



MASYARAKAT KEBUDAYAAN DAN POLITIK

DINAMIKA POLITIK DAN PEMILU DI INDONESIA

**Reformasi dan Dilema Transisi Demokrasi
dalam Masyarakat Majemuk**
Nasikun

**Penentuan Daerah Pemilihan dan Jumlah Kursi
dalam UU Pemilu 2004**
Muhammad Asfar

**Perbedaan Kinerja Bank Sebelum dan Sesudah
*Fit and Proper Test***
Toto Warsoko Pikir

**Implikasi Perseptual Mahasiswa Terhadap Preferensi Mereka
tentang Seorang Pemimpin**
Andria Saptyasari

**Representasi Pemikiran Politik dalam
Drama Indonesia Mutakhir**
I. B. Putera Manuaba

Pemilu dan Pembangunan Politik: Berkaca Kasus Indonesia
Kris Nugroho

**Persepsi Baru:
Bahasa, *Discourse* dan Budaya Rakyat**
Herudjati Purwoko

**Resensi Buku:
Mengawasi Pemilu Mengawal Demokrasi**
Herwanto A.M.

MASYARAKAT KEBUDAYAAN DAN POLITIK

Diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, sebagai terbitan berkala tiga bulan sekali yang menyajikan tulisan-tulisan untuk lebih mempopulerkan ilmu kemasyarakatan ke tengah khalayak peminat dan untuk membuka forum belajar-mengajar yang lebih efektif.

Pemimpin Umum

Hotman M. Siahaan

Wakil Pemimpin Umum

I. Basis Susilo

Penanggungjawab

Kris Nugroho

Dewan Redaksi

Soetandyo Wignjosoebroto (Unair)

Ramlan Surbakti (Unair)

Daniel Theodore Sparringa (Unair)

Mohtar Mas'ood (UGM)

Ashadi Siregar (UGM)

Herudjati Purwoko (Undip)

Edy Suhardono (Ubaya)

Pemimpin Redaksi

Doddy S. Singgih

Sekretaris Redaksi

Harijono

Redaksi Pelaksana

Bagong Suyanto

Yuyun Wahyu Izzati

Helmy Prasetyo

Produksi dan Pemasaran

Herwanto

STT No. 841/SK/Ditjen PPG/STT/1981

ISSN 0216-2407

Alamat Redaksi: FISIP Unair Jl. Airlangga 4-6 Surabaya 60286, Indonesia

Telepon: 031-5034015, Fax: 031-5022492

e-mail: mkp@sby.centrin.net.id

Pengantar Redaksi

Topik utama pada edisi Nomor 1 (Januari) 2004 jurnal ilmiah *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* terfokus pada permasalahan *Dinamika Politik dan Pemilu di Indonesia*. Tema ini sengaja diangkat karena berkaitan dengan hajatan besar bangsa Indonesia yaitu Pemilu. Banyak masyarakat awam maupun pengamat memprediksikan bahwa Pemilu kali ini banyak menemui permasalahan, sebab sosialisasi pada masyarakat sangat minim bahkan kalau bisa dibilang kurang. Tak pelak kecenderungan yang terjadi adalah sebagian besar masyarakat kurang begitu mengenal calon pilihannya maupun bagaimana mekanisme dan cara pemilihan yang benar, meskipun KPU secara gencar telah mengadakan pengenalan baik melalui media cetak maupun elektronik. Di sisi lain, penilaian keraguan terhadap KPU sebagai lembaga pengawal proses pemilu sampai terpilihnya pemimpin negeri ini ternyata kurang memiliki kesiapan baik dari sisi teknis maupun non teknis.

Beberapa tulisan yang sesuai dengan topik utama edisi kali ini antara lain: penjelasan serta analisa mengenai wajah reformasi dan demokrasi seperti tulisan Nasikun dalam *Reformasi dan Dilema Transisi Demokrasi dalam Masyarakat Majemuk*, kemudian buah pemikiran Muhammad Asfar dalam *Penentuan Daerah Pemilihan dan Jumlah Kursi dalam UU Pemilu 2004*, serta *Pemilu dan Pembangunan Politik: Berkaca Kasus Indonesia* oleh Kris Nugroho. Di luar tema di atas redaksi juga menyajikan artikel mengenai *Perbedaan Kinerja Bank Sebelum dan Sesudah Fit and Proper Test* yang ditulis Toto Warsoko Pikir, *Implikasi Perseptual Mahasiswa Terhadap Preferensi Mereka tentang Seorang Pemimpin* oleh Andria Saptyasari. Redaksi juga menyajikan dua kupasan karya sastra modern yang dipaparkan oleh I. B. Putera Manuaba yaitu *Representasi Pemikiran Politik dalam Drama Indonesia Mutakhir dan Persepsi Baru: Bahasa, Discourse dan Budaya Rakyat* oleh Herudjati Purwoko. Sebagai bahan timbangan buku agar melengkapi wacana mengenai pemilu disajikan resensi buku: *Mengawasi Pemilu Mengawal Demokrasi* yang dirensensi oleh Herwanto A.M.

Akhirnya, semoga kehadiran jurnal ilmiah *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* ini dapat menambah wawasan dan sekaligus menjadi media bagi ilmuwan-ilmuwan sosial, pemerhati masalah sosial-politik dan pihak penyelenggara pemerintah agar lebih empatif dalam memahami dinamika masyarakat, serta menjaga semangat untuk mengawal dan memberi arah demokrasi menjadi lebih baik.

Tim Redaksi

Topik Utama Edisi No. 2 (April) 2004:
Dimensi-Dimensi Otonomi Daerah

DAFTAR ISI

Pengantar Redaksi

iii

Daftar Isi

v

Reformasi dan Dilema Transisi Demokrasi dalam Masyarakat Majemuk

Nasikun

1

Penentuan Daerah Pemilihan dan Jumlah Kursi dalam UU Pemilu 2004

Muhammad Asfar

13

Perbedaan Kinerja Bank Sebelum dan Sesudah *Fit and Proper Test*

Toto Warsoko Pikir

27

Implikasi Perseptual Mahasiswa terhadap Preferensi Mereka tentang Seorang Pemimpin

Andria Saptiyasari

45

Representasi Pemikiran Politik dalam Drama Indonesia Mutakhir

I. B. Putera Manuaba

59

Pemilu dan Pembangunan Politik: Berkaca Kasus Indonesia

Kris Nugroho

71

Persepsi Baru:

Bahasa, *Discourse* dan Budaya Rakyat

Herudjati Purwoko

83

Resensi Buku:

Mengawasi Pemilu Mengawal Demokrasi

Herwanto A.M.

95

IMPLIKASI PERSEPTUAL MAHASISWA TERHADAP PREFERENSI MEREKA TENTANG SEORANG PEMIMPIN

Andria Sptyasari

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unair

Abstract

There are two sides that have to be recognized whenever we communicate: ourselves and others. Recognizing others is not a simple process as it involves psychological process of perception. This research looks for perceptual process of students toward their preferences on the leader. Students are selected as they have the intellectual quality as well as maturity.

Research shows students' perception in interpersonal communications tends to be less objective and less accurate. It is influenced by factors such as implicit personality theory, the self-fulfilling prophecy, perceptual accentuation, and consistency. These perceptual process affect students' preferences on the leader. On the contrary, primacy-recency and stereotyping do not affect students perception.

Keywords: perception, implicit personality theory, the self-fulfilling prophecy, perceptual accentuation, consistency, primacy-recency and stereotyping.

Dalam setiap komunikasi yang melibatkan dua orang, akan terdapat dua diri individu yang harus dikenali, yaitu diri kita sendiri dan diri orang lain yang menjadi partner komunikasi kita. Upaya mengenali orang lain bukanlah persoalan yang sederhana. Upaya ini menyangkut proses psikologis yaitu persepsi. Persepsi itu sendiri bisa diibaratkan sebagai jantung komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*). Ini menandakan, persepsi dalam komunikasi interpersonal sangatlah

menentukan keberhasilan proses komunikasi antar individu. Dengan kata lain persepsi merupakan inti komunikasi interpersonal yang menentukan berhasil tidaknya, efektif tidaknya sebuah komunikasi antar individu.

Persepsi adalah interpretasi dan pemberian makna terhadap orang atau objek tertentu. Cohen dan Fisher mendefinisikan persepsi sebagai interpretasi terhadap berbagai sensasi yang merupakan representasi dari obyek-obyek eksternal. Jadi dapat disimpulkan

persepsi adalah pengetahuan tentang apa yang dapat ditangkap oleh indera kita. (Sendjaja, 1994:52). Ada dua macam persepsi yaitu persepsi interpersonal dan persepsi obyek, tetapi diantara kedua persepsi ini, yang cenderung tidak akurat adalah persepsi interpersonal. Salah satu penyebab ketidakakuratan sebuah persepsi interpersonal karena sebenarnya persepsi tidak lebih dari pengetahuan yang tampak sebagai realitas bagi diri kita, tetapi seringkali pengetahuan yang biasanya paling kita yakini adalah pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi kita. Ini merupakan suatu alasan mengapa komunikasi antar individu sangat sulit untuk "dipahami". (Sendjaja, 1994: 53).

Masih ada empat alasan lain mengapa persepsi interpersonal seringkali tidak akurat, yaitu: *pertama*, stimuli pada persepsi interpersonal seringkali sampai kepada kita melalui lambang-lambang verbal atau grafis yang disampaikan pihak ketiga. Sedangkan pada persepsi obyek, stimuli ditangkap oleh alat indera melalui benda-benda fisik seperti gelombang suara dan gelombang cahaya. *Kedua*, dalam mempersepsi interpersonal, kita mencoba memahami apa yang tidak tampak pada alat indera kita. Kita tidak hanya melihat perilaku atau tindakannya saja tetapi kita juga melihat motif dan alasan mengapa ia melakukan tindakan itu. Sedangkan dalam mempersepsi obyek, kita menanggapi obyek langsung pada sifat-sifat luar obyek itu. *Ketiga*, ketika kita mempersepsi interpersonal, faktor-faktor personal kita dan karakteristik orang yang ditanggapi serta hubungan kita dengan orang tersebut sangatlah mempengaruhi cermat atau akurat tidaknya persepsi kita terhadap orang yang kita persepsi. Sedangkan dalam mempersepsi obyek, obyek tidak bereaksi

kepada kita dan kitapun tidak memberikan reaksi emosional padanya. *Keempat*, dalam mempersepsi interpersonal sangatlah dipengaruhi oleh sifat manusia yang mempersepsi maupun yang dipersepsi yang cenderung berubah-ubah tergantung situasi dan kondisi saat berkomunikasi. Sedangkan dalam mempersepsi obyek, obyek relatif tetap dan tidak berubah. (Rakhmat, 1998:81-82).

Hal di atas menjelaskan bahwa persepsi interpersonal memiliki banyak kelemahan sebagai dasar untuk memperoleh pengetahuan. Kelemahan persepsi interpersonal itu antara lain tidak akurat, selektif, subyektif dan sebagainya. (Sendjaja, 1994:65). Seringkali kita dalam mempersepsi orang lain (persepsi interpersonal), kita harus membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap, yaitu informasi yang hanya diperoleh melalui kelima indera kita. Sehingga yang terjadi ketika kita berkomunikasi, kita akan mendasarkan persepsi terhadap orang lain atas perilaku komunikasinya yang dapat diamati. Dengan kata lain, kita cenderung mengambil kesimpulan tentang orang lain dari stimuli yang sampai kepada kita, betapapun tidak lengkapnya informasi yang kita terima. (Rakhmat, 1998:79).

Selain penyebab-penyebab ketidakakuratan persepsi interpersonal di atas, masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi ketidakakuratan persepsi interpersonal, yaitu proses-proses perseptual masing-masing individu yang men-*decoding* sebuah pesan. Kegiatan men-*decode* sebuah pesan tidak bisa terlepas dari persepsi dan *listening*. Kecenderungannya kita dalam melakukan persepsi dan *listening* secara simultan seringkali dipengaruhi oleh proses-proses perseptual yang membuat kita tidak akurat

dalam mempersepsi seseorang. Ada enam proses perseptual yang potensial dalam menyebabkan ketidakakuratan persepsi interpersonal, yaitu: *implicit personality theory*, *the self-fulfilling prophecy*, *perceptual accentuation*, *primacy-recency*, *consistency*, dan *stereotyping*. Dari uraian di atas maka rumusan permasalahan penelitian ini adalah proses perseptual apa sajakah yang mempengaruhi mahasiswa Surabaya dalam preferensi mereka tentang seorang pemimpin? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses-proses perseptual yang mempengaruhi mahasiswa Surabaya dalam preferensi mereka tentang seorang pemimpin

Kerangka Pemikiran

Persepsi adalah interpretasi dan pemberian makna terhadap orang atau objek tertentu. Definisi ini didasarkan pada Cohen dan Fisher yang menyebutkan persepsi merupakan interpretasi terhadap berbagai sensasi sebagai representasi dari obyek-obyek eksternal. Jadi dapat disimpulkan persepsi adalah pengetahuan tentang apa yang dapat ditangkap oleh indera kita. (Sendjaja, 1994:52). Dalam mempersepsi kita cenderung membentuk dunia menurut kita sendiri. Kita membentuk dan mengkonstruksikannya setelah kita melakukan seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi bagian-bagian kecil dari stimuli yang kita dapatkan sebagai informasi tentang seseorang atau sesuatu. Dan seringkali cara kita menyeleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi itu berdasar pada pengalaman masa lalu, yang pada akhirnya menghasilkan sebuah persepsi tentang seseorang atau sesuatu tersebut. (Myers, 1992:53).

Pengertian persepsi di atas melibatkan sejumlah karakteristik persepsi, yaitu: *pertama*, persepsi mensyaratkan kehadiran obyek eksternal untuk dapat ditangkap oleh indera kita. *Kedua*, adanya informasi untuk diinterpretasikan, *ketiga*, menyangkut sifat representatif dari penginderaan. Maksudnya, kita tidak dapat mengartikan makna suatu obyek secara langsung, karena kita sebenarnya hanya mengartikan makna dari informasi yang kita anggap mewakili obyek tersebut. Karakteristik ketiga inilah yang seringkali merupakan suatu alasan mengapa komunikasi interpersonal (antar persona) dan hubungan antar manusia sangat sulit 'dipahami'. (Sendjaja, 1994:52-53).

Namun sulit 'dipahami'-nya komunikasi interpersonal dan hubungan antar manusia juga ditentukan oleh sifat persepsi itu sendiri. Ada lima sifat persepsi, yaitu *pertama*, persepsi adalah pengalaman. Untuk mengartikan makna dari seseorang, obyek, atau peristiwa, kita harus memiliki dasar untuk melakukan interpretasi. Dasar ini biasanya kita temukan pada pengalaman masa lalu kita dengan orang, obyek atau peristiwa tersebut, atau dengan hal-hal yang menyerupainya. *Kedua*, persepsi adalah selektif. Ketika mempersepsikan sesuatu, kita cenderung memperhatikan hanya bagian-bagian tertentu dari suatu obyek atau orang. Dengan kata lain kita melakukan seleksi hanya pada karakteristik tertentu dari obyek persepsi kita dan mengabaikan yang lain. *Ketiga*, persepsi adalah penyimpulan. Interpretasi dihasilkan melalui persepsi yang pada dasarnya adalah penyimpulan atas informasi yang tidak lengkap. Dengan kata lain, mempersepsi makna adalah menarik kesimpulan yang tidak sepenuhnya

didasarkan pada data yang ditangkap oleh indera kita. *Keempat*, persepsi tidak akurat. Setiap persepsi yang kita lakukan mengandung kesalahan dalam kadar tertentu. Hal ini antara lain disebabkan oleh pengaruh pengalaman masa lalu, selektifitas dan penyimpulan. *Kelima*, persepsi adalah evaluatif. Persepsi tidak akan pernah obyektif, karena melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman dan merefleksikan sikap, nilai dan keyakinan pribadi yang digunakan untuk memberi makna pada obyek persepsi. (Sendjaja, 1994: 53-54).

Bukan hanya kelima sifat persepsi di atas yang turut berperan dalam menyebabkan ketidakakuratan sebuah persepsi interpersonal, tetapi masih ada lima elemen persepsi interpersonal yang juga berperan dalam menyebabkan ketidakakuratan sebuah persepsi yaitu: Elemen *pertama*, sensasi atau penginderaan dan interpretasi. Ketika orang menangkap sesuatu melalui inderanya (melihat, mendengar, mencicip, membau, atau meraba) maka secara simultan dia akan menginterpretasikan makna dari hasil penginderaannya. Elemen *kedua*, harapan. Kita cenderung untuk mendengar apa yang kita harapkan untuk didengar dan melihat apa yang kita harapkan untuk dilihat, terlepas dari apa yang "sesungguhnya" kita dengar dan lihat. Elemen *ketiga*, bentuk dan latar belakang (*figure and background*). Salah satu cara untuk memahami proses persepsi terletak pada kemampuan untuk membedakan berbagai jenis informasi antara yang relevan atau penting (*figure*) dengan yang kurang relevan atau kurang penting (*background*). Elemen *keempat*, perbandingan. Orang biasanya ingin meyakini kebenaran persepsinya.

Persoalannya bagaimana menguji dan menginterpretasikan nilai kebenaran. Cara yang digunakan untuk menentukan kevalidan persepsi kita adalah membandingkannya dengan sesuatu. Jika makna yang dipersepsikan konsisten atau mirip dengan kriteria pembanding—seperti pengalaman masa lalu, sikap, nilai dan keyakinan—maka kita akan menganggapnya valid. Ketika kita menghadapi sesuatu yang tidak sesuai dengan kriteria pembanding, maka kita akan mengalami ketidaksesuaian kognitif atau inkonsistensi kognitif. Sehingga kita merasa perlu untuk menyingkirkan inkonsistensi tadi sebagai upaya untuk mengatasi ketidaksesuaian psikologis kita. Elemen *kelima*, konteks. Persepsi menggunakan konteks untuk menginterpretasikan atau mengungkap suatu 'pola', yaitu suatu bentuk pengorganisasian elemen-elemen untuk menciptakan suatu kesatuan interpretasi yang utuh. (Sendjaja, 1994: 55-57).

Selain sifat dan elemen persepsi di atas, masih ada proses-proses perseptual yang juga menyebabkan ketidakakuratan persepsi interpersonal. Proses perseptual tersebut adalah: *pertama*, *Implicit Personality theory is the system of rules that tell you which characteristic go with which other characteristic*. (DeVito, 1998: 121). (*Implicit personality theory* merupakan sebuah sistem aturan yang menjadi rujukan bagi kita untuk melihat bahwa suatu karakteristik mencerminkan karakteristik tertentu). Semisal, Ani itu atraktif, pintar dan (disukai atau tidak disukai) banyak teman. Jika dihadapkan pada dua pilihan seperti itu maka dengan menggunakan *implicit personality theory*, kita cenderung menyebut Ani atraktif, pintar dan disukai banyak teman.

Ini dikarenakan kita cenderung mengkategorikan bahwa orang yang atraktif dan pintar selalu disukai banyak orang daripada yang tidak disukai. *Kedua, the self-fulfilling prophecy is our prediction that comes true because we act on it as if it were true.* (DeVito, 1998:122). (*The self-fulfilling prophecy* merupakan prediksi kita dimana prediksi tersebut benar-benar terjadi karena kita berperilaku terhadap seseorang seperti prediksi kita pada orang tersebut). Semisal, kita memprediksi bahwa Ani pemalas dari tingkah lakunya dan ini menyebabkan secara tidak sadar kita memperlakukan Ani sebagai orang malas. Ini secara tidak langsung akan mempengaruhi Ani untuk bertindak malas sesuai prediksi kita. Hal ini terjadi karena prediksi kita mempengaruhi sikap dan tingkah laku kita yang pada akhirnya membentuk tingkah laku orang yang kita persepsi untuk bertindak sesuai dengan prediksi kita. *Ketiga, Perceptual accentuation leads you to see what you expect and want to see.* (DeVito, 1998: 122) (*Perceptual accentuation* adalah kecenderungan kita ingin melihat sesuatu seperti yang kita harapkan dan inginkan). *Keempat, Primacy-recency is the first impression you make is likely to be the most important.* (DeVito, 1998:123). (*Primacy recency* merupakan kesan pertama kita tentang seseorang akan menentukan persepsi kita tentang orang itu). *Kelima, Consistency is the tendency to maintain balance among perceptions or attitudes.* (DeVito, 1998: 124). (*Consistency* merupakan kecenderungan untuk memelihara keseimbangan sebuah persepsi atau sikap). Semisal, jika kita tidak menyukai seseorang maka kita cenderung menginginkan orang lain bersikap sama

seperti kita untuk ikut tidak menyukai orang tersebut. *Keenam, stereotyping is a fixed impression of a group of people.* (DeVito, 1998: 124). (*Stereotyping* merupakan kesan yang melekat pada sekelompok orang). Semisal, kita mempunyai teman laki-laki yang suka ganti-ganti pacar, maka kita cenderung menilai semua laki-laki mempunyai sifat seperti itu.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survey, dengan tingkat analisis deskriptif. Karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses-proses perseptual yang mempengaruhi mahasiswa Surabaya dalam preferensi mereka tentang seorang pemimpin. Pemilihan lokasi Surabaya ini didasarkan atas pertimbangan, keterlibatan mahasiswa dalam proses modernisasi dan globalisasi –terutama di kota besar dan kota industri– seperti Surabaya, membawa perubahan yang cukup mencolok dalam kehidupan mahasiswa termasuk perkembangan intelektualitas dan kedewasaannya. Hal ini bisa mempengaruhi persepsi mahasiswa dalam melakukan komunikasi interpersonalnya. Sehingga dari penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan proses-proses perseptual yang mempengaruhi mahasiswa Surabaya dalam preferensi mereka tentang seorang pemimpin.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa pria dan wanita yang tinggal di Surabaya. Sedangkan teknik pengambilan sampel secara acak sederhana dengan jumlah sample 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan teknik analisis data dengan menggunakan tabel frekuensi.

Kemudian data yang diperoleh tersebut akan diinterpretasikan dengan mengaplikasikan teori-teori yang dipergunakan.

Temuan dan Analisis Data

Temuan data di lapangan dari 100 orang responden yang terdiri dari 41 orang responden laki-laki dan 59 orang responden perempuan adalah sebagai berikut:

1. Proses Perseptual: Implicit Personality Theory

Implicit Personality theory is the system of rules that tell you which characteristic go with which other characteristic. (DeVito, 1998: 121). (*Implicit personality theory* merupakan sebuah sistem aturan yang menjadi rujukan bagi kita untuk melihat bahwa suatu karakteristik mencerminkan karakteristik tertentu). Semisal, Ani itu atraktif, pintar dan (disukai atau tidak disukai) banyak teman. Jika dihadapkan pada dua pilihan semacam itu maka dengan menggunakan *implicit personality theory*, kita cenderung menyebut Ani atraktif, pintar dan disukai banyak teman. Ini dikarenakan kita cenderung mengkategorikan orang yang atraktif dan pintar selalu disukai banyak orang daripada yang tidak disukai. dalam hal ini, masing-masing orang, kelompok dan budaya mempunyai *implicit personality theory* yang berbeda-beda satu sama lain tergantung pada *frame of reference* dan *field of experience* yang mereka miliki.

Berikut temuan data di lapangan tentang proses perseptual *implicit personality theory* :

Tabel 1
Proses Perseptual Implicit Personality Theory Responden

Jawaban	Laki-laki (n=41)		Perempuan (n=59)		Jumlah (n=100)	
	F	%	F	%	F	%
Ya	30	73,2	48	81,4	78	78
Tidak	11	26,8	11	18,6	22	22

Dari tabel 1 terlihat, persentase responden yang melakukan *implicit personality theory* sangat tinggi yaitu 78%. Persentase ini mengindikasikan mereka cenderung mengkategorikan karakteristik tertentu dari seseorang yang diajak berkomunikasi dengan karakteristik yang mereka bentuk sendiri dibenaknya sesuai dengan pengalaman maupun *frame of reference* mereka. Hal ini terjadi karena mereka dalam mengartikan makna dari seseorang, obyek, atau peristiwa, mereka harus memiliki dasar untuk melakukan interpretasi. Dasar ini biasanya mereka temukan pada pengalaman masa lalu mereka dengan orang, obyek atau peristiwa tersebut, atau dengan hal-hal yang menyerupainya.

Proses perseptual *implicit personality theory* berimplikasi juga pada preferensi responden tentang seorang pemimpin. Dalam hal ini mereka cenderung mempunyai kategori-kategori tertentu yang harus ada dan dimiliki seorang pemimpin. Menurut kategori mereka, seorang pemimpin harus mempunyai sifat tegas, berwibawa, pintar, adil, jujur, dan sifat-sifat baik yang lain. Kategori ini mereka buat sendiri dibenaknya dengan didasarkan pada pengalaman dan *frame of reference* mereka tentang seorang pemimpin. Kalau seorang pemimpin tidak memenuhi standar kategori mereka maka mereka cenderung tidak suka dan tidak percaya

pada pemimpin tersebut. Sehingga seringkali persepsi interpersonal mereka tidak akurat karena dipengaruhi oleh faktor perseptual *implicit personality theory*.

Walaupun persentase melakukan *implicit personality theory* antara responden laki-laki dan perempuan sama-sama tinggi, namun bila dilihat lebih jauh yang cenderung banyak melakukan *implicit personality theory* adalah responden perempuan yaitu sebesar 81,4% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 73,2%.

2. Proses Perseptual: The Self-Fulfilling Prophecy

The self-fulfilling prophecy is our prediction that comes true because we act on it as if it were true. (DeVito, 1998:122). (*The self-fulfilling prophecy* merupakan prediksi kita dimana prediksi tersebut benar-benar terjadi karena kita berperilaku terhadap seseorang seperti prediksi kita pada orang tersebut). Semisal, kita memprediksi bahwa Ani pemalas dari tingkah lakunya dan ini menyebabkan secara tidak sadar kita memperlakukan Ani sebagai orang malas. Ini secara tidak langsung akan mempengaruhi Ani untuk bertindak malas sesuai prediksi kita. Hal ini terjadi karena prediksi kita mempengaruhi sikap dan tingkah laku kita yang pada akhirnya membentuk tingkah laku orang yang kita persepsi untuk bertindak sesuai dengan prediksi kita.

Berikut temuan data di lapangan tentang proses perseptual *the self-fulfilling prophecy*:

Tabel 2
 Proses Perseptual Self-Fulfilling Prophecy Responden

Jawaban	Laki-laki (n=41)		Perempuan (n=59)		Jumlah (n=100)	
	F	%	F	%	F	%
Ya	29	70,7	43	72,9	72	72
Tidak	12	29,3	16	27,1	28	28

Tabel 2 menunjukkan persentase responden yang melakukan *self-fulfilling prophecy* sangat tinggi yaitu 72%. Persentase ini mengindikasikan mereka secara tidak sadar cenderung memprediksi orang yang diajak berkomunikasi. Mereka cenderung melakukan prediksi baik watak, sifat, karakter, status sosial dan banyak hal lain tentang orang yang diajak berkomunikasi. Prediksi dan interpretasi ini pada dasarnya merupakan penyimpulan atas informasi yang tidak lengkap. Dengan kata lain, mereka memprediksi seseorang dengan cara menarik kesimpulan yang tidak sepenuhnya didasarkan pada data yang ditangkap oleh indera mereka karena masih ada unsur subyektifitas yang mempengaruhi mereka dalam memprediksi seseorang. Kecenderungannya, prediksi mereka ini seringkali diikuti dengan perlakuan mereka terhadap orang yang diprediksi dan cenderung perlakuan ini berdasar dan sesuai dengan prediksi awal mereka. Sehingga perlakuan mereka ini membuat lawan komunikasinya bertindak sesuai dengan prediksi mereka. Hal ini menyebabkan persepsi interpersonal mereka tidak akurat karena dipengaruhi oleh faktor perseptual *self-fulfilling prophecy*.

Proses perseptual *self-fulfilling prophecy* berimplikasi juga pada

preferensi responden tentang seorang pemimpin. Dalam hal ini mereka cenderung memprediksi watak, kepribadian, karisma, kemampuan dan keahlian orang yang akan menjadi pemimpin mereka. Prediksi ini didasarkan pada pengamatan mereka melalui panca indera mereka, maupun dari informasi pihak ketiga tentang orang tersebut yang seringkali tidak obyektif serta tidak lengkap. Data-data dan informasi inilah yang mereka pakai untuk menarik kesimpulan tentang watak, kepribadian, karisma, kemampuan dan keahlian orang yang akan menjadi pemimpin mereka. Prediksi ini seringkali juga diikuti dengan perlakuan responden pada orang tersebut yang sesuai dengan prediksi awal mereka. Kalau mereka memprediksi orang yang akan menjadi pemimpin mereka itu adalah orang yang pandai, maka mereka cenderung memperlakukannya sebagai orang yang bisa mengatasi segala kesulitan mereka. Sehingga mereka akan cenderung menyenangkan pemimpin tersebut karena dianggap serba bisa dan mengerti kesulitan mereka tanpa melihat kekurangan pemimpin itu sendiri. Namun apabila yang terjadi sebaliknya, mereka memprediksi negatif pemimpin mereka maka perlakuan mereka terhadap pemimpinpun akan negatif dan yang akan terlihat oleh mereka hanyalah sisi-sisi negatif dan kekurangan pemimpinnya saja tanpa mau melihat kelebihan yang dimiliki pemimpin itu sendiri. Jadi dapat dikatakan seringkali persepsi interpersonal mereka tidak akurat karena dipengaruhi oleh faktor perseptual *self-fulfilling prophecy*.

Walaupun persentase melakukan *self-fulfilling prophecy* antara responden laki-laki dan perempuan sama-sama tinggi, namun bila dilihat lebih jauh yang cenderung banyak melakukan *self-fulfilling prophecy* adalah responden perempuan yaitu sebesar 72,9% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 70,7%.

3. Proses Perseptual: Perceptual Accentuation

Perceptual accentuation leads you to see what you expect and want to see. (DeVito, 1998: 122) (*Perceptual accentuation* adalah kecenderungan kita ingin melihat sesuatu seperti yang kita harapkan dan inginkan). *Perceptual accentuation* ini membuat kita seringkali menyenangkan seseorang apabila watak, perilaku, karakter, status sosial, sifat dan banyak hal lain tentang orang yang kita ajak berkomunikasi tersebut sesuai dengan yang kita harapkan dan inginkan.

Berikut temuan data di lapangan tentang proses *perceptual accentuation*:

Tabel 3
 Proses Perseptual Perceptual Accentuation Responden

Jawaban	Laki-laki (n=41)		Perempuan (n=59)		Jumlah (n=100)	
	F	%	F	%	F	%
Ya	23	56,1	32	54,2	55	55
Tidak	18	43,9	27	45,8	45	45

Tabel 3 menunjukkan persentase responden yang melakukan *perceptual accentuation* sebesar 55%. Persentase ini mengindikasikan mereka cenderung menyenangkan orang yang diajak berkomunikasi apabila watak, perilaku, karakter, status sosial, sifat dan banyak hal

lain tentang orang yang mereka ajak berkomunikasi tersebut sesuai dengan yang mereka harapkan dan inginkan. Sehingga komunikasi yang terjadi akan lebih efektif dibandingkan apabila mereka berkomunikasi dengan orang—yang mempunyai watak, perilaku, karakter, status sosial, sifat dan banyak hal lain—yang mereka tidak sukai, tidak harapkan dan tidak inginkan. Dan biasanya mereka cenderung mendengar apa yang mereka harapkan untuk didengar dan melihat apa yang harapkan untuk dilihat, terlepas dari apa yang 'sesungguhnya' mereka dengar dan lihat. Ini seringkali didahului adanya mind-reading tentang orang yang diajak berkomunikasi—baik watak, karakter, perilaku, sifat dan status sosialnya—yaitu kalau mereka melihat orang yang diajak berkomunikasi sekilas baik hati dan ramah maka cenderung komunikasinya akan berjalan efektif daripada sebaliknya.

Proses perseptual *accentuation* berimplikasi juga pada preferensi responden tentang seorang pemimpin. Dalam hal ini mereka cenderung menyukai seorang pemimpin yang memiliki watak, kepribadian, karisma, kemampuan dan keahlian seperti yang mereka harapkan. Apabila apa yang diharapkan mereka itu dimiliki oleh pemimpin mereka maka secara otomatis mereka akan mendukung pemimpinnya itu. Sebaliknya bila pemimpin mereka tidak memiliki watak, kepribadian, karisma, kemampuan dan keahlian seperti yang responden harapkan maka mereka cenderung apatis dan tidak mendukung pemimpin tersebut dan komunikasi yang terjadi antara mereka dengan pemimpinnya pun tidak akan

efektif. Sehingga dapat dikatakan persepsi interpersonal mereka tidak akurat karena dipengaruhi oleh faktor *perceptual accentuation*.

Walaupun persentase melakukan *perceptual accentuation* antara responden laki-laki dan perempuan sama-sama tinggi, namun bila dilihat lebih jauh yang cenderung banyak melakukan *perceptual accentuation* adalah responden laki-laki yaitu sebesar 56,1% daripada responden perempuan yang hanya sebesar 54,2%.

4. Proses Perseptual: Primacy-Recency

Primacy-recency is the first impression you make is likely to be the most important. (DeVito, 1998:123). (*Primacy recency* merupakan kesan pertama kita tentang seseorang akan menentukan persepsi kita tentang orang itu). Seringkali kesan pertama tentang orang lain, kita jadikan acuan dan pedoman untuk melakukan komunikasi lebih lanjut. Kalau kesan pertama kita positif terhadap seseorang maka untuk selanjutnya kita akan menilai positif orang tersebut dan cenderung kita hanya melihat kebaikannya saja tanpa mempedulikan kejelekannya. Sebaliknya jika kesan pertama kita negatif terhadap seseorang maka untuk selanjutnya kita akan menilai negatif orang tersebut dan cenderung kita hanya melihat kejelekannya saja tanpa mempedulikan kebaikannya. Jadi kesan pertama sangatlah menentukan komunikasi kita selanjutnya dengan orang lain.

Berikut temuan data di lapangan tentang proses perseptual *primacy-recency*:

Tabel 4
 Proses Perseptual Primacy-Recency Responden

Jawaban	Laki-laki (n=41)		Perempuan (n=59)		Jumlah (n=100)	
	F	%	F	%	F	%
Ya	17	41,5	29	49,2	46	46
Tidak	24	58,5	30	50,8	54	54

Tabel 4 menunjukkan persentase responden yang melakukan *primacy-recency* sebesar 46%. Persentase ini mengindikasikan kesan pertama mereka tentang seseorang cenderung tidak mempengaruhi persepsi dan komunikasi mereka selanjutnya dengan orang tersebut. Ini disebabkan karena mereka cenderung melihat seseorang tidak hanya dari satu sisi tetapi dari banyak sisi. Menurut mereka, sifat orang yang melakukan persepsi maupun yang dipersepsi cenderung berubah-ubah tergantung situasi dan kondisi saat berkomunikasi. Sehingga mereka berpendapat, sangatlah kurang bijaksana kalau menilai seseorang secara sekilas tanpa melihat lebih jauh apa yang menyebabkan orang yang mereka ajak berkomunikasi itu berperilaku dan berpenampilan seperti itu.

Proses perseptual *primacy-recency* dalam hal ini tidak terlalu berimplikasi pada preferensi responden tentang seorang pemimpin. Karena mereka menganggap bahwa menilai baik buruknya seorang pemimpin tidak bisa didasarkan pada kesan pertama yang hanya sekilas dan satu sisi saja. Tetapi penilaian tentang seorang pemimpin lebih didasarkan pada suatu hipotesis yang harus dicari kebenaran dan keakuratannya tentang baik buruknya seorang pemimpin dan tidak didasarkan pada *judgement*

semata. Walaupun persentase melakukan *primacy-recency* antara responden laki-laki dan perempuan sama-sama rendah, namun bila dilihat lebih jauh yang cenderung banyak melakukan *primacy-recency* adalah responden perempuan yaitu sebesar 49,2% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 41,5%.

5. Proses Perseptual: Consistency

Consistency is the tendency to maintain balance among perceptions or attitudes. (DeVito, 1998: 124). (*Consistency* merupakan kecenderungan untuk memelihara keseimbangan sebuah persepsi atau sikap). Orang biasanya ingin meyakini kebenaran persepsinya. Persoalannya bagaimana menguji dan menginterpretasikan nilai kebenaran. Cara yang digunakan untuk menentukan kevalidan persepsi kita adalah membandingkannya dengan sesuatu. Jika makna yang dipersepsikan konsisten atau mirip dengan kriteria pembanding—seperti pengalaman masa lalu, sikap, nilai dan keyakinan—maka kita akan menganggapnya valid. Ketika kita menghadapi sesuatu yang tidak sesuai dengan kriteria pembanding, maka kita akan mengalami ketidaksesuaian kognitif atau inkonsistensi kognitif. Sehingga kita merasa perlu untuk menyingkirkan inkonsistensi tadi sebagai upaya untuk mengatasi ketidaksesuaian psikologis kita.

Berikut temuan data di lapangan tentang proses perseptual *consistency*:

Tabel 5
 Proses Perseptual Consistency Responden

Jawaban	Laki-laki (n=41)		Perempuan (n=59)		Jumlah (n=100)	
	F	%	F	%	F	%
Ya	34	82,9	50	84,7	84	84
Tidak	7	17,1	9	15,3	16	16

Tabel 5 menunjukkan persentase responden yang melakukan *consistency* sebesar 84%. Persentase ini mengindikasikan kecenderungan mereka, jika tidak menyukai seseorang maka mereka akan mencari pembenaran atas sikap mereka dengan cara mencari orang yang sama-sama tidak menyukai orang tersebut. Kalaupun orang lain menyukai orang tersebut, mereka cenderung mempengaruhi orang lain itu supaya bersikap sama seperti mereka untuk ikut tidak menyukai orang tersebut. Sebaliknya jika mereka menyukai seseorang, mereka akan mempengaruhi orang lain untuk ikut menyukai orang tersebut atau berusaha mencari orang lain yang juga sama-sama menyukai orang tersebut. Itulah kecenderungan mereka untuk memelihara keseimbangan persepsi atau sikap mereka tentang seseorang.

Proses perseptual *consistency* berimplikasi juga pada preferensi responden tentang seorang pemimpin. Responden cenderung ingin memelihara konsistensi keyakinannya tentang seorang pemimpin. Jika mereka menganggap pemimpinnya bijaksana sesuai harapannya maka mereka cenderung mendukung dan berusaha mempengaruhi orang lain untuk mendukung pemimpin tersebut. Tetapi apabila mereka tidak puas dengan pemimpinnya maka mereka cenderung tidak mendukung dan berusaha mempengaruhi orang lain untuk

tidak mendukung pemimpin tersebut. Hal ini menyebabkan persepsi interpersonal mereka tidak akurat karena dipengaruhi oleh faktor *consistency*.

Walaupun persentase melakukan *consistency* antara responden laki-laki dan perempuan sama-sama tinggi, namun bila dilihat lebih jauh yang cenderung banyak melakukan *consistency* adalah responden perempuan yaitu sebesar 84,7% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 82,9%.

6. Proses Perseptual: Stereotyping

Stereotyping is a fixed impression of a group of people. (DeVito, 1998: 124). (*Stereotyping* merupakan kesan yang melekat pada sekelompok orang). Semisal, kita mempunyai teman laki-laki yang suka ganti-ganti pacar, maka kita cenderung menilai semua laki-laki mempunyai sifat seperti itu. Ini menunjukkan persepsi cenderung tidak obyektif, karena dalam melakukan interpretasi; kita cenderung berdasar pada pengalaman dan merefleksikan sikap, nilai dan keyakinan pribadi yang digunakan untuk memberi makna pada obyek persepsi.

Berikut temuan data di lapangan tentang proses perseptual *stereotyping*:

Tabel 6
 Proses Perseptual Stereotyping Responden

Jawaban	Laki-laki (n=41)		Perempuan (n=59)		Jumlah (n=100)	
	F	%	F	%	F	%
Ya	20	48,8	25	42,4	45	45
Tidak	21	51,2	34	57,6	55	55

Tabel 6 menunjukkan persentase responden yang melakukan *stereotyping* sebesar 45%. Persentase ini

mengindikasikan mereka cenderung tidak melakukan peng-generalisasi-an terhadap sekelompok orang atau budaya tertentu. Ini disebabkan karena mereka cenderung melihat setiap orang itu unik dan mempunyai watak, karakter, kepribadian yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Sehingga mereka berusaha untuk melihat seseorang dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Dan jika mereka melihat kekurangan seseorang maka mereka menilai itu adalah kekurangan seseorang itu sendiri tanpa mengaitkan dengan keluarga, asal usul daerah maupun budaya orang tersebut. Jadi mereka berusaha tidak menggeneralisasikan sifat orang itu sama dengan sifat anggota dari kelompok atau budaya orang itu.

Proses perseptual *stereotyping* dalam hal ini tidak terlalu berimplikasi pada preferensi responden tentang seorang pemimpin. Karena mereka menganggap bahwa masing-masing pemimpin adalah individu yang unik, yang memiliki karakteristik yang tidak sama antar satu pemimpin dengan pemimpin yang lain. Sehingga mereka tidak berusaha menyamaratakan watak dan kepribadian pemimpin satu dengan yang lainnya. Mereka menyadari, satu pemimpin dengan yang lainnya akan selalu berbeda watak dan kepribadiannya walaupun mereka berasal dari kelompok, suku, daerah, maupun keluarga yang sama.

Walaupun persentase melakukan *stereotyping* antara responden laki-laki dan perempuan sama-sama rendah, namun bila dilihat lebih jauh yang cenderung banyak melakukan *stereotyping* adalah responden laki-laki yaitu sebesar 48,8% daripada responden perempuan yang hanya sebesar 42,4%.

Dari penjelasan keenam tabel di atas menunjukkan proses-proses perseptual yang cenderung menyebabkan ketidakakuratan persepsi responden dalam komunikasi interpersonalnya antara lain: *implicit personality theory*, *the self-fulfilling prophecy*, *perceptual accentuation*, dan *consistency*. Proses-proses perseptual inilah yang mempengaruhi preferensi responden tentang seorang pemimpin. Sedangkan proses perseptual *primacy-recency* dan *stereotyping* cenderung tidak mempengaruhi persepsi responden dalam komunikasi interpersonalnya dan juga tidak mempengaruhi preferensi mereka tentang seorang pemimpin, walaupun persentasenya hampir seimbang antara responden yang melakukan dengan yang tidak melakukannya.

Namun bila dilihat lebih jauh lagi antara responden perempuan dan laki-laki ada perbedaan yang mencolok. Data menunjukkan responden perempuan lebih cenderung tidak akurat persepsinya dalam komunikasi interpersonalnya dan preferensinya tentang seorang pemimpin daripada responden laki-laki. Ketidakakuratan persepsi responden perempuan lebih cenderung dipengaruhi oleh *implicit personality theory*, *the self-fulfilling prophecy*, *consistency* dan *primacy-recency*. Sedangkan ketidakakuratan persepsi responden laki-laki lebih cenderung dipengaruhi oleh *perceptual accentuation* dan *stereotyping*. Walaupun persepsi responden perempuan cenderung tidak akurat tetapi responden perempuan cenderung mempunyai usaha-usaha untuk memperbaiki persepsi mereka tentang seseorang—yaitu dengan cara melihat tanda-tanda kontradiksi, memformulasikan hipotesis daripada

kesimpulan, dan menunda penyimpulan sampai kejadian tersebut benar-benar terjadi (DeVito, 1994: 72), serta melakukan pengecekan persepsi (DeVito, 1996:67) yang mereka buat—dibandingkan dengan responden laki-laki.

Melihat tanda-tanda kontradiksi yang dimaksud di sini adalah ketika responden melakukan komunikasi dengan seseorang (pemimpin), mereka tidak hanya mendengar pesan yang disampaikan tetapi juga melihat bagaimana tatapan mata, gerak tubuh, perilaku, asesoris yang dipakai, intonasi dan nada suara, dan tanda-tanda lain yang bisa mencerminkan pesan yang disampaikan orang (pemimpin) tersebut sesuai atau tidak dengan isi pesannya. Kadangkala ini perlu dilakukan untuk melihat kebenaran isi pesan yang disampaikan seseorang (pemimpin). Data menunjukkan responden perempuan yang mencoba melihat tanda-tanda kontradiksi dari lawan bicaranya lebih banyak yaitu 88,1% dibandingkan responden laki-laki yang hanya sebesar 68,3%.

Yang dimaksud dengan memformulasikan hipotesis daripada kesimpulan adalah ketika responden melakukan komunikasi dengan seseorang (pemimpin), mereka berusaha membuat sebuah hipotesis layaknya sebuah penelitian untuk menguji kebenaran. Dengan kata lain mereka tidak akan menilai seseorang (pemimpin) hanya dengan sekali melihat dan melakukan komunikasi dengan orang (pemimpin) tersebut. Mereka mencoba untuk melihat orang (pemimpin) tersebut dari berbagai sisi, situasi dan kondisi yang pada akhirnya membuat lebih obyektif persepsi mereka tentang orang (pemimpin) tersebut. Data menunjukkan responden perempuan lebih banyak

melakukan formulasi hipotesis yaitu sebesar 78% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 73,2%.

Menunda penyimpulan sampai kejadian tersebut benar-benar terjadi maksudnya adalah ketika responden melakukan komunikasi dengan seseorang (pemimpin), mereka berusaha untuk tidak melakukan sebuah penyimpulan dengan menggunakan *mind-reading* tentang perilaku, watak, dan kepribadian seseorang (pemimpin) sampai benar-benar ada fakta yang mereka lihat sendiri tentang perilaku, watak dan kepribadian orang (pemimpin) tersebut. Kadangkala ini perlu dilakukan untuk membuat mereka lebih obyektif menilai isi pesan yang disampaikan seseorang (pemimpin) tanpa dipengaruhi oleh *mind-reading* mereka tentang orang (pemimpin) tersebut. Data menunjukkan responden perempuan lebih banyak melakukan penundaan penyimpulan tentang seseorang (pemimpin) yaitu sebesar 96,6% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 90,2%.

Sedangkan yang dimaksud dengan melakukan pengecekan persepsi adalah ketika responden melakukan komunikasi dengan seseorang (pemimpin), mereka berusaha melakukan peninjauan ulang tentang persepsi yang telah mereka buat tentang orang (pemimpin) tersebut. Dengan kata lain, persepsi tidak hanya mereka dasarkan pada apa yang mereka lihat saja tetapi mereka juga berusaha mengecek kebenaran persepsi mereka dengan menanyakan langsung pada orang (pemimpin) yang bersangkutan tersebut. Sehingga bisa diketahui secara pasti benar tidaknya persepsi mereka tentang orang (pemimpin) tersebut. Data menunjukkan responden perempuan lebih banyak

melakukan pengecekan persepsi yaitu sebesar 91,5% daripada responden laki-laki yang hanya sebesar 87,8%.

Simpulan

Dari penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan persepsi mahasiswa dalam komunikasi interpersonal cenderung tidak obyektif dan tidak akurat karena dipengaruhi oleh faktor-faktor : *implicit personality theory, the self-fulfilling prophecy, perceptual accentuation*, dan *consistency*. Dan proses-proses perseptual inilah yang mempengaruhi preferensi mahasiswa tentang seorang pemimpin. Sedangkan proses perseptual *primacy-recency* dan *stereotyping* cenderung tidak mempengaruhi persepsi mahasiswa dalam komunikasi interpersonalnya dan dalam preferensinya tentang seorang pemimpin, walaupun persentasenya hampir seimbang antara mahasiswa yang melakukan dengan yang

tidak melakukannya.

Namun walau persepsi mahasiswa dalam komunikasi interpersonal cenderung tidak obyektif dan tidak akurat, tetapi mahasiswa cenderung mempunyai usaha-usaha untuk memperbarui persepsi mereka tentang seseorang (pemimpin). Yaitu dengan cara melihat tanda-tanda kontradiksi, memformulasikan hipotesis daripada kesimpulan, dan menunda penyimpulan sampai kejadian tersebut benar-benar terjadi, serta melakukan pengecekan persepsi yang mereka buat tentang orang tersebut. Usaha yang mereka lakukan ini sekaligus bisa memperbarui persepsi yang tidak akurat tentang seseorang (pemimpin) yang telah mereka buat sebelumnya. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mahasiswa lebih dapat membuat persepsi yang lebih obyektif tentang seseorang (pemimpin) sehingga komunikasi interpersonal yang terjadi akan lebih efektif dan tidak akan ada *misunderstanding*.

Daftar Pustaka

- DeVito, Joseph A., *Human Communication: The Basic Course*. (New York: Harper Collins College Publishers, 1994)
- _____, *Essentials of Human Communication*. (New York: Harper Collins Publishers, 1996)
- _____, *Interpersonal Communication Book*. (New York: Longman Inc., 1998)
- Myers, Gail E and Michele Toleda Myers, *The Dynamics of Human Communication: A Laboratory Approach*. (New York: McGraw-Hill Inc., 1992)
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998)
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994)