BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian yang relevan

Dalam tinjauan pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta member gambaran awal mengenai kajian yag terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Berkaitan dengan dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah **Efektivitas komunikasi guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi terhadap pembentukan sikap siswa dalam beretika.**

Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkaji hal yang sama serta relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti.

Berikut ini peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang penelitian sejenis tentang Efektivitas dan sikap :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

N	Nama	Judul	Perbedaan	Hasil
1	Nelliy NIM 41809017 UNIKOM	**peranan rapat mingguan terhadap pembentukan sikap dan perilaku karyawan Polda Jabar**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana peranan rapat mingguan terhadap pembentukan sikap dan perilaku karyawan Polda Jabar,	pengaruh kegiatan rapat mingguan terhadap pembentukan sikap dan perilaku karyawan Polda Jabar adalah sebesar 81 %, pengaruh pesan rapat mingguan terhadap pembentukan sikap dan perilaku karyawan Polda Jabar adalah sebesar 64 %, dan pengaruh peranan rapat mingguan terhadap pembentukan sikap dan perilaku
2	Taufik Nugraha Nim 41807084 UNIKOM	**Efektivitas Komunikasi Kegiatan Roadshow 'Bio Farma Goes To School' Oleh Public Relation PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Komunikasi Kegiatan Roadshow 'Bio Farma Goes To School' Oleh Public Relation PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, adanya pengaruh kredibilitas komunikator kegiatan Roadshow terhadap sikap siswa SMA dengan korelasi yang cukup kuat dan signifikan, adanya pengaruh pesan dalam kegiatan Roadshow terhadap sikap siswa SMA dengan korelasi yang cukup kuat dan signifikan, adanya pengaruh media dalam kegiatan Roadshow terhadap sikap siswa SMA dengan korelasi yang cukup kuat dan

3	Dellisia Emathia Noorhasana Universitas Padjajaran	**Hubungan antara Kegiatan Kampanye Anti Tembakau dengan Sikap Siswa SMP Al Syukro Ciputat terhadap Bahaya Merokok**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai Hubungan antara Kegiatan Kampanye Anti Tembakau dengan Sikap Siswa SMP Al Syukro Ciputat terhadap Bahaya Merokok	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Hubungan antara Kegiatan Kampanye Anti Tembakau Dengan Sikap Siswa SMP Al Syukro Ciputat terhadap Bahaya Merokok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kredibilitas komunikator maupun pesan pada kegiatan kampanye anti tembakau memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap siswa SMP Al-Syukro terhadap bahaya merokok.

Sumber : Penelusuran peneliti 2015

2.1.2 Tinjauan mengenai Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitanya dengan masalah hubungan atau dapat diartikan bahwa komunikasi adalah saling menukar pikiran.

Dimana Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication*

berasal dari kata Latin *communicatio,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama.* Sama disini maksudnya adalah *satu makna.* Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2005:42).

Komunikasi bukan sekedar tukar menukar pikiran serta pendapat saja akan tetapi kegiatan yang dilakukan untuk berusaha mengubah pendapat dan tingkah laku orang lain. Seperti definisi komunikasi yang diungkapkan oleh para ahli Carl I. Hovland dalam buku Ilmu Komunikasi Pengantar Studi oleh Prof. Drs. H.A.W. Widjaja komunikasi adalah :

> "Suatu proses dimana seseorang memindahkan rangsangan yang biasanya berupa lambing kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain." (Prof. Drs. H.A.W. Widjaja , 2000:26)

Jadi, dengan demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu, sebelum orang lain itu berpendapat, bersikap, dan bertingkah laku yang sama dengan kita.

Sedangkan Carl I Hovland yang dikutip oleh Mahi M. Hikmat dalam bukunya Etika & Hukum Pers menyatakan bahwa komunikasi adalah, "Proses mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behafior of other individuals*)". (Hikmat, 2011:69)

Dengan demikian jelaslah bahwa komunikasi memungkinkan manusia untuk

mengemukakan ide-ide atau gagasan, perasaan dan sikap. Selain itu manusia dapat pula mengetahui ide-ide perasaan dan sikap individu lainnya yang akhirnya terdapat pengertian diantara individu-individu.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell dalam Onong Uchjana Effendy membedakan proses komunikasi 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 pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/ *gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain , komunikasi adalah proses membuat pesan yang setala bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia

menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampain 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 komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunkasi. Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangakan diatas. Jarang sekali orang menganngap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai sebagai lambing *(symbol)* seserta isi *(content)* – yakni pikiran dan atau perasaan – yang dibawanya menjadi totalitas pesan *(message)*, yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lainlainnya. Yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya. (Effendy, 2003 : 11-17).

2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi

Didalam suatu proses komunikasi dibutuhkan sebuah unsur-unsur (komponen) komunikasi, dimana dibutuhkan paling sedikit tiga unsur (komponen), artinya bagian-bagian terpenting yang harus ada pada suatu kesatuan atau keseluruhan proses komunikasi. Komunikasi dapat dikatakan efektif atau berhasil apabila diantara komunikator dan komunikan terdapat satu pengertian yang sama mengenai pesan. Unsur (Komponen) komunikasi tidak hanya komunikator, komunikan dan pesan tetapi terdapat Unsur-unsur lain yang juga penting dalam proses komunikasi yaitu:

1. Komunikator
2. Pesan
3. Media
4. Komunikan
5. Efek (Effendy, 1986:13)

Dengan adanya komponen-komponen yang lima tersebut peneliti menguraikannya sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khlayak 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. Oleh karena itu, seorang komunikator 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 – gerik, bahas lisan, dan bahasa tulisan (Cangara, 2006 : 23).

3.Media

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006 : 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, maka media yang paling dominasi 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 jamak 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.

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 komunikasn, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:31) menyimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dan komunikasi massa dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yaitu:

1. Menyampaikan Informasi (*to infrom*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (to *entertain*)
4. Mempengaruhi *(to influence*) (Effendy, 2003:31).

Dan dapat diuraikan sebagai berikut pengertian tentang fungsi komunikasi:

1) Menginformasikan (*to infrom*)

   Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2) Mendidik (*to educate*)

   Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan idea atau pikiranya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3) Menghibur (*to entertain*)

   Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

   Adalah fungsi mempenngaruhi setiap indivindu yang berkomuniakasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauhnya lagi berusaha

> merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapakan. (Effendy,1997:36)

Dilihat dari fungsi komunikasi dan keberadaannya di masyarakat, komunikasi tidak dapat dihindari oleh seorang individu karena komunikasi merupakan suatu alat yang harus digunakan untuk dapat digunakan untuk dapat menjalin hubungan dengan orang lain.

2.1.2.5 Bentuk Komunikasi

Di dalam bukunya Dimensi-dimensi komunikasi, Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa dalam pelaksanaanya, 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 melalui medium seperti telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi ini sifatnya dua arah timbal balik (*two way communication*).
b. Komunikasi kelompok (*group 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 suatu 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.

2.1.2.6 Konteks-konteks Komunikasi

Secara umum ragam tingkatan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia.
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik. Dalam komunikasi ini jumlah perilaku yang terlibat pada dasarnya bisa lebih dari dua orang selama pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.
3. Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam Sendjaja,(1994) memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. (Sendjaja, 1994)
4. Komunikasi organisasi (*organization communication*) yaitu

pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005:52).

5. Komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektrolik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Kemudian Deddy Mulyana juga menambahkan konteks komunikasi publik. Pengertian komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar *(large group communication*) untuk komunikasi ini. (Mulyana, 2005:74)

2.1.3 Tinjauan Tentang komunikasi Organisasi

2.1.4.1 Tinjauan Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi dari organisasi tersebut. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan antara yang satu dengan yang lainya dan berfungsi dalam satu lingkungan organisasi.

Komunikasi organisasi secara sederhana dapat dipahami 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 non formal. Menurut Deddy mulyana. "komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok." (Mulyana, 2004 : 75).

Edgar H.Schein(1983:17) menjelaskan bahwa suatu organisasi adalah koordinasi sejumlah kegiatan manusia yang direncanakan untuk mencapai suatu maksud atau tujuan bersama melalui pembagian tugas dan fungsi serta wewenang dan tanggung jawab. Sedangkan Barker (1987:202) mendefinisikan, *"Organization are defined as collected groups are of individuals constructed and reconstructed to strive for specifc goals that could not be met by individuals acting alone."* (Organisasi didefinisikan sebagai kumpulan sekelompok individu yang mempunyai konsep dan bekerja untuk mencapai sasaran agar individu tidak melakukan kegiatan sendiri sendiri).

Beranjak dari definisi organisasi, dapat dilihat bahwa tujuan utama dalam organisasi adalah kegiatannya, bukan hanya pada individu sebagai pelaku dalam organisasi. Bavela dan Baret (1951) mrnjelaskan bahwa kegiatan organisasi merupakan kegiatan pengumpulan informasi, pencatatan dan penyebaran informasi sebagai sebuah sistem komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi dalam organisasi sangatlah menentukan kefektifitasan

organisasi itu (Liliweri, 1997 :288)

Organisasi pada intinya adalah sistem pembagian kerja melalui hirarki dalam mencapai tujuan bersama. Organisasi menetapkan peran *(role)* kepada setiap orang yang menjadi anggotanya, peran-peran itu kemudian dioprasionalisasikan dalam tugas *(task)* dan *(function)*. Semua peran tidak dapat dilakukan sendiri melaikan harus bersama-sama dengan orang lain yang mempunyai kedudukan dan kewenangan yang lebih tinggi, setingkat maupun yang paling rendah. Proses kerjasama itu memerlukan hubungan dengan orang lain melalui mekanisme yang disebut komunikasi, dank arena konteksnya dalam organisasi, disebut komunikasi organisasi.

2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada di dalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan salah satu ahli berikut ini:

Tujuan komunikasi :

- Memahami peristiwa komunikasi di dalam organisasi.
- Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi untuk mewujudkan tujuan organisasi.
- Mempelajari arus komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komuniksi vertikal yang terdiri dari *download communication* dan *upward communication* serta komukasi

horizontal.(Arni, 2000 : 39)

2.1.4.3 Fungsi-fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu : fungsi informatif, regular, persuasif dan integratif.

1. Fungsi Informatif
2. Fungsi Regular
3. Fungsi Persuasif
4. Fungsi Integratif. (Sendjaja, Rahardjo dan Pradekso, 2004: 136)

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau *message*. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal.

2.1.4 Tinjauan Tentang Efektivitas.

Efektif memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Makna lain dari efektivitas yakni daya pesan untuk mempengaruhi komunikan, karena itu diperlukann syarat – syarat agar komunikasi yang dilakukan efektif. Efektivitas menurutt Onong Uchjana Effendy, adalah :

> ” komunikasi yang prosesnya mencapai tujuannya direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan”. (Effendy, 1989:14)

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

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian 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, 2004: 32).

Selain itu, intensitas komunikasi, yaitu frekuensi dan durasi komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut. Dimana Komunikasi dikatakan efektif atau berhasil adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator serta dapat mengubah sikap komunikan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Sikap

Pengertian secara umum, sikap adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat mengarahkan tingkah laku individu.

Jalaludin Rkhmat dalam bukunya "Psikologi Komunikasi" menyatakan bahwa :

> "Sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa, dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai". (Rakhmat, 2008 : 39-**40**)

Sikap merupakan konstelasi komponen – komponen kognitif, afektif, dan konatif yang saling berinteraksi satu sama lain dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek (Azwar, 1995 : 5).

Menurut Krech dan Crutchfiled & Ballachey yang dikutip oleh soedarsono dalam buku sistem manajemen komunikasi merumuskan tiga komponen tersebut sebagai komponen kognitif *(cognitive)*, prasaan *(Feeling)*, dan kecenderungan tindakan *(action tendency)*, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Komponen kognitif, adalah kepercayaan *(belief)* seseorang terhadap objek sikap.
2. Komponen perasaan menunjukan pada emosionalitas terhadap objek. Komponen perasaan mempunyai manifestasi Fisiologis yang dapat diukur secara eksperime
3. Komponen kecenderungan bertindak, adalah kencenderungan-kecenderungan tindak seseorang, baik positif maupun negative terhadap objek sikap. (soedarsono 2009: 69)

Ciri-ciri Sikap

a. Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan itu dalam hubungannya dengan obyeknya.
b. Sikap dapat berubah-ubah karena itu sikap dapat dipelajari dan sikap dapat berubah pada orang-orang bila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang itu.
c. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mempunyai hubungan tertentu terhadap suatu obyek. Dengan kata lain sikap itu terbentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu obyek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
d. Obyek sikap itu merupakan suatu hal tertentu tetapi dapat juga merupakan kumpulan dari hal-hal tersebut.
e. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan, sifat alamiah yang membedakan sikap dan kecakapan- kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki orang.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap

Menurut Notoadmodjo (2003 : 124) faktor-faktor yang mempengaruhi sikap yaitu:

a. Pengalaman pribadi

Pengalaman pribadi dapat menjadi dasar pembentukan sikap apabila pengalaman tersebut meninggalkan kesan yang kuat. Sikap akan lebih mudah

terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut terjadi dalam situasi yang melibatkan faktor emosional.

b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Individu pada umumnya cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan sikap seseorang yang dianggap penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting tersebut.

c. Pengaruh kebudayaan

Kebudayaan dapat memberi corak pengalaman individu-individu masyarakat asuhannya. Sebagai akibatnya, tanpa disadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah.

d. Media massa

Dalam pemberitaan surat kabar maupun radio atau media komunikasi lainnya, berita yang seharusnya faktual disampaikan secara obyektif berpengaruh terhadap sikap konsumennya.

e. Lembaga pendidikan dan lembaga agama

Konsep moral dan ajaran dari lembaga pendidikan dan lembaga agama sangat menentukan sistem kepercayaan. Tidaklah mengherankan apabila pada gilirannya konsep tersebut mempengaruhi sikap.

f. Faktor emosional

Kadang kala, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari

emosi yang berfungsi sebagai sebagai semacam penyaluran frustasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

2.1.7 Tinjauan Tentang Etika

Banyak ungkapan, dan tentunya tidak ada yang menyangkal, bahwa manusia adalah makhluk ciptaan Tuhan yang paling sempurna. Manusia dikaruniai akal budi, perasaan dan kehendak. Akal adalah alat untuk berpikir sebagai sumber ilmu dan teknologi. Perasaan adalah alat untuk menyatakan keindahan sebagai sumber seni dan budaya. Adapun kehendak adalah alat untuk menilai mana yang baik dan mana yang buruk. Selain kemampuan yang dimiliki secara individu, manusia adalah juga makhluk yang terikat dengan lingkungannya. Keterikatan tersebut tampak pada kehidupan manusia sebagai makhluk sosial dengan perilaku yang bersifat etis yang dimilikinya. Perilaku etis manusia itulah yang mendasari munculnya etika sebagai sebuah ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang baik dan buruk dalam kehidupannya. Bahkan, etika berkembang tidak sekedar sebagai sebuah ilmu tentang nilai baik dan buruk, melainkan sebagai studi tentang kehendak manusia, yaitu kehendak yang berhubungan dengan keputusan tentang yang benar dan yang salah dalam tindak perbuatannya

Kamus besar Bahasa Indonesia terbitan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (1988) merumuskan pengertian etika dalam tiga arti sebagai berikut :

- Ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral.

- Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
- Nilai mengenai benar dan salah yang dianut masyarakat. Dari asal-usul katanya,

etika berasal dari bahasa Yunani “ethos”,yang berarti adat istiadat atau kebiasaan yang baik. Bertolak dari kata tersebut, akhirnya etika berkembang menjadi studi tentang kebiasaan manusia berdasarkan kesepakatan, menurut ruang dan waktu yang berbeda, yang menggambarkan peragai manusia dalam kehidupan pada umumnya. Menurut Profesor Robert Salomon, etika dapat dikelompokkan menjadi 2 definisi yaitu :

- Etika merupakan karakter individu, dalam hal ini termasuk bahwa orang yang beretika adalah orang yang baik. Pengertian ini disebut pemahaman manusia sebagai individu yang beretika.
- Etika merupakan hukum sosial. Etika merupakan hukum yang mengatur, mengendalikan serta membatasi perilaku manusia.

  Pada perkembangannya etika telah menjadi sebuah studi. Fagothey (1953) mengatakan bahwa etika adalah studi tentang kehendak manusia, yaitu kehendak yang berhubungan dengan keputusan yang benar dan yang salah dalam tindakan perbuatannya. Pernyataan tersebut ditegaskan kembali oleh Sumaryono (1995) yang menyatakan bahwa etika merupakan studi tentang kebenaran dan ketidakbenaran berdasarkan kodrat manusia yang diwujudkan melalui kehendak manusia dalam perbuatannya.

2.1.8 Tinjauan Tentang Salam Pagi

Salam pagi merupakan salah satu inovasi kegiatan yang dilakukan oleh SMN Negeri 22 Bandung dimana kegiatan ini tentunya memiliki tujuan yang mengutamakan pembentukan karakter kepribadian siswa. Hal ini dilakukan tentunya dengan memikirkan beberapa fenomena pergeseran norma yang dewasa ini semakin mencolok terutama dikalangan remaja-remaja Indonesia selaku penerus bangsa. Kegiatan salam pagi pada dasarnya dilakukan untuk membiasakan siswa selaku generasi penerus bangsa untuk membiasakan menghormati orang tua atau guru yang ada disekolah. Kegiatan ini juga melatih para siswa agar terbiasa mematuhi peraturan atau tata tertib yang berlaku disekolah. Kegiatan ini merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan setiap hari pada pagi hari dengan puncak acara kegiatan pada hari jumat setiap minggunya. Awal dari kegiatan ini adalah dengan penyambutan siswa di koridor sekolah menjelang memasuki sekolah dengan tujuan agar siswa membiasakan diri memberikan salam kepada guru disekolah dan orang yang lebih tua ketika berada diluar sekolah kegiatan ini dimulai pada pukul 06.30 WIB . Selain itu hal ini juga menjadi acuan untuk meningkatkan kedisiplinan siswa. Berikut merupakan foto rangkaian kegiatan salam pagi yang dilakukan setiap pagi oleh para staf sekolah.

Gambar 2.1

Penyambutan Siswa di Koridor Sekolah



Sumber : Dokumentasi SMPN 22 Bandung

Setelah melakukan penyambutan di depan koridor masuk sekolah oleh kepala sekolah,guru dan staf tata usaha yang setiap harinya bergiliran menyambut mereka kemudian para siswa memasuki kelas untuk diberikan arahan dan materi tentang pembentukan karakter salah satunya etika. Kegiatan ini juga dijadikan ajang pertemuan seluruh staf yang ada di dalam sekolah kepada siswa agar saling mengenal, karena tidak semua siswa mendapatkan pengajaran dari guru-guru yang ada disekolah. Puncak rangkaian acara salam pagi sebagai cara dalam pembentukan karakter siswa setiap minggunya adalah dengan mengadakan jumat duha. Jumat duha merupakan kegiatan dimana seluruh staf sekolah dan para siswa melakukan shalat duha berjamaah dan kemudian mengikuti siraman rohani baik itu oleh guru atau pun mengundang ustad dari luar sekolah. Berikut merupakan kegiatan jum’at duha yang dilakukan sebagai puncak acara salam pagi.

Gambar 2.2

Pelaksanaan kegiatan jum'at duha



Sumber : Dokumentasi SMPN 22 Bandung

(*Sumber:Drs.Candra Cardi, Humas SMPN 22 Bandung*)

2.1.9 Tinjauan Tentang Guru

Dalam kamus bahasa Indonesia guru adalah orang yang kerjanya mengajar. Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia kontemporer guru adalah orang yang pekerjaannya mendidik, mengajar, dan mengasuh. Guru sebagai seorang pendidik atau pengajar merupakan faktor kesuksesan setiap usaha pendidikan. Oleh sebab itu, setiap perbincangan mengenai perubahan kurikulum, pengadaan alat-alat belajar sampai pada criteria sumber daya manusia yang dihasilkan oleh usaha pendidikan selalu akan bermuara pada guru. Hai ini menunjukan betapa signifikan posisi guru dalam dunia pendidikan.

Guru adalah subjek dalam proses pembelajaran dan peserta didik sebagai objeknya, sebagai subjek pembelajaran guru berhubungan langsung dengan peserta didik. Peserta didik merupakan pribadi yang sedang berkembang dan memiliki motivasi belajar peserta didiknya kemudian melakuakn penguatan-penguatan paa motivasi instrumental, motivasi sosial, motivasi berprestasi dan motivasi instrinsik peserta didik. Guru adalah salah satu komponen penting dalam pendidikan, guru sangat berjasa dalam membantu pertumbuhan dan perkembangan peserta didik, guru perananya sangat penting membentuk kepribadian anak, menyikapi dan mengembangkan sumber daya manusia (SDM), serta menyejakterakan masyarakat, kemajuan Negara dana bangsa.

Guru adalah pendidik dan pengajar yang menyentuh kehidupan pribadi siswa, oleh siswa dijadikan tokoh teladan bahkan tokoh identifikasidiri. Oleh karena itu guru harus memiliki prilaku yang memadai untuk dapat mengembangkan

diri siswa secara utuh.

Dalam undang-undang RI nomor 14 tahun 2005 tentang guru dan dosen pasal 1 di jelaskan bahwa guru adalah pendidik professional dengan tugas utama mendidik, mengajar, membimbing , mengarahkan, melatih, menilai dan mengevaluasi peserta didik pada pendidikan anak usia dini jalurb pendidikan formal, pendidikan dasar dan pendidikan menengah.

Oleh karena itu dibutuhkan peranan seorang guru yang berkualitas agar sehingga dapat berpengaruh terhadap proses pembelajaran disekolah khusunya di kelas menjadi berhasil dengan cara mengkomunikasikan segala pembelajaran atau arahan dengan baik.

2.1.10 Tinjauan Tentang Siswa

Proses belajar yang dilakukan terhadap anak didik harus diusahakan menjadi kegiatan aktif untuk menerima ilmu sebanyak mungkin terutama kepada anak-anak yang masih di bawah umur, Dimana Sekolah Dasar (SD) mereka masih memerlukan bimbingan dari orang yang lebih dewasa. Anak didik adalah subjek belajar, sebab anak didik adalah sentral kegiatan dan pihak yang mempunyai tujuan. (Sadirman, 1992 : 105). Untuk itu anak didik sebagai subjek belajar memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi misalnya kebutuhan jasmani, sosial dan intelektual, karena memerlukan pemenuhan kebutuhan akan pengakuan diri sebagai manusia dalam lingkungannya.

Peserta didik adalah komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang

berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional. Sebagai suatu komponen pendidikan, peserta didik dapat ditinjau dari berbagai pendekatan, antara lain: pendekatan sosial, pendekatan psikologis, dan pendekatan edukatif atau *paedagogis*.

1. Pendekatan sosial, peserta didik adalah anggota masyarakat yang sedang disiapkan untuk menjadi anggota masyarakat yang lebih baik. Sebagai anggota masyarakat, dia berada dalam lingkungan keluarga, masyarakat sekitarnya, dan masyarakat yang lebih luas. Peserta didik perlu disiapkan agar pada waktunya mampu melaksanakan perannya dalam dunia kerja dan dapat menyesuaikan diri dari masyarakat. Kehidupan bermasyarakat itu dimulai dari lingkungan keluarga dan dilanjutkan di dalam lingkungan masyarakat sekolah. Dalam konteks inilah, peserta didik melakukan interaksi dengan rekan sesamanya, guru-guru, dan masyarakat yang berhubungan dengan sekolah. Dalam situasi inilah nilai-nilai social yang terbaik dapat ditanamkan secara bertahap melalui proses pembelajaran dan pengalaman langsung.
2. Pendekatan Psikologis, peserta didik adalah suatu organisme yang sedang tumbuh dan berkembang. Peserta didik memiliki berbagai potensi manusiawi, seperti: bakat, minat, kebutuhan, sosial-emosional-personal, dan kemampuan jasmaniah. Potensi-potensi itu perlu dikembangkan melalui proses pendidikan dan pembelajaran di sekolah, sehingga terjadi perkembangan secara menyeluruh menjadi

manusia seutuhnya. Perkembangan menggambarkan perubahan kualitas dan abilitas dalam diri seseorang, yakni adanya perubahan dalam struktur, kapasitas, fungsi, dan efisiensi. Perkembangan itu bersifat keseluruhan, misalnya perkembangan intelegensi, sosial, emosional, spiritual, yang saling berhubungan satu dengan lainnya.

3. Pendekatan edukatif atau *paedagogis*, pendekatan pendidikan menempatkan peserta didik sebagai unsur penting, yang memiliki hak dan kewajiban dalam rangka sistem pendidikan menyeluruh dan terpadu. Menurut Seels & Richey (Asri Budiningsih, 2004: 16), karakteristik siswa merupakan bagian-bagian pengalaman siswa yang berpengaruh pada keefektifan proses belajar. Pemahaman tentang karakteristik siswa bertujuan untuk mendeskripsikan bagian-bagian kepribadian siswa yang perlu diperhatikan untuk kepentingan rancangan pembelajaran. Karakteristik siswa pada dasarnya dapat diidentifikasi dari berbagai sudut pandang antara lain: kemampuan awal siswa, latar belakang budaya siswa, pengalaman belajar siswa, gaya belajar siswa, dan sebagainya. Dalam kajian ini salah satu karakteristik belajar siswa yang akan dikaji karena dipandang cukup penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan proses belajar siswa adalah karakteristik gaya belajar siswa. Menurut Gunawan (2003: 139) gaya belajar adalah cara yang lebih disukai seseorang dalam melakukan kegiatan berpikir, memproses dan memahami suatu informasi. Sebagai misal, ketika kita ingin mempelajari tentang tanaman, kita mungkin lebih senang jika belajar melalui

video, mendengarkan ceramah, membaca buku, atau lebih senang belajar melalui cara bekerja langsung di Perkebunan atau mengunjungi kebun raya. Sementara menurut S. Nasution (2003: 93), Gaya belajar merupakan cara yang konsisten yang dilakukan oleh seorang siswa dalam menangkap stimulus atau informasi, cara mengingat, berpikir dan memecahkan soal.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian yang dilakukan terdapat 2 variabel yaitu :

Efektivitas komunikasi guru sebagai variabel x dan **Sikap siswa** sebagai variabel y.

Kajian penelitian ini lebih memfokuskan pada kontek komunikasi organisasi, dimana kepala sekolah, guru, Seluruh staf dan siswa bahkan sampai satpam adalah suatu kesatuan yang terstruktur dalam lembaga pendidikan. Komunikasi organisasi secara sederhana dapat dipahami 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 non formal. Menurut Deddy mulyana, pengertian komunikasi organisasi, adalah :

> "Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok." (Mulyana, 2004 : 75)

Agar pesan tersampaikan dengan baik maka diperlukan komunikasi

secara efektif yang dikelola oleh komunikator untuk mencapai tujuan komunikasi yang dipahami oleh komunikan. Sehingga perlunya efektivitas komunikasi dari komunikator tersebut.

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Penelitian ini terdiri dari dua variable dimana **Efektivitas komunikasi** sebagai variabel x didasari oleh peneliti dengan diperolehnya pengertian dari definisi yang berkaitan dengan efektivitas. Efektif memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Komunikasi dikatakan efektif atau berhasil adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator serta dapat mengubah sikap komunikan.

Efektivitas menurutt Onong Uchjana Effendy, adalah :

> ” Komunikasi yang prosesnya mencapai **tujuan**nya di**rencana**kan sesuai dengan biaya yang dianggarkan **waktu** yang ditetapkan dan jumlah **personil** yang ditentukan”. (Effendy, 1989:14)

Dari definisi Efektivitas diatas maka, peneliti menarik indikator untuk dijadikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tujuan
2. Rencana
3. Waktu

4. Personil

Peneliti mengambil 4 indikator dari definisi teori tersebut yaitu tujuan, rencana, waktu, dan personil. Peneliti tidak mengambil biaya sebagai indikator dalam penelitian ini karena biaya tidak ada kaitan dalam penelitian ini.

Sikap merupakan konstelasi komponen – komponen **kognitif, afektif,** dan **konatif** yang saling berinteraksi satu sama lain dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek (Azwar, 2013 : 5).

Bertolak dari definisi sikap di atas dapat memperkuat kognitif, afektif, dan konatif yang dujadikan sebagai indicator oleh peneliti untuk mngukur variable Y yaitu sikap.

Salah satu dampak dari efeketivitas komunikasi terhadap sikap siwa diatas adalah adanya respon/perubahan sikap.

Menurut Krech dan Crutchfiled & Ballachey yang dikutip oleh soedarsono dalam buku sistem manajemen komunikasi merumuskan tiga komponen tersebut sebagai komponen kognitif *(cognitive)*, prasaan *(Feeling)*, dan kecenderungan tindakan *(action tendency)*, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Komponen kognitif, adalah kepercayaan *(belief)* seseorang terhadap objek sikap.
2. Komponen perasaan menunjukan pada emosionalitas terhadap objek. Komponen perasaan mempunyai manifestasi Fisiologis yang dapat diukur secara eksperime
3. Komponen kecenderungan bertindak, adalah kencenderungan-kecenderungan tindak seseorang, baik positif maupun negative terhadap objek sikap. (soedarsono 2009: 69)

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika

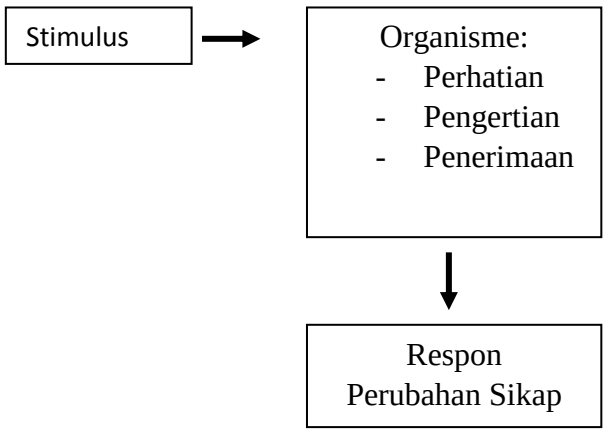
stimulus yang menerpa benar benar melebihi semula Dr. Saifuddin Azwar dalam bukunya "Sikap Manusia, Teori dan Pengukurnya" mengutip pendapat dari Hovland, Janis dan Kelley (2013:7) yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting yaitu : (Perhatian, Pengertian, Penerimaan).

Peneliti mengambil dasar pemikiran berdasarkan Teori Komunikasi yaitu *Stimulus- Organism-Response(S-O-R) Theory* atau Teori Stimulus - Organisme-Respons yang berkaitan dengan sikap, dimana sikap merupakan salah satu faktor yang menentukan perilaku manusia, karena sikap berhubungan dengan persepsi, kepribadian, dan motivasi individu dalam aktivitas sehari – hari, baik di lingkungan sosial maupun organisasi. Teori perubahan sikap yang diterima oleh komunikan dikenal dengan teori SOR (stimulus – Organism - Respons) dimana menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap komunikan seperti kredibilitas, kepemimpinan dan gaya berkomunikasi.

Adapun Gambar dari Variabel Y yang digunakan peneliti yaitu Teori S-O-R sebagai berikut :

Gambar 2.3

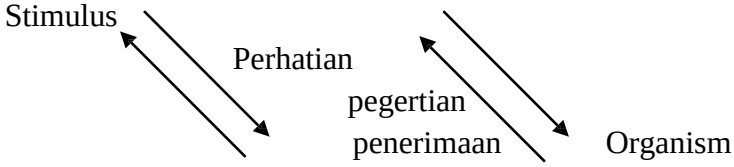
Teori Stimulus -Organisme-Respons (S-O-R)



Sumber : (effendi, 2003 : 256)

Perubahan ini akan melalui proses tahapan perhatian, pengertian, dan penerimaan. Tiap tahapan terjadi proses internal tersendiri untuk dapat dikeluarkan pada tahapan berikutnya sebagai reaksi tersendiri.

Tahapan I :



Stimulus yang disampaikan pada organisme (individu) akan dijawab dengan adanya perhatian terhadap isi. Pada proses ini terdapat kegiatan-kegiatan dari komunuikator.

yang memberikan informasi mengenai stimulus. Informasi pada awalnya belum mempunyai arti, dan baru sampai pada tahap *instrospeksi*

Tahapan II

Pada tahap ini suatu proses "mengerti" tentang konsepsi yang telah dibuat. Jika konsepsi ini tidak dimengerti maka tahap ini tidak tercapai, pada tahapan ini telah ada penerimaan sebagai bentuk konsep.

Tahapan III

Pada tahap ini terjadi keyakinan terhadap penerimaan, selanjutnya terjadi reaksi berupa tindakan dalam bentuk perubahan sikap yakni pemahaman.

Pendekatan teori S-O-R ini beranggapan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisis dari stimuli yang diberikan dan dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukuman maupun penghargaan sesuai dengan reaksi yang terjadi.

Teori S-O-R di titikberatkan pada proses pengertian di mana banyak

menyangkut komponen tentang kognisi. Pada taraf ini diharapkan adanya wawasan pengertian dan konsep berpikir, disini dapat dilihat bahwa pada teori stimuli respon lebih diutamakan masalah kognisi dan diabaikan komponen afeksi, sedangkan komponen konasi tergantung pada imbalan dan hukuman sebagai akibat dari penguatan rangsang. Didalam pendekatan teori S-O-R diutamakan cara-cara pemberian imbalan yang efektif agar komponen konasi dapat diarahkan kepada komunikan yang dikehendaki, sedangkan pemberian informasi adalah penting untuk dapat merubah kompenen kognisi.

Hovland, Janis dan Kelley (1953) dalam buku azwar beranggapan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting dalam merubah sikap, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan (pemahaman). Unsur-unsur teori tersebut terdiri dari pesan (*stimulus*), komunikan (*organism)* dan efek (*reaksi*).

Proses tersebut diatas menggambarkan "perubahan sikap" dan bergantung pada proses yang terjadi pada diri individu. Adapun langkah dari perubahan sikap itu sendiri :

a) Stimulus yang diberikan pada organism dapat diterima atau ditolak. Jika stimulus ditolak oleh organism, pada proses selanjutnya terhenti. Ini berate bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organism sehingga tidak ada perhatian (attention) dari organism. Jika

stimulus diterima oleh organisme, berarti adanya komunikasi dan perhatian dari organisme. Dalam hal ini, stimulus efektif ada reaksi.

b) Jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus (correctly comprehended). Kemampuan dari organisme inilah yang dapat melanjutkan proses berikutnya.

c) Pada langkah berikutnya adalah organisme dapat menerimasecara baik apa yang telah diolah sehingga terjadi pemahaman kesediaan untuk perubahan sikap .

Peneliti berusaha mengaplikasikan definisi dan teori yang didapat pada kerangka pemikiran teoritis. Maka disini peneliti mencoba mengaplikasikan masalah penelitian kedalam model proses komunikasi S-O-R.

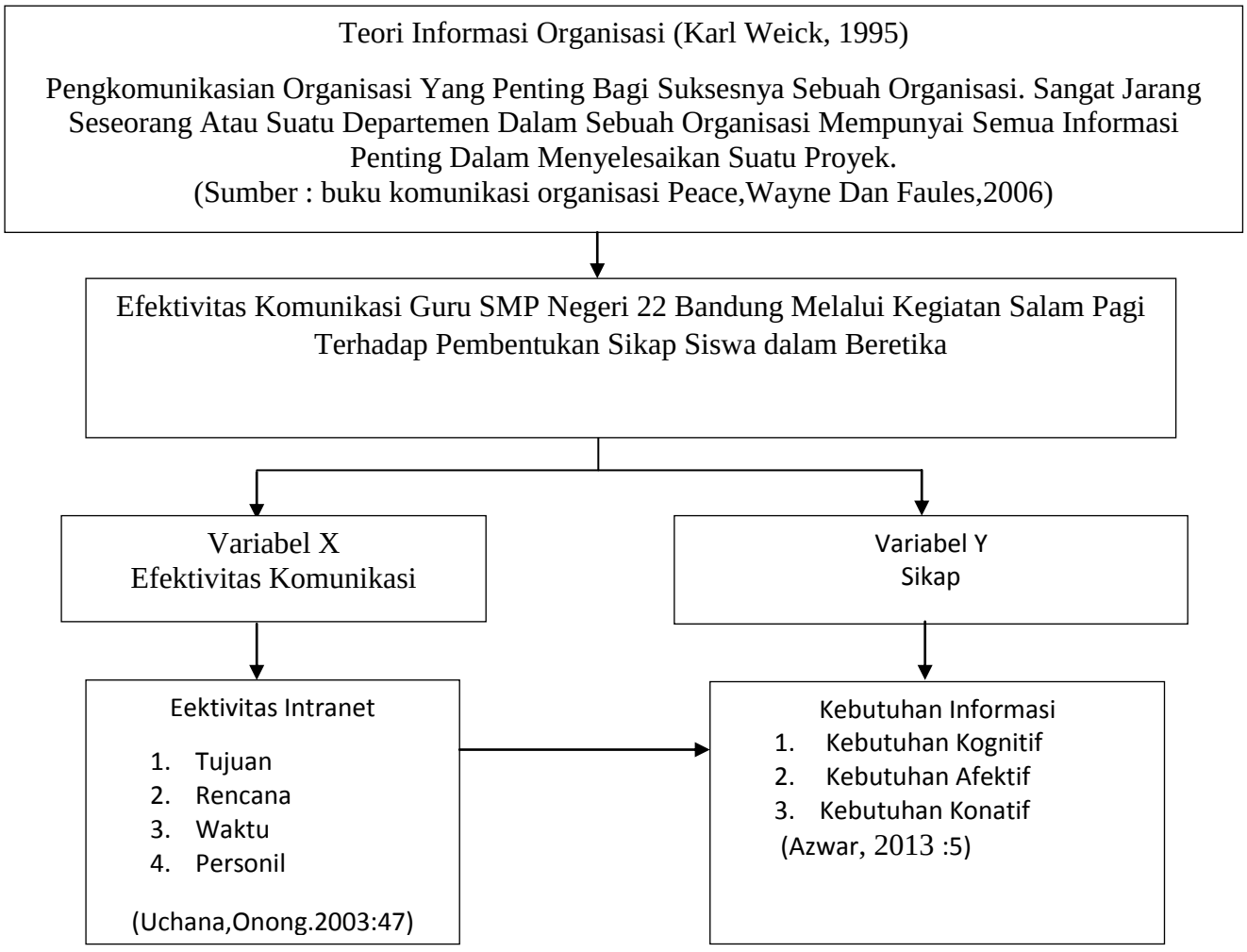
Adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah:

5. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan komunikator melalui kegiaan salam pagi
6. Organism yang dimaksud adalah para siswa SMP Negeri 22 Bandung
7. Respon yang dimaksud adalah pembentukan sikap siswa dalam beretika.

Dari pemaparan kaitan variabel X dan Y diatas berikut model kerangka pemikiran peneliti :

Gambar 2.4

Model Kerangka Pemikiran



Sumber : Pemikiran Peneliti 2015

2.3 Hipotesis

Pengertian hipotesis, berasal dari dua kata ; *hypo* dan *thesis*. Yaitu istilah *hypo* (hipo) berarti „kurang dari‟ dan *thesis* (tesa) yang berarti pendapat. Jadi hipotesis (*hypothesis*) adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara, dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya (Ruslan, 2008: 171).

Hipotesis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ha : Ada Pengaruh Efektivitas Komunikasi Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi terhadap pembentukan Sikap siswa dalam beretika.
2. Ho : Tidak ada pengaruh Efektivitas Komunikasi Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi terhadap pembentukan sikap siswa dalam beretika.

Untuk dapat mempermudah penelitian ini, maka peneliti menjabarkan hipotesis di atas dengan uraian sebagai berikut :

1. Ha_1 : Jika **Tujuan** komunikasi guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi baik maka pembentukan **Sikap** siswa dalam beretika baik.

   Ho_1 : Jika **Tujuan** komunikasi Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak baik maka pembentukan **Sikap** siswa dalam beretika tidak baik.

2. Ha2 : Jika **Rencana** yang dibuat oleh Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi baik maka pembentukan **Sikap** siswa dalam beretika baik.

   Ho2 : Jika **Rencana** yang dibuat Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak baik maka pembentukan **Sikap** siswa dalam beretika tidak baik.

3. Ha3 : Jika **Waktu** yang digunakan oleh Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tepat maka pembentukan **Sikap** siswa dalam beretika baik.

   Ho3 : Jika **Waktu** yang digunakan Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak tepat maka pembentukan **Sikap** siswa dalam beretika tidak baik.

4. Ha4 : Jika **Personil** yang digunakan Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi baik maka pembentukan sikap siswa dalam beretika baik

   Ho4 : Jika **Personil** yang digunakan Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak baik maka pembentukan sikap siswa dalam beretika tidak baik

5. Ha5 : Jika **efektivitas komunikasi** Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi Baik maka **Kognitif** siswa dalam beretika baik.

   Ho5 : Jika **efektivitas komunikasi** Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak baik maka **kognitif** siswa dalam

beretika tidak baik.

6. Ha6 : Jika **efektivitas komunikasi** Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi baik maka **afektif** siswa dalam beretika baik.

   Ho6 : Jika **efektivitas komunikasi** Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak baik maka **Afektif** siswa dalam beretika tidak baik.

7. Ha7 : Jika **efektivitas komunikasi** Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi baik maka **Konatif** siswa dalam beretika baik.

   Ho7 : Jika **efektivitas komunikasi** Guru SMP Negeri 22 Bandung melalui kegiatan salam pagi tidak baik maka **Konatif** siswa dalam beretika tidak baik.