BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang kita lalui untuk mendapatkan teori lebih dahulu. Mencari kepustakaan yang terkait dengan tugas, lalu menyusunnya. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Ardianto, 2010:37)

2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

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 Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan Sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung.**

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

NO.	IDENTITAS PENELITI	JUDUL PENELITIAN	PERBEDAAN	HASIL
1.	**Dea Febrika Sari** NIM: 41811069 Tahun: 2015 Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)	**Efektivitas Pelatihan *Commbasic* "Mengenal Lebih Jauh Asuransi Jiwa" PT. Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung terhadap Kualitas Kerja Mitra Bisnisnya**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas Pelatihan Commbasic "Mengenal Lebih Jauh Asuransi Jiwa" PT. Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung terhadap Kualitas Kerja Mitra Binisnya. Dan melihat seberapa besar pengaruh antara Efektivitas Pelatihan Commbasic "Mengenal Lebih	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara kredibilitas komunikator pada pelatihan commbasic terhadap kualitas kerja mitra bisnisnya diperoleh nilai korelasi 0,866 yang artinya memiliki hubungan yang sangat kuat dan searah. Ada pengaruh antara isi pesan yang disampaikan pada pelatihan commbasic terhadap kualitas kerja mitra bisnisnya diperoleh nilai korelasi sebesar 0,669 yang artinya memiliki hubungan yang kuat dan searah. Ada pengaruh antara media yang digunakan pada

NO.	IDENTITAS PENELITI	JUDUL PENELITIAN	PERBEDAAN	HASIL
			Jauh s Jiwa" PT. Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung terhadap Kualitas Kerja Mitra Binisnya	pelatihan commbasic terhadap kualitas kerja mitra bisnisnya diperoleh nilai korelasi sebesar 0,396 yang artinya memiliki hubungan yang rendah dan searah. Ada pengaruh antara efektivitas pelatihan commbasic terhadap pengetahuan mitra bisnisnya diperoleh nilai korelasi sebesar 0,493 yang artinya memiliki yang sedang dan searah. Ada pengaruh antara efektivitas pelatihan commbasic terhadap keterampilan mitra bisnisnya diperoleh nilai korelasi sebesar 0,493 yang artinya memiliki yang sedang dan searah.. Ada pengaruh antara efektivitas pelatihan terhadap abilities mitra kerjanya diperoleh nilai korelasi sebesar 0,664 yang artinya memiliki yang kuat dan searah.
2.	**Mega Indah Puspasari** NIM: 41808097 Tahun: 2013 Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)	**Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Guru SD Negeri Banjarsari 1 terhadap Pembentukan Sikap Siswa Menghadapi**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Komunikasi Antarpribadi guru SD Negeri Banjarsari 1	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, adanya: 1.) pengaruh tujuan komunikasi terhadap sikap siswa adalah 0,266 cukup kuat dan signifikan, 2.) rencana terhadap sikap siswa adalah 0,349 cukup kuat

NO.	IDENTITAS PENELITI	JUDUL PENELITIAN	PERBEDAAN	HASIL
		Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi	terhadap pembentukan sikap siswa menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.	dan signifikan, 3.) waktu yang digunakan terhadap sikap siswa adalah 0,475 cukup kuat dan signifikan, 4.) Serta adanya pengaruh efektivitas komunikasi terhadap perhatian Siswa adalah 0,444 cukup kuat dan signifikan, 5.) pengaruh efektivitas komunikasi terhadap pengertian Siswa adalah 0,445 cukup kuat dan signifikan, 6.) pengaruh efektivitas komunikasi terhadap pemahaman Siswa adalah 0,376 cukup kuat dan signifikan, 7.) dan adanya pengaruh efektivitas komunikasi terhadap sikap Siswa adalah 0,496 cukup kuat dan signifikan.
	Sri Natalina Banjarnahor NIM: 091000273 Tahun: 2012 Universitas Sumatera Utara (USU)	Efektivitas Konseling KB terhadap Pengetahuan dan Sikap PUS tentang Alat Kontrasepsi IUD di Desa Batu Melenggang Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Tahun	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas konseling terhadap pengetahuan dan sikap PUS tentang alat kontrasepsi IUD di Desa Batu Melenggang Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat	Jenis penelitian adalah penelitian survey yang bersifat deskriptif analitik dengan rancangan cross sectional. Populasi adalah seluruh PUS yang akseptor KB di Desa Batu Melenggang Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Tahun 2012 dan sampel berjumlah 194 responden dipilih dengan

NO.	IDENTITAS PENELITI	JUDUL PENELITIAN	PERBEDAAN	HASIL
		2012.	Tahun 2012.	menggunakan teknik *systematic random sampling* Hasil penelitian yang diperoleh bahwa konseling efektif terhadap peningkatan pengetahuan PUS tentang alat kontrasepsi IUD (p = 0.017) dan konseling efektif terhadap perubahan sikap PUS tentang alat kontrasepsi IUD (p = 0,004).

Sumber: Penelusuran Peneliti 2016

2.1.2. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1. Definisi Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Carl Hovland yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek yaitu: "komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi, pembentukan sikap dan pendapat."

Pengertian Komunikasi menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Komunikasi: Teori dan Praktek. Laswell mengatakan bahwa: *"*Cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect"?".* (Effendy, 2002:10).

Paradigma Laswell di atas menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

> "1. Komunikator *(communicator)*
> 2. Pesan *(message)*
> 3. Media *(media)*
> 4. Komunikan *(communicant)*
> 5. Efek *(effect)*." (Effendy, 2000:6).

Jadi, berdasarkan paradigm Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Selain itu menurut Everett M. Rogers yang dikutif oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi, yang menjelaskan: "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide di alihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka." (Mulyana, 2003:62).

Definisi di atas kemudian dikembangkan kembali oleh Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa: "Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka." (Cangara, 2005:18).

Rogers mencoba menspesialisasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), di mana ia menginginkan adanya suatu perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan

saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Beragamnya definisi mengenai komunikasi menuntun kita untuk lebih mengenal komunikasi secara konseptualisasi, dimana komunikasi terdiri dari tiga konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh Wenburg dan Wilmot (Mulyana, 2003:61-68):

1. **Komunikasi sebagai tindakan satu arah**

   Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya baik secara langsung atau melalui media. Jadi komunikasi dianggap sebagai proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

2. **Komunikasi sebagai interaksi**

   Pandangan ini menyeratakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau menganggukkan kepala. Komunikasi sebagai interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Namun pandangan ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima karena itu masih berorientasi pada sumber jadi masih bersifat mekanis dan statis.

3. **Komunikasi sebagai transaksi**

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi bersifat dinamis, lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui dengan langsung, konsep ini tidak membatasi komunikasi sebagai komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis yang berkesinambungan mengubah perilaku-perilaku pihak yang berkomunikasi.

2.1.2.2. Unsur - Unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”* (Effendy, 2002:10) yaitu:

1. **Komunikator**

   Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara, 2005:81).

2. **Pesan**

   Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.

(Cangara,2005:93).

3. **Media**

   Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara, 2005:119).

4. **Komunikan**

   Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. (Cangara, 2005:135).

5. **Efek**

   Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara, 2005:147).

2.1.2.3. Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari:

> "1. Aspek bersifat fisik; seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.
> 2. Aspek psikologis; seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.
> 3. Aspek sosial; seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.

4. Aspek waktu; yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).” (DeVito, 2011:30)

Terdapat beberapa indikator untuk mengklasifikasikan konteks komunikasi seperti yang dikemukakan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar yaitu:

> “Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Sehingga dikenal adanya komunikasi dengan diri sendiri *(intrapersonal communication)*, komunikasi diadik *(dyadic communication)*, komunikasi antarpribadi (interpersonal communication), komunikasi kelompok kecil *(small group communication),* komunikasi publik *(public communication)*, komunikasi organisasi *(organization communication),* dan komunikasi massa *(mass communication)*.” (Mulyana, 2003:69-70).

2.1.2.4. Proses komunikasi

Pada proses komunikasi dapat dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif, yaitu :

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

   Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (Effendy, 2003:31). Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti

isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

   Pada proses komunikasi ini dapat diklasifikasikan secara dua tahap, yakni sebagai berikut:

   a. Proses komunikasi secara primer

      Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran.

   b. Proses komunikasi secara sekunder

      Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

   c. Proses komunikasi secara linear

      Istilah linear mengandung makna lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal (Effendy, 2003:38). Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (mediated *communication*). Proses komunikasi linear

umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, Tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d. Proses komunikasi secara sirkular

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses sirkular itu adalah terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

2.1.2.5. Tujuan komunikasi

Apapun yang dilakukan seseorang akan bermuara pada hasil akhir yang hendak dicapai. Jadi karena komunikasi yang dipahami sebagai suatu proses maka sudah barang tentu ada tujuan yang hendak dicapai. Guna memperoleh pemahaman tentang komunikasi, berikut ada beberapa pendapat

pakar komunikasi mengenai tujuan komunikasi.

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

> "1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
> 3. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
> 4. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
> 5. Mengubah masyarakat (*to change the society*)." (2003:55).

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan dalam buku Metode Penelitian PR dan Komunikasi, menyatakan tujuan komunikasi sebagai berikut:

> "1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
> 2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
> 3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak." (2003:11).

Ada empat tujuan komunikasi menurut Joseph A. Devito dalam bukunya Komunikasi Antarmanusia yaitu:

> **"1. Menemukan**
> Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri *(personal discovery).* Bila kita berkomunikasi dengan orang lain, kita belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri kepada orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain dimana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan social, melalui perbandingan kemampuan, presentasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain.
> **2. Untuk berhubungan**
> Salah satu motivasi yang paling kuat adalah dengan berhubungan dengan orang lain. Membina dan memelihara

hubungan dengan orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial.

3. **Untuk meyakinkan**
   Media massa adalah sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Media dapat hidup, karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong kita membeli berbagai produk. Kita juga menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribasi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.
4. **Untuk bermain**
   Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik dan film sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula, banysk dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain. Misalnya menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik. Adakalanya tujuan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain. (DeVito, 2011:31-32)

Dalam pengertian paradigmatik, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media nonmassa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, dan sebagainya.

Jadi komunikasi dalam pengertian paradigmatik bersifat intensional (*intentional*), mengandung tujuan karena itu harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar perencanaan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang akan jadi sasaran.

2.1.2.6. Fungsi Komunikasi

Bertolak dari pengertian dan pemaknaan komunikasi yang telah diuraikan di atas, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan dasar bagi semua interaksi manusia. Tidak hanya memiliki tujuan tetapi komunikasi juga memiliki fungsi. Oleh karena komunikasi dikatakan memiliki peran dominan dalam kehidupan manusia, sehingga fungsi komunikasi yaitu antara lain:

> "1. Mencapai pengertian satu sama lain
> 3. Membina kepercayaan
> 4. Mengkordinir tindakan
> 5. Merencanakan strategi
> 6. Melakukan pembagian pekerjaan
> 7. Melakukan aktivitas
> 8. Berbagi rasa." (Hasan, 2010:22).

Fungsi lain yang dilakukan oleh komunikasi berhubungan dengan perannya dalam mempermudah pengambilan keputusan. Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan oleh individu dan kelompok dalam mengambil keputusan dengan memperhatikan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif.

Uraian diatas mensyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau kelompok tertentu seperti yang diungkapkan oleh Stephen P. Robbins dalam buku Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi dan Aplikasi yang diterjemahkan oleh Hadyana Pujaatmaka, yaitu:

> "1. Fungsi pengawasan
> 2. Fungsi motivasi
> 3. Fungsi pengungkapan emosional
> 4. Fungsi informasi." (Robbins,1996:5).

2.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1. Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai pesan diantara unit-unit komunikasi organisasi. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dari organisasi antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan organisasi. R. Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai:

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

Pengertian komunikasi organisasi menurut Redding dan Sanborn yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku Komunikasi Organisasi adalah sebagai berikut:

> "Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* (atasan kepada bawahan), komunikasi *upward* (bawahan kepada atasan), komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengar, menulis dan komunikasi evaluasi program." (2001:66).

Dalam Komunikasi Organisasi terdapat Komunikasi Internal. Menurut Brennan yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek yaitu:

> "Komunikasi internal adalah pertukaran gagasan diantara para administrator dan pegawai dalam suatu organisasi atau instansi yang menyebabkan terwujudnya organisasi tersebut lengkap

> dengan strukuturya yang khas dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal dalam suatu organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlansung (operasi manajemen).” (2009:122)

Komunikasi internal dalam suatu organisasi berguna untuk menyelaraskan antara tujuan organisasi, tujuan pemimpin dan tujuan para karyawan. Hal tersebut dapat dilakukan melalui jaringan komunikasi formal maupun informal didalam organisasi.

Meskipun bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi, namun ada beberapa hal umum yang dapat disimpulkan, yaitu:

> “1. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
> 2. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media.
> 3. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaan, hubungannya dan keterampilan atau skilnya.” (Muhammad, 2000:67).

2.1.3.2. Jaringan Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi (Muhammad, 2001:102). Peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi formal dan komunikasi informal.

1. Jaringan Komunikasi Formal

Seperti yang dikemukakan oleh Arni Muhammad dalam bukunya Komunikasi Organisasi menyatakan bahwa:

> "Bila pesan mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat yang sama atau secara horizontal." (2001:107).

2. Jaringan Komunikasi Informal

Apabila karyawan tidak mengajukan pertanyaan dalam pelaksanaan tugasnya dan tidak ada pula masalah yang akan dipecahkannya, maka pembicaraan mereka sambil bekerja tidaklah menyangkut hal-hal formal lagi, tetapi sudah dapat dikatakan informal karena sudah beralih kepada pembicaraan yang tidak relevan dengan tugas-tugasnya.

> "Bila karyawan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi mereka dalam organisasi, maka pengarahan arus informasi bersifat pribadi. Informasi mengalir tanpa memperhatikan hubungan posisi. Jaringan komunikasi lebih dikenal dengan desas-desus (*grapevine*) atau kabar angin. Informasi yang diperoleh dari desas-desus adalah yang berkenaan dengan apa yang didengar atau apa yang dikatakan orang dan bukan apa yang diumumkan oleh orang yang berkuasa" (Muhammad, 2001:125)

Walaupun desas-desus (*grapevine*) itu membawa informasi yang informal tetapi ada manfaatnya bagi organisasi. Adanya jaringan komunikasi informal pemimpin dapat mengetahui sentimen karyawan, karyawan dapat menyalurkan ekspresi emosional dari pesan-pesan yang dapat mempercepat permusuhan, dapat membantu menerjemahkan pengarhan pemimpin ke dalam bahasa yang lebih mudah dipahami oleh

karyawan. Hubungan yang efektif antara atasan dan bawahan kelihatannya sangat kursial untuk mengontrol informasi informal.

2.1.3.3. Hambatan Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan sematik.

a. Gangguan Mekanik, adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Misalnya bunyi kendaraan yang lewat ketika pemimpin sedang berbicara dalam suatu pertemuan.

b. Gangguan Semantik adalah bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan sematik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang disampaikan komunikator yang diartikan lain oleh komunikan sehingga menimbulkan salah pengertian.

2. Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang hanya akan memperhatikan prasangka yang ada hubungannya dengan

kepentingannya, karena kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian, tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

3. Motivasi Terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan, begitu juga sebaliknya.

4. Prasangka

Prasangka atau *prejudice* merupakan salah satu hambatan bagi suatu kegiatan komunikasi. Orang yang mempunyai prasangka bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi sehingga sulit bagi komunikator untuk mempengaruhi komunikan. Prasangka mengakibatkan komunikan menjadi berpikir tidak rasional dan berpandangan negatif terhadap komunikasi yang sedang terjadi. (Effendy, 1993:45-49).

2.1.4. Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Kelompok merupakan salah satu wadah aktivitas anggota organisasi yang dapat dibentuk kapan saja serta didukung oleh sejumlah anggota terentu yang tidak terbatas. Di dalam organisasi juga sering ditemui adanya komunikasi dalam kelompok-kelompok kecil, seperti dalam rapat, konferensi, dan komunikasi dalam kelompok kerja. Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa kebanyakan organisasi menggunakan kelompok-kelompok dalam pekerjaannya sehari-hari.

Pengertian tentang kelompok diungkapkan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi*, kelompok adalah: "Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut." (Mulyana, 2003:74).

Menurut Michael Burgoon yang dikutip oleh Wiryanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai:

> "interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat." (2005:46-47)

2.1.5. Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

2.1.5.1. Definisi Komunikasi Antarpribadi

Manusia merupakan makhluk sosial, karena itu kehidupan manusia selalu ditandai pergaulan antar manusia, misalnya pergaulan dalam keluarga, lingkungan tetangga, sekolah, tempat bekerja, organisasi sosial; dan lain-lain.

Hakikat pergaulan itu ditunjukkan antara lain oleh derajat keintiman, frekuensi pertemuan, jenis relasi, mutu interaksi diantara mereka, terutama faktor sejauhmana keterlibatan dan saling mempengaruhi.

Pergaulan manusia merupakan salah satu bentuk peristiwa komunikasi dalam masyarakat. Menurut Schramm (1974) dalam buku Sendjaja: "diantara manusia yang saling bergaul, ada yang saling berbagi informasi, namun ada pula yang membagi gagasan dan sikap."

Demikian pula menurut Merrill dan Lownstein (1971), bahwa dalam pergaulan antarmanusia selalu selalu terjadi proses penyesuaian pikiran, penciptaan simbol yang mengandung suatu pengertian bersama. Theodorson (1969) selanjutnya mengemukakan pula bahwa, komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang atau sekelompok orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu orang atau satu kelompok lain. Proses pengalihan informasi tersebut selalu mengandung pengaruh tertentu.

Proses pengaruh tersebut merupakan suatu proses yang bersifat psokologis yang pada gilirannya membentuk proses sosial. Di sini komunikasi antarpribadi itu mempunyai keunikan karena selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis, dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhan. Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi antarpribadi adalah:

> "Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah

> sikap, pendapat, atau perilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis." (Effendy, 1990)

Sifat dialogis itu ditunjukkan melalui komunikasi lisan dalam percakapan yang menampikan arus balik yang langsung. Jadi komunikator mengetahui tanggapan komunikan pada saat itu juga, komunikator mengetahui dengan pasti apakah pesan-pesan yang dia kirimkan itu diterima atau ditolak, berdampak positif atau negatif. Jika tidak diterima maka komunikator akan memberi keempatan seluas-luasnya kepada komunikasi untuk bertanya.

2.1.5.2. Fungsi Komunikasi Antarpribadi

Keistimewaan utama dari komunikasi antarpribadi terletak pada umpan balik yang tidak ditunda (*undelayed feedback*). Fungsi umpan balik komunikasi antarpribadi bagi para peserta komunkasi adalah, setiap komunikator segera mengetahui secara langsung apakah pesan-pesan dan dirinya diterima atau ditolak oleh komunikan.

Apabila mereka saling menanggapi pesan dan menerima kehadiran pribadi masing-masing maka telah terjadi komunikasi antarpribadi yang dialogis. Umpan balik berfungsi sebagai unsur pemerkaya, pemerkuat komunikasi antarpribadi sehingga harapan-harapan, minat, keinginan, para komunikator, dan komunikan dapat dicapai.

2.1.6. Tinjauan Tentang Efektivitas Komunikasi

Efektivitas merupakan sesuatu yang tercapai, ingin di capai sesuai dengan apa yang telah direncanakan (Darmawan, 1992:8).

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan sebarapa jauh target (kualitas, kuantitas, waktu) telah tercapai. Efektivitas adalah kemampuan untuk menentukan tujuan yang tepat (melakukan sesuatu yang tepat).

Pengertian umum efektivitas menurut Andre Hardjana dalam bukunya yang berjudul Audit Komunikasi adalah:

> "a. Mengerjakan hal-hal yang benar
> b. Mencapai tingkat diatas pesaing
> c. Membawa hasil
> d. Menangani tantangan masa depan
> e. Meningkatkan laba keuntungan
> f. Mengoptimalkan penggunaan sumber daya."
> (2000:78).

Untuk efektivitas komunikasi, kriteria yang digunakan adalah

> "1. Siapa penerima atau pemakai (*receiver or user*)
> Merupakan penerima pesan yang dituju atau komunikan yang dituju
> 2. Isi pesan (*content*)
> Isi pesan yang diterima atau tersalur
> 3. Media komunikasi (*media*)
> Merupakan saluran yang digunakan oleh komunikator atau sumber dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan atau pemakai
> 4. Sumber pesan (*source*)
> Merupakan orang yang memberikan pesan ke pemakai.
> 5. Format
> Merupakan bentuk dari penyampaian pesan yang disampaikan sumber kepada penerima."
> (Hardjana, 2000:78).

2.1.7. Tinjauan Tentang Kredibilitas Komunikator

Seseorang mau menerima pesan-pesan komunikasi dari komunikator adalah karena faktor kredibilitas komunikatornya. Pengertian Kredibilitas menurut Onong Uchjana Effendy:

> “kredibilitas adalah sifat yang harus dimiliki oleh seorang komunikator, yakni apa yang dinyatakannya, baik secara lisan maupun tulisan oleh komunikan dianggap benar dan memang benar adanya.” (Effendy, 1989:79).

Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat:

> “kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung 2 hal yaitu (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.” (Rakhmat, 1994:257).

Komponen kredibilitas yang paling penting adalah keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah penilaian komunikan mengenai kemampuan, keceradasan, pengalaman seorang komunikator. Komunikator yang dianggap mempunyai keahlian yang tinggi biasanya akan lebih di hargai.

Kepercayaan adalah kesan komunikan tentang watak komunikator. Komunikan biasanya akan menilai apakah komunikator itu mempunyai sifat jujur, tulus, sopan dan etis. (Rakhmat, 1994:260).

Seseorang disebut komunikator jika ia menyampaikan sesuatu kepada rang lain. Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pikirannya atau perasannya kepada orang lain. (Effendy, 1993:14).

Seorang komunikator harus tetap memperhatikan sikapnya di depan komunikannya. Hal ini bertujuan agar pesab yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat maka komunikator harus memperhatikan pesan yang disampaikan. Pesan itu harus disampaikan dengan sopan, harus di perhitungkan kadar

kepribadiannya, kebiasaan, pola hidup nilai-nilai komunikan. Nilai etis etis sangat menentukan sekali bagaimana orang bisa bersikap terbuka. (Siahaan, 1991:64).

Komunikator harus memperhatikan perilaku ketika menyampaikan pesan. Komunikan akan melihat terlebih dahulu siapa yang menyampaikan pesan kepada dirinya. Jika komunikan telah memandang negatif kepada komunikatornya itu maka komunikan tidak akan mempercayainya.

Kredibilitas sangat penting untuk menentukan berhasil tidaknya suatu pesan yang disampaikan, penilaian tersebut tergantung kepada persepsi komunikan terhadap komunikatornya. Namun pihak komunikatorpun tentu akan berusaha agar dirinya dinilai baik sehingga komunikan akan dapat mempercayainya. Komunikator harus terus melatih diri untuk berbicara kepada komunikan sehingga jika sering melakukannya akan timbul kepercayaan diri pada diri komunikator . Untuk meningkatkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu. Percaya diri adalah faktor yang menentukan ketakutan orang untuk berkomunikasi. (Rakhmat, 1994:109).

Jika komunikator sudah tidak memiliki kepercayaan diri untuk berbicara di depan komunikan maka nilai kredibilitas dia rendah. Apa yang disampaikan tidak akan di dengar oleh komunikan. Komunikator akan memperlihatkan ketakutannya dalam berkomunikasi. Bicaranya menjadi tidak jelas dan tidak bersemangat karena ketakutannya itu.

Untuk itu perlu dibiasakan tampil di depan khalayak agar terbiasa berbicara kepada komunikannya. Jika sudah terbiasa maka pesan yang disampaikan akan disampaikan dengan situasi yang menyenangkan bagi komunikan. Dengan seringnya tampil maka pengalaman dari komunikator akan bertambah dan belajar dari kesalahan-kesalahan sebelumnya.

Pengalaman mempengaruhi kecermatan persepsi. Pengalaman tidak hanya datang lewat proses belajar normal tetapi pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi. (Rakhmat, 1994:89).

Untuk dapat dipercaya oleh komunikan, seorang komunikator harus memiliki kesamaan dengan komunikannya. Kesamaan antara komunikator dengan komunikannya ini untuk memudahkan terjadinya perubahan pendapat, hal ini di maksudkan sebagai strategi dari komunikator untuk mempengaruhi orang lain. Komunikator yang ingin mempengaruhi orang lain sebaiknya memulai dengan menegaskan kesamaan antara dirinya dengan komunikan.

Menurut Wilbur Schramm yang dikutip Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan bahwa:

> "*field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlansung lancar. Sebaliknya, jikalau pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain; dengan lain perkataan situasi menjadi tidak komunikatif; atau dengan rumusan lain terjadi *misscommunication*." (2000:30-31).

Komunikator yang memiliki kesamaan dengan komunikan cenderung berkomunikasi dengan efektif karena ada ketertarikan komunikan kepada

komunikatornya disebabkan adanya kesamaan itu. Jika komunikator dan komunikan memiliki kesamaan persepsi mengenai sikap dan kepercayaan terhadap suatu persoalan maka akan lebih mudah untuk memecahkannya karena mempunyai keinginan dan harapan yang sama pula dalam memandang persoalan itu.

Komunikator yang memiliki kredibilitas yang tinggi selalu memperhatikan pesan yang akan disampaikannya dan selalu berubah dalam menyampaikan pesannya karena senantiasa di sesuaikan dengan sifat dan kedudukan komunikannya. Apabila komunikasi yang dijalankan komunikator telah berjalan dengan efektif, maka pesan yang disampaikan komunikator akan menimbulkan perubahan sikap dan perilaku dalam diri komunikan.

Berdasarkan uraian diatas maka disimpilakn bahwa komponen kredibilitas yang paling penting adalah keahlian dan kepercayaan. Seorang komunikator harus bisa memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan komunikan. Seorang komunikator yang sukses dalam menyampaikan pesannya yaitu apabila komunikator tersebut mampu menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan komunikannya. Dengan demikian komunikasi yang dilakukannya berjalan dengan efektif.

Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, seorang komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi, dalam hal ini adalah guru-guru dari SMP Advent II Bandung yang ahli dan memiliki kompetensi di bidang ilmu pengetahuan dan pengajaran agar para siswa dan siswi SMP Advent II Bandung dapat percaya dan mengikuti apa yang

dibicarakan pada acara *Chapel* Rabu di Gedung GMAHK (Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh) Setiabudhi, yang terletak di SMP Advent II Bandung.

2.1.8. Tinjauan Tentang Sikap

2.1.8.1. Definisi 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, 2013).

Menurut Krech dan Crutchfiled & Ballachey yang dikutip oleh Soedarsono dalam buku Sistem Manajemen Komunikasi merumuskan tiga komponen tersebut sebagai komponen kognitif *(cognitive),* perasaan *(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 negatif terhadap objek sikap.”
(Soedarsono 2009:69).

2.1.8.2. Ciri-ciri Sikap

Menurut W.A. Gerungan dalam buku Psikologi Sosial ciri-ciri sikap atau *attitude* adalah:

“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.” (2004:151-152).

2.1.8.3. Unsur – Unsur Sikap

Travers (1977), Gagne (1977), dan Cronbach (1977) yang dikutip oleh Abu Ahmadi dalam buku Psikologi Sosial mengungkapkan ada tiga unsur yang terdapat dalam sikap, yaitu:

"a. Komponen *cognitive,* berupa pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek.
b. Komponen *affective*, menunjuk pada dimensi emosional dari sikap, yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek di sini dirasakan sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
c. Komponen *behavior* atau *conative,* melibatkan salah satu predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk bertindak terhadap objek." (2007:151-152).

Berdasarkan pendapat tersebut, sikap seseorang akan menjadi kuat disebabkan suatu kepercayaan atau kesadaran yang tinggi tentang sesuatu melalui proses psikologis antara ketiga unsur tersebut.

2.1.8.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap

Menurut Soekidjo Notoadmodjo dalam buku Pendidikan dan Perilaku Kesehatan, 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 didasai emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.'' (2003:124).

2.1.8.5. Fungsi-Fungsi Sikap

Adapun fungsi sikap menurut Abu Ahmadi dalam buku Psikologi Sosial adalah sebagai berikut:

"1. Sikap berfungsi sebagai alat untuk menyesuaikan diri.
2. Sikap berfungsi sebagai alat pengatur tingkah laku.
3. Sikap berfungsi sebagai alat pengatur pengalaman-pengalaman
4. Sikap berfungsi sebagai pernyataan kepribadian.
(2007:165-167).

Sedangkan, menurut Katz yang dikutip oleh Saifuddin Azwar dalam buku Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya menerangkan ada empat macam fungsi Sikap bagi manusia, yaitu:

"1. Fungsi instrumenal, fungsi penyesuaian atau fungsi manfaat
Fungsi ini menyatakan bahwa individu dengan sikapnya berusaha untuk memaksimalkan hal-hal yang diinginkan dan meminimalkan hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan demikian, individu akan membentuk sikap positif terhadap hal-hal yang dirasakannya akan mendatangkan keuntungan dan membentuk sikap negatif terhadap hal-hal yang menurut perasaannya akan merugikan dirinya.
2. Fungsi pertahanan ego
Sikap dalam hal ini, merefleksikan problem kepribadian yang tidak terselesaikan.
3. Fungsi pernyataan nilai

Nilai adalah konsep dasar mengenai apa yang dipandang baik dan diinginkan. Dengan fungsi ini seseorang sering kali mengembangkan sikap tertentu untuk memperoleh kepuasan dalam menyatakan nilai yang dianutnya yang sesuai dengan penilaian pribadi dan konsep dirinya.

4. Fungsi pengetahuan
   Menurut fungsi ini manusia mempunyai dorongan dasar untuk ingin tahu, untuk mencari penalaran dan untuk mengorganisasikan pengalamannya. Sikap berfungsi sebagai suatu skema, yaitu suatu cara strukturisasi agar dunia di sekitar tampak logis dan masuk akal. Sikap digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap fenomena luar yang ada dan mengorganisasikannya." (2013:53-55).

2.1.8.6. Cara Mengukur Sikap

Salah satu aspek yang sangat penting guna mempelajari Sikap dan perilaku manusia adalah masalah pengungkapan *(assessment)* atau pengukuran *(measurement)* Sikap. Berbagai teknik dan metode telah dikembangkan oleh para ahli guna mengungkap sikap manusia dan memberikan interprestasi yang *valid*. Menurut Saifuddin Azwar dalam buku Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya terdapat beberapa metode pengungkapan (mengukur) Sikap, diantaranya:

"1. Observasi perilaku
   Untuk mengetahui sikap seseorang terhadap sesuatu dapat diperhatikan melalui perilakunya, sebab perilaku merupakan salah satu indikator sikap individu.
2. Pertanyaan langsung
   Ada dua asumsi yang mendasari penggunaan metode pertanyaan langsung guna mengungkapkan sikap. pertama, asumsi bahwa individu merupakan orang yang paling tahu mengenai dirinya sendiri. Kedua, asumsi keterusterangan bahwa manusia akan mengemukakan secara terbuka apa yang dirasakannya. oleh karena itu dalam metode ini, jawaban yang diberikan oleh mereka yang ditanyai

dijadikan indikator sikap mereka. Akan tetapi, metode ini akan menghasilkan ukuran yang valid hanya apabila situasi dan kondisinya memungkinkan kabebasan berpendapat tanpa tekanan psikologis maupun fisik.

Pengungkapan langsung

Pengungkapan langsung *(direct assessment)* secara tertulis dapat dilakukan dengan menggunakan item tunggal maupun dengan menggunakan item ganda.

3. Skala Sikap

   Skala Sikap *(attitude scales)* berupa kumpulan pernyataan-pernyataan mengenai suatu objek sikap. Salah satu sifat skala sikap adalah isi pernyataannya yang dapat berupa pernyataan langsung yang jelas tujuan pengukurannya akan tetapi dapat pula berupa pernyataan tidak langsung yang tampak kurang jelas tujuan pengukurannya bagi responden.
4. Pengukuran terselubung
5. Dalam metode pengukuran terselubung *(covert measures)*, objek pengamatan bukan lagi perilaku yang tampak didasari atau sengaja dilakukan oleh seseorang melainkan reaksi-reaksi fisiologis yang terjadi di luar kendali orang yang bersangkutan.” (2013:87-104).

2.1.9. Tinjauan Tentang Guru

2.1.9.1. Definisi Guru

Manusia dalam menjalani kehidupannya sangat memerlukan pendidikan karena dengan pendidikan manusia menjadi tahu sesuatu yang semula tidak ia ketahui. Membicarakan pendidikan tidak akan lepas dari seorang guru. Guru sebagai salah satu komponen manusiawi dalam proses belajar mengajar, yang ikut berperan dalam usaha pembentukan sumber daya manusia yang potensial dibidang pembangunan.

Oleh karena itu, guru merupakan salah satu unsur dalam bidang pendidikan harus berperan secara aktif dan menempatkan kedudukannya

sebagai tenaga profesional, sesuai dengan tuntutan masyarakat yang semakin berkembang. Bahwa pada setiap diri guru itu terletak tanggung jawab untuk membawa para siswa pada suatu kematangan tertentu.

Dalam hal ini guru tidak semata-mata sebagai pengajar tetapi juga sebagai pendidik dan sekaligus sebagai pembimbing yang memberikan pengarahan siswa dalam belajar. Sebagai pengajar, pendidik dan pelatih para siswa, guru merupakan agen perubahan sosial (*agent of social change*) yang mengubah pola pikir, sikap dan perilaku umat manusia menuju kehidupan yang lebih baik, lebih bermartabat dan lebih mandiri.

Dalam dunia pendidikan istilah guru bukanlah hal yang asing. Ada beberapa pandangan yang mengemukakan mengenai istilah guru. Menurut pandangan lama yang dikutip oleh Sukadi dalam bukunya yang berjudul Guru *Powerful* Guru Masa Depan mengartikan istilah guru sebagai: "sosok manusia yang patut digugu dan ditiru." (2007:8).

Berdasarkan pandangan tersebut, siapapun orangnya yang ucapan dan tingkah lakunya dapat dipercaya serta dapat menjadi panutan bagi warga masyarakat maka patut menyandang predikat sebagai guru.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, guru adalah orang yang pekerjaannya mengajar dan dimaknai sebagai tugas profesi. Untuk menjadi guru, seseorang harus memenuhi persyaratan profesi. Dalam pandangan Moh. Uzer Usman dalam bukunya yang berjudul Menjadi Guru Profesional menyatakan bahwa: "guru merupakan profesi, jabatan dan pekerjaan yang memerlukan keahlian khusus". (2002:5).

Jenis pekerjaan ini tidak bisa dilakukan oleh sembarang orang di luar bidang kependidikan, meskipun kenyataannya masih ada guru yang berasal dari luar bidang kependidikan. Berdasarkan beberapa pandangan di atas maka dapat disimpulkan bahwa guru diartikan sebagai orang yang tugasnya mengajar, mendidik dan melatih peserta didik serta memenuhi kompetensi sebagai orang yang patut digugu dan ditiru dalam ucapan dan tingkah lakunya.

Seorang guru dalam lapangan pendidikan adalah sebagai pendidik bagi anak-anak didiknya baik di kelas maupun di luar kelas dan bagi masyarakat yang membutuhkan tenaganya. Hal ini sesuai dengan pasal 39 ayat 2 dan 3 UU RI No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, bahwa :

> "Pendidik merupakan tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan dan pelatihan serta melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, terutama bagi pendidik pada perguruan tinggi. Pendidik yang mengajar pada satuan pendidikan dasar dan menengah disebut guru dan pendidik yang mengajar pada satuan pendidikan tinggi disebut dosen."

Jadi dapat disimpulkan bahwa seorang guru bukan hanya sekedar pemberi ilmu pengetahuan kepada murid-muridnya tetapi juga dia seorang tenaga profesional yang dapat menjadikan murid-muridnya mampu merencanakan, menganalisis dan menyimpulkan masalah yang dihadapi serta memiliki cita-cita yang tinggi, berpendidikan luas, berkepribadian kuat, tegar dan berprikemanusiaan yang mendalam.

2.1.9.2. Peran Guru

Menurut E. Mulyasa dalam buku yang berjudul Menjadi Guru Prefesional: Menciptakan Pembelajaran Yang Kreatif dan Menyenangkan:

> "Semua orang yakin bahwa guru memiliki adil yang sangat `besar terhadap keberhasilan pembelajaran disekolah. Guru sangat berperan dalam membentuk perkembangan peserta didik untuk mewujudkan tujuan hidupnya secara optimal. Keyakinan ini muncul karena manusia mahluk lemah, yang dalam perkembanganya senantiasa membutuhkan orang lain, sejak lahir bahkan pada saat meninggal. Semua itu menunjukan bahwa setiap orang membutuhkan orang lain dalam perkembanganya, demikian halnya peserta didik, ketika orang tua mendaftarkan anaknya ke sekolah pada saat itu juga ia menaruh harapan terhadap guruh, agar anaknya dapat berkembang secara optimal." (2008:35).

Suparlan menyebutkan seperti yang di kutip Ngainun Naim dalam buku Menjadi Guru Inspiratif, peran dan fungsi guru secara anonim drngan EMASLIMDEF (*educator, manager, administrator, supervisor, leader, inovator, motivator, dinamissator, evaluator, dan fasilitator*). Secara lebih rinci, Suparlan menabulasikan dalam bentuk Tabel 2.2.

Tabel 2.2.

PERAN GURU EMASLIMDEF

AKRONIM	PERAN	FUNGSI
E	*Educator*	a. Mengembangkan Kepribadian b. Membimbing c. Membina budi pekerti d. Memberikan pengarahan
M	*Manager*	Mengawal pelaksanaan tugas dan fungsi berdasarkan ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku
A	*Administrator*	a. Membuat daftar referensi b. Membuat daftar penilaian c. Melaksanakan teknik adminsitrasi sekolah
S	*Supervisor*	a. Membantu b. Menilai c. Memberi bimbingan tehnik
L	*Leader*	Mengawal pelaksanaan tugas pokok dan fungsi tanpa harus mengikuti ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku
I	*Innovator*	Melakukan kegiatan yang kereatif menentukan strategi, metode, cara-cara, konsep-konsep yang baru dalam pembelajaran

AKRONIM	PERAN	FUNGSI
M	*Motivator*	a. Memberi dorongan kepada siswa untuk dapat belajar lebih giat b. Memberi tugas kepada siswa sesuai dengan kemampuan dan perbedaan individual peserta didik
D	*Dinamisator*	Memberi dorongan kepada siswa dengan cara menciptakan suasana pembelajaran yang kondusif
E	*Evaluator*	a. Menyusun instrumen penilaian b. Melaksanakan penilaian dalm sebagai bentuk dan jenis penilaian c. Menilai pekerjaan siswa
F	*Fasilitator*	Memberikan bantuan teknis, arahan, dan petunjukan kepada peserta didik

Sumber: Naim, 2009

Agar guru dapat mencapai hasil maksimal dalam menjalankan perannya dalam pembelajaran, terdapat beberapa hal yang mempengaruhinya.

Pertama, dari segi kualifikasi, guru perlu mempunyai kelayakan akademik yang tidak di buktikan dengan gelar dan ijasah, tetapi harus di tempuh oleh kualitas yang unggul dan prefesional.

Kedua, dari segi kepribadian guru harus mempunnyai kepribadian tinggi, yang di landasi dengan akhlak mulia. Guru bukan hanya menyampaikan ilmu, tetapi juga menjadi suri tauladan bagi murid dan masyarakat.

Ketiga, dari segi pembelajaran, guru perlu memahami ilmu teori dan peraktek pendidikan dan kurikulum, sehingga mampu mendesain pembelajaran dengan baik, mampu mengimplementasikan program pembelajaran dengan seni pembelajaran yang efektif, mampu mengefaluasi pembelajaran secara potensial, dan sebagai titik akhirnya adalah mampu menghantarkan pembelajaran siswa dengan sukses.

Keempat, dari segi sosial, guru sebagai pendidik perlu memiliki kepekaan sosial dalam mengadapi fenomena sosial sekitarnya, karena guru adalah salah satu elemen masyarakat yang memiliki sumber daya yang berbeda kualitasnya di banding dengan elemen masyarakat yang lain.

Kelima, dari segi religius, guru perlu memiliki komitmen keagaman yang tinggi, yang di manifestasikan secara cerdas dan kereatif dalam kehudupannya. Religius ini akan memperkukuh terhadap karakteristik dan exsistensi dirinya.

Keenam, dari segi pisikologi, guru perlu memiliki kemampuan mengenal perkembangan jiwa anak baik dalam maupun aspek intelektual, emosional, dan juga spritual. Pengembangan secara proposional terhadap ketiga aspek kecerdasan tersebut perlu mendapat perhatian oleh guru secara maksimal.

Ketujuh, dari segi strategik, guru perlu memperkaya diri dengan metode, pendekatan, dan tehnik pembelajaran yang lebih memiliki kehandalan dalam menghantarkan siswa untuk mencapai tujuan pembelajaran.

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, 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 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 yang dikutip oleh Asri Budiningsih dalam bukunya Belajar dan Pembelajaran:

> "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. (2004:16)

Menurut Adi W. Gunawan dalam buku *Genius Learning Strategy*:

> "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." (2003:139).

Sementara menurut Dunn dan Dunn yang dikutip oleh Sugihartono dalam bukunya Psikologi Pendidikan menjelaskan bahwa:

> "gaya belajar merupakan kumpulan karakteristik pribadi yang membuat suatu pembelajaran efektif untuk beberapa orang dan tidak efektif untuk orang lain". Berati gaya belajar berhubungan dengan cara anak belajar, serta cara belajar yang paling disukai. (2007:53).

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjadikan alur pikir lebih terarah, menjadikan alat pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Disini peneliti mencoba menjelaskan mengenai pokok masalah dari penelitian yang dimaksud untuk

menegaskan, meyakinkan dan menggabungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian.

2.2.1. Kerangka Teoritis

Pada kerangka pemikiran teoritis ini, peneliti akan membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel dimana Variabel X yaitu Efektivitas Komunikasi Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung dan Variabel Y yaitu Perubahan Sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung.

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 nonformal. 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 variabel 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.

Menurut Andre Hardjana untuk mengukur keefektifan suatu komunikasi, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

> "1. Sumber Pesan (*Source*)
> Merupakan orang yang memberikan pesan kepada pengguna.
> 2. Isi Pesan (*Content*)
> Merupakan isi pesan yang diterima atau disalurkan.
> 3. Media (*Media*)
> Merupakan saluran yang digunakan oleh komunikator atau sumber dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan atau pemakai.
> 4. Penerima atau pemakai *(Receiver or User)*
> Merupakan penerima pesan yang dituju atau komunikan yang dituju." (Hardjana, 2000:32).

Dari penjelasan Andre Hardjana di atas, peneliti mendapati salah satu indikator untuk mengukur keefektifan komunikasi yaitu sumber pesan *(source)* yang mana dijelaskan bahwa sumber pesan merupakan orang yang memberikan pesan atau dengan istilah lainnya komunikator (pembicara). Seorang pembicara sebagai sumber pesan harus memiliki kriteria tertentu dalam menyampaikan isi pesan *(content)* agar dapat diterima oleh penerima

pesan. Salah satu kriteria terebut adalah kredibilitas, hal ini didukung oleh pendapat Hovland dan rekan-rekannya dalam buku *Communication and Persuation* yang menemukan bahwa:

> *"Expertise and credibility of the source is considered as two essential attributes required by the source. Nevertheless, they also recognize that the impact of the message may also depend publication or channel. Credibility figure out how to modify the source characteristics affect people's desire to change his attitude towards certain issues.* (keahlian dan kredibilitas sumber dianggap sebagai dua atribut penting yang dibutuhkan oleh sumber. Meskipun demikian mereka juga mengakui bahwa dampak pesan dapat juga tergantung publikasi atau saluran tertentu. Kredibilitas mencari tahu bagaimana modifikasi pada karakteristik-karakteristik sumber mempengaruhi keinginan orang mengubah sikapnya terhadap isu-isu tertentu)." (Hovland, Janis, & Kelley, 1953).

Berdasarkan pendapat Hovland di atas maka kredibilitas adalah bagian dari sumber pesan yakni pembicara yang penting dan memberikan pengaruh pada pesan yang juga merupakan kriteria untuk mengukur keefektifan komunikasi. Agar penelitian ini dapat lebih terfokuskan dan memiliki ikatan antara tiap-tiap indikator pada Varibel X, maka peneliti menarik indikator Variabel X sebagai berikut :

1. Kredibilitas
2. Isi pesan yang Disampaikan
3. Media yang Digunakan

Penerima atau pemakai yang ada pada *point* keempat dalam teori yang diambil, pada penelitian ini tidak digunakan karena yang menjadi sampel penelitian ini adalah peserta kegiatan *Chapel* Rabu yaitu Siswa Siswi SMP Advent II Bandung. Jadi, agar penelitian ini mendapatkan jawaban yang akurat peneliti tidak mengikutsertakan penerima atau pemakai sebagai

indikator pada Variabel X. dengan digunakannya penerima atau pemakai menjadi indikator maka artinya peserta kegiatan *Chapel* Rabu akan menilai diri mereka sendiri pada kegiatan *Chapel* Rabu yang diberikan kepada mereka.

Adapun Variabel Y dari penelitian ini yaitu Perubahan Sikap Siswa dan Siswi SMP Advent II Bandung. Pengertian sikap menurut Saifuddin Azwar dalam bukunya yang berjudul Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya yaitu:

> "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)

Berdasarkan definisi sikap di atas, didapati tiga komponen sikap yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif. Dua dari ketiga komponen tersebut yakni komponen kognitif dan komponen afektif didukung oleh salah satu teori tentang perubahan sikap yaitu "Teori Konsistensi Kognitif-Afektif" yang dikemukakan oleh Rosenberg dalam Azwar (1995).

Teori Konsistensi Kognitif-Afektif berasumsi bahwa komponen afeksi senantiasa berhubungan dengan komponen kognisi dan hubungan tersebut dalam keadaan konsisten. Orang berusaha membuat kognisinya konsisten dengan afeksinya. Dengan kata lain, keyakinan seseorang, pendirian seseorang dan pengetahuan seseorang tentang suatu fakta sebagian ditentukan oleh pilihan afeksinya. Konsekuensinya bila terjadi perubahan dalam komponen afeksi akan menimbulkan perubahan pada komponen kognisi. Untuk itu dalam mengubah sikap, maka komponen afeksi diubah lebih dahulu kemudian akan mengubah komponen kognisi serta diakhiri dengan perubahan sikap.

Teori Konsistensi Kognitif-Afektif juga berusaha menjelaskan bagaimana seseorang berusaha membuat kognisi mereka konsisten dengan afeksinya. Jadi berdasarkan teori ini dapat dikatakan bahwa pengetahuan ataupun keyakinan seseorang tentang suatu fakta tertentu sebagian ditentukan oleh pilihan afeksinya, begitu pula sebaliknya (Sears dkk. 1995).

Rosenberg (dalam Azwar, 1995) memandang bahwa komponen kognitif sikap tidak saja sebagai apa yang diketahui mengenai objek sikap, akan tetapi mencakup pula apa yang dipercayai mengenai hubungan antara objek sikap itu dengan nilai-nilai penting lainnya dalam diri individu.

Sehingga berdasarkan Teori Konsistensi Kognitif-Afektif yang dikemukakan oleh Rosenberg didapati dua indikator untuk mengukur perubahan sikap yaitu:

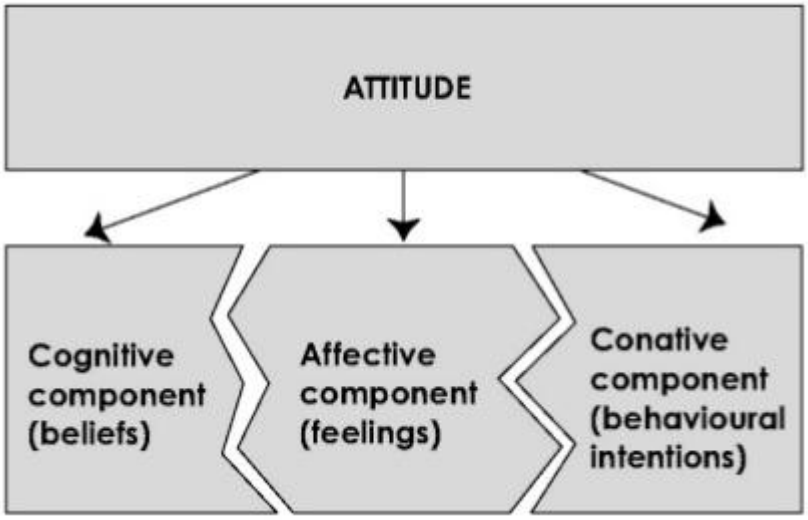
1. Komponen Kognitif, yaitu pendirian, keyakinan, dan pengetahuan seseorang
2. Komponen Afektif, yaitu emosi dan perasaan seseorang tentang suatu obyek.

Untuk memperjelas variabel Y yaitu Perubahan Sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung, peneliti menggunakan *Tricomponent Attitude Model* atau Model Trikomponen Sikap (Schiffman dan Kanuk, 1994; Engel, Blackwell dan Miniard, 1995). Berikut Model Trikomponen Sikap:

`

Gambar 2.1.

MODEL TRIKOMPONEN SIKAP



Sumber: (Engel, Blackwell dan Miniard, 1995:364)

a. Komponen Kognitif *(cognitive)*

Pengetahuan dan persepsi seseorang, yang diperoleh melalui pengalaman dengan suatu obyek-sikap dan informasi dari berbagai sumber. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya berbentuk kepercayaan, artinya seseorang mempercayai bahwa suatu obyek sikap memiliki beberapa atribut dan perilaku yang spesifik mengarahkan kepada hasil yang spesifik. Komponen kognitif juga berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi obyek sikap. Sekali kepercayaan itu telah terbentuk maka ia akan menjadi dasar seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari obyek tertentu.

b. Komponen Afektif *(affective)*

Menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu obyek. Perasaan tersebut merupakan evaluasi menyeluruh terhadap objek sikap. Afek mengungkapkan penilaian seseorang kepada sesuatu apakah baik atau buruk, "disukai" atau "tidak disukai". Menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Secara umum komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki obyek tertentu.

c. Komponen Konatif *(conative)*

Komponen yang menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan obyek sikap.

Berdasarkan Model Trikomponen Sikap maka peneliti mendapati bahwa dalam mengukur perubahan sikap, tidak hanya komponen kognitif dan komponen afektif saja yang berperan seperti yang dikemukakan oleh Rosenberg melalui Teori Konsistensi Kognitif-Afektif, tetapi komponen konatif juga berpengaruh dalam proses perubahan sikap. Sehingga indikator untuk mengukur varibael Y adalah:

1. Komponen Kognitif
2. Komponen Afektif
3. Komponen Konatif

2.2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka ini berisi tentang mengaplikasian dari kerangka teoritis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pengaplikasian ini meliputi kombinasi antara unsur-unsur yang terkandung pada tiap teori yang telah diterapkan. Berkaitan dengan Efektivitas Komunikasi Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan Sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung.

Untuk lebih jelasnya maka peneliti akan memaparkan penjelasan mengenai indikator-indikator pada variabel X dan variabel Y. Berikut adalah penjelasan untuk variable X :

1. Kredibilitas

   Kredibilitas yang dimaksud adalah keahlian, kemampuan, dan kecakapan pembicara dalam menyampaikan pesan kepada audiens atau peserta kegiatan melalui ceramah pada kegiatan *Chapel* Rabu.

2. Isi Pesan yang Disampaikan

   Isi pesan yang dimaksud adalah bagaimana isi pesan yang disampaikan oleh pembicara yaitu kejelasan pesan tersebut, kedalaman materi pesan dan daya tarik pesan yang diberikan kepada audiens atau peserta kegiatan melalui ceramah pada kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung.

3. Media yang Digunakan

   Media yang dimaksud adalah media pendukung yang digunakan dan disediakan oleh pembicara saat kegiatan *Chapel* Rabu berlangsung di SMP Advent II Bandung. (Hardjana,2000)

Berikut penjelasan Variabel Y yaitu Perubahan Sikap Siswa Siswi SMP Advent II Bandung:

1. Komponen Kognitif

   Komponen Kognitif yang dimaksud adalah persepsi, pengetahuan, keyakinan atau kepercayaan Siswa Siswi SMP Advent II Bandung terhadap isi pesan yang disampaikan oleh Pembicara pada Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung.

2. Komponen Afektif

   Komponen Afektif yang dimaksud adalah menunjukan bagaimana perasaan, emosi-emosi yang timbul dalam diri Siswa Siswi SMP Advent II Bandung terhadap isi pesan yang diberikan oleh Pembicara berupa ceramah pada Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung.

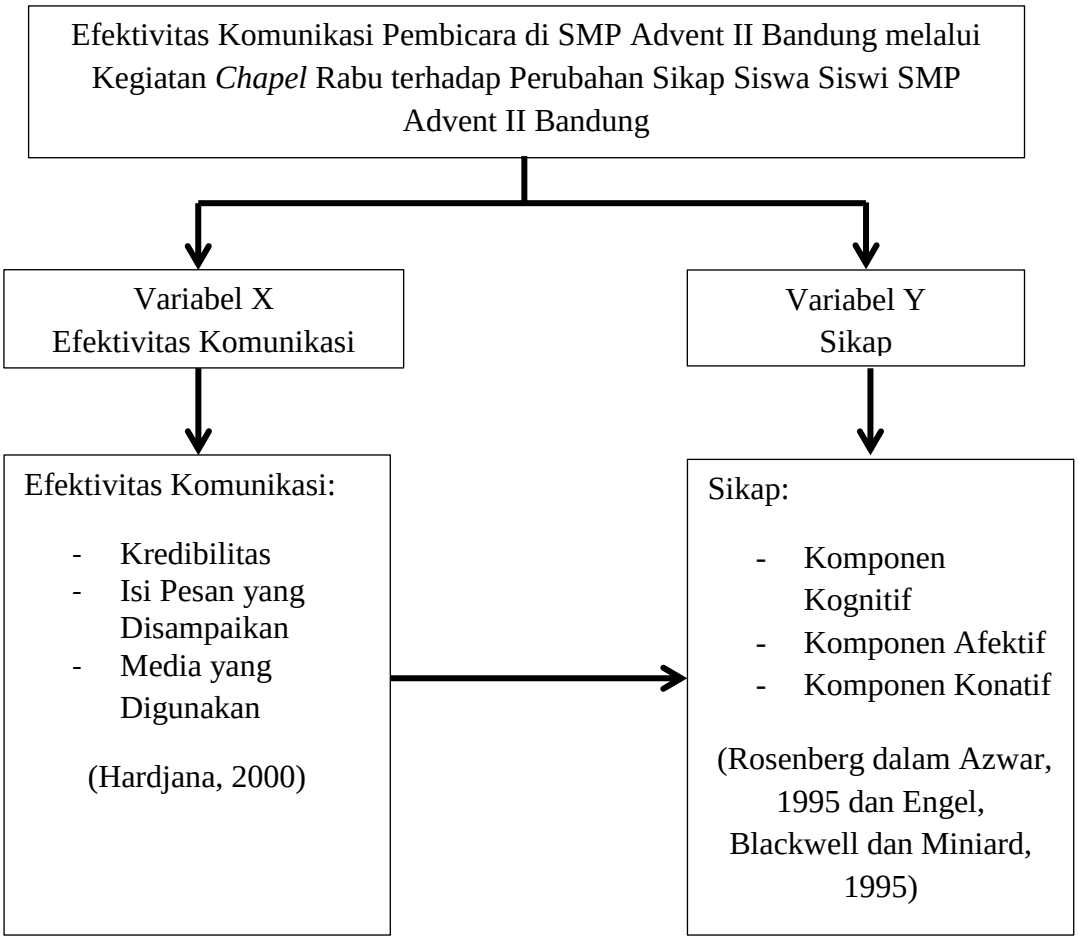
3. Komponen Konatif

   Koponen Konatif yang dimaksud adalah bagaimana kecenderungan bertindak dari Siswa Siswi SMP Advent II Bandung setelah mengikuti Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung. Apakah Siswa Siswi SMP Advent II Bandung cenderung mengubah tindakannya ke arah yang positif ataupun sebaliknya.

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

Gambar 2.2.

MODEL KERANGKA PEMIKIRAN



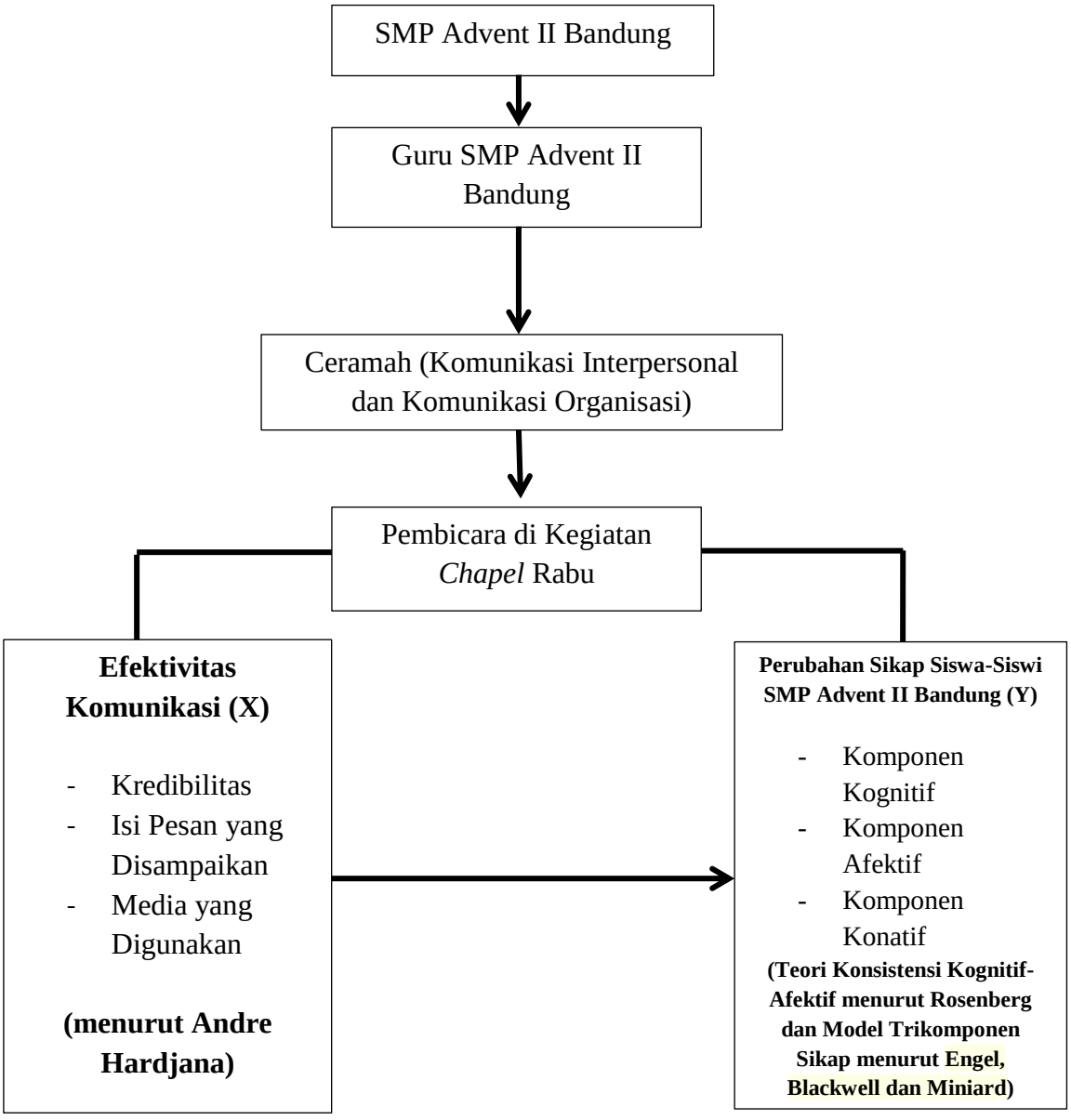
Sumber: Pemikiran Peneliti, 2016

2.2.3. Alur Pikir Penelitian

Adapun peneliti membuat alur pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.3.

ALUR PIKIR PENELITIAN



Sumber: Peneliti, 2016

2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul. Hipotesis kerja (H_1) menyatakan hubungan antara variabel X dan Y, sedangkan hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y.

Hipotesis induk dalam penelitian ini adalah:

H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

Untuk mempermudah penelitian ini, maka peneliti menjabarkan hipotesis menjadi beberapa sub hipotesis, yaitu:

1. H_1 = Ada Pengaruh antara **Kredibilitas** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Kredibiltas** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

2. H_1 = Ada Pengaruh antara **Isi Pesan yang Disampaikan** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Isi Pesan yang Disampaikan** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

3. H_1 = Ada Pengaruh antara **Media yang Digunakan** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Media yang Digunakan** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap Perubahan **Sikap** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

4. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap **Komponen Kognitif** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap **Komponen Kognitif** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

5. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap **Komponen Afektif** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap **Komponen Afektif** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

6. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap **Komponen Konatif** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung

H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Komunikasi** Pembicara melalui Kegiatan *Chapel* Rabu di SMP Advent II Bandung terhadap **Komponen Konatif** Siswa Siswi SMP Advent II Bandung