BAB II

KAJIAN PUSTAKA, TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka, sebenarnya telah ada yang meneliti tentang seputar kredibilitas, namun disini terdapat perbedaan skripsi yang penulis teliti. Contoh skripsi yang sudah ada yang ditulis oleh peneliti yang lain, yaitu:

1. "Kredibilitas *Opinion Leader* dan Perubahan Perilaku Korban Narkoba di Pondok Inabah" (Ika Ningrum: 2002). Dalam penelitiannya Ika Ningrum berusaha untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *opinion leader* terhadap perubahan perilaku korban narkoba. Skripsi ini menggunakan metode statistic dengan asumsi bahwa semakin tinggi kredibilitas *opinion leader*, maka semakin tinggi pula perubahan perilaku korban narkoba. Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa kredibilitas *opinion leader* di Pondok Inabah tergolong dalam kategori tinggi. Hasil data didapatkan kesimpulan bahwa antara kredibilitas opinion leader dengan perubahan perilaku korban narkoba tingkat kolerasinya cukup tinggi yaitu dengan nilai sebesar 46,6%[3]
2. Kredibilitas Da'i terhadap tingkat Perhatian" (Muhammad Haris:2002). Skripsi ini membahas tentang studi jama'ah pengajian ibu-ibu di dusun Seturan Catur Tunggal Depok Sleman Yogyakarta oleh ustad Saebani.

[3] Ika Ningrum, Kredibilitas *Opinion Leader* dan Perubahan Perilaku Korban Narkoba di Pondok Inabah, (UGM: 2002).

Skripsi ini menggunakan metode statistik. Dari hasil penelitiannya ada hubungan positif signifikan antara kredibilitas da'i terhadap tingkat perhatian jama'ah pengajian ibu-ibu di dusun Seturan dalam interaksi keduanya. Semakin tinggi seorang da'i memiliki nilai kredibilitas dihadapan jama'ah pengajian, maka semakin tinggi pula tingkat perhatian yang diberikannya. Berdasarkan hasil penelitiannya da'i memperoleh nilai kredibilitas rata-rata sebesar 68% responden memberikan penilaian sedang sehingga dikatakan cukup baik, kemudian nilai rata-rata skor perhatian sebesar 64% responden mempersepsi sedang sehingga dikatakan cukup baik juga.[4]

3. "Kredibilitas Da'iyah Shinto Nabilah di Mata Masyarakat Desa Ngadirejo Magelang" (Sadisatu Ritnani: 2008). Skripsi ini membahas tentang Da'iyah Shinto Nabilah yang mengisi pengajian secara rutin di Desa Ngadirejo, da'i satu-satunya yang dihandalkan didaerah Kabupaten Magelang. Skripsi ini menggunakan metode statistik. Hasil data yang didapatkan untuk masyarakat yang aktif mengikuti pengajian ditinjau berdasarkan keahlian 72%, menurut masyarakat yang tidak aktif 60%, berdasarkan kepercayaan dilihat masyarakat yang aktif 72%, dilihat yang tidak aktif 76%, kedinamisan yang aktif 70%, tidak aktif 74%, koorientasnyanya yang aktif 72%, yang tidak aktif 68%, dan berdasarkan karismanya yang aktif 88%, yang tidak aktif 86%. Hal ini berarti masyarakat desa Ngadirejo Megelang

[4] Muhammad Haris "Kredibilitas Da'i terhadap Tingkat Perhatian" (IAIN Sunan Kalijaga:2002).

berpandangan bahwa Da'iyah Shinto Nabilah merupakan da'iyah yang handal dan berkredibilitas tinggi.[5]

Disini penulis akan meneliti tentang Hubungan Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat dilihat dari segi: (Keterpercayaan, Keahlian, dan Daya Tarik) Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat terhadap Loyalitas Anggota Pemuda Pancasila Jawa Barat dan juga dilihat dari segi: (Ketaatan, Kejujuran, Pengabdian, dan Bertanggung jawab).

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.2.1.1. Definisi Ilmu Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, tidak dapat hidup sendiri untuk memenuhi segala macam kebutuhan dalam hidupnya. Untuk itu diperlukan komunikasi yang menjadi sarana yang sangat penting untuk bisa mencapai itu. dengan orang lain, mulai dari keluarga sampai dengan masyarakat luas. Selain itu juga komunikasi berguna untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan berhubungan dengan orang lain.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi

[5] Sadisatu Ritnani, Kredibilitas Da'iyah Shinto Nabilah di Mata Masyarakat Desa Ngadirejo Magelang, (Universitas Islam Neeri Sunan Kalijaga:2008)

harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Menurut Carl I. Hovland, pengertian komunikasi adalah "Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap" (Effendy, 2003:13).

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (Pemimpin atau Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (anggota Pemuda Pancasila) bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku anggota agar menjadi loyalitas kepada organisasi).

2.2.1.2. Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*). (2003:55)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut Cangara Hafied adalah mengandung hal-hal sebagai berikut:

1. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.

Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

2. Memahami orang

Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

3. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain

Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu

Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki. (Hafied, 2002:22)

2.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengutip fungsi komunikasi menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson:

"Pertama, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat." (Mulyana, 2005:5).

2.2.1.4. Hambatan Komunikasi

Di dalam komunikasi selalu ada hambatan yang dapat mengganggu kelancaran jalannya proses komunikasi. Sehingga informasi dan gagasan yang disampaikan tidak dapat diterima dan dimengerti dengan jelas oleh penerima pesan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*:

1. Gangguan, ada dua jenis gangguan yaitu:
    a. Gangguan Mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan secara fisik.
    b. Gangguan Semantik ialah gangguan sejenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak, gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian.

2. Kepentingan: seorang yang memiliki kepentingan akan selalu selektif dalam menanggapi atau menerima pesan.
3. Motivasi Terpendam: motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya.
4. Prasangka: penilaian negatif kepada seseorang dan tidak menggunakan pikiran yang rasional. (2003:45-49)

2.2.2. Tinjauan Tentang Kredibilitas

Pada umumnya kredibiltas itu adalah kepercayaan. Namun jika kita kaitkan dengan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi interpersonal maka definisi kredibilitas menjadi seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung dua hal:

1. Kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator.
2. Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.

Karena kredibilitas itu masalah persepsi, kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikate), topik yang dibahas, dan situasi. Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis dan Kelley, menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber, yakni:

1. Keterpercayaan (*trustworthiness*)

Berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta

memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Umumnya penilaian dilakukan berdasarkan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan akan perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain *track record* seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak. Yang menarik, ialah tentang konsistensi, yang ternyata juga menjadi salah satu kriteria keterpercayaan. Khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten.

2. Keahlian (*expertise*)

Faktor keahlian berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap mahir dalam berkomunikasi antar internal organisasi dan eksternal dengan organisasi yang lain.

3. Daya Tarik (*attractiveness*)

Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Harap dipahami, pada konteks ini daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja menarik, tapi tidak karismatik. Sebaliknya seseorang bisa saja berkarisma tapi nilai-nilai yang ada pada orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati orang lain untuk melakukan identifikasi psikologis.

a. Daya Tarik Fisik

Penampilan fisik seseorang akan mempengaruhi bagaimana khalayak mempersepsi sumber. Berbagai penelitian dalam bidang persuasi menyimpulkan bahwa orang yang menarik secara fisik dapat

lebih mempersuasi orang lain. Mengapa hal ini bisa terjadi? Penelitian menyatakan bahwa daya tarik fisik bukanlah hal yang dapat diremehkan. Daya tarik fisik mampu menciptakan karakteristik kepribadian yang berbeda. Orang yang mempunyai daya tarik fisik secara sosial lebih mendapat perhatian, lebih dihargai dan lebih diterima. Mereka juga lebih banyak mendapatkan umpan balik yang positif pada setiap awal interaksi yang dilakukan.

b. Daya Tarik Psikologis

Komponen daya tarik psikologis biasanya menyangkut *similarity* (kesamaan atau kemiripan). Artinya kemiripan antara pembicara dengan khalayak dapat meningkatkan daya tarik, yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. Contohnya, kesamaan generasi, gender, kelas sosial, kepribadiaan atau sama-sama menjadi bagian dalam suatu kelompok. (Venus, 2004:57-60)

2.2.3. Tinjauan Loyalitas Anggota

Loyalitas didefinisikan sebagai kesetiaaan pada sesuatu dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain atau organisasi tempat dia meletakan loyalitasnya.

Loyalitas anggota terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melenggangkan hubungannya dengan organisasi, kalau perlu mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Kesediaan anggota untuk mempertahankan diri bekerja dalam organisasi

adalah hal yang penting untuk menunjang komitmen anggota terhadap organisasi dimana mereka bekerja. Hal ini dapat diupayakan jika anggota merasakan adanya keamanan dan kepuasan di dalam organisasi tempat ia bergabung untuk bekerja.

Menurut Hasibuan bahwa loyalitas atau kesetiaan merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian anggota yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, jabatannya dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan anggota menjaga dan membela organisasi didalam maupun diluar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggungjawab.[6]

Penjelasan untuk PP No.10 tahun 1979 penilaian pekerjaan karyawan atau anggota organisasi dilihat aspek-Aspek loyalitas anggota menurut Saydam adalah sebagai berikut:

1. Ketaatan atau Kepatuhan: kesanggupan seorang anggota Pemuda Pancasila untuk mentaati segala peraturan AD/ART yang belaku dan mentaati perintah dinas yang diberikan atasan yang berwenang, serta sanggup tidak melanggar larangan yang ditentukan.
2. Bertanggungjawab: kesanggupan seorang anggota Pemuda Pancasila dalam menyelesaikan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan baik, tepat waktu, serta berani mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan.

[6]http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/116/jtptunimus-gdl-sitirohmin-5759-2 babii.pdf

3. Pengabdian: sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas kepada organisasi masyarakat.
4. Kejujuran: keselarasan antara yang terucap atau perbuatan dengan kenyataan. (2000:416-422)

2.3. Kerangka Pemikiran

2.3.1. Kerangka Teoritis

Penelitian ini dilandasi oleh teori kredibilitas sumber, teori ini lahir cukup lama. Dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly tahun 1953 (Communication Capstone, 2001). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas dibidangnya.

"Jangan melihat siapa yang berbicara, tapi lihatlah apa yang dibicarakannya." Sebuah kalimat tersebut seringkali kita dengar dalam kesempatan-kesempatan tertentu yang menuju kepada ketidakpercayaan seorang pendengar terhadap orang yang membicarakan sesuatu. Bisaanya hal ini terjadi dalam kesempatan komunikasi yang melibatkan orang dengan pendidikan, usia, ataupun kedudukan yang lebih rendah sebagai pembicara dengan orang atau kelompok yang memiliki kedudukan lebih tinggi.

Kalimat tersebut merupakan sesuatu yang bijak karena kita sebagai makhluk sosial membutuhkan hubungan timbal balik guna menambah pengetahuan meskipun hal itu bersumber dari orang yang tidak kita perhitungkan.

Sebagai orang atau kelompok yang pada saat-saat tertentu berperan sebagai komunikator, tentu saja kita harus meminimalisir pandangan orang terhadap diri dan apa yang akan kita bicarakan nantinya. Untuk itu, dibutuhkan sebuah usaha untuk meningkatkan tingkat kepercayaan (kredibilitas) komunikan terhadap diri seorang komunikator. Tingkat kepercayaan disini mengacu kepada sejauh mana sumber dapat memberikan informasi yang jelas kepada komunikan serta komunikan dapat mengambil informasi dari pembicaraan-pembicaraan yang dilakukan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis dan Kelley, menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber, yakni:

1. Keterpercayaan (trustworthiness)

   Berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Umumnya penilaian dilakukan berdasarkan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan akan perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain *track record* seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak. Yang menarik, ialah tentang konsistensi, yang ternyata juga menjadi salah satu kriteria keterpercayaan.

Khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten.

2. Keahlian (*expertise*)

Faktor keahlian berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap mahir dalam berkomunikasi antar internal organisasi dan eksternal dengan organisasi yang lain

3. Daya Tarik (*attractiveness*)

Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Harap dipahami, pada konteks ini daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja menarik, tapi tidak karismatik. Sebaliknya seseorang bisa saja berkarisma tapi nilai-nilai yang ada pada orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati orang lain untuk melakukan identifikasi psikologis.

a. Daya Tarik Fisik

Penampilan fisik seseorang akan mempengaruhi bagaimana khalayak mempersepsi sumber. Berbagai penelitian dalam bidang persuasi menyimpulkan bahwa orang yang menarik secara fisik dapat lebih mempersuasi orang lain. Mengapa hal ini bisa terjadi? Penelitian menyatakan bahwa daya tarik fisik bukanlah hal yang dapat diremehkan.

Daya tarik fisik mampu menciptakan karakteristik kepribadian yang berbeda. Orang yang mempunyai daya tarik fisik secara sosial lebih mendapat perhatian, lebih dihargai dan lebih diterima. Mereka juga lebih

banyak mendapatkan umpan balik yang positif pada setiap awal interaksi yang dilakukan.

b. Daya Tarik Psikologis

Komponen daya tarik psikologis biasanya menyangkut *similarity* (kesamaan). Artinya kemiripan antara pembicara dengan khalayak dapat meningkatkan daya tarik, yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. (Venus, 2004:57-60)

2.3.2. Kerangka Konseptual

2.3.2.1. Kredibilitas

Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas. Karena kredibilitas itu masalah persepsi, kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikate), topik yang dibahas, dan situasi.

Menurut Kenneth E. Andersen Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunikikate tentang komunikator sebelum ia berlakukan komunikasinya disebut *prior ethos*. Sumber komunikasi memperoleh *prior ethos* karena berbagai hal. Kita membentuk gambaran tentang diri komunikator dengan pengalaman langsung dengan komunikator itu atau dari pengalaman wakilan (*vicarious experiences*); misalnya, karena sudah lama bergaul dengan seseorang dan sudah mengenal integritas kepribadiannya atau karena kita sudah sering melihatnya atau mendengarnya dalam media massa.

Boleh jadi kita membentuk *prior ethos* komunikator dengan menghubungkannya pada kelompok rujukan orang itu, kita meletakkannya dalam kategori pada skema kognitif kita. Selain itu mungkin juga *prior ethos* terbentuk karena sponsor atau pihak-pihak yang mendukung komunikator, dan boleh jadi *prior ethos* juga timbul oleh petunjuk-petunjuk nonverbal yang ada pada diri komunikator.

Ada juga perubahan yang disebabkan oleh apa yang disebut Kenneth E. Andersen sebagai *intrinsic ethos*. Hal ini dibentuk oleh topik yang dipilih, cara penyampaian, teknik-teknik pengembangan pokok bahasan, dan bahasa yang digunakan, serta organisasi pesan atau sistematika yang dipakai. Perubahan *ethos* dalam jalannya komunikasi telah diteliti oleh Brooks dan Scheidel (1986). Selain pelaku persepsi dan topik yang dibahas, faktor situasi juga mempengaruhi kredibilitas. Belum banyak penelitian dilakukan tentang pengaruh situasi pada persepsi komunikate tentang komunikator. Tetapi dapat kita juga bahwa pada akhirnya kredibilitas dipengaruhi oleh interaksi di antara berbagai faktor (Rakhmat, 2003:260).

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan ada dua komponen paling penting dalam kredibilitas yaitu *keahlian* dan *kepercayaan*. *Keahlian* adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam

hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tentu sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, atau bodoh. *Kepercayaan* adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Kesan bahwa komunikator dinilai jujur, tulus, adil, sopan dan etis dimana kesemuanya itu merupakan objektifitas dalam berpikir (Rakhmat, 2003:260).

Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis dan Kelley, menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber, yakni:

1. Keterpercayaan (*trustworthiness*)

   Berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Umumnya penilaian dilakukan berdasarkan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan akan perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain *track record* seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak. Yang menarik, ialah tentang konsistensi, yang ternyata juga menjadi salah satu kriteria keterpercayaan. Khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten.

2. Keahlian (expertise)

Faktor keahlian berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap mahir dalam berkomunikasi antar internal organisasi dan eksternal dengan organisasi yang lain

3. Daya Tarik (*attractiveness*)

Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Harap dipahami, pada konteks ini daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja menarik, tapi tidak karismatik. Sebaliknya seseorang bisa saja berkarisma tapi nilai-nilai yang ada pada orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati orang lain untuk melakukan identifikasi psikologis.

a. Daya Tarik Fisik

Penampilan fisik seseorang akan mempengaruhi bagaimana khalayak mempersepsi sumber. Berbagai penelitian dalam bidang persuasi menyimpulkan bahwa orang yang menarik secara fisik dapat lebih mempersuasi orang lain. Mengapa hal ini bisa terjadi? Penelitian menyatakan bahwa daya tarik fisik bukanlah hal yang dapat diremehkan. Daya tarik fisik mampu menciptakan karakteristik kepribadian yang berbeda. Orang yang mempunyai daya tarik fisik secara sosial lebih mendapat perhatian, lebih dihargai dan lebih diterima. Mereka juga lebih banyak mendapatkan umpan balik yang positif pada setiap awal interaksi yang dilakukan.

b. Daya Tarik Psikologis

Komponen daya tarik psikologis biasanya menyangkut *similarity (kesamaan)*. Artinya kemiripan antara pembicara dengan khalayak dapat meningkatkan daya tarik, yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. Contohnya, kesamaan generasi, gender, kelas sosial, kepribadiaan atau sama-sama menjadi bagian dalam suatu kelompok. (Venus, 2004:57-60)

2.3.2.2. Loyalitas Anggota

Loyalitas didefinisikan sebagai kesetiaaan pada sesuatu dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain atau organisasi tempat dia meletakan loyalitasnya.

Menurut Hasibuan bahwa loyalitas atau kesetiaan merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian anggota yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, jabatannya dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan anggota menjaga dan membela organisasi didalam maupun diluar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggungjawab.[7]

Loyalitas merupakan suatu proses yang ditimbulkan sebagai akibat keinginan untuk setia dan berbakti baik itu pada

[7]http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/116/jtptunimus-gdl-sitirohmin-5759-2babii.pdf

organisainya, AD/ART, pemimpinnya. Hal ini menyebabkan seseorang rela berkorban untuk memuaskan pihak lain/organisasi.

Penjelasan untuk PP No.10 tahun 1979 penilaian pekerjaan karyawan atau anggota organisasi dilihat aspek-aspek loyalitas anggota menurut Saydam adalah sebagai berikut:

1. Ketaatan atau Kepatuhan: kesanggupan seorang anggota Pemuda Pancasila untuk mentaati segala peraturan AD/ART yang belaku dan mentaati perintah dinas yang diberikan atasan yang berwenang, serta sanggup tidak melanggar larangan yang ditentukan.
2. Bertanggungjawab: kesanggupan seorang anggota Pemuda Pancasila dalam menyelesaikan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan baik, tepat waktu, serta berani mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan.
3. Pengabdian: sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas kepada organisasi masyarakat.
4. Kejujuran: keselarasan antara yang terucap atau perbuatan dengan kenyataan. (2000:416-422)

Loyalitas seorang anggota dalam sebuah organisasi tidak dapat diukur dari sejauh mana dia patuh dan setia kepada anggota lainnya. Dalam jenjang struktural misalnya, loyalitas tidak hanya diukur dari sejauh mana seorang anggota patuh dan setia kepada atasannya.

Konstitusi menghendaki adanya struktur dalam organisasi untuk menjalankan sistem yang perannya dimainkan oleh anggota. Yang menjadi ukuran loyalitas seorang anggota dalam sebuah organisasi adalah patuh dan setianya kader tersebut terhadap konstitusi. Kepemimpinan dalam sebuah organisasi merupakan kepemimpinan kolektif yang pada hakikatnya merupakan pengejawantahan dari konstitusi itu sendiri. Pimpinan organisasi pada hakikatnya adalah Wujud pengemban amanah konstitusi.

Pemuda Pancasila adalah Organisasi Sosial Kemasyaraktan yang cita-cita kediriannya adalah bertujuan untuk melestarikan Negara Kesatuan Republik Indonesia serta mewujudkan masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera materil dan spirituil berdasarkan Pancasila dan UUD45 sebagai Konstitusi. Sesuai dengan sifat kediriannyan Pemuda Pancasila bersifat Independen, patriotik, militan, inovatif, mandiri, persaudaraan, kreatif dan terbuka tanpa mempermasalahkan perbedaan Ras, suku, agama, golongan, profesi dan status sosial.

Sejatinya Pemuda Pancasila merupakan pengawal pancasila, pengawal ideologi bangsa. UUD45 yang merupakan kesatuan integralnya Pancasila adalah konstitusi negara yang juga harus dikawal Pemuda Pancasila. Pilihan politik seorang warga negara adalah hak politik yang dilindungi konstitusi.

Pemuda Pancasila sebagai pengawal konstitusi juga turut mengawal hak konstitusi setiap individu warga negara sebagai konsekuensi logis dari kediriannya. Organisasi *Independen* yang merupakan sifat kedirian Pemuda Pancasila harus turut menjamin keterbukaan tanpa mempermasalahkan golongan.

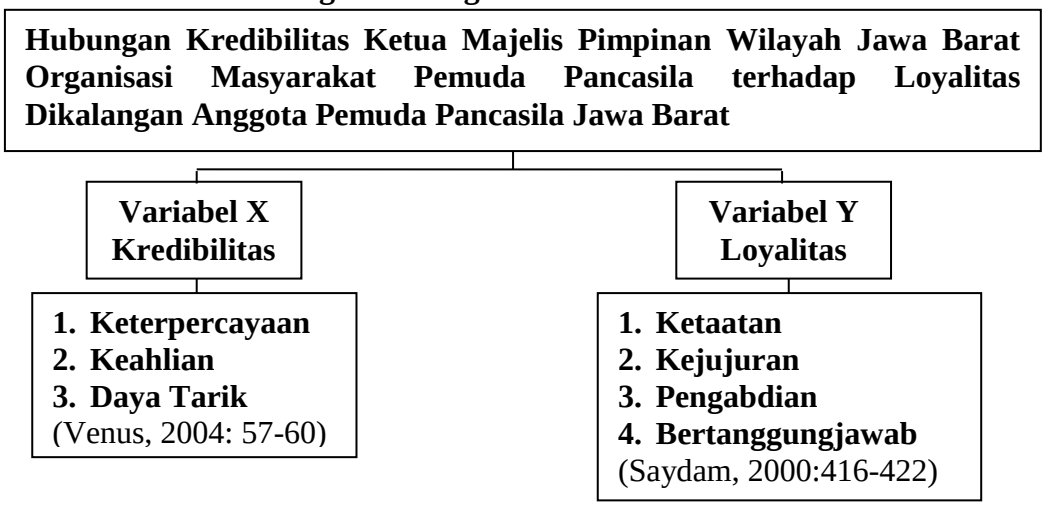
Loyalitas kader Pemuda Pancasila terhadap Organisasinya tidak bisa diukur dari pilihan politiknya. Selama pilihan politik tersebut masih dalam kerangka ideologi Pancasila dan sesuai konstitusi NKRI adalah wajib anggota Pemuda Pancasila untuk turut mengawal hak politik tersebut. Dalam kenyataannya Pemuda Pancasila banyak menghadapi dinamika pertentangan internal, pertentangan internal yang acap kali terjadi adalah ketika munculnya seorang kader Pemuda Pancasila yang maju dalam arena kompetisi politik.

Pertentangan karena perbedaan pilihan politik merupakan degradasi wujud kesadaran kedirian Pemuda Pancasila. Keputusan dukungan organisasi kepada kader Pemuda Pancasila yang maju dalam arena politik harus difahami sebagai bentuk keputusan dukungan yang tidak mencederai hak politik kader lainnya melainkan menjamin hak-hak politiknya terpenuhi.

Mengutip gaya bahasa salah seorang Organisatoris, bahwa matahari dalam sebuah organisasi hanya satu, dan itu adalah konstitusi. Layaknya seorang Presiden harus fatsun terhadap

konstitusi, begitupun pimpinan organisasi harus fatsun terhadap AD/ART. Oleh karena itu pandangan seorang anggota pemuda pancasila yang menyatakan loyalitas seorang anggota Pemuda Pancasila gugur akibat perbedaan pilihan politik. Karena sesuai dengan pemahaman diatas, yang menjadi ukuran loyalitas adalah fatsun anggota terhadap konstitusi, jikapun kader tersebut fatsun terhadap keputusan pimpinan tentu hal itu didasarkan atas fatsunnya pimpinan yang membawa keputusan organisasi secara konstitusional.[8]

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: dari bukunya venus dan saydam

[8] http://boogiemanggala.blogspot.com/

2.4. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah, "Terdapat Hubungan Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung". Menurut Jalaludin Rakhmat, "Untuk memudahkan penelitian, hipotesis harus dijabarkan menjadi subhipotesis-subhipotesis dengan menggunakan konsep-konsep yang sudah sangat spesifik". (Rakhmat, 2000: 20).

Subhipotesis:

1. **H0:** Tidak terdapat hubungan antara **Keterpercayaan** Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.

   H1: Terdapat hubungan antara **Keterpercayaan** Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.
2. **H0:** Tidak terdapat hubungan antara Keahlian Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.

   H1: Terdapat Hubungan Antara **Keahlian** Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.
3. **H0:** Tidak Terdapat Hubungan Antara **Daya Tarik** Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung

H1: Terdapat Hubungan Antara **Daya Tarik** Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap Loyalitas Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.

4. **H0:** Tidak Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Ketaatan** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung

   H1: Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Ketaatan** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.
5. **H0:** Tidak Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Kejujuran** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung

   H1: Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Kejujuran** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.
6. **H0:** Tidak Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Pengabdian** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung

   H1: Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Pengabdian** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.

7. **H0:** Tidak Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Bertanggungjawab** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung

   H1: Terdapat Hubungan Antara Kredibilitas Ketua Majelis Pimpinan Wilayah Jawa Barat Organisasi Masyarakat Pemuda Pancasila Terhadap **Bertanggungjawab** Dikalangan Anggota Pemuda Pancasila Kota Bandung.