

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan. Berdasarkan literatur, peneliti mengangkat tiga penelitian terdahulu sebagai referensi dalam penelitian ini. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai literatur peneliti. Berikut peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang Efektivitas terhadap Sikap, yang disusun oleh :

1. Penelitian ini disusun oleh Juan Parlindungan Sinaga dengan judul Efektivitas Komunikasi Pembicaraan Melalui Kegiatan Chapel Rabu Di Smp Advent II Bandung Terhadap Perubahan Sikap Siswa Smp Advent II Bandung. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana efektivitas komunikasi pembicara melalui Kegiatan Chapel Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap perubahan sikap siswa siswi SMP Advent II Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukan, hubungan antara efektivitas komunikasi pembicara melalui Kegiatan Chapel Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap perubahan sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung, mempunyai pengaruh yang kuat, searah dan signifikan. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan

dilakukan adalah bagaimana perbedaan objek serta subjek. Serta variabel dan teori yang digunakan. Teknik analisis pun berbeda, dimana penelitian terdahulu korelasi sedangkan yang akan dilakukan menggunakan regresi.

2. Penelitian ini disusun oleh Eda Ginanjar dengan judul Efektivitas Kegiatan Parlemen Remaja Terhadap Perubahan Sikap Politik Pesertanya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey dan teknik analisis regresi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh efektivitas kegiatan parlemen remaja terhadap perubahan sikap pesertanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas kegiatan Parlemen Remaja memiliki pengaruh yang kuat, searah, dan signifikan terhadap Perubahan Sikap. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ialah dari teori yang digunakan. Lalu dari perbedaan objek serta subjek yang dipilih.
3. Penelitian ini disusun oleh Dian Anggraeni dengan judul Efektivitas Komunikasi Kegiatan Roadshow Bank Indonesia Melalui Program Cikur (Ciri Keaslian Uang Rupiah) Terhadap Sikap Peserta Roadshow. Penelitian ini dilakukan menggunakann pendekatan kuantitatif dan penelitian dengan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik analisis korelasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Komunikasi Kegiatan Roadshow Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Sikap Peserta Roadshow. Hasil dari

penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan Efektivitas Komunikasi terhadap Sikap Peserta dengan memiliki korelasi yang cukup kuat dan signifikan. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ialah objek serta subjek. Lalu teori serta variabel yang digunakan. Fokus penelitian pun berbeda dimana penelitian terdahulu untuk mencari hubungan sementara yang akan dilakukan mencari pengaruh.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama Tahun	Juan Parlindungan Sinaga	Eda Ginanjar	Dian Anggraeni
	2016	2017	2019
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
Judul Penelitian	Efektivitas Komunikasi Pembicaraan Melalui Kegiatan Chapel Rabu Di Smp Advent II Bandung Terhadap Perubahan Sikap Siswa Smp Advent II Bandung	Efektivitas Kegiatan Parlemen Remaja Terhadap Perubahan Sikap Politik Pesertanya	Efektivitas Komunikasi Kegiatan Roadshow Bank Indonesia Melalui Program Cikur (Ciri Keaslian Uang Rupiah) Terhadap Sikap Peserta Roadshow
Metode Penelitian	Pendekatan penelitian adalah kuantitatif, metode survei dengan teknik analisis	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah	Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan

	deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan angket, wawancara, studi kepustakaan, dan internet searching	kuantitatif dengan metode survey dan teknik analisis regresi	kuantitatif dan penelitian dengan metode yang digunakan adalah survei
Tujuan Penelitian	untuk mengetahui sejauhmana efektivitas komunikasi pembicara melalui Kegiatan Chapel Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap perubahan sikap siswa siswi SMP Advent II Bandung.	untuk mengetahui sejauhmana pengaruh efektivitas kegiatan parlemen remaja terhadap perubahan sikap pesertanya	untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Komunikasi Kegiatan Roadshow Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Sikap Peserta Roadshow.
Hasil Penelitian	menunjukkan, hubungan antara efektivitas komunikasi pembicara melalui Kegiatan Chapel Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap perubahan sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung, mempunyai pengaruh yang kuat, searah dan signifikan.	penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas kegiatan Parlemen Remaja memiliki pengaruh yang kuat, searah, dan signifikan terhadap Perubahan Sikap.	menunjukkan bahwa adanya hubungan Efektivitas Komunikasi terhadap Sikap Peserta dengan memiliki korelasi yang cukup kuat dan signifikan.
Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	Perbedaan penelitian ini adalah bagaimana perbedaan objek serta subjek. Serta variabel X yang digunakan. Teknik analisis pun berbeda, dimana penelitian terdahulu	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ialah dari teori yang digunakan.	Perbedaan penelitian ini adalah bagaimana perbedaan objek serta subjek. Serta variabel X yang digunakan.

	korelasi sedangkan yang akan dilakukan menggunakan regresi.	Lalu dari perbedaan objek serta subjek yang dipilih.	Selain itu fokus penelitian juga berbeda, dimana penelitian terdahulu berfokus pada hubungan sedangkan penelitian yang akan dilakukan mencari pengaruh.
--	---	--	---

Sumber : Peneliti, 2020

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. (Effendy, 2013: 9).

Sedangkan Carl I. Hovland, Janis, an Kelley mengatakan definisi dari komunikasi bahwa *communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals.*

Dengan kata lain, komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus, yang berbentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka beranggapan bahwa komunikasi itu sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal”. (Muhammad, 2009 : 2)

Menurut David K Berlo dalam buku yang ditulis oleh Hafied Cangara, menyebut secara ringkas bahwasannya komunikasi digunakan sebagai instrumen dari interaksi sosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (Cangara, 2018:3)

Menurut Everett M. Rogers mengatakan dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa;

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (Cangara, 2018:26)

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya akan terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya terjadi kalau di dukung oleh adanya sumber pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell dalam bukunya Effendy bahwa komunikasi meliputi 5 unsur, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Maka dari 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. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

2. Pesan (*Message*)

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesannya dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. (Cangara, 2018:32)

3. Media (*channel, media*)

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima atau komunikan kepada komunikator.

4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)

Komunikan dapat dikatakan sebagai pihak yang menjadi sasaran dikirmnya pesan oleh sumber atau komunikator.

5. Efek (*effect, impact, influence*)

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara, 2018:34)

Unsur diatas bersumber pada pernyataan Lasswell yaitu “cara yang baik untuk mendeskripsikan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Dalam bukunya Onong Uchjana Effendy “Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek” menyebutkan bahwa, ada empat fungsi utama dari sebuah kegiatan komunikasi, yaitu :

1. Menyampaikan Informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to eddicate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to nfluence*) (Effendy, 2013:8)

Sedangkan, menurut William I Gordon yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar menyatakan 4 fungsi komunikasi, yaitu:

1. Fungsi 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, melalui 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 lainnya dekat sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan significant others.

b) Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan eksistensi dirinya. 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 dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa suatu komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

Serupa dengan apa yang dikatakan Rismawaty, Surya, Prakasa dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi” yang mengutip Pernyataan Riswandi, bahwa fungsi komunikasi sosial menunjukkan komunikasi itu penting untuk : membangun konsep diri, eksistensi dan

aktualisasi diri, dan kelangsungan hidup, memupuk hubungan, juga mencapai kebahagiaan. (Rismawaty, 2014: 73)

2. Fungsi 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. Fungsi Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, biasanya dilakukan secara kolektif. Komunikasi ritual juga seringkali bersifat ekspresif, artinya dapat menyatakan perasaan terdalam pada diri seseorang dan memungkinkan untuk berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi keterpaduan mereka.

4. Fungsi 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)

2.1.2.4 Proses Komunikasi

Suatu komunikasi tidak pernah lepas dari terjadinya sebuah proses, oleh karena itu tersampainya atau tidaknya sebuah pesan bergantung pada proses komunikasi yang terjadi. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. Proses Komunikasi secara primer

Proses Komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung karena dapat menterjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Baik itu berbentuk ide; informasi atau opini; juga mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak; dan bukan hanya tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan pada waktu yang lalu dan yang akan datang.

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 pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh dan komunikan yang banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2013:11-16)

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi menyebutkan bahwa tujuan dari komunikasi adalah :

1. Mengubah Sikap (*to change the attitude*)
 2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
 3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
 4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)
- (Effendy, 2003:55)

2.1.3 Tinjauan Konteks Komunikasi

Berdasarkan konteks komunikasinya penelitian ini tergolong pada konteks Komunikasi Organisasi. Program *Sharing Night* yang dibuat oleh Shift Pemuda Hijrah antara Yayasan tersebut dengan sasaran komunikasi yaitu Jamaahnya atau Peserta Kajiannya, dari segi komunikasi tentu program ini memiliki maksud dan tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi seperti pembentukan Citra dengan berbagai pihak, sehingga penelitian ini termasuk kedalam Konteks Komunikasi Organisasi.

2.1.3.1 Pengertian Organisasi

Menurut Muhammad Arni dalam bukunya Komunikasi Organisasi, Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia maka dari itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui skema yang didesain dan sebagian lagi melalui suatu keadaan yang tidak diatur. Selanjutnya (Kochler 1976) mengatakan bahwa organisasi adalah *system* hubungan yang terstruktur

yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu (Muhammad, 2009: 23-24)

2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai pesan diantara unit-unit komunikasi organisasi. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dari organisasi antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan organisasi.

Dalam bukunya R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang berjudul *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai:

“Pertunjukkan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.” (Pace dan Faules, 2005:31).

Menurut Goldhaber dalam bukunya Muhammad yang berjudul *Komunikasi Organisasi* memberikan definisi komunikasi sebagai berikut :

“Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within anetwork of interdependent relationship to cope environmental uncertainly”. Dengan kata lain, komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah – ubah (Muhammad, 2009 : 67)

Mengenai organisasi dengan komunikasi tentu keduanya memiliki hubungan yang erat. Seperti pernyataan William V. Hanney dalam bukunya

Communication and Organizational Behavior, yang dikutip oleh Effendy pada bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, bahwa:

“Organization consists of a number of people; it involves interdependence; interdependence alls for coordination; and coordination requires communication.” Organisasi terdiri atas sejumlah orang; ia melibatkan keadaan saling bergantung; kebergantungan memerlukan koordinasi; koordinasi mensyaratkan komunikasi. Oleh karena itu, kata William V. Hanney, Komunikasi adalah suatu sine qua non bagi organisasi.” (Hanney dalam Effendy, 2013: 116).

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi

Ada tiga fungsi utama komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Charles Conrad dalam bukunya *Strategic Organizational Communication*, yaitu :

1. Fungsi perintah

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasinya membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah. Dua jenis komunikasi yang mendukung pelaksanaan fungsi ini adalah pengarahan dan umpan balik, tujuannya untuk persuasif dan mempengaruhi anggota organisasi melalui strategi komunikasi, sehingga para anggota dapat pula mempersuasif anggota lainnya yang saling bergantung dalam organisasi.

2. Fungsi relasional

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan hubungan personal dengan sesama anggota dalam organisasi. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan

dalam berbagai cara, misalnya kepuasan kerja, tingkat pelaksanaan perintah, artinya setiap anggota organisasi harus taat dengan siapa ia membina hubungan untuk kelancaran tugas.

3. Fungsi manajemen ambigu

Setiap hari bahkan setiap saat manusia dihadapkan pada pilihan untuk mampu mengambil keputusan, dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu/ pada kondisi yang tidak pasti. Anggota diharapkan mampu mengelola situasi tersebut dengan memanfaatkan komunikasi, Komunikasi adalah alat untuk mengatasi ketidak jelasan yang ada dalam organisasi.

2.1.3.4 Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

Dalam bukunya Rismawaty, Surya, prakasa (2014:158) yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi menyebutkan mengenai hambatan komunikasi organisasi, dimana komunikasi dalam organisasi sering terganggu karena materinya lebih rumit, jumlahnya banyak, dan kontroversial. Hambatannya meliputi :

1. Kelebihan beban informasi dan pesan yang bersaing

Perkembangan teknologi telah menyebabkan jumlah pesan dalam suatu organisasi meningkat tajam hingga kecepatan yang semakin tinggi. Pesan melalui surat, email, dan telepon masuk ke

organisasi bersaing untuk diperhatikan lebih awal. Hal itu bisa berakibat pada adanya pesan yang tidak ditanggapi, pesan yang tidak dianggap penting, atau pemberian respons yang tidak akurat

2. Penyaringan yang tidak tepat

Ketika meneruskan sebuah pesan kepada orang lain dalam organisasi, biasanya terjadi penyaringan dengan memotong atau menyingkat pesan. Bisa jadi suatu pesan penting tidak sampai sebagian atau bahkan seluruhnya karena telah dipotong atau dibuang.

3. Iklan komunikasi tertutup dan tidak memadai

Pertukaran informasi yang bebas dan terbuka merupakan salah satu ciri komunikasi yang efektif. iklim komunikasi sangat terkait dengan gaya kepemimpinan. Saluran yang terlalu banyak pula bisa mengubah pesan ketika bergerak vertikal atau horisontal dalam sebuah organisasi. Hambatan komunikasi ada yang berasal dari pengirim (komunikator), transmisi, maupun penerima (komunikan).

2.1.4 Tinjauan Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Tinjauan Komunikasi Antarpribadi yang dikutip pada penelitian ini karena dalam proses penyampaian pesan program *Sharing Night* tidak terlepas

dari keterlibatan komponen dan peristiwa komunikasi Antarpribadi dalam proses perubahan sikap peserta yang ingin dicapai.

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi

Definisi Komunikasi Antarpribadi menurut R. Wayne Pace yang dikutip oleh Hafied Cangara, dalam bukunya Pengantar ilmu Komunikasi, bahwa :

“Interpersonal Communication is communication involving two or more people in a face to face setting.
komunikasi Antarpribadi ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.”
(Cangara, 2018:66)

Menurut sifatnya Komunikasi Antarpribadi dapat dibedakan menjadi 2 macam :

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi diadik ialah komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara

2. Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*)

Komunikasi kelompok kecil ialah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, di mana anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.
(Cangara, 2018: 66-67)

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Antarpribadi

Terdapat 2 fungsi komunikasi antarpribadi :

1. Fungsi Sosial

- Untuk kebutuhan biologis dan psikologis
- Mengembangkan hubungan timbal balik
- Untuk meningkatkan dan mempertahankan mutu diri sendiri
- Menangani konflik

2. Fungsi Pengambil Keputusan

- manusia berkomunikasi untuk membagi informasi
 - manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain
- (Rismawaty, Surya, Prakasa 2014: 174-175)

2.1.5 Tinjauan Tentang Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari Bahasa arab, yaitu da'ayad'u-da'watan, artinya mengajak, menyeru, memanggil (Amin, 2008: 3). Sedangkan secara terminologi dakwah merupakan suatu kegiatan yang mengajak kepada kebaikan berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok agar muncul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan

serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan (Arifin, 2000: 3).

Menurut Wahyu ilaihi dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Dakwah” menyebutkan bahwa dakwah ialah ajakan ke jalan Allah SWT yang dilaksanakan secara berorganisasi serta kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah SWT. Dengan cara jama’ah atau bisa disebut fardiyah (Wahyu Ilaihi, 2010: 15).

2.1.6 Tinjauan Tentang Efektivitas

Efektif mempunyai arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat adalah efektivitas, menurut Onong Uchjana Effendy, efektivitas adalah : “Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuannya direncanakan, sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan”. (Effendy, 2007: 15).

Maka dari itu efektivitas merupakan suatu tindakan yang mengandung pengertian mengenai terjadinya suatu efek atau akibat dikehendaki dan menekankan pada hasil atau efeknya dalam pencapaian tujuan.

Efektivitas merupakan sesuatu yang tercapai, sesuai dengan apa yang telah direncanakan, Efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kualitas, kuantitas, waktu) telah tercapai. Efektivitas adalah kemampuan untuk menentukan tujuan yang tepat (melakukan sesuatu yang tepat). Pengertian umum efektivitas menurut Andre Hardjana dalam bukunya yang berjudul Audit Komunikasi adalah:

- “a. Mengerjakan hal-hal yang benar
- b. Mencapai tingkat diatas pesaing
- c. Membawa hasil
- d. Menangani tantangan masa depan
- e. Meningkatkan laba keuntungan
- f. Mengoptimalkan penggunaan sumber daya.”

(Hardjana, 2000:78).

2.1.7 Tinjauan Tentang Sikap

Pengertian secara umum, sikap ialah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang mengarahkan kepada tingkah laku individu. Jalaludin Rakhmat dalam bukunya “Psikologi Komunikasi” menyatakan bahwa : “Sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa, dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai”. (Rakhmat, 2000 : 39)

Sikap merupakan konstelasi komponen – komponen kognitif, afektif, dan konatif yang saling berinteraksi satu sama lain dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek. Ada tiga komponen dalam pembentukan sikap :

1. Komponen kognitif,

Merupakan komponen kepercayaan yang didasari oleh pengolahan, persepsi, dan pengalaman seseorang, mengenai suatu objek. komponen kognisi berhubungan dengan kepercayaan, ide dan konsep.

2. Komponen afektif (perasaan),

Merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Aspek emosi yang menjadi akar dari komponen sikap merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang akan merubah sikap seseorang. komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai yang dianggap benar dan berlaku bagi objek tersebut.

3. Komponen konatif (kecenderungan bertindak),

Komponen konatif menunjukkan bagaimana kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. (Azwar, 2016)

2.1.7.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap

Menurut Bimo Walgito (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2003), bahwa perubahan sikap itu ditentukan oleh dua faktor, yaitu :

- Faktor internal (individu itu sendiri) yaitu cara individu dalam menanggapi dunia luar dengan selektif sehingga tidak semua yang datang akan diterima atau ditolak.
- Faktor eksternal yaitu keadaan-keadaan yang ada di luar individu yang merupakan stimulus untuk membentuk atau mengubah sikap.

Sementara itu Mednick, Higgins dan Kirschenbaum (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2003) menyebutkan bahwa Pembentukan dan perubahan sikap dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu :

- a. Pengaruh sosial, seperti norma dan kebudayaan.
- b. Karakter kepribadian individu
- c. Informasi yang selama ini diterima individu

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa proses pembentukan dan perubahan sikap dipengaruhi oleh faktor ekstrinsik dan instrinsik dari individu itu sendiri.

2.1.7.2 Cara Mengukur Sikap

Salah satu aspek yang sangat penting guna mempelajari Sikap dan perilaku manusia adalah masalah pengungkapan (*assessment*) atau pengukuran (*measurement*) Sikap. Berbagai teknik dan metode telah dikembangkan oleh para ahli guna mengungkap sikap manusia dan memberikan interpretasi yang *valid*.

Menurut Saifuddin Azwar dalam buku Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya terdapat beberapa metode pengungkapan (mengukur) Sikap, diantaranya:

1. Observasi perilaku

Untuk mengetahui sikap seseorang terhadap sesuatu dapat diperhatikan melalui perilakunya, sebab perilaku merupakan salah satu indikator sikap individu.

2. Pertanyaan langsung

Ada dua asumsi yang mendasari penggunaan metode pertanyaan langsung guna mengungkapkan sikap. pertama, asumsi bahwa

individu merupakan orang yang paling tahu mengenai dirinya sendiri. Kedua, asumsi keterusterangan bahwa manusia akan mengemukakan secara terbuka apa yang dirasakannya. Oleh karena itu dalam metode ini, jawaban yang diberikan oleh mereka yang ditanyai dijadikan indikator sikap mereka. Akan tetapi, metode ini akan menghasilkan ukuran yang valid hanya apabila situasi dan kondisinya memungkinkan kebebasan berpendapat tanpa tekanan psikologis maupun fisik. Pengungkapan langsung (direct assessment) secara tertulis dapat dilakukan dengan menggunakan item tunggal maupun dengan menggunakan item ganda.

3. Skala Sikap

Skala Sikap (*attitude scales*) berupa kumpulan pernyataan-pernyataan mengenai suatu objek sikap. Salah satu sifat skala sikap adalah isi pernyataannya yang dapat berupa pernyataan langsung yang jelas tujuan pengukurannya akan tetapi dapat pula berupa pernyataan tidak langsung yang tampak kurang jelas tujuan pengukurannya bagi responden.

4. Pengukuran terselubung

5. Dalam metode pengukuran terselubung (*covert measures*), objek yang diamati bukan lagi perilaku yang tampak didasari atau sengaja dilakukan oleh seseorang melainkan reaksi-reaksi fisiologis yang terjadi di luar kendali orang yang bersangkutan.” (Azwar, 2013:87-104).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Pada kerangka pemikiran teoritis, peneliti akan membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel dimana variabel X yaitu **Efektivitas Program *Sharing Night* Oleh Shift Pemuda hijrah** dan Variabel Y yaitu **Perubahan Sikap Peserta Kajiannya**.

Kajian penelitian ini lebih memfokuskan pada konteks komunikasi organisasi, karena Shift Pemuda Hijrah merupakan sebuah yayasan atau

lembaga hasil satu kesatuan unit sistem kerja yang dinamakan organisasi. Secara sederhana komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai jaringan kerja yang dirancang dalam suatu sistem dan proses untuk mengalihkan informasi dari seseorang atau sekelompok orang-orang kepada seseorang, demi tercapainya tujuan organisasi, komunikasi organisasi bersifat formal dan nonformal. Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar, definisi komunikasi organisasi ialah :

“Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.” (Mulyana, 2007: 75).

Agar pesan tersampaikan dengan baik dan berhasil maka perlu dilakukan komunikasi efektif yang dikelola oleh komunikator untuk mencapai tujuan komunikasi sehingga dipahami dan diterima oleh komunikan.

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Penelitian ini terdiri dari dua variabel dimana Efektivitas Program sebagai Variabel X didasari oleh peneliti dengan diperolehnya pengertian dari definisi yang berkaitan dengan efektivitas. Efektif mempunyai arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat adalah efektivitas, menurut Onong Uchjana Effendy, efektivitas adalah : “Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuannya direncanakan, sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan”. (Effendy, 2007: 15).

Untuk menjelaskan Efektivitas Program *Sharing Night Shift* sebagai variabel X, peneliti menggunakan Teori Efektivitas yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” dengan indikator, yaitu :

1. Tujuan yang direncanakan
2. Pesan yang disampaikan
3. Waktu yang ditetapkan
4. Personil yang bertugas (Effendy, 2007: 15).

Sementara itu untuk variabel Y dari penelitian ini adalah Perubahan sikap peserta kajian *sharing night shift* pemuda hijrah. Perubahan sikap yang dimaksud merujuk pada Teori S-O-R. Seperti yang dikemukakan Onong Uchjana Effendy pada bukunya “ilmu, teori dan filsafat komunikasi”. Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologis dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. (Effendy, 2003: 254)

Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung ada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan

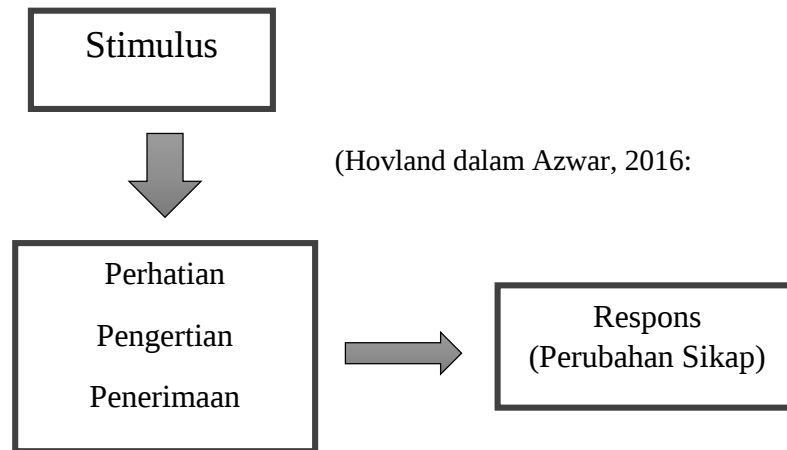
memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur atau komponen dalam model ini adalah :

- a. Pesan (Stimulus, S), yaitu berupa rangsangan yang di dalamnya mengandung pesan-pesan atau gagasan.
- b. Komunikan (Organism, O), yaitu komunikan atau individu yang akan menjadi objek proses komunikasi persuasif.
- c. Efek (Response, R), yaitu berupa efek yang akan terjadi sebagai akibat dari adanya stimulus yang diberikan.

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. (Effendy 2003: 255)

Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya” Mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada 3 variabel penting yaitu; **Perhatian, Pemahaman, Penerimaan**. Asumsi dasar yang melandasi studi Hovland dan kawan-kawannya adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauhmana komunikasi itu **diperhatikan, difahami, dan diterima**. (Hovland dalam Azwar, 2016: 63)

Gambar 2.1**Langkah Perubahan Sikap**

Pada poin ketiga mengenai variabel penting untuk menelaah sikap yang baru yaitu penerimaan pada penelitian ini diganti dengan pemahaman, karena hal ini peneliti pilih untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan jawaban mengenai perubahan sikap yang terjadi pada diri peserta kajian. dengan digunakannya pemahaman artinya nanti dapat dilihat kemampuan peserta kajian memahami pesan yang telah diberikan baik oleh ustadz pada kajian sharing night.

Agar penelitian ini dapat lebih terfokuskan dan memiliki ikatan antara tiap-tiap indikator pada Variabel Y, maka peneliti menarik indikator Variabel Y sebagai berikut:

1. Perhatian
2. Pengertian
3. Pemahaman

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Berdasarkan kerangka teoritis yang dijelaskan diatas. Pada penelitian ini membahas mengenai sejauhmana pengaruh dari Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Perubahan Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya. Terdiri dari variabel X yaitu **Efektivitas program *sharing night***, dan variabel Y yaitu **Perubahan Sikap**. Adapun indikator variabel X sebagai berikut :

X : Efektivitas Program Sharing Night

Indikator ditentukan dari Efektivitas yang dikemukakan Onong Uchjana Effendy mengenai Efektivitas pada buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, yang terdiri dari :

1. Tujuan yang direncanakan

Pada indikator ini yang dilihat adalah sejauhmana tujuan yang telah direncanakan oleh Shift Pemuda Hijrah dari program tersebut. Sehingga nantinya rencana akan tujuan Program Sharing Night yang telah disusun akan tepat kepada sasarannya yaitu jamaahnya.

2. Pesan yang disampaikan

Pada indikator ini ingin melihat pesan yang telah disampaikan dari program sharing night dapat diterima dengan baik. Hal ini diukur dari gaya pesan dan bentuk pesan yang disampaikan ustadz kepada peserta kajian atau jamaah shift pemuda hijrah.

3. Waktu yang ditetapkan

Pada indikator ini ingin melihat sejauhmana waktu yang telah ditetapkan shift pemuda hijrah saat berlangsungnya kajian sharing night itu ideal dan tidak membuat bosan, agar dapat mengundang cukup jamaah untuk mengikuti program tersebut. Hal ini dilihat dari durasi waktu yang diberikan untuk kajian sharing night, dan penetapan berlangsungnya program *sharing night* Shift.

4. Personil yang bertugas

Pada indikator ini ingin melihat adanya daya tarik tersendiri yang dilakukan pengurus shift pemuda hijrah agar mampu mempersuasi peserta kajiannya. Hal pertama diukur dari sejauhmana personil yang bertugas saat kajian sharing night seperti pembawa acara, lalu yang kedua ialah kredibilitas komunikator yaitu ustadz dalam menyuguhkan materi kepada peserta kajian agar mampu memahami dan meresapi isi pesan yang diberikan.

Sedangkan penjelasan untuk variabel Y ialah Sikap peserta kajian, sebagai berikut :

1. Perhatian

Perhatian yang dimaksud disini ialah ingin melihat sejauhmana peserta kajian dapat menghadiri, mendengarkan, melihat, dan berfikir mengenai

pesan dakwah yang Shift Pemuda Hijrah bagi melalui program sharing night.

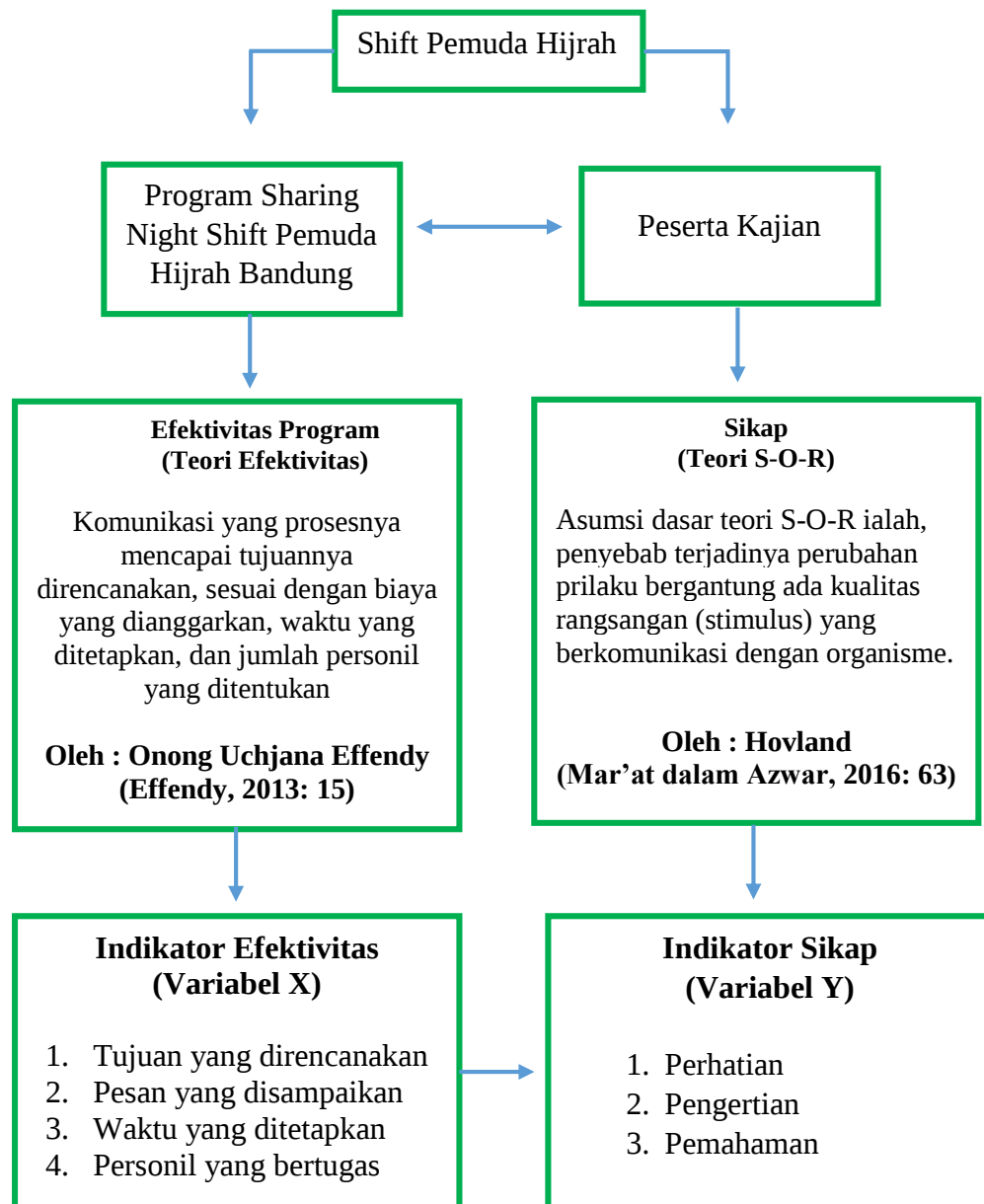
2. Pengertian

Pengertian yang dimaksud disini ingin melihat apakah program ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, ilmu, dan juga pengalaman peserta kajian yang mengikuti sharing night melalui live streaming.

3. Pemahaman

Pemahaman yang dimaksud ialah menunjukkan bagaimana peserta kajian mampu memahami pesan dakwah yang shift pemuda hijrah berikan. Pada penelitian ini diukur dengan melihat kemampuan jamaahnya apakah mengubah sikapnya ke arah yang positif atau pun sebaliknya, kemampuan untuk mengimplementasikan pesan yang telah diberikan di kehidupan sehari-hari

Gambar 2.2
Alur pikir peneliti



Sumber : Pemikiran Peneliti, April 2020

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, mengemukakan bahwa “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu masalah rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan”. (Sugiyono, 2019: 99)

2.3.1 Hipotesis Induk

Adapun hipotesis induk pada penelitian ini adalah Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y :

H_a = Ada Pengaruh Antara **Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.**

H_0 = Tidak Ada Pengaruh Antara **Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.**

2.3.2 Sub Hipotesis

Adapun Sub Hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. X_1 -Y

H_{a1} = Ada Pengaruh Antara **Tujuan yang direncanakan Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.**

H_01 = Tidak Ada Pengaruh Antara Tujuan yang direncanakan Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

2. $X_2 - Y$

H_{a2} = Ada Pengaruh Antara **Pesan Yang Disampaikan** Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

H_02 = Tidak Ada Pengaruh Antara Pesan Yang Disampaikan Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

3. $X_3 - Y$

H_{a3} = Ada Pengaruh Antara **Waktu yang ditetapkan** Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

H_03 = Tidak Ada Pengaruh Antara Waktu yang ditetapkan Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

4. $X_4 - Y$

Ha4 = Ada Pengaruh Antara **Personil yang bertugas** Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

Ho4 = Tidak Ada Pengaruh Antara Personil yang bertugas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap Sikap Di Kalangan Peserta Kajiannya.

5. $X - Y_1$

Ha5 = Ada Pengaruh Antara Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap **Perhatian** Di Kalangan Peserta Kajiannya.

Ho5 = Tidak Ada Pengaruh Antara Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap **Perhatian** Di Kalangan Peserta Kajiannya.

6. $X - Y_2$

Ha6 = Ada Pengaruh Antara Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap **Pengertian** Di Kalangan Peserta Kajiannya.

Ho6 = Tidak Ada Pengaruh Antara Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap **Pengertian** Di Kalangan Peserta Kajiannya.

7. $X - Y_3$

Ha7 = Ada Pengaruh Antara Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap **Pemahaman** Di Kalangan Peserta Kajiannya.

Ho7 = Tidak Ada Pengaruh Antara Efektivitas Program Sharing Night Shift Pemuda Hijrah Bandung Terhadap **Pemahaman** Di Kalangan Peserta Kajiannya