya Agung Prakoso Wibowo mahasiswa Program Studi Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman yang berjudul “Persepsi Desainer Grafis Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Luar Ruang :Berantas Korupsi” di Kota Magelang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan Layanan Masyarakat(ILM) “Berantas Korupsi” dipersepsikan oleh informan



sebagai iklan yang memiliki pesan yang mudah dipahami karena disampaikan dengan teks yang jelas, *to the point*, dan tegas. Akan tetapi, penggunaan Bahasa Inggris pada salah satu iklan menurut beberapa informan akan menjadi penghambat audiens dalam memahami pesan. Ilustrasi dan yang digunakan untuk menarik perhatian *audiens* perlu disesuaikan kembali dengan pesan yang disampaikan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Agung Prakoso Wibowoyaitu sama-sama menggunakan teori persepsi dan teori iklan, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Agung Prakoso Wibowo fokus pada persepsi desain grafis sedangkan peneliti berfokus kepada persepsi pengendara mobil di Yogyakarta.

Tabel 1. Persamaan dan perbedaan telaah pustaka penelitian

NO	Peneliti sebelumnya	Persamaan	Perbedaan
1	Judul: Persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan terorisme di televisi (Studi deskripsi kualitatif pada mahasiswa jurusan perbandingan agama, fakultas ushuludin UIN suka	Teori Metode penelitian	Objek penelitian Subjek penelitian
	Fokus penelitian: Bagaimana tanggapan positif dan negatif mahasiswa terhadap pemberitaan		Fokus penelitian
	Metode penelitian: Deskriptif kualitatif		
	Teori yang digunakan: Persepsi dan agenda setting	Teori Penelitian	
2	Judul: Implementasi perda DIY no 1 2014 tentang penanganan gelandangan dan pengemis		Objek penelitian Subjek
	Fokus penelitian: Penerapan perda DIY dan implementasi kegiatan		Fokus penelitian
	Metode penelitian: Deskriptif kualitatif	Metode	penelitian

		penelitian	
3	Judul: “Persepsi Desainer Grafis Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Luar Ruang :Berantas Korupsi” di Kota Magelang	Metode penelitian	Fokus penelitian
	Fokus penelitian: Persepsi Desainer Grafis	Metode	Objek penelitian
	Metode penelitian: Deskriptif Kualitatif	pengumpulan data	Subjek penelitian

Sumber Olahan Peneliti

## F. LANDASAN TEORI

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

### 1. Teori Persepsi

#### A. Pengertian Persepsi

Menurut Mulyana (2000:168) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain.

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi (2011:50) mengungkapkan bahwa persepsi

adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sedangkan menurut Kimbal Young (Walgito, 1986:89) mengatakan, “persepsi adalah sesuatu yang menunjukkan aktivitas merasakan, menginterpretasikan dan memahami objek, baik fisik maupun sosial”.

Menurut Solomon, persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan (Prasetijo & Ihallauw,2005:67). Hubungan antara persepsi dan sensasi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Rakhmat,2001:51).

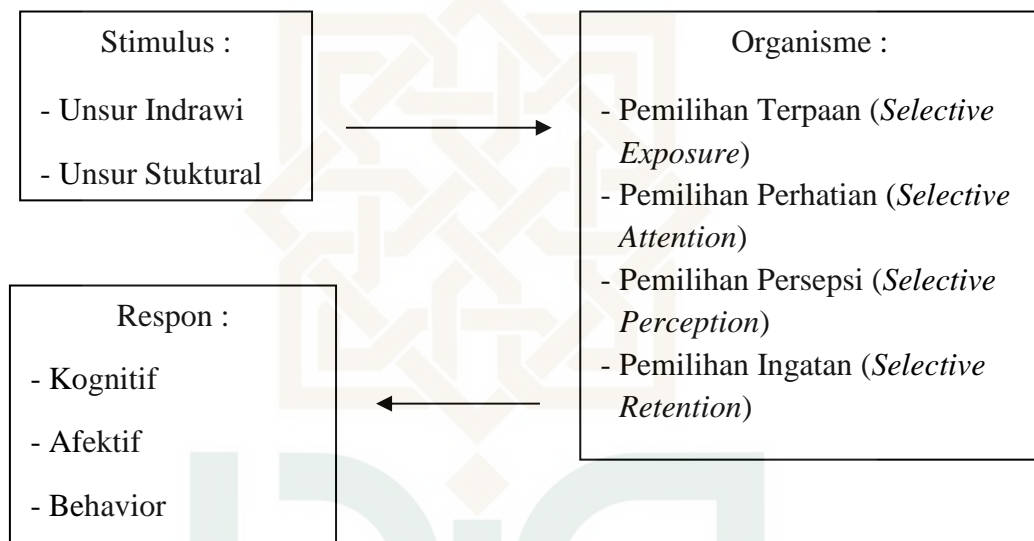
Pengertian persepsi menurut para ahli di atas berbeda-beda. Namun, dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa persepsi adalah proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh individu, disesuaikan dengan karakteristik masing – masing individu tersebut.

## **B. Proses Terbentuk Persepsi**

Stimulus mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan pesan yang dikategorikan dalam 2 unsur yaitu unsur indrawi dan struktural. Dalam teori stimulus efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus

terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan, yang memiliki unsur pesan, komunikasi dan efek. (Effendi ,2003:254)

Gambar 1. Model Teori SOR



Sumber : Ilmu Komunikasi: Teori & Praktek (Effendi, 2003:255)

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai unsur – unsur dalam model teori SOR yang kemudian timbul persepsi pada khalayak sasaran.

#### 1) Stimulus

Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu (Sutisna,2001:63). Ciri-ciri stimulus yang mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan objek :



- a. Unsur Indrawi yang terdiri dari warna, dan bunyi.
- b. Unsur struktural, meliputi penampilan pemberitaan dalam media televisi, misalnya papan iklan perda, isi pemberitaan dan cara penyajiannya.

Karakteristik penting yang turut menentukan persepsi khalayak pada stimuli adalah kemampuan membedakan stimuli dan kemampuan mengeneralisasi dari satu stimuli ke stimuli lainnya.

## 2) Organisme (Komunikan)

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak bisa bertemu langsung dengan komunikannya dan tidak tahu bagaimana karakteristik serta jumlah dari komunikannya. Selain itu komunikannya juga bersifat heterogen Karena terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat tingkat atas sampai masyarakat tingkat bawah, dari masyarakat yang berpendidikan tinggi sampai masyarakat yang berpendidikan rendah, semuanya dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya (Ardianto, Komala&Karlinah, 2014:8).

Taylor dan kawan – kawan dalam Wiryanto (2004:76) berpendapat bahwa komunikan akan melakukan pemilihan pesan yang diterima dari media massa melalui mekanisme pemilihan sebagai berikut :

- a) Pemilihan terpaan *Selective exposure* : kecenderungannya hanya memperhatikan pesan – pesan yang konsisten atau sesuai dengan sikap dan kepentingannya.
  - b) Pemelihan perhatian *selective attention* : kecenderungannya hanya memperhatikan pesan – pesan yang menarik dan sensasional sesuai kebutuhannya.
  - c) Pemilihan Persepsi *selective perception* : kecenderungannya hanya menginterpretasikan pesan – pesan yang konsisten atau sesua sikap dan keyakinannya.
  - d) Pemilihan ingatan *selective retention*: kecenderungannya hanya mau mengingat kembali mengenai pesan – pesan yang sesuai dengan sikap dan keyakinannya.
- 3) *Response* (Perubahan Sikap)

Pesan dalam media massa memiliki respon atau efek yang meliputi kognitif, afektif dan behavioral.

- a) Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Media massa dapat mengubah citrakhlayak tentang lingkungan mereka karena media massa memberikan rincian, anlisis, dan tinjuan tentang berbagai peristiwa.
- b) Afektif, efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif, efek ini lebih cenderung pada emosi. Tujuan dari komunikasi bukan hanya sekedar memberikan pesan kepada khalayak, tetapi juga agar khalayak bisa paham dengan pesan yang disampaikan sehingga menimbulkan

efek yang diinginkan oleh komunikatorya. Sehingga diharapkan khalayak bisa turut merasakan bahagia, sedih, marah dan sebagainya. faktor – faktor yang dapat mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pada media massa antara lain :

- (1) Suasana emosional, respon khalayak terhadap apa yang disampaikan media massa akan dipengaruhi oleh suasana emosional khalayak..
  - (2) Skema Kognitif, merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan alur peristiwa.
  - (3) Suasana terpaan (*setting of exposure*),
  - (4) Predisposisi individual, menunjukkan sejauhmana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditonjolkan dalam media massa.
  - (5) Faktor identifikasi, menunjukkan sejauhmana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditonjolkan dalam media massa.
- c) Behavioral merupakan akibat yang timbul pada khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan (Ardianto, Komala & Karlinah, 2014:52-57).

### **C. Komponen – Komponen Persepsi**

Dalam proses persepsi terdapat tiga komponen utama, yakni :

#### 1) Perhatian

Kenneth E. Andersen menjelaskan perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Rakhmat,

2008 : 52). Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan – masukan melalui alat indera yang lain. Faktor – faktor yang memengaruhi perhatian yaitu:

(a) Intensitas

Pada umumnya, rangsangan yang lebih intensif (sering mendapat lebih banyak tanggapan dari pada rangsangan yang kurang intens).

(b) Pengulangan (*repetition*)

Iklan yang diulang – ulang akan lebih menarik perhatian, walaupun sering kali seseorang merasa jengkel dibuatnya. Dengan pengulangan, walaupun pada mulanya stimulus tersebut tidak masuk dalam rentang perhatian seseorang, maka akhirnya akan mendapat perhatian.

(c) Sesuatu yang baru (*novelty*)

Suatu stimulus yang baru akan lebih menarik perhatian daripada sesuatu yang telah kita ketahui.

(d) Sesuatu yang menjadi perhatian orang banyak

Suatu stimulus yang menjadi perhatian orang banyak akan menarik perhatian seseorang. Misalnya jika ada segerombolan

orang berkerumun di rel kereta api, maka seseorang akan tertarik untuk melihat apa yang dilihat oleh gerombolan orang tersebut.

#### (e) Motivasi

Motivasi akan mempengaruhi persepsi seseorang. Jika seseorang ingin lulus dengan cumlaude maka nilai B akan diinterpretasikan sebagai nilai yang buruk, namun jika seseorang ingin cepat lulus maka nilai B adalah nilai yang sudah baik.

#### 2) Interpretasi

Interpretasi adalah proses pengorganisasian informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti intensitas, frekuensi, pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga tergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengorganisasian informasi yang dianut, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana. (Walgito, 1981:92)

#### 3) Reaksi

Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Reaksi adalah dimana



seseorang memberi sikap atas objek yang telah dilihat dan diinterpretasikan. Dalam hal ini reaksi dapat berupa tindakan tertarik dan mematuhi aturan yang tertera dalam Iklan Layanan Masyarakat atau tidak mematuhi. (Walgito, 1981:93)

a) Ketertarikan / tingkat keberhasilan

Keberhasilan suatu iklan dapat diistilahkan dengan efektifitas iklan, dimana efektifitas tersebut dapat diukur berdasarkan tingkat perubahan dan respon konsumen terhadap pemasangan iklan. Dalam menentukan efektifitas iklan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, halaman pemuatan iklan, hari pemuatan iklan, frekuensi pemasangan, lokasi, jenis produk, ukuran iklan dan desain iklan. Pesan iklan yang efektif sangat berperan bagi keberhasilan sebuah produk yang ditawarkan, iklan yang disampaikan sebaiknya mudah dicerna dan dimengerti oleh masyarakat, dan mengandung informasi yang benar. Selain itu dalam menetapkan media periklanan juga harus melalui pertimbangan yang matang

b) Harapan (Ekspetasi)

Harapan terhadap sesuatu akan mempengaruhi persepsi terhadap stimulus. Misalnya jika seseorang ke rumah sakit mengantarkan orang sakit dalam keadaan gawat, ketika ada

orang dengan jas putih datang, maka kita akan langsung memanggilnya dokter. Namun jika yang datang kita tahu bukan dokter, maka orang itu akan kecewa dan berteriak “ Mana dokternya?”

#### **D. Jenis – jenis persepsi**

Menurut Mulyana (2000:171) persepsi terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik dan persepsi terhadap manusia). Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Perbedaan kedua tersebut yaitu :

1) Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.

2) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya).

3) Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis.

Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Dan oleh karena itu juga, persepsi terhadap manusia lebih berisiko daripada terhadap objek.

Persepsi sosial adalah sebagai berikut, proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Beberapa prinsip mengenai persepsi sosial sebagaimana dikemukakan oleh Mulyana (2000:75) sebagai berikut :

(a) Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.

(b) Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapat rangsangan indrawi sekaligus, untuk itu perlu selektif dari rangsangan yang penting. Untuk ini atensi suatu rangsangan merupakan faktor utama menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut

(c) Persepsi bersifat dugaan. Persepsi bersifat dugaan terjadi oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap.

(d) Persepsi bersifat evaluatif. Persepsi bersifat evaluatif maksudnya adalah kadangkala orang menafsirkan pesan sebagai suatu proses kebenaran, akan tetapi terkadang alat indera dan

persepsi kita menipu kita, sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.

(e) Persepsi bersifat kontekstual. Persepsi bersifat kontekstual merupakan pengaruh paling kuat dalam mempersepsi suatu objek. Konteks yang melingkungi kita ketika melihat seseorang, sesuatu objek atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan prinsipnya yaitu: kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan, kecenderungan mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari struktur dan latar belakangnya.

(f) Dalam penelitian ini peneliti menggunakan persepsi sosial jadi disini melihat bagaimana pengendara mobil mempersepsi iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis. Jadi persepsi disini tentu saja bersifat subyektif dan evaluatif, tergantung individu – individu tersebut melihat iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis.

### **E. Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi**

Proses persepsi, terdapat banyak rangsangan yang masuk ke panca indera namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Ada faktor – faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi orang.

Restiyanti Prasetyo (2005:69) mengungkapkan, faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor internal, meliputi :
  - (a) Pengalaman
  - (b) Kebutuhan
  - (c) Penilaian
  - (d) Ekspektasi / pengharapan
- 2) Faktor eksternal, meliputi :
  - (a) Tampilan luar
  - (b) Sifat – sifat stimulus
  - (c) Situasi lingkungan

## 2. Teori Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) memang jarang di Indonesia dan masih banyak yang belum dipikirkan secara masak pesan dan misi yang hendak disampaikan. Disamping itu banyak juga media yang belum menyadari pentingnya iklan ini dalam membangun masyarakat.

### a. Pengertian ILM

Menurut Crompton dan Lamb (1986 dalam Renald Kasali, 2007 :

201) sebagai berikut:

*“ An Announcement for which no charge is made and which promotes programs, activities, or services of federal state; or local government or the programs, activities; or services non-profit organisations and other announcements regarded as serving community interest, excluding tune signals, routine weather announcement, and promotional announcement”*



Sebuah ILM disumbangkan oleh media untuk kepentingan masyarakat, artinya tanpa menuntut bayaran.

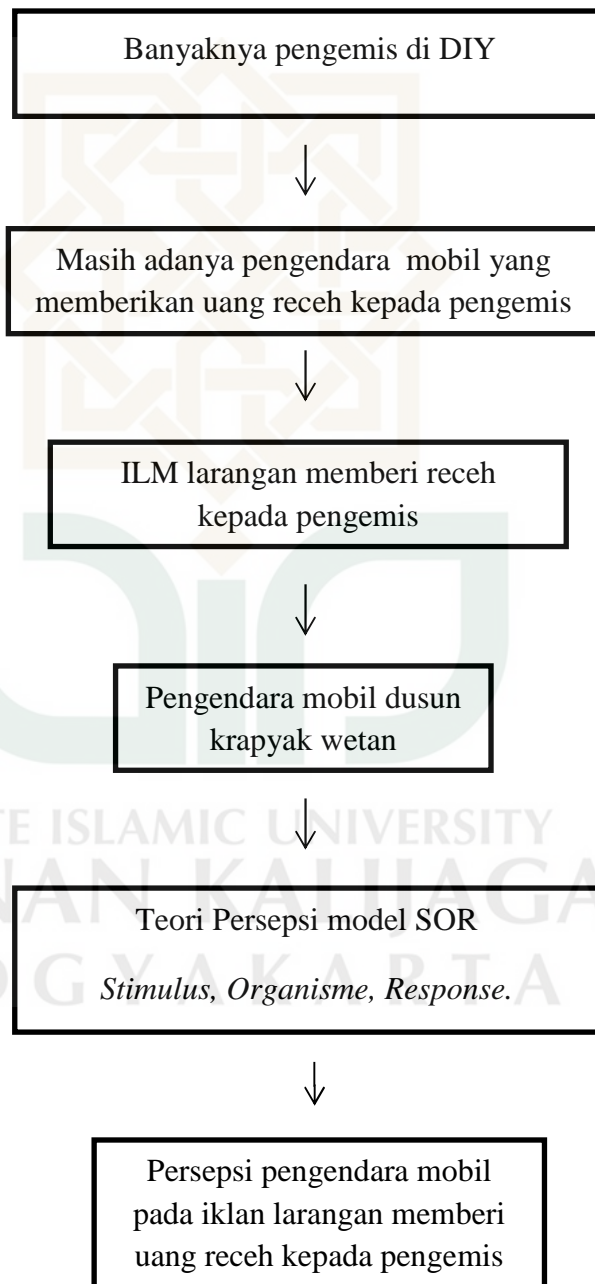
Menurut Ad Council, suatu dewan periklanan di Amerika Serikat yang memelopori ILM, Kriteria yang dipakai untuk menentukan kampanye pelayanan masyarakat adalah:

- 1) Non-komersial
- 2) Tidak bersifat keagamaan
- 3) Non-politik
- 4) Berwawasan nasional
- 5) Diperuntukkan bagi seluruh lapisan masyarakat
- 6) Diajukan oleh organisasi yang telah diakui/ diterima
- 7) Dapat diiklankan
- 8) Mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan lokal maupun nasional.

## G. KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan, maka peneliti menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



*Sumber: olahan peneliti*

## H. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci
- b. Mengidentifikasi masalah
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Penelitian deskriptif menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variable dan tidak menguji hipotesis. (Rakhmat, 2005:24-26)

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya. Pendekatan ini tidak mementingkan jumlah populasi dan sampling, bahkan sampel terbatas, agar data yang didapat bisa lebih mendalam. (Kriyantono, 2002:56)

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subyek penelitian :

Subyek penelitian adalah para pengendara mobil yang berdomisili di Krapyak Wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Adapun alasan peneliti yaitu: *pertama*, mereka merupakan salah satu sasaran

dalam sosialisasi iklan mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis . *Kedua*, mereka merupakan pihak yang paling sering memberikan atau melanggar dengan memberikan uang receh terhadap gelandangan dan pengemis dibanding dengan pengendara motor dan pejalan kaki, dengan anggapan bahwa pengendara mobil mempunyai status ekonomi yang lebih tinggi sehingga para gelandangan dan pengemis menjadikan mereka sasaran utama dalam aksi meminta belas kasihan.

Penentuan subyek penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu, berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang peneliti tetapkan diantaranya adalah (1) Pengendara mobil yang berada diKrapyakWetan, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. (2) pengendara yang menjadi informan peneliti harus sudah pernah melihat ILM minimal sebanyak 2x merupakan informan yang relevan, memenuhi kriteria penelitian ini. Sedangkan orang – orang lain yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak dijadikan informan. Teknik *purposive sampling* ini digunakan karena peneliti ingin mendapatkan kedalaman data, dari pada tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2006:157)

b. Objek Penelitian :

Fokus masalah yang akan dicari jawabannya melalui penelitian (Tim Penyusun Skripsi, 2013:18).Objek pada penelitian ini adalah

perpsepsi pengendara mobil terhadap iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis Daerah Istimewa Yogyakarta.

### 3. Jenis Data

#### a. Data Primer

Yaitu data yang didapat dari sumber informan pertama yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data ini akan diperoleh melalui wawancara dengan Pengendara mobil di Yogyakarta, yang menjadi subyek dalam penelitian ini. Data primer ini antara lain:

- 1) Catatan hasil wawancara
- 2) Hasil observasi ke lapangan secara langsung dalam bentuk catatan tentang perilaku (verbal dan non verbal, serta percakapan/*conversation*).
- 3) Data-data mengenai informan

#### b. Data Sekunder

Yaitu data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang diperoleh baik dari dokumen, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Data sekunder tersebut antara lain berupa:, gambar dari media massa televisi, dokumentasi tentang penelitian yang hampir sama.



#### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi yang lengkap dan detail dari informan. Pada wawancara mendalam peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban (Kriyantono, 2006:93)

Pedoman dalam wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan – pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data dan informasi yang ingin diperoleh dari informan, dan lebih efektif menggunakan bahasa yang informal, agar terjalin hubungan dengan informan. Wawancara mendalam diakhiri bila data yang diperoleh sudah mencukupi untuk menjawab tujuan penelitian, atau bila “Data jenuh”, karena tidak ada sesuatu yang baru lagi yang harus diungkap. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan Pengendara mobil di Yogyakarta.

##### b. Observasi/ pengamatan

Obsevasi adalah mengamati secara langsung (tanpa mediator) sesuatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan

obyek tersebut. Observasi ini akan digunakan untuk mengamati secara langsung tentang interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi antara mahasiswa sebagai informan dengan peneliti. Data yang akan dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan. Artinya selain perilaku verbal juga perilaku non verbal dari informan. Observasi ini juga untuk mengamati argumen–argumen mahasiswa tentang terorisme.

## **5. Metode Analisis Data**

Tahap analisis data memegang peranan penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas riset. Artinya kemampuan periset memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur realibilitas dan validitas data kualitatif terletak pada diri peneliti sebagai instrument riset (Kriyantono, 2007:194).

Dalam penelitian deskriptif ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Milles dan Hebermen hal 248, dalam (Moleong, 2002:248), dalam buku tersebut dijelaskan bahwasanya analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yakni :

- a. Reduksi data, merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi data.
- b. Penyajian data, dalam penyajian data ini seluruh data lapangan yang berupa hasil wawancara dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori – teori yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga dapat

memunculkan deskripsi tentang persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan terorisme.

- c. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari obyek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang cocok dengan penyajian data melalui informasi tersebut, peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan skripsi ini.

## **6. Metode Keabsahan Data**

Metode keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi. Triangulasi adalah kombinasi beragam sumber data, tenaga peneliti, teori dan teknik metodologis dalam suatu penelitian atas gejala sosial. Triangulasi diperlukan karena setiap teknik memiliki kelemahan serta keunggulannya sendiri. Dengan demikian triangulasi memungkinkan tangkapan realitas secara lebih valid.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data. Sebab dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teori dalam menganalisis data yang diperoleh dan juga membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda. Menurut Platon dalam Bungin (2007:256-257) dalam metode kualitatif triangulasi sumber data dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan tentang apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan – alasan terjadinya perbedaan (Moloeng, 2007:330).

Triangulasi ahli juga memberi kesempatan untuk dilakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Penilaian hasil penelitian oleh responden
- b. Mengoreksi kekeliruan oleh sumber data.
- c. Menyediakan tambahan informasi secara sukarela.
- d. Memasukkan informasi dalam kancan penelitian, menciptakan kesempatan untuk mengkhiktisyarkan sebagai langkah awal analisis data.
- e. Menilai kecukupan menyeluruh data yang dikumpulkan (Moleong, 2007: 330-331).

Penelitian ini peneliti menggunakan berbagai sumber pengendara mobil di KrapyakWetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta dengan jumlah yang tidak ditentukan tergantung kejenuhan data yang akan diperoleh dan juga menggunakan dua teori untuk menganalisis datanya yaitu teori persepsi untuk menganalisis persepsi Pengendara mobil dan teori agenda setting untuk menganalisis iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis.





## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Hasil pembahasan yang telah peneliti paparkan pada bab III, dengan skripsi yang berjudul Persepsi Pengendara Pada Iklan Layanan Masyarakat Mengenai larangan memberikan uang receh kepada Pengemis (Studi Diskriptif Kualitatif Pada Pengendara Mobil Dusun Krapayak Wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta) peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa perhatian dan penilaian masyarakat Yogyakarta merupakan faktor yang paling dominan dalam pembentukan persepsi pengguna jalan raya pada iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis di kota Yogyakarta. Masyarakat mempunyai persepsi bahwa dengan adanya iklan layanan masyarakat yang memuat denda ataupun sanksi mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis merupakan sebuah bentuk dorongan secara psikologi bagi mereka untuk menghentikan kegiatan memberi uang receh kepada pengemis. Dalam beberapa kasus masyarakat mempunyai kriteria pengemis yang pantas untuk diberi uang receh. Masyarakat juga secara sadar dengan menghentikan kegiatan memberi uang receh merupakan wujud partisipasi secara langsung mendukung program pemerintah daerah dalam mengendalikan populasi pengemis di kota Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil data wawancara yang peneliti lakukan peneliti menjabarkan hasil dari proses terjadinya persepsi sebagai berikut:

1. Persepsi pengendara mobil dusun krpayak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta pada iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis. Dilihat dari unsur indrawi dalam stimulus dinilai sangat menarik, dengan tampilan warna yang mencolok ditambah dengan dengan desain yang membuat pengendara mobil melihat adanya iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis yang terpasang dipinggir jalan raya kota Yogyakarta. Sedangkan unsur struktural dalam stimulus iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis dinilai sangat pas dan strategis. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan menjelaskan bahwa pengendara mobil dusun krpayak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta menilai posisi dan penempatan iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis yang terpasang dipinggir jalan raya kota Yogyakarta cukup menjadikan stimulus bagi mereka untuk melihat iklan layanan masyarakat tersebut.
2. Persepsi pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta pada iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis. Dilihat dari pemilihan pesan pada iklan layanan masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta menunjukkan pemilihan perhatian pada pesan. Tiga dari

pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta menggunakan pemilihan perhatian pada pesan yaitu yang berkecenderungan hanya memperhatikan pesan-pesan yang menarik dan sensasional sesuai kebutuhannya sedangkan dua dari pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta menggunakan pemilihan persepsi yaitu kecenderungannya hanya menginterpretasikan pesan-pesan yang konsisten atau sesuai sikap dan keyakinannya.

3. Dilihat dari segi respon pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta meliputi tiga respon yaitu respon kognitif, afektif, dan behavioral. Dari respon kognitif pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta menjelaskan perasaan senang sekaligus perasaan bersalah saat mereka memberikan uang receh kepada pengemis yang masih beroperasi di jalan raya Yogyakarta dengan adanya Iklan Layanan Masyarakat mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis yang memuat larangan dan hukuman kepada setiap orang yang memberikan uang receh kepada pengemis di Yogyakarta. Sedangkan dari respon afektif pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggungharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta memiliki perasaan iba terhadap para gelandangan dan pengemis yang berpenampilan compang camping sekaligus marah saat mengetahui keadaan ekonomi sebagian gelandangan dan pengemis yang memiliki keadaan ekonomi mapan namun masih

melakukan kegiatan mengemis di kota Yogyakarta. Perubahan sikap yang terjadi pada pengendara mobil dusun krapyak wetan, panggunharjo, sewon, bantul, daerah istimewa yogyakarta menghentikan kebiasaan pengendara mobil memberikan uang receh kepada gelandangan dan pengemis yang masih beroperasi di wilayah Yogyakarta dari yang sebelumnya menganggap memberikan uang receh adalah suatu tindakan yang wajar karena tidak melanggar peraturan. Pengendara mobil dusun krapyak, wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta menganggap bahwa peraturan yang dimuat dalam iklan layanan masyarakat anti gelandangan harus dijalankan dan dihormati.

## **B. SARAN**

Setelah mempelajari dan menganalisa hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka peneliti memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Untuk iklan layanan masyarakat selanjutnya ada baiknya menggunakan desain dan konten iklan yang lebih simple, membuat ukuran iklan tersebut lebih besar dan menempatkan pada titik yang luas tidak hanya sebatas jalan raya. Seperti misalkan membuat poster yang terpasang di setiap pos ronda atau tempat pertemuan masyarakat agar himbauan tidak sebatas dijalankan di jalan raya.
2. Untuk penggunaan media iklan selanjutnya ada baiknya menggunakan media iklan yang lebih modern agar lebih masive dalam menyampaikan

pesannya, misalnya menggunakan media online agar lebih memperluas target audien yang lebih beragam.

3. Untuk pemerintah alangkah baiknya jika juga menampilkan hasil jumlah dan data para gelandangan dan pengemis agar masyarakat lebih mengetahui apakah program itu berjalan dengan baik dan dapat memantaunya .
4. Untuk masyarakat pada umumnya dan masyarakat kota Yogyakarta pada umumnya alangkah baiknya juga ikut berpartisipasi mentaati peraturan dan melaporkan jika ada pengemis atau gelandangan agar program mengenai larangan memberikan uang receh kepada pengemis berjalan dengan baik.

### **C. PENUTUP**

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatnya, maka terselesaikanlah skripsi ini yang berjudul “Persepsi Pengendara Pada Iklan Layanan Masyarakat Mengenai larangan memberikan uang receh kepada Pengemis (Studi Diskriptif Kualitatif Kepada Pengendara Mobil Dusun Krapyak Wetan, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

Dengan segala kerendahan hati, penulis akui bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang disebagaikan keterbatasan peneliti. Namun demikian, telah diusahakan kerah sempurna agar dapat memenuhi syarat-syarat yang ada.

Keberhasilan skripsi ini tidak luput dari dorongan dan bantuan berbagai pihak, baik yang berupa material maupun moral dan spiritual. penyusun

mengucapkan banyak terimakasih, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak yang telah membantu mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Akhir kata, hanya do'a yang bisa kami panjatkan kepada Allah SWT. Semoga kita semua senantiasa selalu mendapatkan hidayah-Nya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan menjadi pedoman untuk penilaian berikutnya bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Amien.....





## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Quran

Revisi terjemah oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Quran. *Al-Quran dan terjemahnya*. 2005. Bandung: PT. Syaamil Cipta Media

### Buku

Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdiyana, 2014. *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama.

Bungin, Burhan.2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format–Format Kuantitatif &Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Pers.

Effendi, Unong Uchjana.1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_.1986.DimensiKomunikasi.Bandung:PT.Remaja Rosdakarya.

Jefkins, Frank.1998. *Publik Relations Edisi Kelima*.Jakarta: Penerbit Airlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Moloeng Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Prasetijo, Restiyanti dan Ihwaluw John J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*.Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Prastowo,Andi.2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakrta:Ar-Ruzz Media.

Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Kasali, Renald. 2007. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.

Tim Penyusun Skripsi. 2013. Buku Panduan Skripsi. Yogyakarta : Program Studi Ilmu Komunikasi.

Walgito, Bimo.1981.Pengantar Psikologi Umum.Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Wiryanto.2004.Pengantar Ilmu Komunikasi.Jakarta:Grasindo.

### **Skripsi**

Sulastri. 2014. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Terorisme di Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)* Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Dharma, Faiz Amrizal Satria. 2015. *Implementasi Perda Daerah Istimewa Yogyakarta No 1 Tahun 2014 Tentang Penanganan Gelandangan Dan Pengemis( Studi di UPT Karya Kota Yogyakarta)* Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

### **Internet**

<http://www.jogjadaily.com/2014/07/targetkan-bebas-gepeng-pada-2015-berikut-program-unggulan-dinsos-diy/>, diakses pada tanggal 04 Desember 2016 pukul 17.11 WIB

<https://www.bernas.id/20385-pemkot-yogyakarta-akan-atur-pengamen-angklung-lampu-merah.html> diakses pada tanggal 04 Desember 2016 pukul 17.11 WIB

<https://hizbut-tahrir.or.id/2016/04/04/islam-solusi-anak-jalanan-gelandangan-dan-pengemis/> diakses pada Sabtu 28 November 2016 pukul 7.15



# LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Interview Guide

### I. Identita Responden

1. Nama :
2. Umur :

### II. Persepsi Pengendara Mobil Dudun Krapyak Wetan Kelurahan Panggunharjo Kecamatan Sewon Kabupten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta Terhadap Iklan layanan Masyarakat Anti Gelandangan Dan Pengemis

#### Iklan Layanan Masyarakat

Apakah anda mengetahui tentang iklan layanan masyarakat?

Bagaimana tanggapan anda tentang adanya gelandangan dan pengemis yang ada di Yogyakarta?

Apakah anda mengetahui tentang iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis di kota Yogyakarta?

Bila iya dimana sajakah anda melihat iklan tersebut?

#### A. Stimulus

##### a. Unsur Indrawi

Setelah anda melihat Iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis di yogyakarta, jelaskan apa yang membuat anda tertarik untuk melihatnya dan membacanya?

##### b. Unsur Stuktural

Bagaimana Tanggapan anda tentang penyajian iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemisyanga terpajang dipinggir jalan raya Yogyakarta jika dikaitkan dengan seberapa strategis penempatan iklan untuk dilihat?

## **B. Organisme (Komunikan)**

### a. Pemilihan Terpaan (*Selective Exposure*)

Jelaskan alasan anda memahapesan dari iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis yang terpajang dipinggir jalan raya?

Jelaskan kepada kami apa alasan anda?

### b. Pemilihan Perhatian (*Selective Attention*)

Setelah anda mengetahui adanya iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis di Daerah Istimewa Yogyakarta hal apa yang membuat anda tertarik untuk mengetahui pesan iklan tersebut lebih lanjut?

Jelaskan kepada kami apa alasan anda?

### c. Pemilihan Persepsi (*Selective Perception*)

Jelaskan tanggapan anda tentang iklan tersebut jika dikaitkan dengan kehidupan anda saat ini?

### d. Pemilihan Ingatan (*Selective Reminder*)

Jelaskan alasan anda mengingat isi dari pesan layanan masyarakat tersebut?

## **C. Response (Perubahan Sikap)**

### a. Kognitif

Jelaskan apa yang anda pikirkan setelah anda mengetahui adanya larangan memberikan uang receh kepada gelandangan dan pengemis dalam iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis?

Setelah anda melihat dan mengetahui isi dari pesan yang ada dalam Iklan Layanan Masyarakat anti gelandangan dan pengemis jelaskan apa yang anda rasakan ketika anda melihat gelandangan dan pengemis di jalan raya kota Yogyakarta?

b. Afektif

Jelaskan Bagaimana perasaan yang anda setelah anda mengetahui adanya larangan memberikan uang receh kepada gelandangan dan pengemis dalam iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis?

Bagaimana pendapat anda mengenai iklan layanan masyarakat anti gelandangan dan pengemis jika dikaitkan dengan rasa kepedulian dengan sesama manusia?

c. Behavioral

Setelah anda membaca pesan iklan tersebut bagaimana tindakan anda selanjutnya

Tentang gelandangan dan pengemis yang ada di Yogyakarta?

Apa saran anda terhadap isi iklan layanan masyarakat tersebut?

Adakah saran untuk bentuk iklan layanan masyarakat tersebut kedepannya?



DOKUMENTASI OBSERVASI PENELITIAN

Gambar 1. Pengemis saat meminta - minta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Gambar 2. Tampilan iklan layanan masyarakat



Gambar 3. Tampilan iklan layanan masyarakat



## CURRICULUM VITAE

Nama : Sigit Prasetyo  
Tempat tgl. Lahir : Magelang , 31 Mei 1987  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat Asal : Tubanrejo Rt 01 Rw 06 Jeron, Nogosari, Boyolali  
Alamat Yogyakarta : Jl. Sengon no 178D Rt 04 Rw 02 Caturtunggal, Depok,  
Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kode Pos 55281  
Telepon : 085745551517

Nama Orang Tua :

Ayah : Sarmidi  
Pekerjaan : Petani  
Ibu : Musliha  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Tubanrejo Rt 01 Rw 06 Jeron, Nogosari, Boyolali

### ◆ Riwayat pendidikan

- ◇ SD Negeri Porworejo, nogosari, Boyolali, Lulus Tahun 1999
- ◇ SLTP Muhammadiyah Gondangrejo, karanganyar, Lulus Tahun 2002
- ◇ SMA Negeri 1 Gondangrejo, karanganyar, Lulus Tahun 2005
- ◇ Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Program Studi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, masuk tahun 2012

### ◆ Pengalaman Organisasi

- Anggota PMII angkatan tahun 2012
- Anggota DEMA FISHUM masa jabatan tahun 2016-2017 dibagian PSDM (Pemberdayaan Sumberdaya Manusia) sebagai wakil ketua