

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori dan kajian melalui penelitian sebelumnya dapat dijadikan sebagai data pendukung untuk penelitian ini. Data pendukung ini menurut peneliti sangatlah penting untuk dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Berikut ini judul penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan :

Tabel 2. 1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Venny Purba Maya Retnasary Annisa P Nurfadhillah (Universitas BSI Bandung) 2019	Strategi KomunikasiGuru Dalam Pendidikan Karakter	Pendekatan Kualitatif	Strategi yang digunakan guru sekaligus wali kelas XI TKJ 2 adalah strategi dengan melakukan pendekatan. Guru mengajak siswa yang dirasa memiliki masalah dalam nilai akademis atau dari segi catatan kesiswaan untuk saling mengutarakan apa yang sedang ia rasakan. Sang guru menciptakan rasa nyaman hingga kemudian siswa mau terbuka tentang masalahnya, sehingga guru dapat dengan mudah memasuki dunia	Perbedaannya yaitu ada pada objek penelitian peneliti, penelitian tersebut menggunakan objek penelitian Guru sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian sekolah MAN 2 Kota Bandung

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
				siswa tersebut dan mampu menuntun siswa untuk membentuk karakter yang jauh lebih baik lagi	
2	Fitria Iswari (Universitas Indraprasta PGRI)	Strategi Komunikasi Efektif Guru Dalam Pembentukan Karakter Siswa SMPN 64	Kualitatif	Yang pertama, nilai cinta Tuhan dan alam semesta. Kedua nilai tanggung jawab, kedisiplinan, dan kemandirian, untuk membentuk nilai karakter ini Program Kepala Sekolah, dan Guru sangat baik, lalu Hormat dan Santun pun guru juga mencontohkan hal hormat dan santun yaitu menyambut para siswa di depan gerbang pada saat mereka datang ke sekolah di pagi hari.	Penelitian ini berfokus dalam pembentukan karakter pada siswa, sedangkan Peneliti berfokus dalam pemberian materi yang dilakukan oleh MAN 2 Kota Bandung
3	Ulfa Maria (UIN Raden Fatah Palembang) 2017	Strategi Komunikasi Guru Dalam Pendidikan Karakter Siswa SMP Filial (Studi Pada Siswa di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas 1 Palembang)	Kualitatif dengan metode deskriptif	Bahwasannya guru telah mengetahui kondisi karakter siswa SMP Filialdi LPKA Kelas 1, setelah guru mengetahui kondisisiswa di sekolah Filial Guru menetapkan tujuan dan sasaran komunikasi, setelah menetapkan tujuan, guru menetapkan siswa SMP Filial sebagai khalayak sasaran komunikasi internal.	Perbedaannya yaitu pada objek penelitian peneliti, penelitian tersebut menggunakan objek penelitian Siswa sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian sekolah MAN 2 Kota Bandung

Sumber : Peneliti, 2024

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, 1983). Adapun dalam literatur ilmiah ditemukan sangat banyak definisi komunikasi oleh para ahli. Diantaranya adalah definisi Laswell (Liliweri, 1991:7) yang mendefinisikan komunikasi yaitu "*who says what in which channel to whom with what effect*".

Karena komunikasi adalah ilmu pengetahuan sosial yang multidisipliner, ada banyak ahli yang berpartisipasi dalam studinya. Akibatnya, ada banyak definisi dan pengertian komunikasi. Masing-masing memiliki makna dan konteks yang berbeda, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi seiring perkembangan bidang komunikasi.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi penting untuk kelangsungan hidup masyarakat dan individu, menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson. Misalnya, untuk kelangsungan hidup diri sendiri: meningkatkan kesadaran diri, keselamatan jiwa, menampilkan diri sendiri kepada orang lain, dan mencapai ambisi diri. Fungsi kelangsungan hidup bermasyarakat adalah memperbaiki hubungan sosial masyarakat dan mengembangkan keberadaan masyarakat.

Menurut Effendi, ada empat fungsi utama komunikasi yaitu :

1. *to inform* (menginformasikan). Yakni memberikan informasi kepada orang lain tentang suatu peristiwa, masalah, pendapat, pikiran, segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain.
2. *to educate* (mendidik). Yakni sebagai sarana pendidikan. Karena melalui komunikasi, manusia dalam suatu lingkungan masyarakat dapat menyampaikan segala bentuk pengetahuan, ide, gagasan kepada orang lain sehingga orang lain dapat menerima segala bentuk informasi yang kita berikan.
3. *to entertain* (menghibur). Komunikasi juga berfungsi untuk menghibur orang lain dan menyenangkan hati orang lain.
4. *To influence* (mempengaruhi). Selain sebagai sarana untuk menyampaikan pendidikan, informasi dan sebagai sarana dalam menghibur orang lain, komunikasi juga berfungsi untuk memberikan pengaruh kepada oranglain. Saling mempengaruhi segala bentuk sikap dan perilaku orang lain agar mengikuti apa yang diharapkan.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah suatu proses bagaimana suatu pesan/informasi bila sampai dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Jadi proses komunikasi cukup bervariasi, mulai dari yang sederhana sampai yang memiliki kompleksitas yang tinggi. Menurut Bovee dan Thill dalam Purwanto (2011), proses komunikasi terdiri dari enam tahap, yaitu :

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan
2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan
3. Pengirim menyampaikan pesan.
4. Penerima menerima pesan.
5. Penerima menafsirkan pesan.
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim.

2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.1.3.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi adalah perencanaan atau *planning* dan *management* untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayaksasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Sejalan dengan Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, mengatakan bahwa: “Strategi komunikasi yaitu panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan” (Effendy, 2015:32).

Berdasarkan pengertian di atas strategi komunikasi merupakan perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai dengan adanya strategi komunikasi sehingga setiap rencana akan terlaksana dengan baik tanpa adanya hambatan.

Menurut Jones, strategi komunikasi adalah proses komunikasi aktif yang melibatkan massa dengan fokus pada sumber yang bertujuan untuk mencapai atau menginformasikan pesan yang paling relevan kepada massa.

Tujuan dari strategi komunikasi adalah untuk mendorong opini publik dan membentuk perilaku masyarakat.

Dalam hal ini, Effendi mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan komponen resmi dari konsep Laswell, yaitu: siapa komunikator, pesan apa yang disampaikan, media apa yang digunakan, siapa komunikan, efek apa yang diharapkan.

2.1.3.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Sebelum proses komunikasi dimulai, tujuan komunikasi harus dijelaskan dan dijelaskan tentang hasil yang diharapkan dari proses komunikasi. Ini adalah bagian penting dari strategi komunikasi karena tujuan ini akan melibatkan komunikan sebagai sasaran komunikasi.

Sementara tujuan inti adanya strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas di dalam bukunya yang berjudul *Techniques for Effective Communication* sebagaimana dikutip Onong Uchjana Efendy bahwa tujuan komunikasi ada tiga tujuan utama yakni :

1. *To secure understanding*, memberikan serta memastikan pengertian yang diterima komunikan. Komunikator hendaknya menggunakan tata bahasa dalam menyampaikan pesan yang mudah dimengerti komunikan.
2. *To establish acceptance*, mengenai yang harus dilakukan setelah komunikan menerima serta mengerti pesan yang disampaikan, komunikan selanjutnya perlu dibina.
3. *To motivate action*, memotivasi komunikan supaya melakukan sesuatu seperti yang diharapkan komunikator sesuai pesan yang disampaikan. Tindakan yang dilakukan komunikator atas motivasi tersebut menunjukkan komunikasi yang berlangsung efektif.

2.1.3.3 Tahapan Strategi Komunikasi

Adapun tahap-tahap yang perlu dilakukan untuk mencapai keberhasilan strategi komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Mengenali target komunikasi

Hal ini dilakukan Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan tujuan yang telah dibuat. Guna mengetahui sikap yang harus dilakukan selanjutnya apakah komunikan hanya sekedar mengetahui (metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif).

2. Pemilihan media.

Dalam pemilihan media ini dapat dilakkan dengan memilih satu media atau dengan menggabungkan beberapa media, tentunya dengan menyesuaikan antara isi pesan dengan media yang dimiliki oleh sasaran komunikasi.

3. Mengetahui tujuan pesan Pesan yaitu segala sesuatu yang disampaikan kepada khalayak dengan berbagai macam makna.
4. Peran komunikator dalam komunikasi Agar komunikasi berjalan dengan lancar, ada dua faktor peran komunikator diantaranya pertama daya tarik, jika komunikator mempunyai kesamaan dengan komunikan, maka dapat dengan mudah mengubah opini dan perilaku komunikan, dikarenakan komunikan akan patuh dengan pesan yang disampaikan. Kedua kredibilitas, maksudnya adalah kepercayaan komunikan terhadap komunikator. Hal ini dapat dilihat dari latar belakang komunikator, seperti pendidikan dan profesi
5. Menetapkan Metode
 - a. Metode Informatif, merupakan metode yang digunakan dengan memberikan penerangan dalam mempengaruhi khalayak. Penerangan disini maksudnya menyampaikan informasi sesuai fakta di lapangan,
 - b. Metode Edukatif, merupakan metode dengan cara mendidik atau pengajaran dalam bentuk pesan mengenai pengalaman, pendapat, dan fakta tentang sesuatu kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap khalayak.
 - c. Metode Koersif, merupakan metode yang dilakukan dengan cara paksaan, artinya khalayak dipaksa untuk bisa menerima ide atau gagasan, yang mana pesan yang disampaikan bisa saja dalam bentuk pendapat ataupun ancaman

- d. Metode Persuasif, merupakan metode yang bersifat ajakan atau membujuk dengan cara halus dengan mempengaruhi harapan dan kepercayaan sehingga khalayak terpengaruh secara tidak sadar.

2.1.3.4 Unsur-Unsur Strategi Komunikasi

Unsur strategi komunikasi menurut Cangara (2014) pada umumnya terbagi menjadi lima unsur, yaitu :

1. Komunikator

Komunikator merupakan salah satu orang yang menyampaikan pesan atau gagasan dalam komunikasi. Komunikator yaitu melibatkan individu atau kelompok, pada halnya sumber juga melibatkan banyak individu yang disebut kelompok.

2. Penerima

Penerima merupakan orang yang menerima pesan dari komunikator biasanya melalui perantara atau tanpa perantara. Penerima adalah salah satu elemen penting di dalam proses komunikasi. Karena penerima memiliki peran utama dalam sasaran dari komunikasi tersebut. Penerima dapat dikatakan sebagai publik, khalayak serta masyarakat umum.

3. Pesan

Pesan merupakan produk fisik yang berasal dari sumber. Dalam proses komunikasi atau penyampaian berupa kata - kata disebut pesan. Dalam proses saat menulis berupa tulisan disebut pesan. Pesan dari komunikasi berupa ide, gagasan serta nilai yang telah disampaikan oleh komunikator.

4. Saluran atau Media

Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam *buku Perencanaan & Strategi Komunikasi* karya Hafied Cangara membahas perihal media dan media dibagi menjadi dua kategori yakni media lama dan media baru.

5. Efek

Efek adalah Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudahnya menerima pesan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah ketika orang berinteraksi satu sama lain melalui alat komunikasi yang menghasilkan pesan yang dipahami secara bersamaan oleh komunikator. Menurut Fiske, komunikasi adalah interaksi sosial dan proses di mana seseorang berhubungan dengan orang lain, atau bagaimana perilaku dipengaruhi, cara berpikir atau menanggapi secara emosional terhadap orang lain, dan hal itu terjadi di sisi lain.

Istilah Organisasi mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan Sementara para tokoh berbeda-beda dalam mendefinisikan organisasi. W.J.S Poerwodarminto mengatakan bahwa organisasi adalah aturan dari berbagai bagian (individu atau kelompok) sehingga menjadi satu kesatuan, yang rapi dan terorganisir. Max Weber menyatakan bahwa Organisasi adalah penempatan dan pengorganisasian bagian tertentu hingga menjadi organisasi, sehingga menjadi organisasi yang teratur dan

upaya kolaboratif untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi umum pada komunikasi Organisasi meliputi empat fungsi, yaitu :

1. Untuk mengembangkan tentang hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan.
Komunikasi terkadang merupakan proses penyebaran informasi tentang cara seseorang atau sekelompok orang harus melakukan pekerjaan tertentu
2. Untuk menjual fakta, ide, pendapat, dan gagasan, termasuk posisi organisasi tentang masalah yang berkaitan dengan subyek layanan.
3. Untuk meningkatkan kemampuan para karyawan supaya mereka mampu belajar dari orang lain (*Internal*), belajar mengenai apa yang dirasakan, dipikirkan, dan dikerjakan orang lain, serta belajar mengenai apa yang dijual atau diceritakan oleh orang lain tentang organisasi.
4. Untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan, siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, besar kekuasaan dan kewenangan, bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya, serta mengalokasikan manusia, teknik, metode, dan mesin dalam organisasi.

2.1.4.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Hal ini senada dengan yang disampaikan Liliweri dalam (Ruliana 2014:24) mengemukakan bahwa ada empat tujuan organisasi, yakni :

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.

2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi.

2.1.5 Tinjauan Tentang Guru

Dalam pengertian yang sederhana, guru adalah orang yang memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik. Sedangkan dalam UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menegaskan bahwa:

“pendidik merupakan tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan, pelatihan, serta melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, terutama bagi pendidik pada perguruan tinggi.

Menurut Zakiyah Daradjat, “guru adalah pendidik profesional karena secara implisit ia telah merelakan dirinya menerima dan memikul sebagian tanggung jawab pendidikan yang terpikul di pundak para orang tua.

2.1.5.1 Tugas Guru

Menurut S. Nasution tugas guru dibagi menjadi tiga bagian:

- a. Sebagai orang yang mengomunikasikan pengetahuan. Tugas ini mengharuskan guru memiliki pengetahuan yang mendalam bahan yang akan diajarkannya.
- b. Guru sebagai model berkaitan dengan bidang studi (mata pelajaran) yang diajarkannya sebagai sesuatu yang berdaya guna dan bisa dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Guru harus menampakkan model sebagai pribadi yang berdisiplin, cermat berpikir, mencintai pelajarannya, penuh idealisme dan luas dedikasi.

Sebagai secara khusus tugas guru dalam proses pembelajaran dan tatap

muka sebagai berikut:

a. Tugas Pengajaran Sebagai Pengelola Pembelajaran

1) Tugas Manajerial

Menyangkut fungsi administrasi (memimpin kelas), baik internal maupun eksternal:

1. Berhubungan dengan peserta didik.
2. Alat perlengkapan kelas (material).
3. Tindakan-tindakan profesional.

2) Tugas Edukasional

Menyangkut fungsi mendidik, bersifat:

1. Motivasional.
2. Pendisiplinan.
3. Sanksi sosial (tindakan hukuman).

3) Tugas Instruksional

Menyangkut fungsi mengajar, bersifat:

1. Penyampaian materi.
2. Pemberian tugas-tugas pada peserta didik.
3. Mengawasi dan memeriksa tugas.

2.1.6 Tinjauan Tentang Madrasah

2.1.6.1 Definisi Madrasah

Dalam bahasa Indonesia madrasah disebut dengan sekolah yang berarti bangunan atau lembaga untuk belajar dan memberi pengajaran. Dalam perkembangannya, istilah madrasah tidak hanya disandarkan dan diartikan dalam

arti sempit sekolah dengan segala keberadaan fisik, sarana dan prasarannya, tetapi juga bisa dimaknai rumah, istana, kuttab, perpustakaan, surau, masjid, dan lain-lain, bahkan seorang ibu juga bisa dikatakan madrasah.

Dengan demikian pengertian madrasah ialah sebuah institusi Pendidikan yang didalamnya berlangsung proses pendidikan. Dalam pengertian yang lain madrasah adalah wadah atau tempat belajar ilmu-ilmu keislaman dan ilmu pengetahuan keahlian lainnya yang berkembang padazamannya

2.1.7 Tinjauan Tentang Pendidikan Karakter

2.1.7.1 Definisi Pendidikan Karakter

Penguatan Pendidikan Karakter adalah gerakan pendidikan di bawah tanggung jawab satuan pendidikan untuk memperkuat karakter peserta didik melalui harmonisasi olah hati, olah rasa, olah pikir, dan olah raga dengan pelibatan dan kerja sama antara satuan pendidikan, keluarga, dan masyarakat sebagai bagian dari Gerakan Nasional Revolusi Mental (GNRM).

Samani dan Hariyanto (2013:45) dalam bukunya memaparkan bahwa pendidikan karakter adalah proses pemberian tuntunan kepada peserta didik untuk menjadi manusia seutuhnya yang berkarakter dalam dimensi hati, pikir, raga serta rasa dan karsa.

Sedangkan menurut Zubaedi (2012:19) yaitu segala perencanaan usaha yang dilakukan oleh guru yang dapat mempengaruhi pembentukan karkater peserta didiknya, memahami, membentuk, dan memupuk nilai-nilai etika secara keseluruhan.

Selanjutnya menurut Muhamimin Azzet (2014:37) pendidikan karakter

merupakan suatu sistem dalam penanaman nilai-nilai karakter yang baik kepada seluruh warga sekolah sehingga memiliki pengetahuan dan tindakan yang sesuai dengan nilai kebaikan.

Dengan demikian, terlihat bahwa pendidikan karakter merupakan suatu proses yang komprehensif dan berkelanjutan dalam membentuk karakter yang baik pada peserta didik.

2.1.7.2 Fungsi Pendidikan Karakter

Pendidikan karakter memiliki tiga fungsi utama, hal ini diungkapkan oleh Zubaedi (2012:18) yang penjelasannya sebagai berikut :

1. Fungsi untuk pembetulan dan pengembangan potensi Pendidikan karakter berfungsi agar peserta didik mampu mengembangkan potensi dalam dirinya untuk berfikir baik, berhati baik, dan berperilaku baik.
2. untuk penguatan dan perbaikan Pendidikan karakter untuk memperbaiki dan menguatkan peran keluarga, satuan pendidikan, masyarakat dan pemerintah untuk ikut bertanggungjawab dan berpartisipasi dalam mengembangkan potensi warganya.
3. Fungsi penyaring Pendidikan karakter dapat digunakan agar masyarakat dapat memilah budaya bangsa sendiri dan dapat menyaring budaya bangsa lain yang tidak sesuai dengan nilai-nilai karakter dan budaya bangsa sendiri.

Sedangkan menurut Permendikbud No.20 Tahun 2018, Penguatan Pendidikan Karakter pada satuan Pendidikan Formal diselenggarakan dengan mengoptimalkan fungsi kemitraan tripusat pendidikan yang meliputi :

1. Sekolah
2. Keluarga; dan
3. Masyarakat

Disimpulkan bahwa fungsi pendidikan karakter adalah untuk pembentukan dan pengembangan potensi dasar perilaku baik seseorang, lalu potensi itu dikuatkan dan diperbaiki.

2.1.7.3 Tujuan Pendidikan Karakter

Pendidikan karakter memiliki tujuan untuk membentuk individu yang memiliki nilai-nilai moral, etika, dan kepribadian yang kuat, sehingga mampu menjadi individu yang bertanggung jawab, berempati, jujur, disiplin, dan memiliki sikap positif terhadap diri sendiri, orang lain, dan lingkungan.

Melalui pendidikan karakter yang diterapkan pada setiap satuan pendidikan ditujukan agar peserta didik dapat secara individu memaksimalkan dan menggunakan pengetahuannya, mempelajari dan mengaktualisasikan nilai-nilai karakter dan akhlak mulia, sehingga peserta didik menjadi peserta didik yang bertakwa kepada Tuhan, memiliki kemampuan akademik, mempunyai keterampilan belajar, bekerja, dan beramal shaleh.

Menurut Zubaedi pendidikan karakter adalah pendidikan yang memiliki arah dan tujuan yang sama dengan pendidikan akhlak, yaitu sebagai sarana untuk mengadakan perubahan secara fundamental dan pokok karena pendidikan karakter akan merubah individu sampai ke akar-akarnya.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan pendidikan karakter adalah membentuk kualitas peserta didik agar mempunyai kemampuan akademis tinggi, serta bertakwa kepada Tuhan, berakhlak mulia, bertanggung jawab, mempunyai kematangan kepibadian, dan mempunyai jiwa sosial yang tinggi.

2.1.8 Tinjauan Siswa

Siswa adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar mengajar dimana di dalam proses belajar mengajar, siswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita, memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Siswa akan menjadi faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya.

Menurut Ali (2010) menyatakan bahwa siswa adalah mereka yang secara khusus diserahkan oleh orang tua untuk mengikuti pembelajaran yang diselenggarakan disekolah dengan tujuan untuk menjadi manusia yang memiliki pengetahuan, berketrampilan, berpengalaman, berkepribadian, berakhlak dan mandiri.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Effendi (2013) menjelaskan bahwa Strategi komunikasi juga merupakan sebuah manajemen komunikasi untuk mencapai sebuah proses komunikasi yang efektif strategi pada hakikatnya merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian strategi komunikasi merupakan perencanaan komunikasi

(*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*).

Dalam sebuah proses komunikasi tentunya tak luput dari sebuah hambatan, maka proses komunikasi yang akan dilakukan untuk meminimalisir hambatan yang akan terjadi, agar proses komunikasi yang dijalankan efektif untuk mencapai target komunikasi.

Perencanaan komunikasi sangat penting untuk merancang perencanaan dan melaksanakan program kegiatan komunikasi sangat diperlukan karena pada dasarnya yang menjadi kepentingan dari sebuah kegiatan yang sudah terlaksanakan dan mencapai tujuan tertentu.

Manajemen komunikasi merupakan proses pengelolaan, perencanaan, pelaksanaan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bandung dalam memberikan materi penguatan pendidikan karakter pada siswa.

Hambatan komunikasi adalah segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian serta penerimaan pesan antar individu, yang umumnya disebabkan oleh faktor lingkungan, fisik, maupun psikis dari individu yang terlibat.

Wursanto (2005) dalam jurnal (Damayanti & Purnamasari, 2019) meringkas hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu: 1) Hambatan yang bersifat teknis, yang merupakan hambatan yang disebabkan oleh faktor kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi, penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai, kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/keadaan, dan kondisi peralatan. 2)

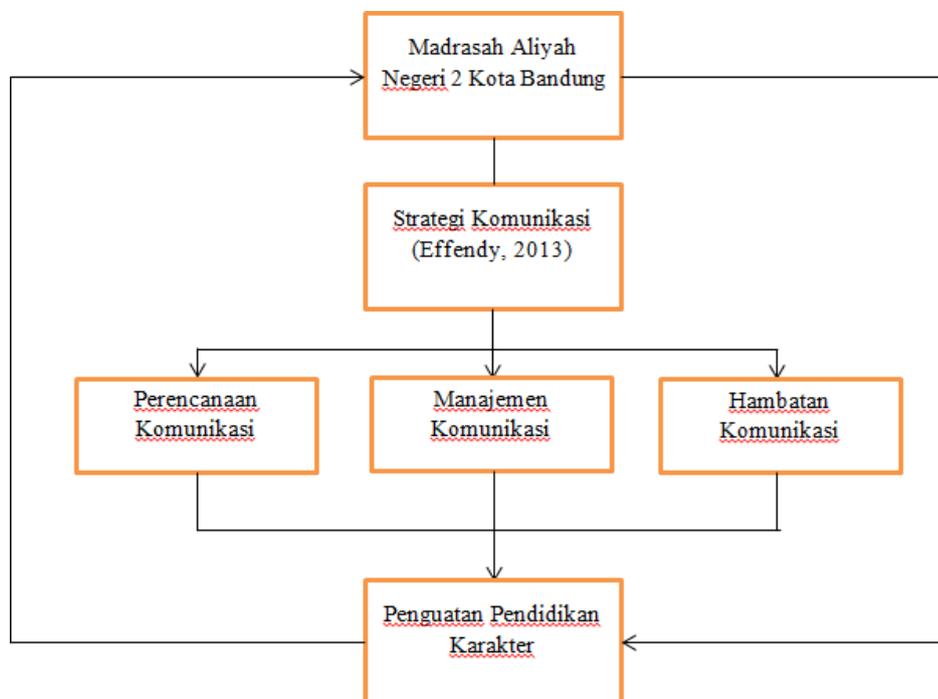
Hambatan semantic, yang disebabkan oleh kesalahan dalam menafsirkan,

kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (Kata- kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi. 3) Hambatan perilaku atau hambatan kemanusiaan, yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan.

Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Alur Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2024