

BAB II
TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

Berbagai penelitian tentang sosialisasi sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Setiap penelitian yang dilakukan menunjukkan keragaman dari segi yang diteliti. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang dalam penelitian ini dijadikan sebagai bahan acuan dan pengembangan yaitu :

Tabel 2.1
Uraian Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Waktu Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Riza Pahlupi KIC053159 Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan	Hubungan Kegiatan Penyuluhan Program KB Dengan	1.Apakah terdapat hubungan antara penyuluh atau komunikator dengan sikap	1. Penelitian ini dilakukan di desa bayongbong	1.Peneliti menggunakan metode korelasional dengan	1.Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan pelaksanaan

<p>Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung 2012</p>	<p>Perubahan Sikap Penduduk Pada Pasangan Usia Subur (PUS) Kabupaten Garut.</p>	<p>pasangan usia subur di kecamatan bayongbong? 2. Apakah terdapat hubungan antara metode penyuluhan dengan sikap pasangan usia subur di kecamatan bayongbong? 3. Apakah terdapat hubungan antara media dan materi penyuluhan dengan sikap pasangan usia subur di kecamatan bayongbong? 4. Apakah terdapat hubungan antara</p>	<p>kabupaten Garut</p>	<p>teknik penentuan sample menggunakan <i>purposive sampling</i>. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori disonansi kognitif dan data penelitian diperoleh dari kuesioner, wawancara, dan studi</p>	<p>kegiatan penyuluhan program KB yang baik, di mana komunikasi antara penyuluh dengan PUS tercipta dengan didukung oleh materi, media, metode, dan pemilihan waktu serta tempat yang tepat dan sesuai menghasilkan</p>
---	---	---	------------------------	---	---

			<p>waktu dan tempat penyuluhan dengan sikap pasangan usia subur di kecamatan bayongbong?</p> <p>[REDACTED]</p> <p>[REDACTED]</p>	pustaka	<p>dampak yang positif terhadap perubahan sikap PUS sehingga resistensi mereka terhadap program KB menurun. Penyuluh atau komunikator dalam kegiatan penyuluhan KB di Kecamatan Bayongbong, Kabupaten</p>
--	--	--	--	---------	---

						Garut memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan sikap pasangan usia subur (PUS) yang menjadi peserta kegiatan tersebut.
2.	Sarah Angela KXO050611 Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Manajemen	Hubungan Kegiatan Sosialisasi Program Kb MOW dengan Sikap ber-Kb	1.Apakah terdapat hubungan antara kegiatan sosialisasi program KB MOW steril dengan sikap ber-Kb Wanita di	1. Peneltian ini dilakukan di kelurahan Cicadas Bandung.	1.Peneliti menggunakan metode korelasional yang meneliti	1.Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada analisis statistik

	<p>Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung 2012</p>	<p>Wanita di Kelurahan Cicadas Bandung</p>	<p>kelurahan Cicadas Bandung ?</p>	<p>hubungan di antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis dan menggunakan teori difusi inovasi. Responden penelitian diambil berdasarkan teknik sistem cluster sampling. Teknik pengumpulan</p>	<p>inferensial dan pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan adanya kekuatan hubungan yang sangat kuat. Dan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan antara</p>
--	---	--	------------------------------------	---	--

						data yang kegiatan dipakai sosialisasi adalah program KB kuesioner, wawancara dan studi ber-KB wanita di kelurahan Cicadas. dan studi ber-KB wanita di kelurahan Cicadas. pustaka.
3.	Tiara Nur Irawani 10080010060 Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan <i>Public Relations</i> Universitas Islam Bandung 2014	Hubungan antara Sosialisasi Program Keluarga Berencana Metode Kontrasepsi Jangka Panjang dengan Sikap Masyarakat Untuk ber-Kb	1. Apakah terdapat hubungan antara penyampaian informasi program keluarga berencana metode kontrasepsi jangka panjang dengan sikap masyarakat untuk ber-Kb?	1. Penelitian ini dilakukan di kecamatan Ujung Berung Bandung	1. Peneliti menggunakan metode korelasional, dengan teknik penentuan sample menggunakan <i>multi stage</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada analisis statistik inferensial dan pengujian hipotesis, penelitian ini

			<p>2. Apakah terdapat hubungan antara komunikasi program keluarga berencana metode kontrasepsi jangka panjang dengan sikap masyarakat untuk ber-Kb?</p>	<p><i>cluster sampling.</i></p> <p>Teori yang digunakan adalah teori integrasi informasi. Dan data penelitian diperoleh dari kuesioner, wawancara dan studi pustaka</p>	<p>menunjukkan adanya kekuatan hubungan yang kuat. Dimana hasil korelasi menunjukkan hubungan/korelasi yang kuat atau tinggi antara sosialisasi program KB dengan sikap masyarakat ber-KB. Karena nilai korelasi positif (tanda +)</p>
--	--	--	---	---	--

						artinya sosialisasi program kerja KB naik maka sikap masyarakat ber-KB pun akan naik
--	--	--	--	--	--	--

Beberapa Penjelasan Perbedaan Antara Peneliti dengan Peneliti terdahulu yaitu:

1. Riza Pahlupi Nim, KIC053159. Pada Penelitiannya mengarahkan langsung fokus pada kegiatan sosialisasi penyuluhan. Dan fokus pada perubahan sikap pasangan usia subur saja sedangkan pada penelitian penulis sosialisasi tidak hanya penyuluhan tapi kegiatan-kegiatan lain yang bersifat menyebarkan pesan. Dilihat dari objek penelitian pun berbeda, dimana Riza Pahlupi melakukan penelitian di BKKBN Kabupaten Garut, sedangkan penulis melakukan penelitian di BKKBN Provinsi Jawa Barat. Teori yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah teori disonansi kognitif, berbeda

dengan teori yang penulis pakai yaitu teori integrasi informasi. Teknik penentuan sampel penulis menggunakan *cluster sample* sedangkan Riza Pahlupi menggunakan *purposive sample*.

2. Sarah Angela Nim, KXO050611 pada penelitiannya peneliti terdahulu langsung pada sosialisasi program keluarga berencana MOW (*steril*) dan fokus pada sikap ber-Kb Wanita. Lalu teori yang digunakan Sarah Angela menggunakan teori difusi inovasi berbeda dengan penulis yang menggunakan teori integrasi informasi. Tempat penelitian pun dilakukan di kelurahan cicadas sedangkan penulis tempat penelitiannya adalah di kecamatan Ujung Berung Bandung.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Pengertian Sosialisasi

Penanaman atau proses belajar anggota kelompok atau masyarakat tentang kebiasaan-kebiasaan di dalam kelompok atau masyarakatnya dalam sosiologi disebut sosialisasi. Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Menurut Peter L. Berger (dalam Sunarto, 2000:23) sosialisasi adalah proses belajar seorang anak untuk menjadi anggota yang dapat berpartisipasi di dalam masyarakat. Sementara menurut David Gaslin, sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat.

Menurut Berger dan sejumlah tokoh sosiologi, yang dipelajari dalam proses sosialisasi adalah peran-peran. Bagaimana seseorang berperan sesuai dengan nilai, kebiasaan, dan norma yang berlaku dan di transfer dari masyarakat atau sekelompoknya. Sementara beberapa tokoh lain seperti Gaslin mengemukakan bahwa yang dipelajari dalam proses sosialisasi adalah nilai dan norma sosial (Maryati & Suryawati 2007:80).

Sosialisasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial yang terjadi bila seseorang menghayati dan melaksanakan norma-norma kelompok tempat ia hidup sehingga akan merasa menjadi bagian dari kelompok itu. Apabila di pandang dari sudut kepentingan individu, sosialisasi adalah suatu

proses sosial yang terjadi bila seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku kelompok sosialnya.

Melalui proses sosialisasi, individu akan terwarnai cara berfikir dan kebiasaan-kebiasaan hidupnya. Dengan proses sosialisasi, individu menjadi tahu bagaimana ia mesti bertingkah laku di tengah-tengah masyarakat. Kepribadian seseorang melalui sosialisasi dapat terbentuk, di mana kepribadian itu merupakan suatu komponen pemberi atau penyebab warna dari wujud tingkah laku sosial manusia. Pada dasarnya, tidak ada seorang manusia pun yang tidak melakukan proses sosialisasi dalam hidupnya. Proses sosialisasi ini berlangsung seumur hidup selama manusia masih mampu dan mau meningkatkan kemampuannya untuk menjadi manusia yang lebih berguna bagi masyarakatnya.

Kimball young dalam buku sosiologi pendidikan karya Ary H. Gunawan mengatakan bahwa sosialisasi merupakan hubungan interaktif dimana seseorang dapat mempelajari kebutuhan sosial dan kultural yang menjadikan sebagai anggota masyarakat. Dari penjelasan ini tampak bahwa sosialisasi merupakan suatu proses belajar kepada seseorang agar dapat mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan masyarakat, agar nanti hidup di masyarakat dengan layak. Karena itu sosialisasi merupakan proses belajar dari seseorang.

Dalam arti luas, sosialisasi adalah proses pembelajaran masyarakat “menghantar” warganya masuk ke dalam kebudayaan (Sitorus, 2003:62).

Dengan kata lain masyarakat melakukan suatu rangkaian kegiatan untuk “menyerahterimakan” (mengkomunikasikan) kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Sementara itu, masyarakat mengajar dan melatih angkatan baru untuk membiasakan diri dengan seluruh sistem nilai budaya yang dimiliki. Dalam arti sempit, sosialisasi adalah seperangkat kegiatan masyarakat yang di dalamnya

individu-individu belajar dan diajar memahirkan diri dalam peranan sosial sesuai dengan bakatnya (Sitorus, 2003:62).

Dalam arti ini sosialisasi berkaitan serta dengan masalah pendidikan formal (sekolah) angkatan muda, dalam kaitannya dengan “fungsi sosial” atau “peranan sosial”. Sosialisasi adalah proses yang harus dijalani oleh seorang individu untuk menjadi manusia dengan tujuan utamanya adalah :

- a. Membentuk kepribadian
kepribadian adalah susunan kebiasaan, harapan dan sikap-sikap yang bersifat tetap/ kekal dan menjadi karakteristik seorang individu. Kepribadian menentukan bagaimana seseorang berfikir, merasa dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Mempelajari pola-pola kebudayaan
mempelajari pola-pola kebudayaan seperti norma-norma, nilai-nilai dan sanksi-sanksi merupakan bagian dari proses pembentukan kepribadian kita. Dengan mempelajari pola-pola kebudayaan, individu dapat belajar bagaimana ia harus dan seharusnya bertingkah laku yang tepat agar dia dapat menjadi bagian dari anggota masyarakat.
- c. Berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari
Proses sosialisasi juga memungkinkan individu belajar mengembangkan potensinya agar ia dapat ikut serta secara aktif dalam kehidupan sosial. Hal ini penting yang terutama dipelajari oleh individu adalah menggunakan bahasa. Melalui bahasa individu dapat menyerap dan mengembangkan apa yang dipelajarinya sepanjang hidup (Hakim dan Ningsih, 1999:55).

2.2.1.1 Tujuan Sosialisasi

Pada hakikatnya sosialisasi bertujuan untuk memperoleh nilai, norma, pengetahuan dan keterampilan-keterampilan sebagai pedoman dalam hidupnya. Dengan proses sosialisasi, setiap individu diharapkan memperoleh hasil-hasil sebagai berikut :

1. Memberikan keterampilan yang dibutuhkan bagi kehidupan sosial.
2. Mengembangkan kemampuan berkomunikasi.
3. Mengendalikan fungsi organik.

4. Menanamkan nilai dan kepercayaan pokok masyarakat (Sitorus, 2003:74).

2.2.1.2 Proses Terjadinya Sosialisasi

Sosialisasi dapat terjadi secara langsung pada saat bertatap muka dalam pergaulan sehari-hari, dapat juga terjadi secara tidak langsung, seperti melalui telepon, surat atau melalui media massa. Secara umum terjadinya sosialisasi dapat melalui dua cara yaitu sebagai berikut :

1. Conditioning

Proses ini terjadi melalui keadaan lingkungan yang menyebabkan individu mempelajari pola kebudayaan yang fundamental, seperti bahasa, cara berjalan, cara duduk, cara makan, dan tingkah laku lainnya. Setiap individu berusaha dalam pengembangan aktualisasi dirinya untuk memperoleh sikap dan tingkah laku yang sesuai dengan aturan

2. Komunikasi

Proses sosialisasi dapat terwujud melalui komunikasi dan interaksi. Manfaat komunikasi adalah untuk memperoleh pengalaman-pengalaman hidup, kebiasaan-kebiasaan yang menjadi bekal pergaulan, sehingga individu sadar akan dirinya sebagai pribadi yang tidak terlepas dari kedudukannya sebagai anggota masyarakat. Melalui komunikasi ini diharapkan individu akan menemukan jati dirinya sehingga dapat menghasilkan pribadi-pribadi yang diharapkan dan berguna bagi bangsa dan negara (Hakim dan Ningsih, 1999:57).

2.2.1.3 Media atau Agen Sosialisasi

Dalam proses sosialisasi diperlukan berbagai sarana dan media untuk menjadikan tempat berkomunikasi dan berinteraksi sehingga timbullah hubungan timbal balik yang dapat memperlancar proses sosialisasi. Adapun media atau agen sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keluarga

Pemeran utama dalam pengaturan proses sosialisasi dalam keluarga adalah ayah dan ibu. Peran serta orang tua merupakan cerminan bagi pembentukan keluarga. Orang tua membimbing, mengarahkan dan mewariskan nilai-nilai budaya yang berguna bagi keluarga serta diterima oleh masyarakat.

2. Sekolah

Sekolah merupakan sistem pendidikan formal tempat individu mempelajari hal-hal baru yang belum dipelajari di lingkungan keluarga. Sekolah tidak saja mengajarkan pengetahuan perkembangan intelektual anak, tetapi juga memengaruhi hal lain seperti kemandirian, tanggung jawab dan tata tertib.

3. Lingkungan kerja

Bagi orang dewasa yang sudah mempunyai pekerjaan, tempat lain yang dapat mempengaruhi proses sosialisasi, adalah tempat kerja. Dalam suatu instansi yang melibatkan banyak orang dengan dengan macam-macam jabatan, diperlukan kesiapan seseorang agar dapat berinteraksi sesuai dengan peran masing-masing.

4. Media massa

Media massa adalah sarana untuk menyebarkan pesan dan informasi dari seseorang kepada orang lain. Macam-macam media massa dapat berupa surat kabar, radio, telepon, majalah, brosur dan TV. Jika agen-agen sosialisasi menyampaikan pesan-pesan yang sepadan, maka proses sosialisasi akan berlangsung lancar (Maryati & Suryawati 2007:88).

2.2.2 Program Keluarga Berencana

Program keluarga berencana (KB) adalah salah satu usaha untuk mencapai kesejahteraan keluarga. Program keluarga berencana merupakan bagian terpadu dalam program pembangunan nasional yang bertujuan untuk mewujudkan penduduk tumbuh seimbang agar kesejahteraan ekonomi, spiritual, dan sosial budaya penduduk Indonesia dapat tercapai dengan *Total Fertility Rate (TFR)* 2,2 (BKKBN,2005).

Menurut Who (*Who Health Organization/Expert Community 1970*)

adalah tindakan yang membantu individu atau pasangan suami isteri untuk :

1. Mendapatkan objektif tertentu
2. Menghindari kelahiran yang tidak diinginkan

3. Mendapatkan kelahiran yang memang diinginkan
4. Mengatur Interval di antara kehamilan
5. Mengontrol waktu saat kelahiran dalam hubungan dengan umur suami isteri (Hartanto,1994:26).

Secara garis besar definisi ini mencakup beberapa komponen dalam pelayanan kependudukan dan KB yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Komunikasi, informasi, dan edukasi (KIE)
2. Konseling
3. Pelayanan Kontrasepsi (PK)
4. Pelayanan infertilitas
5. Pendidikan Seks (*sex education*)
6. Konsultasi pra-perkawinan dan konsultasi perkawinan
7. Konsultasi genetik
8. Test keganasan
9. Adopsi (Hartanto,1994:27).

Tujuan program kependudukan keluarga berencana adalah mewujudkan keluarga kecil bahagia dan sejahtera yang merupakan sumber daya manusia dengan mengendalikan kelahiran dalam rangka menjamin terkendalinya pertumbuhan penduduk. Untuk mencapai tujuan tersebut diatas, maka penggarapan program keluarga berencana diarahkan kepada dua bentuk sasaran yakni :

1. Sasaran langsung : yaitu para pasangan usia subur, dengan jalan mereka berharap agar mereka menjadi peserta keluarga berencana yang aktif lestari sehingga memberikan efek langsung penurunan fertilitas.
2. Sasaran tidak langsung : yaitu organisasi-organisasi/lembaga-lembaga kemasyarakatan, instansi-instansi pemerintah maupun swasta, pendidikan, seperti sekolah dan kampus. Maupun tokoh-tokoh masyarakat (wanita, pemuda) yang diharapkan dapat

memberikan dukungan terhadap proses pembentukan sistem nilai di kalangan masyarakat yang dapat mendukung usaha pelebagaan norma keluarga kecil yang bahagia dan sejahtera.

2.2.3 Program Keluarga Berencana Metode Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP)

Program keluarga berencana metode kontrasepsi jangka panjang adalah program keluarga berencana yang digunakan untuk menunda, menjarangkan kehamilan, serta menghentikan kesuburan yang digunakan dengan jangka panjang, yang meliputi IUD, Implant, dan kontrasepsi mantap.

Metode kontrasepsi jangka panjang (MKJP) merupakan kontrasepsi yang dapat dipakai dalam jangka waktu lama lebih dari 2 tahun, efektif dan efisien untuk tujuan menjarangkan kelahiran lebih dari 3 tahun atau sudah tidak ingin menambah anak lagi, yang termasuk MKJP yaitu IUD (spiral), Implant, dan sterilisasi pada Pria/Wanita (Prawirohardjo,2006). Berikut beberapa macam alat kontrasepsi MKJP yang digunakan dalam masyarakat yaitu :

1. IUD

IUD (intra uterine device) merupakan alat kecil berbentuk seperti huruf T yang lentur dan diletakkan di dalam rahim untuk mencegah kehamilan. IUD merupakan salah kontrasepsi yang paling banyak digunakan di dunia.

2. Implan

Implan atau susuk kontrasepsi merupakan alat kontrasepsi yang berbentuk batang dan panjang sekitar 4cm. Implan tersebut dimasukkan ke dalam kulit di bagian lengan atas.

3. Modus Operasi Wanita (MOW) dan Modus Operasi Pria (MOP)

Kontrasepsi ini merupakan suatu tindakan bagi pasangan suami isteri yang tidak ingin lagi memiliki anak atau suatu tindakan pengikatan dan pemotongan saluran telur.

2.2.4 Teori Integrasi Informasi

Teori Integrasi Informasi (Information Integration Theory) merupakan teori tentang pengorganisasian pesan atau informasi yang dikemukakan oleh Martin Feishbein. Teori integrasi informasi memusatkan perhatian pada cara komunikator mengumpulkan dan mengatur informasi mengenai orang lain, benda-benda, situasi, serta ide-ide untuk membentuk sikap (*attitudes*). Sikap adalah *predispositions to act in a positive or negative way toward some object* (kecenderungan untuk bertindak secara positif maupun negatif terhadap objek). Pendekatan yang diajukan teori integrasi informasi merupakan salah satu model pendekatan yang paling populer yang menjelaskan bagaimana pembentukan dan perubahan sikap dapat terjadi.

Menurut teori ini, cognition atau kognisi, yaitu suatu proses untuk mengetahui, memahami dan mempelajari sesuatu yang merupakan suatu sistem interaksi yang mana informasi memiliki potensi memengaruhi

kepercayaan atau sikap individu. Suatu sikap merupakan kumpulan informasi mengenai suatu objek, orang, situasi atau pengalaman. Perubahan sikap terjadi karena informasi baru memberikan tambahan terhadap sikap atau informasi tersebut mampu mengubah penilaian mengenai bobot (*weight*) atau arah informasi lainnya. Setiap satu informasi biasanya tidak akan langsung memberikan pengaruh pada sikap karena sikap terdiri atas sejumlah kepercayaan yang dapat menolak informasi baru (Morissan, 2013:62).

Feishbein dalam Little John kemudian mengemukakan bahwa semua informasi mempunyai kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi orang untuk memiliki sikap tertentu. Besar tidaknya pengaruh tersebut tergantung kepada dua hal yaitu:

1. Valensi atau tujuan, yang berarti sejauhmana suatu informasi mendukung apa yang sudah menjadi kepercayaan seseorang. Suatu informasi dikatakan positif apabila informasi tersebut mendukung kepercayaan yang telah ada dalam diri seseorang sebelumnya. Sedangkan jika yang terjadi adalah sebaliknya, maka informasi itu dapat dipandang sebagai sesuatu yang negatif
2. Bobot penilaian, yang berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Maksudnya apabila seseorang melihat informasi itu sebagai suatu kebenaran, maka ia akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi itu. Sementara jika yang terjadi adalah sebaliknya, maka penilaian yang diberikan pun akan rendah. (Littlejohn,1996-137-138).

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa Valensi berkaitan dengan bagaimana informasi dipengaruhi sikap seseorang, sedangkan Bobot Penilaian berkaitan dengan sejauhmana informasi tersebut mempengaruhi sikap seseorang. Dengan demikian, walaupun suatu informasi memiliki tingkat valensi yang tinggi, apabila tidak didukung oleh bobot penilaian

yang tinggi pula, akan menghasilkan efek yang kecil pada sikap seseorang (Littlejohn,1996:137-138).

Menurut teori integrasi informasi ini, adanya akumulasi informasi yang diserap seseorang dapat menimbulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Informasi dapat merubah derajat kepercayaan seseorang terhadap suatu objek
2. Informasi dapat merubah kredibilitas kepercayaan seseorang yang sudah dimiliki seseorang.
3. Informasi dapat menambah kepercayaan baru yang telah ada dalam struktur sikap.

2.2.5 Teori Kognitif dan Tingkah Laku

Teori kognitif dan tingkah laku (behavior) cenderung untuk memusatkan perhatiannya pada individu dan karenanya, ilmu psikologi menjadi sumber utama teori ini. Menurut pendukung teori kognitif, psikologi tingkah laku memiliki fokus perhatian pada hubungan antara stimuli (input) dan respons (output) yang terwujud dalam bentuk tingkah laku.

Dengan demikian, teori kognitif mengakui hubungan yang kuat antara stimuli dan respons namun teori ini lebih menekankan pada terjadinya proses penyampaian informasi diantara keduanya. Teori ini membahas bagaimana seseorang mengolah pesan dapat menjelaskan bagaimana seseorang menimbang-nimbang atau memilih informasi untuk kemudian membentuk sikap atas suatu topik tertentu. Teori kognitif juga memberikan

perkiraan jenis-jenis pesan atau informasi yang berpengaruh pada bagaimana orang berpikir. Istilah “*Cognitive*” berasal dari kata cognition artinya adalah pengertian, mengerti. Pengertian yang luasnya cognition (kognisi) adalah perolehan, penataan, dan penggunaan pengetahuan. Dalam perkembangan selanjutnya, kemudian istilah kognitif ini menjadi populer sebagai salah satu wilayah psikologi manusia / satu konsep umum yang mencakup semua bentuk pengenalan yang meliputi setiap perilaku mental yang berhubungan dengan masalah pemahaman, memperhatikan, memberikan, menyangka, pertimbangan, pengolahan informasi, pemecahan masalah, pertimbangan, membayangkan, memperkirakan, berpikir dan keyakinan. Termasuk kejiwaan yang berpusat di otak ini juga berhubungan dengan konasi (kehendak) dan afeksi (perasaan) yang bertalian dengan rasa. Menurut para ahli jiwa aliran kognitifis, tingkah laku seseorang itu senantiasa didasarkan pada kognisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan situasi dimana tingkah laku itu terjadi.

Belajar adalah perubahan persepsi dan pemahaman. Perubahan persepsi dan pemahaman tidak selalu berbentuk perubahan tingkah laku yang bisa diamati.

Salah satu tokoh kognitivisme adalah Jean Piaget membagi proses belajar manusia dalam tiga tahapan, yaitu :

1. Asimilasi. Yaitu, proses penggabungan informasi baru ke dalam struktur kognitif yang sudah ada dan terekam dalam benak si pembelajar sebelumnya.

2. Akomodasi. Yaitu, penyelarasan struktur kognitif dalam situasi yang baru diterimanya.
3. Equilibrasi. Yaitu, penyelarasan dalam pengkombinasian antara asimilasi dengan akomodasi.

2.2.6 Pengertian Sikap

Menurut Louis Thurstone, *Rensis Likert* dan *Charles Osgood* dalam (Azwar, S 2003:4) sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut. Sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi) pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya (Secord & Backman 1964 dalam (Azwar, 2003:5).

Sikap adalah pola perilaku tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respons terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan (La Pierre 1934 dalam (Azwar, S 2003:5).

Sikap dapat diposisikan sebagai hasil evaluasi terhadap obyek sikap yang diekspresikan ke dalam proses-proses kognitif, afektif (emosi) dan perilaku. Dari definisi-definisi di atas menunjukkan bahwa secara garis besar sikap terdiri dari komponen kognitif (ide yang umumnya berkaitan dengan pembicaraan dan dipelajari), perilaku (cenderung memengaruhi

respon sesuai dan tidak sesuai) dan emosi (menyebabkan respon-respon yang konsisten).

Pengertian *attitude* dapat kita terjemahkan dengan sikap terhadap objek tertentu yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap. Sikap senantiasa terarahkan kepada sesuatu hal, suatu objek. Tidak ada sikap tanpa ada objeknya (Gerungan, 2004:161).

Peranan sikap dalam kehidupan manusia berperanan besar, sebab apabila sudah dibentuk pada diri manusia, maka sikap itu akan turut menentukan tingkah lakunya terhadap objek-objek nya. Sikap dapat dibedakan ke dalam sikap sosial dan sikap individual. Sikap sosial dinyatakan dengan cara-cara kegiatan yang sama dan berulang-ulang terhadap objek sosial. Sikap sosial menyebabkan terjadinya cara-cara tingkah laku yang dinyatakan berulang-ulang terhadap suatu objek sosial, dan biasanya sikap sosial dinyatakan tidak hanya oleh seseorang tetapi juga oleh orang lain yang sekelompok atau semasyarakat.

Sikap individual berbeda dengan sikap sosial yaitu :

1. Sikap individual dimiliki oleh seorang demi seorang saja, misalnya kesukaan terhadap binatang-binatang tertentu.
2. Sikap individual berkenaan dengan objek-objek yang bukan merupakan objek perhatian sosial.

Sikap individual terdiri atas kesukaan dan ketidaksukaan pribadi atas objek, orang, binatang, dan hal-hal tertentu. Sedangkan sikap sosial menyebabkan terjadinya tingkah laku yang khas dan berulang-ulang

terhadap objek sosial, dan karenanya maka sikap sosial turut merupakan suatu faktor penggerak dalam pribadi individu untuk bertingkah laku secara tertentu sehingga sikap sosial dan sikap pada umumnya itu mempunyai sifat-sifat dinamis yang sama seperti sifat motif dan motivasi; yaitu merupakan salah satu penggerak internal di dalam pribadi orang yang mendorongnya berbuat sesuatu dengan cara tertentu.

Bagaimana sikap berubah ? menurut teori penilaian sosial, sekali kita telah memberikan penilaian terhadap suatu pesan yang baru masuk ke dalam wilayah penerimaan maka kita akan menyesuaikan sikap kita dengan pesan itu. Namun jika penilaian kita terhadap suatu pesan masuk ke dalam wilayah penolakan maka kita akan menyesuaikan sikap kita.

Menurut sherif, ada empat hal yang harus diperhatikan mengenai bagaimana sikap berubah, pembagian pernyataan kedalam kelompok-kelompok pernyataan yang bisa diterima, ditolak dan netral seperti sebagai berikut ini :

1. *Pertama*, pesan yang berada dalam 'wilayah penerimaan' akan dapat mendorong perubahan sikap. Suatu argumen yang masuk dalam wilayah penerimaan akan lebih mampu membujuk dibandingkan dengan argumen yang berada di luar wilayah penerimaan.
2. *Kedua*, jika Anda menilai suatu argumen atau pesan masuk dalam wilayah penolakan, maka perubahan sikap akan berkurang atau bahkan tidak ada.
3. *Ketiga*, jika berbagai argumen yang Anda terima berada antara wilayah penerimaan dan wilayah di mana Anda berpandangan netral (*noncommitment*) maka kemungkinan perubahan sikap Anda akan dapat terjadi walaupun berbagai argumen itu berbeda dengan argumen sendiri.

4. *Keempat*, semakin besar keterlibatan ego Anda dalam suatu isu, semakin luas wilayah penolakan, semakin kecil wilayah netral maka akan semakin kecil perubahan sikap. Orang-orang dengan keterlibatan ego yang tinggi sangat sulit untuk diubah pandangannya (Morissan,2010:26).

2.2.6.1 Ciri-ciri Sikap

Ciri-ciri sikap dalam buku Gerungan W.A (2004:163) adalah

- a. Sikap tidak dibawa orang sejak ia dilahirkan, tetapi dibentuk atau dipelajarinya sepanjang perkembangan orang itu dalam hubungan dengan objeknya.
- b. Sikap dapat berubah-ubah, karena sikap dapat dipelajari orang;atau sebaliknya, sikap dapat dipelajari sehingga dapat berubah pada seseorang bila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah berubahnya sikap pada orang itu.
- c. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mengandung relasi tertentu terhadap suatu objek. Dengan kata lain, sikap terbentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkaitan dengan suatu objek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
- d. Objek sikap dapat merupakan satu hal tertentu, tetapi dapat juga merupakan kumpulan hal-hal tersebut. Jadi sikap dapat berkaitan dengan satu objek saja tetapi juga berkaitan dengan sederetan objek yang serupa. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan.

2.2.6.2 Tingkatan Sikap

Sikap terdiri dari berbagai tingkatan yaitu :

- a. Menerima (*receiving*)

Menerima di artikan bahwa orang (subyek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (obyek).

- b. Merespon (*responding*)

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi sikap karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan. Terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah berarti orang tersebut menerima ide itu.

- c. Menghargai (*Valuing*)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.

d. Bertanggung jawab (*Responsible*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah mempunyai sikap yang paling tinggi. Menurut Notoadmodjo (wawan dan Dewi 2010:51)

2.2.6.3 Komponen Sikap

Sikap terdiri dari 3 komponen yang saling menunjang yaitu :

a. Komponen kognitif

Merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap, komponen kognitif berisi kepercayaan stereotipe yang dimiliki individu mengenai sesuatu dapat disamakan penanganan (opini) terutama apabila menyangkut masalah isu atau yang kontroversial.

b. Komponen afektif

Merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional. Aspek emosional inilah yang berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin adalah mengubah sikap seseorang komponen afektis disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu

c. Komponen konatif

Merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai sikap yang dimiliki oleh seseorang. Aspek ini berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu (Azwar,S 2005:24).

2.2.6.4 Faktor-faktor yang Memengaruhi Sikap

Menurut Azwar S (2003:30), faktor-faktor yang memengaruhi 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 atau instansi

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

f. faktor emosional

Kadang kala, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

2.2.7 Pengertian Masyarakat

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* yang berarti kawan. Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab *syaraka* yang berarti ikut serta berpartisipasi. Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi.

Manusia merupakan bagian dari kehidupan makhluk sosial yang ada di muka bumi. Kumpulan dari manusia inilah yang kemudian dikenal sebagai masyarakat. Semua warga masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan.

Masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan. Tata cara dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat Mac Iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006:22). Menurut Ralph Linton (dalam Soerjono Soekanto, 2006:22).

Masyarakat merupakan setiap kelompok yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. Sedangkan menurut Selo Soemardjan (dalam Soekanto, 2006:22) adalah orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

2.2.8 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama”. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2010:46). Komunikasi adalah hal yang paling, utama dalam kehidupan manusia karena manusia tidak mungkin dapat berinteraksi tanpa berkomunikasi. Proses komunikasi pada hakekatnya dapat disimpulkan sebagai proses informasi atau pesan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media.

Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 1998:6).

Menurut *Bernald Berelson dan Gary A. Steiner* dalam (Dedy, 2010:68) Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi. Sedangkan *Everett M. Rogers* dalam (Mulyana, 2010:69) mendefinisikan komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Komunikasi secara paradigmatik, yaitu bahwa : “komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media” (Effendy, 2002:5). Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behaviour*). Keterampilan berkomunikasi adalah bakat, sifat bawaan, bukan diperoleh karena usaha atau pendidikan.

Dalam penyampaian atau penerimaan informasi ada dua pihak yang terlibat yaitu :

- a. Komunikator : orang atau kelompok orang yang menyampaikan informasi atau pesan.
- b. Komunikan : orang atau kelompok orang yang menerima pesan.
Komunikasi berperan penting bagi kehidupan manusia, karena manusia itu sendiri dikenal sebagai makhluk sosial. Setiap saat pasti manusia di dunia ini melakukan komunikasi, baik itu komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal (Mulyana, 2010:46).

2.2.8.1 Pengetian Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara komunikator dengan sejumlah orang atau komunikan yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok (Effendy,2002:57).

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seseorang (komunikator) dengan sejumlah orang (komunikan) yang lebih dititikberatkan perhatiannya tertuju pada tingkah laku individu pada kelompok tersebut.

Komunikasi kelompok ini dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yang pertama komunikasi kelompok kecil dan yang kedua adalah komunikasi kelompok besar.

a. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil merupakan komunikasi yang sifatnya dialog antara komunikator dengan komunikannya, maksudnya dalam komunikasi ini terjadi tanya jawab dan sifat dari komunikasi ini bisa berlangsung secara rasional. Komunikasi kelompok kecil (*micro group communication*) adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis (Effendy, 2002:76).

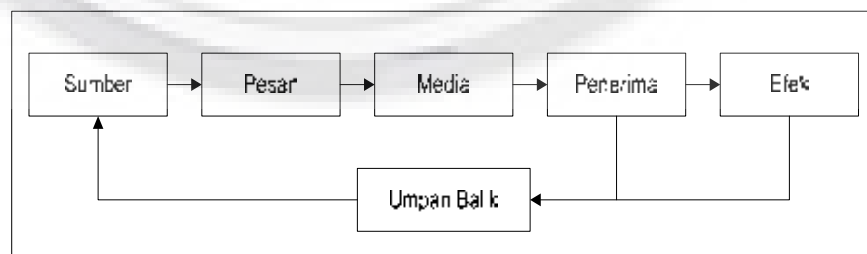
Sedangkan menurut Robert F Bales dalam bukunya *Interaction Process Analysis* menyatakan bahwa komunikasi kelompok kecil adalah :

Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan (*face to face meeting*) dimana setiap anggota mendapat pesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara sehingga dia baik pada saat timbul pertanyaan maupun setelah dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing perorangan (Effendy, 2002:18).

b. Komunikasi kelompok besar

Komunikasi ini merupakan kebalikan dari kelompok kecil di atas, menurut Onong Uchjana Effendy komunikasi kelompok besar ini adalah komunikasi yang ditujukan ke arah afeksi komunikan dan prosesnya berlangsung secara linier (Effendy,2002:77). Di sini pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada perasaan komunikannya.

2.2.8.2 Unsur-unsur Komunikasi



Unsur-unsur Komunikasi

Gambar 2.1

(Cangara, 1998:23)

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator, atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source, sender atau encoder*.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Dalam bahasa Inggris biasanya diterjemahkan dengan kata *message, content*.

3. Media

Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, biasanya disebut *receiver atau audience*.

5. Efek

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

6. Umpan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu (Cangara, 1998 : 21).

2.2.8.3 Pengertian Komunikator

Menurut Onong Uchjana Effendy komunikator adalah “seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan gagasan atau ide-ide ke dalam lambang komunikasi yang dapat dimengerti atau diterima oleh komunikan” (effendy, 1986:41). Untuk melakukan komunikasi yang efektif, terdapat dua faktor penting, yaitu kepercayaan dan daya tarik komunikator serta dapat memahami

kepentingan, kebutuhan, pengalaman, kemampuan berfikir, kesulitan komunikasi, dan lain sebagainya.

Berikut adalah penjelasannya dua faktor penting untuk melakukan komunikasi yang efektif :

1. Kepercayaan kepada komunikator (*Source credibility*)
Kepercayaan kepada komunikator ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya ia di percaya. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan yang besar akan dapat meningkatkan daya perubahan sikap, sedang kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Lebih dikenal dan disenanginya komunikator oleh komunikan, lebih cenderung komunikasi untuk mengubah kepercayaannya ke arah yang dikehendaki komunikator.
2. Daya Tarik Komunikator (*Source attractiveness*)
Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Misalnya komunikator dapat di senangi atau dikagumi sedemikian rupa, sehingga pihak komunikan akan menerima kepuasan dari usaha menyamakan diri dengannya melalui kepercayaan yang diberikan. Atau komunikator dapat dianggap mempunyai persamaan dengan komunikan, sehingga komunikan bersedia untuk tunduk kepada pesan yang dikomunikasikan komunikator (Effendy, 2002:43).

Seorang komunikator akan sukses dalam komunikasinya, kalau ia menyesuaikan komunikasinya dengan *the image* dari komunikan, yaitu memahami kepentingannya, kebutuhannya, kecakapannya, pengalamannya kemampuan berpikirnya, kesulitannya, dan sebagainya.

Keefektifan komunikasi ditentukan oleh etos komunikator.

Etos adalah nilai diri seorang yang merupakan paduan dari kognisi

(*cognition*), afeksi (*affection*), dan konasi (*conation*). *Kognisi* adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pikiran; *afeksi* adalah perasaan yang ditimbulkan oleh perangsang dari luar; dan *konasi* adalah aspek psikologi yang berkaitan dengan upaya atau perjuangan. Etos tidak timbul pada seseorang dengan begitu saja, tetapi ada faktor-faktor tertentu yang mendukungnya. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

a. Kesiapan (*preparedness*)

Seorang komunikator yang tampil di mimbar harus menunjukkan kepada khalayak, bahwa ia muncul di depan forum dengan persiapan yang matang.

b. Kesungguhan (*seriousness*)

Seorang komunikator yang berbicara dan membahas suatu topik dengan menunjukkan kesungguhan, akan menimbulkan kepercayaan pihak komunikan kepadanya.

c. Ketulusan (*sincerity*)

Seorang komunikator harus membawakan kesan kepada khalayak, bahwa ia berhati tulus dalam niat dan perbuatannya.

d. Kepercayaan (*confidence*)

Seorang komunikator harus senantiasa memancarkan kepastian. Ini harus selalu muncul dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna.

e. Ketenangan (*poise*)

Khalayak cenderung akan menaruh kepercayaan kepada komunikator yang tenang dalam mengutarakan kata-kata.

f. Keramahan (*friendship*)

Keramahan komunikator akan menimbulkan rasa simpati komunikan kepadanya. Keramahan tidak berarti kelemahan, tetapi pengekspresian sikap etis.

g. Kesederhanaan (*moderation*)

kesederhanaan tidak hanya menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetapi juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya mengkomunikasannya (Effendy, 2002:17).

2.2.8.4 Pengertian Pesan

Willbur Schram menyimpulkan apa yang disebut “*the conditions of success in Communications*” yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki, kondisi tersebut sebagai berikut :

1. Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikator dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Effendy, 2002 : 41).

Untuk menciptakan komunikasi yang tepat antara komunikator dengan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan, yaitu :

1. Pesan itu harus cukup jelas (*clear*), bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
2. Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*), pesan itu berdasarkan fakta tidak mengada-ada dan tidak meragukan.
3. Pesan itu ringkas (*concise*), ringkas tanpa mengurangi arti sesungguhnya.
4. Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*), ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan.
5. Pesan itu nyata (*concrete*), dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada tidak sekedar isu dan kabar angin.

6. Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis.
7. Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convincing*) menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis.
8. Pesan itu disampaikan dengan segar.
9. Nilai pesan itu sangat mantap, artinya isi di dalamnya mengandung pertentangan antara bagian satu dengan yang lainnya (Siahaan, 1991 : 73).

Kejelasan pesan berkaitan dengan materi atau bahan yang akan disampaikan kepada komunikan, penggunaan bahasa yang sederhana, artinya bahasa yang dipakai sehari-hari atau bahasa pergaulan. Menurut Effendy, kejelasan pesan terdiri atas :

- a. Kalimat yang singkat dan sederhana
- b. Kata-kata yang umum
- c. Susunan ide yang memacu
- d. Pengeluaran fakta atau ide-ide yang penting
- e. Bahan/materi yang betul-betul dikuasai.(Effendy, 1993:94)

Kelengkapan isi pesan dapat dilihat, apabila pesan yang disampaikan sudah lengkap maksudnya sehingga tidak menimbulkan pertanyaan baru dan informasi yang didapat sudah cukup lengkap untuk disampaikan kepada komunikan sehingga komunikan merasa puas akan pesan yang disampaikan .

Daya tarik pesan berkaitan dengan informasi yang disampaikan harus menarik dan dapat memikat perhatian khalayak. Oleh karena itu pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa. Sebagai upaya mempertahankan daya tarik materi sebagai informasi dalam media cetak adalah dengan membuat pesan yang

disampaikan dengan cara lebih menarik dan didesain sedemikian rupa.

2.2.8.5 Pengertian Komunikan

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara.

Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan,, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Ditinjau dari komponen komunikan, seorang dapat dan akan menerima pesan hanya kalau terdapat empat kondisi berikut ini secara simultan :

- a) Ia dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi
- b) Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya
- c) Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya.
- d) Ia mampu untuk menepatinya baik secara mental maupun fisik (Effendy, 2002:42)

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan

tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan.

2.2.9 Pengertian Informasi

Kata informasi berasal dari kata Perancis kuno *informacion* (tahun 1387) yang diambil dari bahasa Latin *informationem* yang berarti “garis besar, konsep, ide”. Informasi merupakan kata benda dari *informare* yang berarti aktivitas dalam “pengetahuan yang dikomunikasikan.”

Informasi adalah bahan pokok dalam komunikasi. Informasi bukan hanya perihal fakta maupun kebenaran melainkan lebih luas lagi. Informasi merupakan suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baginya hal yang baru diketahuinya, seperti pendapat Gordon B. Davis yang dikutip oleh Siahaan dalam bukunya *Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya* menyatakan ”informasi adalah data yang telah diolah dan diproses ke dalam bentuk yang mempunyai nilai nyata yang terasa bagi keputusan saat itu atau bagi keputusan mendatang”. informasi terdiri atas data yang telah didapatkan , diolah/diproses, atau sebaliknya yang digunakan untuk tujuan penjelasan/penerangan, uraian, atau sebagai bentuk untuk pembuatan keputusan.

Pandangan definisi ini hakikatnya masih berkisar pada kegiatan manajemen, sehingga dari sudut komunikasi masih dinilai sempit untuk menerangkan apa itu informasi. Pada pihak lain Samuel

Eliot dalam bukunya *Notes of Information Processing* menjelaskan bahwa “informasi itu pernyataan yang menjelaskan suatu peristiwa (objek, konsep) untuk lebih mudah memahaminya”(Siahaan, 1991:30).

Informasi sangat diperlukan oleh masyarakat dewasa ini karena dengan informasi masukan-masukan yang dianggap penting dapat membantu masyarakat dalam kehidupannya. Dengan kata lain bahwa informasi sudah menjadi kebutuhan manusia sehingga peranan informasi sangat dominan, karena tanpa informasi maka manusia tidak akan berkembang dengan demikian manusia dapat mengetahui apa yang harus dilakukan guna memenuhi kebutuhannya.

Dari uraian tersebut di atas cukup jelas bahwa informasi adalah salah satu unsur penting dalam komunikasi. Informasi itu bergerak, mudah dimengerti, utuh dan bulat dan informasi itu menginginkan respon dari penerimanya.