

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persepsi mahasiswa antara satu individu dengan individu yang lain pasti akan sangat berbeda, cara yang sering dilakukan dalam menyebarkan informasi yaitu melalui sosialisasi *Public Relations*, merupakan salah satu kegiatan kehumasan yang berperan sebagai pengabdian untuk kepentingan umum dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa melalui media massa baik cetak maupun elektronik, bahkan melalui spanduk maupun papan pengumuman lainnya. Humas selain berfungsi sebagai penyaji dokumenter juga bergerak pada bidang pelayanan dan sebagai mediator serta menjembatani penyampaian informasi tentang perkembangan lembaga.

Publikasi dan promosi yang dilakukan selama ini oleh Humas Mizan *Publishing house* kurang begitu meluas kepada kalangan yang memang sulit mengerti bahwa Mizan itu sebuah perusahaan swasta yang tersusun rapih keorganisasiannya. Bentuk publikasi dan promosinya dalam meningkatkan pengunjung dari kalangan selain pelajar masih kurang, begitu juga faktor pendukung dan penghambatnya.

Mizan *publishing house* sudah melakukan berbagai kegiatan, dan kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan tersebut menjadi salah satu strategi yang sudah digunakan oleh Mizan *publishing house*. Bidang promosi pada Mizan *publishing house* adalah bidang yang mengatur seluruh kegiatan yang akan dan sudah

dikerjakan. kegiatan atau pun event di luar maupun dalam kota adalah beberapa kegiatan yang sudah dilakukan, akan tetapi ketika peneliti melakukan penelitian kepada beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas UIN SGD Bandung.

Mizan memang fokus melakukan publikasi pada para pelajar terutama TK SD, mungkin sasaran universitas pun tetap namun bentuknya sebagai sponsorship, maka dari itu banyak persepsi yang berunculan karena dari kalangan mahasiswa sendiri masih banyak tidak tau lembaga yang seperti apakah Mizan itu. Selama peneliti menjadi bagian dari mizan walaupun hanya sebagai *Master of Ceremony* sangat banyak sekali *event*, *Road show*, dan *Talkshow* yang telah dilakukan didalam maupun diluar mizan. Bentuk apresiasi pihak mizan siap menyediakan bazar dan buku dengan harga yang relative rendah kepada sekolah atau pun lembaga yang datang, atau pun yang didatangi oleh pihak mizan. Harga yang diberikan lumayan lebih rendah 10-30% dibanding dengan buku yang sudah didistribusikan kepada toko buku toko buku ternama yang sudah tersebar luas di Indonesia ini.

Program yang dilakukan mizan bukan hanya bazar dan buku murah saja Kegiatan-kegiatan seperti pengetahuan bagi siapa pun yang memiliki kreativitas dalam menulis dapat membawanya langsung kekantor mizan, ternyata dengan kegiatan seperti pemberian harga buku murah dan berbagi pengetahuan, memang masih kurang dalam hal publikasi ketika peneliti melakukan sedikit perbincangan dengan bagian Marketing Komunikasi Mizan, dengan pertanyaan yang memang sedikit santai “sebenarnya hal apa yang perlu diperbaiki dalam publikasi?”

Hamzah Revi menyatakan bahwa:

“Publikasi itu memang penting bagi sebuah perusahaan swasta, publikasian mizan sudah semaksimal mungkin kekurangan kami pihak promosi yaitu memang belum pernah mengadakan publikasian bagi umum yang memang dikhususkan bagi umum khususnya ibu-ibu, alasannya pihak promosi tidak bisa terfokus hanya kepada segelintir khalayak saja, dikarenakan banyak pihak sekolah yang meminta dan menjajikan untuk di kunjungi. (Wawancara 22 Juli 2015, pukul 13.00 WIB yang dilakukan dikantor mizan, ruang promosi)

Menurut data yang didapat mengenai mizan, mizan Pustaka merupakan bagian dari Mizan Publika Group, salah satu penerbitan terbesar di Indonesia. Didirikan pada tahun 1983, publikasi awal terutama berupa buku terjemahan karya para pemikir terkemuka. Kini, Mizan Pustaka adalah penerbit yang berbasis luas dengan kekuatan dalam genre fiksi, kesehatan, buku bisnis, buku anak-anak, referensi, agama, dan non-fiksi populer.

Mizan Pustaka Sebagai salah satu penerbit terkemuka di Indonesia, membawa sejarah penerbitan yang membanggakan. Berawal hanya tiga buku per bulan pada tahun-tahun pertamanya, kelompok Mizan kini telah memproduksi total sekitar 600 buku per tahun dan berhasil menerbitkan banyak karya laris. Kelompok penerbitannya terdapat beberapa imprint dan lini seperti Qanita, Kaifa, Mizania, lalu DAR! Mizan untuk buku anak dan remaja.

Mizan Pustaka memiliki reputasi dalam keunggulan kualitas produk serta komitmen pada pelayanan. Keahlian editorial, standar yang tinggi dalam desain dan nilai-nilai mendorong kami untuk bekerja keras memproduksi buku-buku terbaik. Berbagai buku yang diterbitkan oleh Mizan Pustaka telah secara teratur memenangkan penghargaan dari Asosiasi Penerbit Buku Indonesia. Banyak di

antara karya penulis kami menempati daftar buku terlaris nasional dan penerima hadiah sastra besar di Indonesia.

Mizan Pustaka secara konsisten berada di garis depan dalam inovasi dan mengikuti perkembangan teknologi, Mizan Pustaka adalah penerbit Indonesia pertama yang menjadi mitra utama *Google Book Search* pada tahun 2008, dan sekarang siap untuk mendigitalkan konten dan produk sebagai *e-book* untuk memenuhi permintaan konsumen dan menghasilkan peluang bisnis tambahan.

Setiap organisasi/instansi baik itu swasta atau bukan tentu memiliki bagian yang dinamakan hubungan mahasiswa (HUMAS). Peran Humas adalah keterlibatan humas dalam menyebarkan informasi dalam suatu lembaga /instansi kepada publik internal maupun publik eksternal. Humas merupakan bagian yang sangat penting dan sangat menentukan bagi keberhasilan suatu instansi/perusahaan. Perlu diketahui pula namun keberhasilan sebuah instansi tidak lepas dari adanya peran humas.

Pada hakikatnya kegiatan humas adalah kegiatan komunikasi. Berbeda dengan jenis komunikasi lainnya, komunikasi yang dilancarkan oleh humas mempunyai ciri-ciri tertentu yang disebabkan peran dan fungsi humas, faktor intern dan ekstern yang mempengaruhi, dan sebagainya . Ciri khas dari humas adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara instansi atau perusahaan dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi terciptanya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi atau pelayanan jasa dan sebagainya demi kemajuan instansi atau perusahaan bagi lembaga yang bersangkutan.

Ketika awal munculnya pertanyaan dari para kawan dan teman-teman sekitar mengenai “Mizan itu tempat apa” khususnya mahasiswa Ilmu komunikasi Konsentrasi Humas UIN SGD Bandung angkatan 2012, yaitu teman sehari-hari atau bisa disebut yang lebih sering berinteraksi bersama, bertanya kepada peneliti ketika sedang bercerita bahwasannya keseharian peneliti ketika berada di kantor Mizan yaitu menjadi Master Of Ceremony, dan berangkat dari pertanyaan pertanyaan beberapa kawan-kawan tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk membahas hal ini, karena mengapa dengan sudah cukup besarnya perusahaan swasta Mizan ini namun ternyata masih banyak persepsi yang tidak sesuai. Walaupun tidak salah ketika ada pertanyaan Mizan itu apa jawaban yang terlontar adalah Rumah Zakat, Rumah Yatim Piatu, dan juga Yayasan yang lainnya, sebenarnya memang tidak salah namun jawaban yang didapat tidak sesuai karena memang faktanya ada Mizan Rumah Zakat dan lain sebagainya itu.

Komunikasi pada hakikatnya merupakan wahana utama bagi kehidupan manusia dan merupakan jantung dalam segala hubungan sosial. Perubahan-perubahan sosial yang terjadi di muka bumi ini tidak bisa terlepas dari peranan komunikasi. Komunikasi merupakan awal terjadinya kontak-kontak dan interaksi sosial baik antar pribadi, antar kelompok, antar suku sampai antar bangsa. Kontak serta interaksi sosial yang terjadi itu memang sudah merupakan manusia sebagai makhluk sosial. Komunikasi pun merupakan awal yang membantu kelancaran dari upaya mengenalkan apa dan seperti apa itu Mizan *Publishing house*.

Ternyata memang berbeda bedanya pengetahuan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Humas mengenai Mizan *publishing house* itu apa dan seperti apa.

Persepsi mahasiswa yang masih kurang itulah yang menjadi alasan dari peneliti tertarik untuk membahas mengenai “**Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung mengenai *Mizan Publishing House*.(Studi Konstruksi Sosial Atas Realita Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Angkatan 2014 Mengenai *Mizan Publishing House*)**” padahal banyak sekali kunjungan dan pihak kantor mengunjungi sekolah-sekolah dan sekolah Pendidikan anak usia dini, TK, SD, SMP, SMA bahkan Hingga para mahasiswa walaupun kebanyakan dari luar kota saja, namun ternyata masih banyak kalangan termasuk mahasiswa yang masih kurang pengetahuannya mengenai Mizan

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka masalah yang penulis rumuskan ialah :

“Bagaimana pandangan mahasiswa terhadap Mizan Publishing House”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian digunakan oleh peneliti sebagai pedoman agar fokus penelitian terarah dan peneliti mempunyai pedoman dalam melakukan penelitian. Peneliti yang diajukan oleh peneliti bersifat kondisional dan terbuka sehingga wawancara yang dilkauan oleh peneliti kepada mahasiswa umum dan teman-teman sekitar merupakan wawancara mendalam secara informal. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan mahasiswa Humas UIN Bandung mengenai Mizan *Publishing House*?

2. Bagaimana pemahaman pada mahasiswa Humas UIN Bandung mengenai *Mizan Publishing House*?
3. Bagaimana Realitas pada mahasiswa Humas UIN Bandung dalam menanggapi *Mizan Publishing House*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai *Mizan Publishing House* dimata mahasiswa dan mengetahui cara pandang masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa Humas UIN Bandung mengenai *Mizan Publishing House*
2. Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa Humas UIN Bandung tentang *Mizan Publishing house*
3. Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa Humas UIN Bandung dalam menanggapi *Mizan Publishing House*

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya Ilmu *Public Relations* tentang penelitian kualitatif studi deskriptif mengenai pelaksanaan sebuah sosialisasi bagi sebuah perusahaan swasta yang terkait dengan peran fungsi *Public Relations*. *Pertama*, dapat menunjukkan kelebihan dan kekurangan muatan informasi yang terjadi. *Kedua*, mengetahui kualitas informasi berasal. *Ketiga*, hubungan-hubungan komunikasi dapat terukur. Keempat, dapat mengenali isu isu/

rumor yang timbul, sehingga dapat membandingkan kesenjangan komunikasinya. Kelima, dapat mengkategorikan informasi-informasi yang bersifat positif dan negatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan bagi para pembaca dan dapat digunakan sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya, terkait dengan masalah ini.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini sebagai kajian dan masukan positif dalam mengembangkan suatu lembaga/organisasi dalam program sosialisasimengenai penjelasan kepada mahasiswa bahwasannya Mizan dapat menjadi wadah bagi mahasiswa yang memiliki kekreatifitasan dalam menulis.

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
1.	Denistya Sagita (Universitas Padjajaran 2014)	Persepsi hubungan seksual Pra-nikah bagi remaja	Kualitatif	Menurut hasil penelitian, adanya latar belakang dalam penelitian ini yaitu mengenai perilaku seks bebas dikalangan remaja yang kian marak, kejadian demikian dikarenakan tidak terlepas dari era globalisasi telah berimbas pada	Studi deskriptif kualitatif mengenai persepsi hubungan seksual pra-nikah dalam konteks komunikasi interpersonal sebagai pelaku hubungan seksual pra-nikah dikalangan pelajar SMA di Kota Bandung, perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu

			<p>keterbukaan informasi dengan ditandai semakin mudahnya berbagai informasi tanpa adanya batasan waktu dan usia termasuk tentang seks sehingga berimplikasi pada terjadinya perilaku seksual pra-nikah pada kalangan remaja. Betapa remaja yang rata-rata masih usia sekolah telah melakukan hubungan seksual pra nikah tanpa merasa ada beban moral. Kesucian yang diagung-agungkan sebagai bukti keperjakaan lelaki dan keperawanan bagi perempuan hanya untuk malam pengantin menjadi sebuah dongeng masa lalu.</p>	<p>pembahasannya disini terfokus kepada remaja dan memang sangat kurang wajar apabila pembahasan Seks Bebas harus dianggap tidak penting bagi para kalangan remaja, yang memang belum saatnya mereka mengetahui hal tersebut, dan sasaran dari penelitian ini pun para remaja wanita.</p>
--	--	--	---	---

2.	Eka Surya Dibrata	<p>Persepsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Jurnalistik Angkatan 2007 Universitas Islam Negeri Bandung .</p>	Kualitatif	<p>Menurut hasil penelitian, bahwasanya tujuan penelitian ini adalah bahwasannya tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dan sejauhmana persepi mahasiswa Jurnalistik UIN SGD terhadap pengguna jejaring sosial <i>facebook</i>, untuk mengetahui manfaat jejaring sosial facebook bagi mahasiswa jurnalistik.</p>	<p>Penelitian ini sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, namun pembahasannya terfokuskan kepada pemahaman dan penggunaan mahasiswa mengenai media sosial <i>facebook</i> , yang ternyata memang mahasiswa sudah sangat dimanjakan dengan penyuguhan facebook yang menyediakan berbagai fitur atau aplikasi aplikasi yang berbagai macam dan menyajikan informasi yang disajikan secara terupdate dan hal tersebutlah yang sangat memuaskan dilihat dari fungsi media. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini lebih terfokus kepd pengguna</p>
----	-------------------	---	------------	--	--

					jejaring sosial <i>Facebook</i> yang sebenarnya sudah tidak semua mahasiswa masih menggunakan jejaring sosial <i>facebook</i>
3.	Hapipah Adiwati	Persespsi Masyarakat terhadap kegiatan Khitbah di majlis taklim Rahmatun Hasanah (studi deskriptif di Dusun Pisang Sambo Desa Kutaampel Batu Jaya Kabupaten Karawang)	Kualitatif	menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwasannya tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap kegiatan khitbah dimajlis taklim Rahmatun Hasanah Dusun Pisang Sambo. Penelitian ini meliputi tanggapan jamaah pengajian ibu-ibu dimajlis taklim.	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif, yaitu karena dapat menggambarkan, mengungkapkan, menggali, menganalisis, menjawab dan memecahkan permasalahan, yang membedakan peneltian ini bukan hanya melakukan wawancara mendalam namun juga menyebarkan angket yang membahas mengenai bagaimana respon atau pendapat masyarakat mengenai khithabah dimasjid tersebut, dan bagaimana partisipasi masyarakat dalam mengikuti kegiatan

					tersebut.
4.	Salsabilla Andalusia (Universitas Padjajaran 2012)	Persepsi masyarakat tentang program ? Empat Mata ? Di Trans 7	Kualitatif	menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwasannya tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang program Empat Mata di Trans 7, tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pendapat masyarakat mengenai tayangan Empat Mata apakah berdampak positif atau negatif	menggunkana pendekatan deskriptif kualitatif, namun pembahasannya lebih fokus kepada pandangan masyarakat apakah positif atau negatif bagi para masyarakat yang sering menyaksikan tayangan tersebut, perbedaanya penelitian ini bertujuan ingin mengetahui dampak bagi masyarakat yang menonton tayangan tersebut, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yakni membahas seperti apa dan apa itu sebuah tempat yang akan dijadikan objek penelitian
5.	Fajar Anggi Rantamma (Universitas Padjajara 2010)	Persepsi Mahasiswa tentang perempuan dalam Iklan televisi	Kualitatif	menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwasannya tujuan penelitian ini untuk	menggunkana pendekatan deskriptif kualitatif, namun pembahasannya lebih fokus tentang perempuan dalam iklan

			mengetahui persepsi Mahasiswa universitas Padjajaran tentang perempuan dalam iklan di televise yang bertujuan untuk mengetahui cara pandang mahasiswa dalam menanggapi perempuan yang ada dalam iklan ditelevisi apakah dampaknya bagi para remaja perempuan indonesia	televise apakah dampak yang diberikan kepada para perempuan Indonesia, terutama perempuan remaja yang memang sedang beranjak menjadi perempuan dewasa
--	--	--	--	---

Tabel 1.1
Hasil Olahan Penelitian

Perbedaan Dengan Penelitian Yang Dilakukan

Pertama, Studi deskriptif kualitatif mengenai persepsi hubungan seksual pra-nikah dalam konteks komunikasi interpersonal sebagai pelaku hubungan seksual pra-nikah dikalangan pelajar SMA di Kota Bandung, perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pembahasannya disini terfokus kepada remaja dan memang sangat kurang wajar apabila pembahasan Seks Bebas harus dianggap tidak penting bagi para kalangan remaja, yang memang belum saatnya mereka mengetahui hal tersebut, dan sasaran dari penelitian ini pun para remaja wanita.

Kedua, Penelitian ini sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, namun pembahasannya terfokus kepada pemahaman dan penggunaan mahasiswa mengenai media sosial *facebook*, yang ternyata memang mahasiswa sudah sangat dimanjakan dengan penyuguhan facebook yang menyediakan berbagai fitur atau aplikasi aplikasi yang berbagai macam dan menyajikan informasi yang disajikan secara terupdate dan hal tersebutlah yang sangat memuaskan dilihat dari fungsi media. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini lebih terfokus kepada pengguna jejaring sosial *Facebook* yang sebenarnya sudah tidak semua mahasiswa masih menggunakan jejaring sosial *facebook*

Ketiga, Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif, yaitu karena dapat menggambarkan, mengungkapkan, menggali, menganalisis, menjawab dan memecahkan permasalahan, yang membedakan penelitian ini bukan hanya melakukan wawancara mendalam namun juga menyebarkan angket yang membahas mengenai bagaimana respon atau pendapat masyarakat mengenai khithabah di masjid tersebut, dan bagaimana partisipasi masyarakat dalam mengikuti kegiatan tersebut.

Keempat, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, namun pembahasannya lebih fokus kepada pandangan masyarakat apakah positif atau negatif bagi para masyarakat yang sering menyaksikan tayangan tersebut, perbedaannya penelitian ini bertujuan ingin mengetahui dampak bagi masyarakat yang menonton tayangan tersebut, sedangkan penelitian yang akan dilakukan

yakni membahas seperti apa dan apa itu sebuah tempat yang akan dijadikan objek penelitian

Kelima, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, namun pembahasannya lebih fokus tentang perempuan dalam iklan televisi apakah dampak yang diberikan kepada para perempuan Indonesia, terutama perempuan remaja yang memang sedang beranjak menjadi perempuan dewasa.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Kajian Teoritis

Konstruksi sosial atas realitas (*social constructions of reality*) diartikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang memiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori yang sudah direduksi oleh peneliti menurut Petter Berger dan Lukman .

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi konstruksi sosial atas realita bertujuan untuk mengetahui ungkapan dari publik mengenai pengetahuan mereka mengenai Mizan. Teori konstruksi sosial atas realita didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan individu atau kelompok individu menciptakan secara terus menerus sesuatu realitas yang dialami bersama secara subjektif. Teori berakar dari paradigma konstruksifistik yang melihat realita sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar

batas kontrol dan pranata sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas yang relative bebas didalam dunia sosial.

Konstruktivistik berasal dari kata konstruktivisme, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak plato menemukan jiwa dalam tubuh akal budi dan ide (Bertens, 1999 : 89).

Gagasan tersebut semakin lebih kongkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi dan sebagainya. Aristoteles mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya bahwa kunci pengetahuan adalah fakta (Bertens, 1999 :137)

Peneliti memperoleh gambaran teori konstruksi sosial atas realitas sebagai suatu teori yang didalamnya membicarakan proses pembentukan paradigma mahasiswa tidak akan terjadi secara alami namun adanya konstruksi yang dilakukan pihak-pihak tertentu. Kaitannya dengan penelitian ini adalah ketika mahasiswa mengkonstruksi Mizan *Publisihing House* sebagai gudang buku, Rumah Zakat, Rumah yatim, dan yang paling mendekati toko pembuatan buku sebenarnya pendapat yang seperti itu dari mahasiswa tidaklah salah, karena memang benar begitu kenyataannya.

Beberapa tempat seperti Rumah yatim, Rumah Zakat memang ada yang menggunakan nama Mizan pula, maka dari itu pengetahuan mahasiswa sangat luas, namun sebenarnya peneliti ingin bahwasannya mahasiswa pun mengetahui bahwa mizan adalah wadah bagi siapa pun yang kreatif dalam menulis, seperti halnya membuat puisi, membuat cerita baik itu fiksi atau pun apa pun itu bentuknya.

Tidak sedikit anak-anak yang sudah dipublikasikan oleh Mizan karena hasil tulisannya dimuat dan dijadikan buku cerita lalu dijual ke setiap toko buku di Indonesia.

Target seperti itulah yang ingin dicapai oleh peneliti karena begitu mudahnya bila anak-anak atau siapa pun yang memiliki kreatifitas membuat cerita panjang, atau pun cerita pendek yang mungkin memang layak, bagus, dan unik setelah melalui proses editing dari pihak editor maka dapat mudah dipublikasikan keseluruh toko buku di Indonesia, dan pihak Mizan apabila melakukan roadshow pasti mengajak para anak-anak yang memang hasil kreatifitas mereka dijadikan buku untuk berbagi dan menceritakan kepada khalayak, yang kebanyakan teman sebayanya pula dan hal itu sangat memotivasi anak-anak untuk mau mengasah otak membuat suatu hasil yang dapat dibanggakan oleh dirinya atau pun orang tuanya.

Asumsi dasar yang digunakan pada penelitian ini menurut Berger dan Luckman ialah :

“Membedakan antara realitas dengan pengetahuan sebagai realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat didalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.” (Berger dan Luckman (1990:1))

Teori konstruksi sosial atas realitas turut membangun mengenai pemahaman mahasiswa yang terbentuk atas pengalaman. Dalam pengalaman masyarakat, manusia saling berinteraksi sehingga memiliki pengalaman-pengalaman yang berarti.

“Pemahaman itu dikemukakan dalam gejala-gejala sosial sehari-hari yakni dalam pengertian sehari-hari dinamakan pengalaman bermahasiswa karena gejala-gejala sosial itu ditemukan dalam pengalaman bermahasiswa yang terus menerus berproses, maka perhatian terarah pada bentuk-bentuk

penghayalan (erlebenis) kehidupan mahasiswa menyeluruh. (Berger and Lukman (1990:10)

Teori-teori yang ada dalam penelitian ini hanya bermaksud memberikan panduan, gambaran kesinambungan antara suatu teori dengan teori yang lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian. Pengambilan sejumlah teori menurut pertimbangan peneliti sangat relevan dengan konteks dan fokus penelitian tentang konstruksi mahasiswa mengenai mizan *publishing house* sekaligus mengsosialisasikan bahwa Mizan adalah tempat bagi siapa pun yang kreatif dan ingin hasil karyanya dipublikasikan kepada seluruh masyarakat. Adapun teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai kampanye.

Sosialisasi berbeda dengan propaganda, sekaligus mahasiswa sering kali sulit membedakan antara sosialisasi dengan propaganda. penggunaan istilah propaganda telah dikenal lebih dulu dan memiliki konotasi yang cenderung negatif, sementara sosialisasi memiliki citra yang positif dan akademis.

1.6.2 Kajian Konseptual

1) Persepsi

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian . menurut sesyoung (1956) persepsi merupakan aktifitas, mengindera mengintegritas dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial penginderaan tersebut tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada dilingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelum baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai sikap ingatan dan lain-lain.

Menurut Walgito (1981) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses psikologi dan hasil dari penginderaan serta protes terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berfikir. Didalam proses persepsi individu dituntut untuk membrikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak seang sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk, yaitu sikap suattu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu didalam stimulus yang terbentuk pula.

Istilah persepsi sering juga disebut dengan pandangan, gambaran, atau anggapan, sebab dalam persepsi terdapat tanggapan seseorang mengenai satu hal atau obyek. Persepsi mempunyai banyak pengertian, menurut Robins (2003 : 97) yang mendeskripsikan bahwa persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian dianalisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi.

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera. Dengan kata lain persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia.

Persepsi apabila disimpulkan dari seluruh pemahaman dapat disimpulkan bahwa makna pengertiannya yaitu persepsi merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh indivudu melalui alat indera yang kemudian

diinterpretasikan, sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula proses belajar individu.

a) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya menjadi 2 yaitu

1. Faktor internal

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu factor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal diantaranya:

- a) Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
- b) Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energy yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek. Energy tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap objek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi suatu obyek.
- c) Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energy atau perceptual vigilance yang disegerakan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

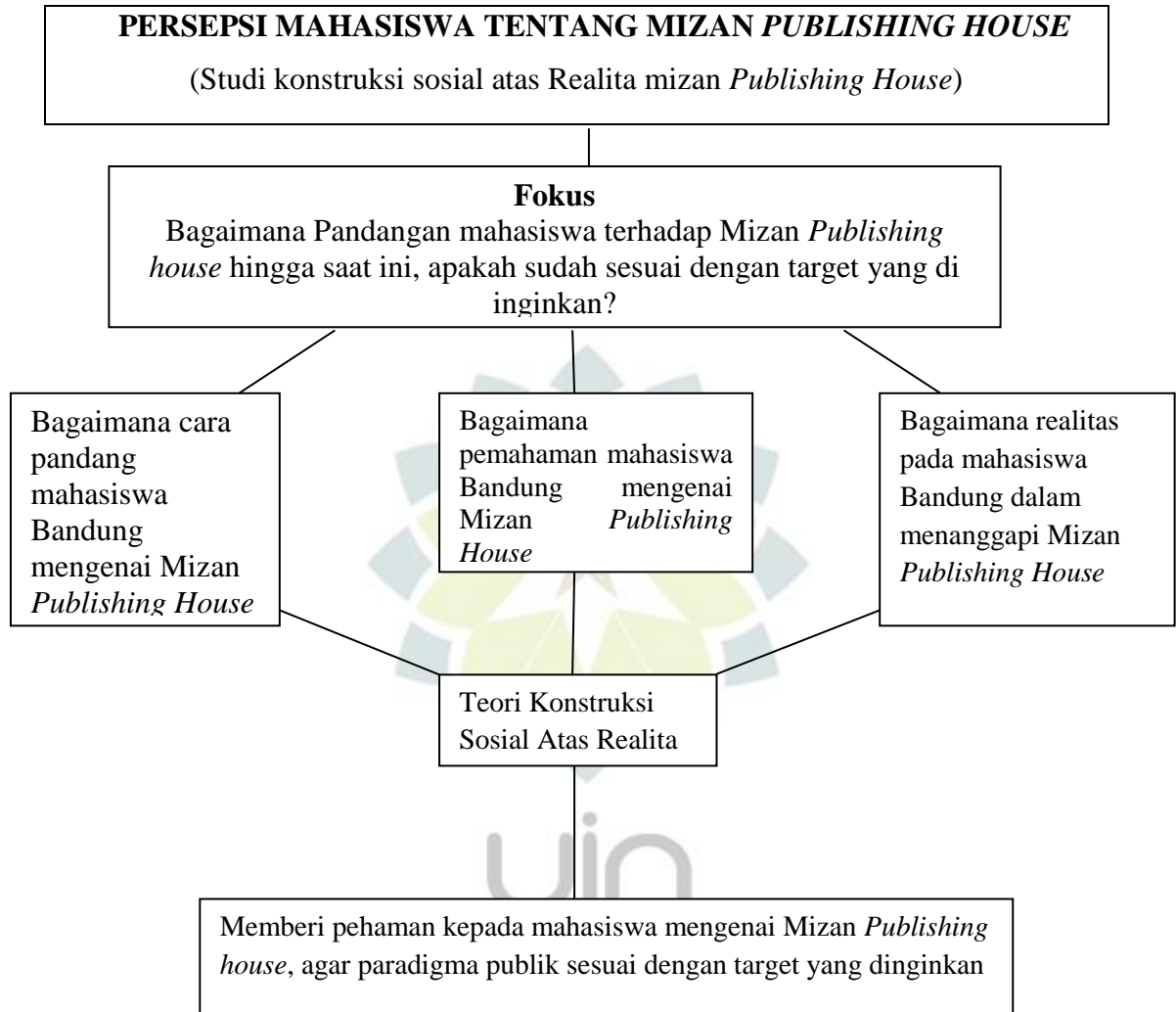
- d) Kebutuhan yang searah. Ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu factor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- a) Ukuran dan penempatann dari obyek atau stimulus. Factor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya bentuk persepsi.
- b) Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempengaruhi cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- c) Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi .
- d) Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan dalam
- e) jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2

1.7 Lokasi Penelitian

Kantor Mizan Pustaka Jl. Cinambo, No. 146, Ujungberung, Cisaranten

Wetan Bandung. Ruang Promosi Mizan Pustaka

1.8 Langkah Penelitian

1.8.1 Metode Penelitian

Bedasarkan tujuan dari penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan Metode deskriptif melalui pendekatan kualitatif yang akan menjelaskan dan menggambarkan fenomena yang terjadi (Bungin, burhan 2001:24). Data yang didapatkan mengenai *Mizan publishing house* dari mahasiswa itu sangat menarik bagi peneliti karena, dengan seperti itulah peneliti dapat langsung berinteraksi dengan publik dan dapat menjelaskan langsung mengenai mizan, agar dapat paradigma publik sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk mencari informasi factual yang detail mengenai gejala yang ada, pertanyaan yang diberikan kepada mahasiswa pun bersifat kondisional dan umum karena target peneliti narasumber yang yang dibutuhkan dari segala macam universitas dan jurusan yang berbeda , maka bentuk jawaban yang dihasilkan pun berbeda-beda, setelah itu perlu diadakannya pengidentifikasian masalah-masalah yang terjadi dan praktek-praktek yang sedang berlangsung, serta membuat komparasi dan evaluasi.

Kirk dan Miller (dalam moleong, 2002:21) menyatakan bahwa penelitian kualittatif sebagai tradisi tertentu didalam ilmu pegetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam lingkup kawasannya sendiri dan berhubungan dengan indiviud lainnya dalam bahasannya dan peristilahannya. Selain itu, metodologi kualitatif sebagai produser penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu indiviud serta prilaku yang diamati.

1.8.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu para staf atau anggota promosi bagian *Marketing Communication Mizan Publishing House* Bandung dan juga mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung Jurusan Ilmu Komunikasi Humas yang menjadi inform
2. Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, dan sumber ilmiah lainnya yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi partisipatif atau observasi partisipan merupakan teknik pengumpulan data yang paling lazim dipakai dalam penelitian kualitatif, dalam observasi ini peneliti mendatangi *Mizan publishing house*, mengamati marketing komunikasi serta mencoba bertanya kepada berbagai mahasiswa dengan Universitas dan Jurusan yang berbeda-beda pula.

Observasi yaitu dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan social, politikus dan cultural mahasiswa (Pawito, 2007 :111). Metode observasi dipilih karena mengamati objek penelitian, peneliti lebih jauh dan lebih dekat tentang kinerja pihak terkait dilapangan. Observasi ini dilakukan dengan menganalisis cara

pandang PR dalam melakukan sosialisasi kepada mahasiswa melalui program *Roadshow* dan *Talkshow* ke berbagai sekolah ataupun mendatangi wilayah dan daerah-daerah tertentu, kegiatan seperti itulah yang sudah diikuti oleh peneliti. Ketika peneliti mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut peneliti memang terbiasa menjadi *Master of Ceremony* dari kantor *Mizan Publishing House* maka walaupun peneliti tidak menjadi PR namun hal itu cukup banyak memberikan pengamatan yang amat dalam bagi kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan *Mizan Publishing House*.

2) Wawancara Mendalam

Wawancara ini sering disebut dengan sebutan (*in-depth interview*) yang artinya wawancara mendalam. wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian yang melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti (Pawito, 2007 : 132) wawancara mendalam dilakukan ini dilakukan, karena ada beberapa bagian dari data yang tidak mungkin ditemukan pada observasi partisipatorik.

Pada wawancara mendalam ini peneliti akan wawancara satu persatu kepada mahasiswa-mahasiswa yang berada di Bandung dengan Universitas dan Jurusan yang berbeda-beda yang akan diberikan beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak terfokus kepada draft yang telah tersusun, artinya wawancara ini bisa menanyakan hal-hal yang dirasa perlu dan bersifat mendalam walaupun tidak terdapat pada daftar pertanyaan. Tujuannya adalah agar wawancara yang dilakukan benar-benar mendapatkan data yang kongkret dan terperinci.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Metode analisis data yang akan digunakan adalah analisis model Miles dan Huberman dalam buku metodologi penelitian Kualitatif, analisis data terdiri dari beberapa kegiatan yaitu :

1. Klasifikasi

Klasifikasi yang dimaksud disini adalah agar memberikan kemudahan dalam memahami maksud dari penelitian ini yakni dengan hasil analisis data dilakukan dengan diorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

3. Penyajian Data

Dalam penyajian data, seluruh data lapangan yang berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya. Sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang cara, proses, dan cara pandang mengenai pelaksanaan berbagai macam

kegiatan yang sudah dilakukan oleh Mizan *Publishing House* baik itu melalui kegiatan *Roadshow* dan *Talkshow* atau pun kegiatan lainnya

