

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah salah satu bagian yang sangat penting dari sebuah laporan penelitian. Bagian tinjauan pustaka juga mempermudah peneliti, sebagai referensi agar penelitian lebih mudah dilakukan. Bab ini mengungkapkan pemikiran peneliti dan berhubungan dengan landasan teori-teori yang dipakai peneliti.

2.1.1 Penelitian Terdahulu yang Sejenis

Dalam penelitian ini diawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan diteliti. Dari mulai teori-teori, objek penelitian, studi literature, variabel yang digunakan sebagai pendukung dalam pelaksanaan penelitian. Didalam penelitian ini terdapat tinjauan yang digunakan sebagai bahan acuan untuk peneliti dan merumuskan asumsi dasar untuk mengembangkan “Efektivitas Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa UNIKOM Bandung”.

Berikut hasil penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai referensi:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

1.	Judul	Efektivitas Komunikasi Metode Mengajar Dosen UNIKOM Bandung Terhadap Motivasi Mahasiswanya
	Peneliti	Eka Pamungkas
	Akademik	Universitas Komputer Indonesia
	Sumber	https://elib.unikom.ac.id
	Metode Penelitian	Pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui Efektivitas Komunikasi Metode Mengajar Dosen Terhadap Motivasi Mahasiswa UNIKOM Bandung
	Hasil Penelitian	Penelitian ini memperlihatkan adanya pengaruh antara Efektivitas Komunikasi Metode Mengajar Dosen Terhadap Motivasi Mahasiswa UNIKOM Bandung
2.	Judul	Efektivitas Komunikasi Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Cikur (Ciri Keaslian Uang Rupiah) Terhadap Sikap Peserta <i>Roadshow</i>
	Peneliti	Dian Anggraeni
	Akademik	Universitas Komputer Indonesia
	Sumber	http://elibrary.unikom.ac.id

	Metode Penelitian	Pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey
	Tujuan Penelitian	Guna mengetahui sejauhmana Efektivitas Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Sikap Peserta <i>Roadshow</i>
	Hasil Penelitian	Tampaknya adanya korelasi kredibilitas komunikator dengan sikap peserta cukup kuat signifikan, pesan dengan sikap peserta sangat kuat dan signifikan, media dengan sikap peserta cukup kuat dan signifikan, serta korelasi efektivitas komunikasi dengan komponen kognitif peserta kuat dan signifikan
3.	Judul	Efektivitas Program <i>E-Learning</i> SMA Laboratorium Percontohan UPI Bandung Terhadap Pemenuhan Informasi Pendidikan Bagi Siswa-Siswinya
	Peneliti	Diki Januar Niagara
	Akademik	Universitas Komputer Indonesia
	Sumber	https://elib.unikom.ac.id
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan metode survey dan menggunakan teknik analisis deskriptif
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Program <i>E-Learning</i> SMA Laboratorium Percontohan UPI Bandung

2.1.2		Efektivitas Program <i>E-Learning</i> SMA
2.1.3	Hasil Penelitian	Laboratorium Percontohan UPI Bandung
		kuat dan searah

Tabel 2.2

Tinjauan Jurnal Ilmiah

1.	Judul	Peranan Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Kegiatan Pembelajaran dan Perkembangan Dunia Pendidikan
	Peneliti	Sudi Suryadi
	Sumber	http://jurnal.ulb.ac.id
	Hasil	<p>Peningkatan kualitas pembelajaran dapat dilakukan dengan menggunakan media teknologi pendidikan, yaitu dengan cara mencari dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam belajar kemudian dicarikan pemecahannya melalui aplikasi Teknologi Informasi yang sesuai.</p> <p>Upaya pemecahan permasalahan pendidikan terutama masalah yang berhubungan dengan kualitas pembelajaran, dapat ditempuh dengan cara penggunaan berbagai sumber belajar dan penggunaan media pembelajaran yang berfungsi sebagai alat bantu dalam meningkatkan kadar hasil belajar peserta didik. Teknologi informasi digunakan sebagai media untuk mempermudah pencarian informasi tersebut.</p>

2.	Judul	Penerapan Pembelajaran Daring Kombinasi Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik Paket C Vokasi di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) <i>Pioneer</i> Karanganyar
	Peneliti	Rimbun Rimbarizki
	Sumber	https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/19586/17904
	Hasil	<p>Penerapan pembelajaran <i>daring</i> kombinasi yang ada di PKBM <i>Pioneer</i> Karanganyar merupakan model yang dikembangkan oleh PP PAUD dan Dikmas Jawa Tengah. Pembelajaran daring kombinasi yaitu model pembelajaran yang memadukan pembelajaran tatap muka dengan pembelajaran <i>online</i> dan atau <i>e-learning</i> yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses pembelajaran dengan tutor <i>online</i>. Ada dua hal yang didapat dari kegiatan pembelajaran secara daring ini. Ada positif dan negative. Positifnya adalah kegiatan pembelajaran tidak harus dilakukan secara langsung tatap muka di satu tempat. Cukup dengan cara daring, buka perangkat yang mendukung pembelajaran sesuai dengan yang telah disepakati sekolah, lalu kegiatan belajar mengajar secara jauh pun bisa dilakukan. Beberapa dampak negatifnya adalah pencapaian hasil belajar kurang maksimal dikarenakan tidak adanya pendampingan antara pelajar dan pengajar. Lalu tidak setiap orang mempunyai fasilitas internet yang bagus atau teknologi memadai.</p>

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *satu makna*. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan (Effendy, 2007:9).

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” ilmu komunikasi adalah: *Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.* (Effendy, 2007:10).

Hovland pun mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public relationi*) dan sikap public (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Tetapi dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland mengatakan Komunikasi adalah prose mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behafavior of ther individuals*).

Jadi dalam komunikasi tidak hanya menginformasikan, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal itu bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar di mengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.

Sedangkan Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*?”. Paradigma dari Laswell, memberitahu secara tidak langsung bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (*communication, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikan (*communication, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut, “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.” (Effendy, 2007:10).

Bisa disimpulkan dari dua definisi para ahli, bahwa komunikasi adalah kegiatan seorang (komunikator) menyampaikan pesan yang merupakan sebuah gagasan untuk memperoleh *feedback* “*commones*” dengan lawan komunikasinya (komunikan) mengenai topik tertentu dimana seorang (komunikan) merespon dengan sebuah tindakan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh (komunikator).

Dengan begitu sebuah komunikasi dapat menjadi perantara untuk mengungkapkan ide-ide atau sebuah gagasan, perasaan dan perubahan sikap. Selain itu juga manusia bisa mengetahui ide-ide, perasaan dan sikap individu lainnya yang akhirnya terdapat pengertian diantara individu-individu.

2.1.2.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Di dalam bukunya Dimensi-Dimensi Komunikasi, Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk, yaitu:

- a. Komunikasi antar pribadi (*Diadic Communication*) yaitu komunikasi antar dua orang dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi ini bisa berlangsung berhadapan muka (*face to face*), bisa juga melalui media seperti telfon. Ciri khas komunikasi antar pribadi ini sifatnya dua arah timbal balik (*two way communication*).
- b. Komunikasi kelompok (*grup communication*) adalah komunikasi antar seseorang (komunikator) dengan sejumlah orang (komunikan) yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok.

- c. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas seperti siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum.

(Effendy, 1986:48)

Ketiga macam komunikasi tersebut dapat digunakan dalam satu kegiatan komunikasi yang lebih dulu telah disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang akan dilakukan. Dalam hal ini menyangkut materi yang akan di sampaikan, media yang akan di gunakan dan kondisi khalayak yang dihadapi.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-rahuan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. (Effendy, 2007:11).

Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, menyebutkan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan

menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media perama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sesarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlah banyaknya. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2007:11, 16).

Dapat dijelaskan dari dua proses komunikasi diatas, bahwa proses komunikasi terjadi melalui dua proses. Sebuah proses komunikasi akan selalu terjadi didalam kehidupan manusia, karena melihat kebutuhan manusia akan pepsan yang dibutuhkan dan diterimanya.

2.1.2.4 Unsur-Unsur Dasar Komunikasi

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source*, *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses

komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

2. Pesan

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak – gerak, bahasa lisan, dan bahasa tulisan (Cangara, 2006:23).

3. Media

Di dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Pesan – pesan yang diterima selanjutnya oleh pancaindera, selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentikan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Sedangkan dalam Buku Pengantar Ilmu

Komunikasi, media bentuk jarak dari medium medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (Vardiansyah, 2004:24-26)

4. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5. Efek

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan kognitif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat

komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain:

a) Pembentukan konsep diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang – orang dekat kainnya dekat sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan *significan others*.

b) Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri.

c) Untuk keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan

Komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan –perasaan (emosi) kita.

3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (Mulyana, 2005:5-30) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.

2.1.2.6 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain

(komunikasikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain – lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu – raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Effendy, 2007:11).

Menurut Courtland L. Bovee dan John V. Thil dalam *Business Communication Today*, proses komunikasi (*communication process*) terdiri atas enam tahap, yaitu:

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide – ide yang ada dalam benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan.
2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna, proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah ke dalam bentuk pesan – pesan seperti dalam bentuk kata – kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar

ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.

3. Pengirim menyampaikan pesan setelah mengubah ide – ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan.
4. Penerima menerima pesan komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan menerima pesan tersebut. Pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja.
5. Penerima menafsirkan pesan setelah penerima menerima suatu pesan, tahap berikutnya ialah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dipahami dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik (*feedback*) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas

suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia memberi kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Di samping itu, adanya umpan balik dapat menunjukkan adanya faktor – faktor penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata – kata, dan perbedaan reaksi secara emosional. (Purwanto, 2003:11-14)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang dilakukan dalam kelompok sangatlah penting, karena komunikasi merupakan kunci utama dari tercapainya suatu tujuan tertentu. Tanpa adanya komunikasi yang baik, akan berdampak buruk terhadap keberlangsungan suatu program.

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984:9).

Menurut **Michael Burgoon** (dalam Wiryanto, 2005:46) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tahap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota –

anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota – anggota yang lain secara cepat.

Kedua definisi komunikasi kelompok diatas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. (Deddy Mulyana, 2005:89), dalam bukunya suatu pengantar ilmu komunikasi.

Bentuk kelompok yang dimaksud seperti keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, ataupun suatu komite yang sedang melakukan kegiatan rapat untuk pengambilan keputusan. Didalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antar pribadi. Maka dari itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

2.1.3.2 Klasifikasi Kelompok

Sebelumnya sudah terlahir beberapa klasifikasi kelompok oleh para ahli sosioogi. Dalam ilmu komunikasi berdasarkan buku Pengantar Ilmu Komunikasi (*welcome to the world of communication*), terdapat empat klasifikasi kelompok diantaranya:

- 1) Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder

Menurut **Charles Horton Cooley** pada tahun 1909 (dalam Jalaludin Rakhmat, 1994:88) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota – anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota – anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

- a. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat mendalam dan meluas, artinya menembus kepribadian anggota yang paling tersembunyi, menyiapkan unsur – unsur *backstage* (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana *privat* saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan kerentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
- b. Komunikasi pada kelompok primer bersifat *personal*, sedangkan kelompok sekunder *nonpersonal*.
- c. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.

2) *Ingroup* dan *Outgroup*

Ingroup adalah kelompok kita dan *outgroup* adalah kelompok mereka. *Ingroup* dapat berupa kelompok primer maupun sekunder. Untuk membedakan *ingroup* dan *outgroup*, kita membuat batas yang menentukan siapa masuk orang dalam, dan siapa orang luar.

3) Kelompok Keanggotaan dan Kelompok Rujukan

Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota – anggotanya secara administrative dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (*standard*) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

4) Kelompok Deskriptif dan Peskriptif

Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara ilmiah. Untuk kategori deskriptif kita dapat “mengelompokan” kelompok berdasarkan tujuannya. Beberapa model kelompok deskriptif yakni, kelompok tugas, kelompok pertemuan, dan kelompok penyandar.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Suatu instansi pendidikan atau pun sebuah perusahaan pasti melakukan proses komunikasi dengan berbagai pola. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi organisasi dilakukan tidak akan lepas dari struktur pimpinan organisasi tersebut. Berikut adalah pembahasan lebih lengkap mengenai komunikasi organisasi.

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia struktur ini didesain oleh manusia dan arena itu tidak sempurna. **De Vito** yang dikutip

oleh **Burhan Bungin** dalam bukunya *Sosiologi Komunikasi* menjelaskan bahwa:

“Organisasi sebagai sebuah kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Jumlah anggota organisasi bervariasi dari tiga atau empat sampai dengan ribuan anggota. Organisasi juga memiliki struktur formal maupun informal”. (De Vito dalam Bungin, 2008: 271)

Komunikasi organisasi mencakup komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi **Evert M. Rogers** dalam bukunya *Communication in Organization*, yang dikutip oleh **Khomsahrial Romli** dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* menyebutkan panduan suatu sistem. Secara lengkap organisasi di definisikan sebagai:

“A stable system of individuals who work together to achieve, through a hierarchy of rank and division of labour, common goals” (suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dari pembagian tugas)”. (Rogers dalam Romli, 2011: 1)

Sedangkan pengertian komunikasi organisasi menurut **R. Wayne Pace** dan **Don F. Faules** yang dialih bahasakan oleh **Mulyana** dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, mengemukakan bahwa:

“Definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.” (2001 : 31-32).

Organisasi mempunyai tujuan umum agar meningkatnya pendapatan, namun mempunyai juga tujuan – tujuan spesifik yang dimiliki oleh orang – orang dalam organisasi tersebut. Agar tercapainya suatu tujuan tersebut,

organisasi membuat norma aturan yang dipatuhi oleh semua anggota organisasinya. Dengan demikian, komunikasi organisasi menurut **Burhan Bungin** dalam bukunya Sosiologi Komunikasi adalah:

“Komunikasi antarmanusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi dimana terjadi jaringanjaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu sama lain”. (Bungin, 2008:274)

Komunikasi organisasi berjalan antara beberapa pihak di dalam organisasi tersebut. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi antar bagian di dalam organisasi ataupun informasi yang ingin disampaikan keluar organisasi melalui seseorang atau bidang yang mewakili organisasi itu sendiri.

2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi organisasi menurut **Sendjaja** (2002) yang dikutip oleh **Burhan Bungin** dalam buku Sosiologi Komunikasi (2008:247-248), fungsi komunikasi organisasi diantaranya:

1. Fungsi Informatif Organisasi dipandang sebagai suatu sistem proses informasi yang mana seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi lebih banyak, dan tepat waktu. Hal ini bertujuan agar anggota melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.
2. Fungsi Regulatif berkaitan dengan peraturan – peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Atasan atau orang yang berada di antara tataran manajemen memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.

3. Fungsi Persuasif dihadapkan pada kenyataan banyak pimpinan yang lebih memiliki mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah.
4. Fungsi Integratif setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik.

2.1.5 Tinjauan Tentang Efektivitas dalam Komunikasi

Suatu kegiatan berjalan dengan efektif, maka mempunyai komunikasi yang baik dan program yang jelas. Tinjauan mengenai efektivitas secara lebih lengkap sebagai berikut:

2.1.5.1 Definisi Efektivitas

Efektivitas merupakan kata sifat yang berasal dari kata dasar efektif, yang mempunyai arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Pengertian efektivitas secara umum menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Adapun definisi efektivitas menurut beberapa ahli sebagai berikut ini.

Menurut **Onong U. Effendy**, dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan bahwa “Efektif atau efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan”. (Effendy, 2013:14)

Sedangkan menurut **Hidayat** (1986:86) menyebutkan bahwa, “Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.”

Arthur G. Gedeian dkk dalam bukunya *Organization Theory and Design* yang mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“*That is, the greater the extent to which an organization's goals are met or surpassed, the greater its effectiveness*” (Semakin besar pencapaian tujuan-tujuan organisasi semakin besar pula efektivitas). (Gedeian dkk, 1991:61).

Selain itu, menurut **Ruslan** dalam bukunya *Manajemen public Relation dan Media Komunikasi*, efektif berarti berhasil untuk mencapai tujuan seraya untuk memuaskan pihak yang terkait. (Ruslan, 2005:39)

Komunikasi yang berjalan dengan efektif pun dipengaruhi adanya daya pesan atau tingkat kemampuan pesan agar mempengaruhi komunikan tergantung dengan penyampaian isi pesan secara tepat dan jelas.

Menurut **Wilbur Schramm** dalam **Effendy** menyatakan faktor komunikasi efektif adalah:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga menarik komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang – lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikan dan komunikator sehingga sama – sama mengerti.

3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. (Effendy, 2007:32).

Selain dari itu, intensitas komunikasi yaitu frekuensi dan durasi komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut.

Efektivitas dalam komunikasi menurut **Mc. Crosky Larson** dan **Knapp**, komunikasi yang efektif dapat ditinjau dari accuracy atau ketepatan antara komunikator dan komunikan. Komunikasi akan efektif jika:

1. Informasi atau isi pesan diterima dan dipahami sesuai dengan maksud komunikator.
2. Informasi pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat disetujui oleh komunikan.
3. Tidak terganggunya komunikasi oleh hambatan melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim.

2.1.6 Tinjauan Tentang Belajar Mengajar

Dilihat dari prosesnya kegiatan belajar salah satu yang menggunakan proses komunikasi. Tetapi komunikasi yang di gunakan disini dalam artian proses tersebut terdapat dua komponen yang terdiri dari manusia,yakni pengajar sebagai komunikator dan pelajar atau orang diajarkan sebagai komunikan.

Hal ini proses komunikasi yang terjalin antara para pengajar dengan pelajar itu hakikatnya adalah sama. Perbedaan antara keduanya adalah dapat dilihat dari kualitas pesan yang disampaikan kepada pengajar tersebut, yaitu bagaimana para

pengajar menyampaikan suatu materi atau pesan agar para pelajar dapat mengerti, dan bagaimana para pengajar dan pelajar berdiskusi mengenai materi yang sudah disampaikan. Di sini terlihat perbedaan kualitas tersebut.

Faktor komunikasi dalam proses belajar mengajar jika dilihat dari fungsinya yaitu untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi (Effendy, 2003:8).

Fungsi komunikasi dilakukan untuk mentransfer ilmu pengetahuan, agama, dan etika moral juga pengetahuan tentang komunikasi yang tepat pada anak didik dapat mempengaruhi perkembangan jiwa dan motivasi anak agar selalu berpikir positif dalam melakukan sesuatu hal.

Pentingnya komunikasi dalam bentuk diskusi pada kegiatan belajar mengajar disebabkan oleh dua hal:

- a. Materi yang didiskusikan meningkatkan intelektualitas.
- b. Komunikasi dalam diskusi bersifat *intracommunication* dengan orang lain.

Yang dimaksud dengan *intracommunication* adalah komunikasi yang terjadi pada diri seseorang. Secara teoritis, pada waktu belajar seorang pelajar melakukan *intracommunication* terjadilah proses yang terdiri dari 3 tahap:

1. Persepsi (*perception*).
2. Ideasi (*ideasi*).
3. Transmisi (*transmission*). (Effendy, 2003:102)

2.1.6.1 Definisi Belajar

Belajar menurut **Bruner** yang dikutip oleh **Pawit M.Yusuf** dalam buku *Komunikasi Instruksional Teori dan Praktik* adalah sebagai berikut:

“Belajar dikatakan sebagai suatu proses kognitif, yang secara serempak meliputi penghimpunan informasi baru, mentransformasikan pengetahuan tersebut, dan akhirnya mengecek ketepatan dan kecukupan pengetahuan tadi” (Yusuf, 2010:35)

Pengertian lain mengenai belajar dikemukakan **Muhibin Syah** (2011:68) yaitu:

“Belajar dapat dipahami sebagai tahapan perubahan seluruh tingkah laku individu yang relatif menetap sebagai hasil pengalaman dan interaksi dengan lingkungan yang melibatkan proses kognitif. Sehubungan dengan pengertian ini perlu diutarakan sekali lagi bahwa perubahan tingkah laku yang timbul akibat proses kematangan fisik, keadaan mabuk, lelah, dan jenuh tidak dapat dikatakan sebagai proses belajar.”

Dengan begitu, situasi belajar hanya bisa diadakan melalui cara pembentukan struktur – struktur kognitif seseorang oleh yang memprakarsai terjadinya situasi belajar tersebut. Dan yang bertindak memprakarsai terjadinya situasi belajar mengajar tadi adalah yang di dunia pendidikan diperani oleh guru, di lingkungan keluarga oleh orang tua, sedangkan dalam dunia komunikasi oleh komunikator, karena merekalah yang terutama lebih berperan dalam menentukan tujuannya untuk mengubah perilaku sasaran (komunikasi instruksional).

2.1.6.2 Definisi Mengajar

Mengajar artinya memindahkan sebagian pengetahuan guru (pengajar) kepada murid – muuridnya. Pada pengajaran yang dominan adalah pengajar. Guru atau pengajar, yang dominan adalah pengajar. Guru dan pengajar dianggap sebagai seorang yang serba bisa, serba mengetahui, dan bahkan ia dianggap sebagai satu – satunya sumber belajar, sedangkan yang lain dianggap kurang penting. Padahal, dalam konsep pendidikan modern, faktor pengajar hanyalah dianggap sebagai salah satu sumber belajar saja disamping sumber belajar yang lainnya seperti pesan, media, alat, teknik, dan latar. (Yusuf, 2010:59)

Sedangkan menurut **Sardiman A.M** di dalam bukunya *Interaksi dan Motivasi Belajar dan Mengajar* adalah:

“Mengajar adalah kegiatan penyediaan kondisi yang merangsang serta mengarahkan kegiatan belajar/subjek belajar untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai dan sikap yang dapat membawa perubahan tingkah laku maupun perubahan serta kesadaran diri sebagai pribadi”. (Sardiman, 2012:3)

2.1.6.3 Tujuan Belajar

Untuk mendapatkan tujuan belajar diciptakan adanya sistem lingkungan (kondisi) belajar yang lebih kondusif. Sistem lingkungan belajar ini sendiri terdiri atau dipengaruhi oleh berbagai komponen. Komponen – komponen sistem itu saling mempengaruhi satu sama lain sehingga saling mempengaruhi secara bervariasi sehingga setiap peristiwa memiliki tujuan

masing – masing. Adapun tujuan belajar dibagi menjadi tiga jenis, diantaranya adalah:

- a. Untuk mendapatkan pengetahuan
- b. Penanaman konsep keterampilan
- c. Pembentukan sikap

2.1.7 Tinjauan Tentang Kuliah Daring

Sistem pembelajaran modern yang menggunakan teknologi informasi mempunyai kualitas luasnya jangkauan yang tepat untuk kaum milineal. Sistem dapat diakses diberbagai tempat dan waktu. Hal ini juga dapat diakses dikalangan masyarakat dari berbagai level. Zaman Revolusi Industri 4.0 memudahkan orang untuk menggunakan serba *online*, seperti bertukar pesan, media sosial dan juga kita dapat mengapatkan informasi lebih mudah dan cepat.

Salah satunya pemanfaatan teknologi informasi bagi pengembangan pembelajaran di perguruan tinggi khususnya adalah kuliah daring (dalam jaringan internet) secara *online* yang digunakan antar perguruan tinggi. Dalam hal tersebut pemrakarsa dari sistem ini yaitu Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemendikbud) melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi membuat website pditt.belajar.kemendikbud.go.id diharapkan bisa menjadi faasilitas yang efektif untuk para pelajar dalam pembelajaran berbagai pengetahuan.

Proses pembelajaran dengan cara seperti ini memiliki nilai yang memudahkan, karena dapat digunakan secara gratis oleh masyarakat yang

jumlahnya tak terbatas. Jadi mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi yang berada didaerah terpencil dapat mengakses mata kuliah di perguruan tinggi yang jangkauannya jauh dari daerahnya ataupun perguruan tinggi yang dikenal favorit. Dalam proses pembelajaran seperti ini akan menarik mahasiswa, karena data penyampaian data yang telah dipersiapkan media tersebut menyenangkan, dan mudah untuk dicerna secara pengemasan materi yang diberikan tidak biasa seperti pembelajaran materi yang langsung disampaikan didalam kelas.

Konten pembelajaran yang diberikan lebih lengkap, jelas, menumbuhkan minat belajar, akan semakin digemari sampai tumbuhnya masyarakat yang cerdas, akan banyak pengetahuan, bahkan hingga kemampuan mengembangkan ilmu pengetahuannya melalui percobaan, penelitian, kajian yang akhirnya akan berdaya dengan pengembangan kompetensinya. Untuk menciptakan konten yang lebih variatif, Kemendikbud bekerjasama dengan perguruan tinggi terkemuka di Indonesia yang memiliki innovator, ilmuwan, peneliti, co-kreator dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi serta berpengetahuan dalam bidangnya.

Ditandai dengan sumber belajar ini mampu diakses oleh banyak masyarakat, mudah, murah dan dinamis, hal ini dapat diproduksi oleh dosen juga untuk bahan pembahasan dengan mahasiswanya di dalam kelas, untuk menumbuh kembangkan *tecnopreneurship* dan tidak menoton untuk kualitas materi yang diberikan dimasing – masing perguruan tinggi. Yang menjadi langkah konstruktif dari Kemendikbud tersebut diambil mengingat masih terdapat kesenjangan kualitas perguruan tinggi tersebut yaitu:

1. Masih terdapat perguruan tinggi yang kapasitasnya terbatas.
2. Sebaran perguruan tinggi yang rendah dikarenakan masih belum merata mengakibatkan peningkatan biaya kuliah dan akomodasinya
3. Rata – rata perguruan tinggi belum memiliki sumber daya pendidikan yang memadai dan berkualitas.
4. Perguruan tinggi yang mempunyai fasilitas yang memadai dan lengkap tersentral di pulau Jawa sehingga mahasiswa yang berada di luar pulau Jawa kurang memiliki akses pendidikan yang baik dan berkualitas.
5. Masih banyak perguruan tinggi di Indonesia yang masih dalam tahap pembimbingan /inkubasi oleh pemerintah dalam menyediakan layanan yang memuaskan dan sesuai standar Kemendikbud.
6. Perguruan tinggi masih rendah dalam menjamin pemenuhan lulusan yang bermutu (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2014:2)

Terdapat tujuan dari program Kuliah Daring Indonesia Terbuka Terpadu menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, (2014:xv) adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan ketersediaan layanan pendidikan.
2. Meningkatkan keterjangkauan layanan pendidikan.
3. Meningkatkan kualitas/mutu dan relevansi layanan pendidikan.
4. Meningkatkan kesamaan dalam mendapatkan mutu layanan pendidikan dan.
5. Meningkatkan kepastian/keterjaminan mendapatkan mutu layanan pendidikan yang baik.

2.1.8 Tinjauan Tentang Motivasi

2.1.8.1 Definisi Motivasi

Motivasi berasal dari kata *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi (*motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Perihal motivasi, membahas bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.

Motivasi salah satu hal penting karena motivasi adalah hal yang menyalurkan, menimbulkan dan mendukung perilaku manusia, agar ingin bekerja giat dan antusias untuk mencapai hasil yang optimal. Motivasi komponen yang semakin penting dalam suatu organisasi atau perusahaan karena pembagian pekerjaan pada anggota atau rekan kerja untuk dikerjakan dengan baik dan terintegrasi kepada tujuan yang diinginkan.

Di dalam organisasi atau perusahaan tidak hanya menggandalkan anggota yang cakap dan terampil saja, tetapi mempunyai usaha lebih dalam dirinya untuk bekerja lebih giat, kemauan ingin belajar yang besar dan keinginan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal.

Di bawah ini merupakan beberapa pengertian dari motivasi yaitu menurut (Dimiyati dan Mudjiono, 2009:80): “Motivasi adalah dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia, termasuk perilaku belajar.”

Pengertian lain diungkapkan oleh **Sardiman (2011:75)** bahwa:

“Motivasi dapat juga dikatakan serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi – kondisi tertentu, sehingga seseorang mau dan ingin melakukan sesuatu, dan bila ia tidak suka, maka akan berusaha untuk meniadakan atau mengelakkan perasaan tidak suka itu. Jadi motivasi itu dapat dirangsang oleh faktor dari luar tetapi motivasi itu adalah tumbuh di dalam diri seseorang.”

Selain itu **Ngalim Purwanto (2007:73)** menyatakan bahwa:

“Motivasi adalah “pendorongan”: suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.”

Kemudian, Mc. Donald dalam Sardiman (2011:73-74) menyebutkan bahwa motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya “*feeling*” dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian di atas mengandung 3 elemen penting yaitu:

- 1) Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia. Perkembangan motivasi akan membawa beberapa perubahan energi di dalam sistem “*neurophysiological*” yang ada organisme manusia. Karena menyangkut perubahan energi manusia (walaupun motivasi itu muncul dari dalam diri manusia), penampakkannya akan menyangkut kegiatan fisik manusia.
- 2) Motivasi ditandai dengan munculnya, rasa/”*feeling*”, afeksi seseorang. Dalam hal ini motivasi relevan dengan persoalan –

persoalan kejiwaan, afeksi dan emosi yang dapat menentukan tingkah laku manusia.

- 3) Motivasi akan dirangsang karena adanya tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respon dari suatu aksi, yakni tujuan. Motivasi memang muncul dari dalam diri manusia, tetapi kemunculannya karena terangsang/terdorong oleh adanya unsur lain, dalam hal ini adalah tujuan. Tujuan ini akan menyangkut soal kebutuhan.

Dari berbagai pendapat bisa disimpulkan bahwa definisi dari motivasi adalah suatu daya yang bisa menggerakkan seseorang dan memberikan kekuatan tekad untuk berusaha lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2.1.8.2 Motif Motivasi

Tujuan atau motif adalah samadengan wawasan, aspirasi, hasrat atau cita – cita. Jadi, wawasan, cita – cita, impian, keinginan, atau keperluan seseorang itulah bagi sebuah negara merupakan pendorong utama yang menggerakkan usaha bersungguh – sungguh untuk mencapai apa yang diinginkannya. (Nyanyu khodijah, 2006:6)

Menurut WoodWorth fns Marquis, 1957 (dalam DR.Nyanyu Khodijah, 2006), motif itu dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Motif yang berhubungan dengan kebutuhan Kejasmanian (*organic needs*), yaitu merupakan motif yang berhubungan

dengan kelangsungan hidup individu atau organisme, misalnya motif minum, makan, kebutuhan pernafasan, seks dan kebutuhan beristirahat.

2. Motif darurat (*emergency motives*), yaitu merupakan motif untuk tindakan – tindakan dengan segera karena sekitar menuntutnya, misalnya motif untuk melepaskan diri dari bahaya, motif melawan, motif untuk mengatasi rintangan – rintangan dan motif untuk bersaing.
3. Motif Obyektif (*obyective motives*), yaitu merupakan motif untuk mengadakan hubungan dengan keadaan sekitarnya, baik terhadap orang – orang atau benda – benda. Misalnya, motif eksplorasi, motif manipulasi, dna minat. Minat merupakan motif yang bertujuan kepada sesuatu yang khusus.

2.1.8.3 Macam – macam Motivasi

Motivasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis tergantung dari sudut pandang yang digunakan. Sardiman (2011:86-91) menyebutkan macam – macam motivasi dilihat dari berbagai sudut pandang antara lain:

- 1) Motivasi dilihat dari dasar pembentukannya
 - a) Motif – motif bawaan

Motif – motif bawaan yang dimaksud adalah motif yang dibawa sejak lahir tanpa dipelajari terlebih dahulu.

b) Motif – motif yang dipelajari

Motif – motif ini timbul karena dipelajari. Motif – motif ini sering dikenal dengan motif – motif yang disyaratkan secara sosial.

2) Motivasi jasmaniah dan rohaniah

Motivasi jasmaniah terkait dengan fisik seseorang sedangkan rohaniah merujuk pada kejiwaannya. Yang termasuk motivasi jasmaniah adalah refleks, insting otomatis, nafsu, sedangkan motivasi rohaniah adalah kemauan. Kemauan ini dapat terbentuk melalui empat momen yaitu:

- a) Momen timbulnya alasan
- b) Momen pilih
- c) Momen putusan
- d) Momen terbentuknya kemauan

3) Motivasi intrinsik dan ekstrinsik

a) Motivasi intrinsik

Yang dimaksud dengan motivasi intrinsik adalah motivasi yang akan aktif tanpa adanya rangsangan dari luar karena dalam diri setiap individu telah ada dorongan untuk melakukan sesuatu.

b) Motivasi ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik yaitu motivasi yang akan menjadi aktif karena adanya rangsangan dari luar.

Sejalan dengan uraian di atas dijelaskan Dimiyati dan Mudjiono (2009:91) menyebutkan bahwa “Motivasi dapat bersumber dari dalam diri sendiri, yang dikenal sebagai motivasi intenal, dan dari luar seseorang yang

dikenal sebagai motivasi eksternal”. Motivasi intrinsik adalah dorongan yang timbul atau berfungsi dengan tanpa adanya rangsangan dari luar individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Sebaliknya, motivasi ekstrinsik merupakan dorongan yang timbul akibat adanya rangsangan dari luar yang direspon oleh individu.

2.1.8.4 Teori – Teori Motivasi

Beberapa teori motivasi yang dikemukakan oleh para ahli yang bisa menjadi sumber untuk sebuah organisasi atau perusahaan dalam memotivasi dan meningkatkan kinerja anggotanya adalah: (T.Hani Handoko, 1986:256-267)

1) Teori Abraham H.Maslow (Hirarki Kebutuhan)

Menurut Maslow, manusia akan didorong untuk memenuhi kebutuhan yang paling kuat sesuai waktu, keadaan dan pengalaman yang bersangkutan mengikuti suatu hirarki. Dalam tingkatan ini, kebutuhan pertama yang harus dipenuhi terlebih dahulu adalah kebutuhan fisiologis, seperti balas jasa, dsb. Setelah kebutuhan pertama dipuaskan kebutuhan yang lebih tinggi berikutnya akan menjadi kebutuhan utama.

Kebutuhan ketiga akan muncul setelah kebutuhan kedua terpenuhi. Proses ini berjalan terus sampai terpenuhinya kebutuhan aktualisasi diri, dimana manajemen dapat memberikan insentif untuk memotivasi kebutuhan kerjasama,

kewibawaan pribadi serta rasa tanggung jawab untuk mencapai hasil prestasi yang tinggi dari karyawan.

2) Teori *McClelland* (Teori Kebutuhan Berprestasi)

Menurut *McClelland* bahwa kebutuhan prestasi tersebut dapat dikembangkan oleh orang dewasa. Orang – orang yang berorientasi prestasi mempunyai karakteristik – karakteristik tertentu yang dapat dikembangkan yaitu:

- a) Mempunyai pengambilan resiko yang layak atau moderat sebagai fungsi keterampilan, bukan kesempatan, menyukai suatu tantangan dan menginginkan tanggung jawab pribadi bagi hasil – hasil yang dicapai.
- b) Mempunyai kecenderungan untuk menetapkan tujuan – tujuan prestasi yang layak dan menghadapi resiko yang sudah diperhitungkan.
- c) Mempunyai kebutuhan yang kuat akan umpan balik tentang apa yang telah dikerjakannya.
- d) Mempunyai keterampilan dalam perencanaan dalam jangka panjang dan memiliki kemampuan – kemampuan organisasional.

3) Teori Victor H. Vroom (Teori Harapan)

Menurut Victor H. Vroom menyatakan bahwa perilaku kerja karyawan dapat dijelaskan dengan kenyataan: para

karyawan menentukan terlebih dahulu apa perilaku mereka yang dapat dijalankan dan nilai yang diperkirakan hasil – hasil alternative dari perilakunya.

4) Teori Herzberg (Teori Dua Faktor)

Menurut Herzberg menyatakan bahwa para karyawan baru cenderung memusatkan perhatiannya pada pemuasan tingkat kebutuhan lebih rendah dalam pekerjaan pertama mereka, terutama keamanan. Tetapi setelah itu terpuaskan, mereka akan berusaha untuk memenuhi tingkatan – tingkatan kebutuhan yang lebih tinggi. Percobaan penelitian motivasi telah dilakukan yang memperagakan pentingnya tingkat kebutuhan yang lebih tinggi tersebut sebagai motivasi.

5) Teori Keadilan

Teori ini mengemukakan bahwa orang akan selalu cenderung membandingkan antara:

- a) Masukan – masukan yang mereka berikan pada pekerjaannya dalam bentuk pendidikan, pengalaman, latihan dan usaha.
- b) Hasil – hasil yang mereka terima, seperti juga mereka membandingkan balas jasa yang diterima karyawan lain dengan yang diterima dirinya untuk pekerjaan yang sama.

Teori keadilan memberikan implikasi bahwa penghargaan sebagai motivasi kerja harus diberikan sesuai yang dirasa adil oleh individu – individu yang bersangkutan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memiliki fungsi yaitu memberikan alur pikir peneliti supaya lebih terarah untuk melatarbelakangi penelitian ini. Peneliti mencoba menjelaskan perihal pokok permasalahan dari penelitian yang dimaksud untuk menegaskan, meyakinkan dan menggabungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini memiliki dua variabel yang akan digunakan peneliti yaitu Efektivitas dan Motivasi. Dasar dari pemikiran untuk variabel X, (*independent* / bebas) peneliti mendeskripsikan mengenai defnisi atau faktor – faktor yang berkaitan dengan Efektivitas.

Sama dengan pernyataan yang terdapat di dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menjelaskan bahwa efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna, berasal dari kata efektif yang merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. (Effendy, 2013:15)

Secara jelas **Hidayat** (1986:86) menyebutkan bahwa, “Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas,

kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.”

Berdasarkan konsep tersebut peneliti memilih suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya untuk dijadikan sebagai indikator dari definisi Efektivitas yang peneliti pilih.

Kegiatan belajar mengajar salah satu hal dasar dari komunikasi internal. Pada umumnya kegiatan belajar mengajar adalah aktivitas bersifat komunikatif yang dilakukan untuk menambah tingkat pengetahuan, sikap dan tingkah laku mahasiswanya dan berusaha agar suasana yang baik diantara mahasiswa dengan dosen. Di ciptakannya suasana belajar yang nyaman dan penerangan yang jelas walaupun pembelajaran dilakukan secara jarak jauh.

Kemudian peneliti meninjau mengenai variabel Y (*dependent*) dengan model pembentukan Motivasi dengan teori yang sesuai permasalahan dipaparkan oleh **McClelland** mengenai teori kebutuhan berprestasi. Kebutuhan prestasi tersebut dapat dikembangkan oleh orang dewasa. Orang – orang yang berorientasi prestasi mempunyai karakteristik – karakteristik tertentu yang dapat dikembangkan yaitu:

- a) Mempunyai pengambilan resiko yang layak atau moderat sebagai fungsi keterampilan, bukan kesempatan, menyukai suatu tantangan dan

menginginkan tanggung jawab pribadi bagi hasil – hasil yang dicapai.

- b) Mempunyai kecenderungan untuk menetapkan tujuan – tujuan prestasi yang layak dan menghadapi resiko yang sudah diperhitungkan.
- c) Mempunyai kebutuhan yang kuat akan umpan balik tentang apa yang telah dikerjakannya.
- d) Mempunyai keterampilan dalam perencanaan dalam jangka panjang dan memiliki kemampuan – kemampuan organisasional.

Berkaitan dengan permasalahan peneliti teori **McClelland** mempunyai komponen – komponen yang sesuai dengan kegiatan belajar mengajar dilakukan secara daring dan berpengaruh kepada motivasi mahasiswa. Cara dosen dalam melakukan kegiatan itu dilakukan secara jarak jauh, resiko yang didapat selama kuliah daring, menetapkan tujuan prestasi dari setiap mahasiswa, kebutuhan mahasiswa di dapat sesuai atau tdaik dari masing – masing dosen, dan keterampilan yang di miliki dosen dalam kehiatan belajar mengajar secara daring ini selama pandemi ini.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini, penelitian ingin melihat Sejauhmana Efektivitas Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa UNIKOM Bandung.

Untuk variabel pertama (X) yaitu efektivitas, mengacu pada sumber yang diperoleh dari konsep **Hidayat** yang mendefinisikan efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya. (Hidayat, 1986:86)

Menurut pengertian diatas ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam mencapai efektivitas, yaitu:

1. **Kuantitas**, sesuatu yang berkaitan dengan jumlah. Jumlah yang dimaksud pengajar yang disediakan pihak kampus untuk kegiatan belajar mengajar berlangsung untuk setiap mata perkuliahan.
2. **Kualitas**, adalah hal yang menyangkut dengan kompetensi atau kemampuan untuk melaksanakan program yang sudah ditentukan oleh suatu pihak instansi, perusahaan, atau organisasi itu sendiri. Salah satu komponen yang penting, karena hasilnya adalah menyangkut kepuasan seseorang dengan kualitas atau kemampuan yang diberikan seseorang.
3. **Waktu**, adalah dimana seluruh rangkaian saat ketika proses perbuatan, atau suatu keadaan berada atau berlangsung. Namun waktu juga ditentukan berdasarkan perasaan dan kondisi psikologi seseorang. Karena fokus setiap orang pada satu hal dapat membuat interval waktu terasa lebih lama dari waktu yang sebenarnya, hal ini dipengaruhi oleh kualitas emosional seseorang.

Berikutnya peneliti mengaplikasikan Variabel Y mengenai Teori Motivasi salah satu kebutuhan untuk berprestasi menurut **McClelland** antara lain:

1. **Pengambilan Resiko**, merupakan prospek suatu hasil yang tidak disukai (operasional sebagai deviasi standar). Suatu proses yang secara sistematis dan terus menerus dilakukan untuk mengidentifikasi kemungkinan timbulnya resiko atau kerugian terhadap kegiatan pembelajaran yang dijalani saat ini yaitu kuliah daring. Proses identifikasi resiko ini mungkin adalah proses yang terpenting, karena dari proses inilah, semua resiko yang ada atau yang mungkin terjadi pada suatu kegiatan, harus diidentifikasi.
2. **Menetapkan Tujuan Prestasi**, suatu hal penting yang harus ditentukan terlebih dahulu sebelum diperoleh selama mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan pendidikan atau berhubungan dengan penghargaan setelah melakukan kegiatan. Motivasi adalah pemicu dari tujuan prestasi tersebut.
3. **Kebutuhan**, adalah hal yang dibutuhkan untuk mempertahankan sesuatu hal agar mendapatkan kesejahteraan dan kenyamanan secara emosional. Dan mempunyai kebutuhan yang kuat akan umpan balik tentang apa yang telah dikerjakan.
4. **Keterampilan**, yaitu kemampuan yang dimiliki seseorang dalam hal apapun. Bentuk dari keterampilan itu berbagai macam. Seseorang pasti memiliki beberapa keterampilan yang dimilikinya untuk menganalisis, menafsirkan dan mengevaluasi terkait permasalahan yang dihadapinya.

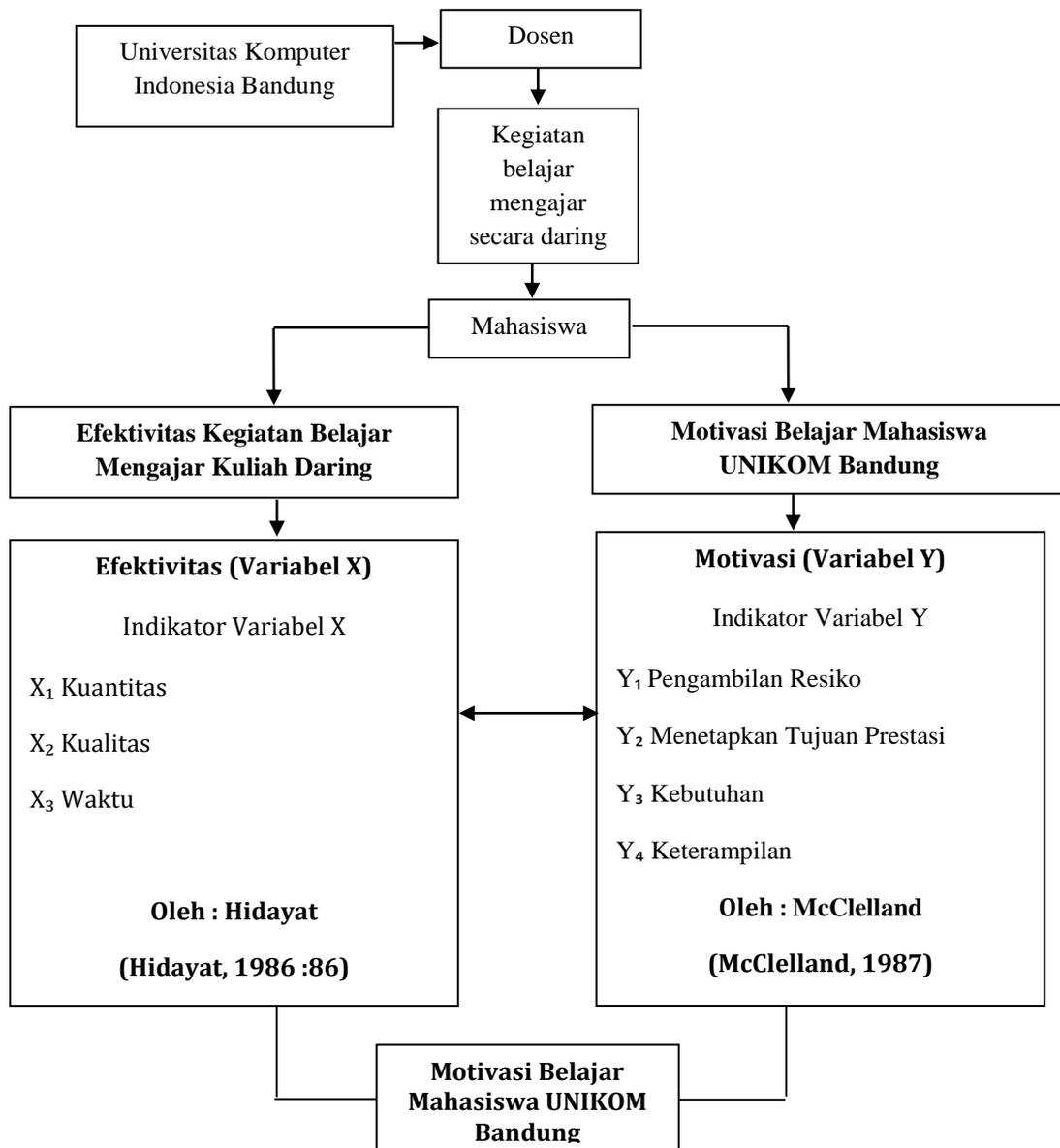
2.2.3 Alur Kerangka Pemikiran

Alur kerangka pemikiran merupakan alur pemikiran dalam bentuk gambar atau arahan dari peneliti yang dikaitkan dengan teori yang menurut peneliti berkaitan terhadap permasalahan penelitian. Untuk memberikan kemudahan pembaca agar mengerti dengan isi penelitian. Dalam alur kerangka pemikiran juga diharapkan dapat menjadi sebuah acuan pelaksanaan penelitian yang nantinya bisa digunakan peneliti selanjutnya untuk membantu proses penelitian.

Dari uraian diatas mengenai kerangka pemikiran penelitian, dengan itu peneliti dapat menggambarkan dari konsep efektivitas sebagai variabel independen, dan teori motivasi kebutuhan dalam berprestasi sebagai berprestasi variabel dependen yang masuk kedalam kajian penelitian dengan studi korelasi mengenai efektivitas kegiatan belajar mengajar kuliah daring terhadap motivasi belajar mahasiswa UNIKOM Bandung maka peneliti telah membuat Alur Pikir Penelitian seperti gambar dibawah ini:

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Alur Pikiran Peneliti, 2020

2.3 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini bisa dikatakan sebagai dugaan sementara mengenai permasalahan penelitian melalui efektivitas kegiatan belajar mengajar.

Menurut **Husein Umar** dalam bukunya Metode Riset Bisnis (2002:67) bahwa “Hipotesis adalah pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak”.

Adapun Hipotesis kerja (H_a) menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Variabel Y, sedangkan Hipotesis Nol (H_0) menyatakan tidak ada hubungan antara Variabel X dan Variabel Y.

2.3.1 Hipotesis Induk

Hipotesis induk dalam penelitian yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. H_a (Das Sein)

Ada hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

2. H_0 (Das Sollen)

Tidak ada hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

2.3.2 Sub Hipotesis

Sub hipotesis dilihat dari hipotesis induk yang dibuat oleh peneliti. Berikut sub hipotesis dalam penelitian ini:

1. Kuantitas – Motivasi Belajar

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Kuantitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Kuantitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

2. Kualitas – Motivasi Belajar

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Kualitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Kualitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

3. Waktu – Motivasi Belajar

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Waktu** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Waktu** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Motivasi Belajar** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

4. Efektivitas – Pengambilan Resiko

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Pengambilan Resiko** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Pengambilan Resiko** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

5. Efektivitas – Menetapkan Tujuan Prestasi

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Menetapkan Tujuan Prestasi** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Menetapkan Tujuan Prestasi** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

6. Efektivitas – Kebutuhan

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Kebutuhan** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Kebutuhan** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

7. Efektivitas – Keterampilan

H_a (Das Sein) : Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Keterampilan** Mahasiswa UNIKOM Bandung.

H_0 (Das Sollen) : Tidak Ada Hubungan **Efektivitas** Kegiatan Belajar Mengajar Kuliah Daring Terhadap **Keterampilan** Mahasiswa UNIKOM Bandung.