# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.1. Kajian Literatur

## 2.1.1. Review Penelitian Sejenis

1) Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Csr (Corporate Social Responsibility) Pt Multimas Nabati Asahan Di Desa Lalang Kecamatan Medang Deras Kabupaten Batu Bara

Penelitian ini disusun oleh Prie Anugrah Hastomo 080902031, yang mana bertujuan untuk mengetahui respon yang terbagi atas persepsi, sikap, dan partisipasi dari masyarakat Desa Lalang terhadap pelaksanaan program CSR PT Multimas Nabati Asahan (MNA) di Desa Lalang, Kecamatan Medang Deras, Kabupaten Batu Bara.

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bermukim di daerah program CSR PT MNA di Desa Lalang yang terdiri dari 10 dusun dengan jumlah penduduk 6.950 jiwa dan terdiri dari 1.820 KK. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 182 orang yang diambil dari 10% jumlah KK pada masing-masing dusun. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yang terbagi dalam observasi, kuesioner dan wawancara. Data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan kemudian dikumpulkan serta diolah dan dianalisis dengan menggunakan tabel tunggal dan dijelaskan secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Desa Lalang memiliki persepsi dan sikap yang positif namun memiliki tingkat partisipasi yang negatif terhadap pelaksanaan program CSR PT MNA. Persepsi dan sikap masyarakat yang positif menunjukkan bahwa program-program CSR PT MNA sudah dianggap tepat dan memang dibutuhkan oleh masyarakat Desa Lalang. Sedangkan partisipasi masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT MNA yang negatif dikarenakan sebagian masyarakat Desa Lalang merasa bahwa mereka tidak pernah ikut menikmati dan merasakan manfaat dari program-program CSR PT MNA tersebut.

2) Perilaku Masyarakat Dalam Menyikapi Kebijakan Plastik Berbayar (Penelitian terhadap Pengunjung Minimarket Kelurahan Cipadung Cibiru Bandung)

Penelitian ini disusun oleh mahasiswi Universias Sunan Gunung Djati Bandung bernama Elsa Julianti 1128030037 pada tahun 2016. Tujuan yang ingin di capai oleh penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana masyarakat menyikapi kebijakan plastik berbayar serta dampak yang di timbulkan dari kebijakan plastik berbayar dan respon pengunjung terhadap kebijakan plastik berbayar. Tujuan lain agar masyarakat dapat menekakan penggunaan kantong plastik sehingga sampah akan berkurang karena penggunaanya yang sedikit.

Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, merupakan penelitian dengan menggambarkan secara lengkap mengenai perilaku sosial dalam menyikapi kebijakan plastik berbayar. Dengan sumber data primer yang di dapat dari hasil observasi, wawancara dengan kasir minimarket yang terdiri dari 2 orang dan pengunjung minimarket yang terdiri dari 24 orang. Data sekunder ini diambil dari dokumen-dokumen, buku-buku, jurnal, artikel seperti buku tentang perilaku sosial, masyarakat, serta kebijakan pemerintah.

Penelitian ini menggunakan teori George Homans meliputi teori pertukaran sosial dan teori sosiologi perilaku. Homans menyatakan bahwa dalam hubungan sosial terdapat unsur ganjaran, pengorbanan, dan keutungan yang saling mempengaruhi. Selain itu perilaku sosial ini menyangkut dinamika kelompok kecil yang mana kegitan dan interaksi yang dilakukan oleh pengunjung. Dilihat bagaimana pengunjung merespon kebijakan plastik berbayar.

Temuan dari hasil penelitian perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan plastik berbayar yaitu banyaknya masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan plastik berbayar karena harga yang ditetapkan terlalu murah yaitu Rp. 200. Karena banyaknya masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan plastik berbayar maka dampak dari kebijakan plastik berbayar terhadap masyarakat dan lingkungan yaitu dampak negatif.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Peneliti 1 | Peneliti 2 | Peneliti yang dilakukan |
| Judul | Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Csr (Corporate Social Responsibility) Pt Multimas Nabati Asahan Di Desa Lalang Kecamatan Medang Deras Kabupaten Batu Bara | Perilaku Masyarakat Dalam Menyikapi Kebijakan Plastik Berbayar (Penelitian terhadap Pengunjung Minimarket Kelurahan Cipadung Cibiru Bandung) | Sikap Pengguna *Smartphone* Dalam Kewajiban *Registrasi* Ulang Dikalangan Mahasiswa Universitas Telkom |
| Oleh | Prie Anugrah Hastomo 080902031 | Elsa Julianti 1128030037Universias Sunan Gunung Djati Bandung  | Andri Ahmad Zaeni 142050186 Universitas Pasundan |
| Teori |  | Teori George Homans meliputi teori pertukaran sosial dan teori sosiologi perilaku | Teori Sikap |
| Metode | Deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif | Deskriptif kualitatif | DeskriptifKualitatif |
| Teknik Analisis Data |  |  | Reduksi data (*DataReduction),*Penyajian Data (D*ata Display),*Penarka Keputusan dan Verifikasi (*Conclussion and Verification*),Keabsahan Hasil Penelitian,Lokasi Penelitian,Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelitian, |
| Hasil | Masyarakat Desa Lalang memiliki persepsi dan sikap yang positif namun memiliki tingkat partisipasi yang negatif terhadap pelaksanaan program CSR PT MNA. | Banyaknya masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan plastik berbayar karena harga yang ditetapkan terlalu murah yaitu Rp. 200. Karena banyaknya masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan plastik berbayar maka dampak dari kebijakan plastik berbayar terhadap masyarakat dan lingkungan yaitu dampak negatif. |  |

## 2.1.2. Kerangka Konseptual

### 2.1.2.1. Komunikasi

### 2.1.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, organisasi dan masyarakat untuk mengubah, menciptakan perilaku orang lain dengan caa menyampaikan informasi yang menghubungkan dengan lingkungan dan orang lain. Biasanya komunikasi dilakukan secara lisan (langsung) atau verbal dan secara tidak langsung atau non verbal yang dapat dimengerti oleg kedua pihak dan tidak ada pengertian dua arah.

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia, dengan komunkasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari –hari dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi dalam bahasa inggris yaitu C*ommunication* bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, disini maksudnya adalah sama dalam pemaknaanya. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu elum tentu menimbulkan kesamaan makna. Jadi, apabila dua orang atau lebih terlibat komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa saja yang mereka perbincangkan.

Pendapat Carl. I Hovland yang dikutip Dedy Mulyana dalma bukunya Ilmu Komunikasi, menjelaskan bahwa Komunikasi adalah “Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang – lambang verbal) untuk mengubah prilaku orang lain”. (2007 : 68)

Definisi Hovland di atas menunjukan bahwa komunikasi proses penyampaian pesan / informasi yang dapat mengubah perilaku orang dan melainkan juga membentuk pendapat umum (*Public Opinion*).

Bernard Berlerson dan Gary A. Stainer dalam karyanya “*Human Behavior”* seperti dikutip oleh Effendy dalam bukunya Komunikasi Teori dan Praktek, mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

 Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang – lambang, kata- kata, gambar, bilangan, grafik dan lain – lain. kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi (1992 : 48)

### 2.1.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Melalui komunikasi kita dapat berkerja sama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi sebagai alat komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan menumpuk hubungan orang lain.

Menurut Effendy dalam bukunya “Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi” Tujuan Komunikasi diantaranya sebagai berikut :

1. Mengubah sikap (to change the attitude)
2. Mengubah opini / pendapat / pandangan (to change the opinion)
3. Mengubah perilaku (to change the behavior)
4. Mengubah masyarakat (to change the society)

(2003 : 55)

Jadi tujuan komunikasi adalah merubah pandangan atau perilaku seseorang dalam menghadapi suatu permasalahan yang berhubungan dengan orang yang bersangkutan datau dengan orang lain dan mempengaruhi orang atau kelompok untuk mempunyai visi dan misi yang sama dalam menyikapi suatu permasalahan.

## 2.1.2.2. Media Sosial

### 2.1.2.2.1. Pengertian Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan :

Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial.

Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook,myspace, plurk, twitter, dan instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakes media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhdap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

## 2.1.2.2.2. Fungsi Media Sosial

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

1. Social media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Social media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audienc (“many to many”).
3. Social media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selanjutnya McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyaraka adalah :

a. Informasi

- Inovasi, adaptasi, dan kemajuan.

b. Korelasi

- Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.

- Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.

- Mengkoordinasi beberapa kegiatan. - Membentuk kesepakatan.

c. Kesinambungan

- Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan.kebudayaan. khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.

- Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

- Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.

- Meredakan ketegangan sosial.

e. Mobilisasi

- Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

## 2.1.2.2.3. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial. ..

1. **Partisipasi.**Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience.
2. **Keterbukaan.**Kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagai, dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh).
3. **Perbincangan.**Selain itu, kemungkinkan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.
4. **Keterhubungan.**Mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antar pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (links) ke website, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya.

## 2.1.2.2.4. Dampak Media Sosial

Berbagai fitur dalam media sosial dan juga menjamurnya berbagai macam-macam media sosial saat ini, tak pelak memberikan dampak bagi seluruh kehidupan masyarakat, hingga setiap individu-individu. Demikian terjadi, diakibatkan siklus partisipasi masyarakat ataupun individu semakin berakselerasi dengan pertumbuhan pengguna yang semakin tinggi.

Namun, bukanlah hal yang lumrah untuk saat ini. Media sosial memberikan efek atau dampak yang memiliki perubahan besar dalam seluruh bidang, mulai dari politik, ekonomi, sosial dan budaya yang menyeluruh.

Hal ini, media sosial memberikan kelebihan, keuntungan atau dampak positif hadirnya media sosial bagi masyarakat. Akan tetapi, media sosial dalam sejarahnya, juga memberikan kerugian, kelemahan atau dampak negatif yang tidak sedikit hingga menyentuh kasus kriminal yang diperantarai dari hadirnya media sosial.Adapun dampak positif media sosial dan juga dampak negatif media sosial sebagai berikut :

**Dampak Positif**

Berikut dampak positif media sosial..

1. Mempererat silaturahim. Dalam hal silaturahim penggunaan media sosial sangat cocok berinteraksi dengan orang berjauhan tempat tinggalnya.
2. Menyediakan ruang untuk berpesan positf. Penggunaan sosial media tersebut telah banyak digunakan oleh para tokoh agama, motivator, dan juga ulama.
3. Mengakrabkan hubungan pertemanan. Media sosial akan mengakbrakan suaut pertemanan kala seseorang malu bertama di dunia nyata.
4. Menyediakan informasi yang tepat dan akurat. Informasi yang diperoleh dari media sosial baik itu informasi perguruan tinggi, beasiswa dan juga lowongan kerja.
5. Menambah wawasan dan pengetahuan. Akhir ini terdapat akun media sosial yang membagi wawasan dan juga pengetahuan yang dapat menarik wawasan juga pengetahuan praktis.

**Dampak Negatif**

Berikut dampak negatif media sosial..

1. Penipuan. Bukan hal yang tabu lagi dimana media sosial juga turut serta tak luput dari serangan penipu.
2. Anak dan remaja menjadi malas belajar berkomunikasi di dunia nyata.
3. Situs jejaring sosial merupakan lahan subur bagi predator dalam melakukan kejahatan
4. Pornografi. Tidak salah, jika penyebaran terbaik adalah media sosial. Namun, hal ini juga memberikan efek yang tidak baik dan jauh dari moral dimana informasi mengenai pornografi juga tersebar di media sosial.
5. Remaja dan anak, mudahnya mengeluarkan bahasa apapun dalam media sosial
6. Prostitusi. Media sosial juga tempat penyebaran informasi berbagai tempat-tempat prostitusi.
7. Sarana penyebaran ideologi paling efektif dan efisien.

## 2.1.2.3. Sikap

### 2.1.2.3.1 Pengertian Sikap

Menurut Oxford Advanced Learner Dictionary mencantumkan bahwa sikap (attitude) berasal dari bahasa Italia attitudine yaitu “Manner of placing or holding the body, dan way of feeling, thinking or behaving”. Campbel (1950) dalam buku Notoadmodjo (2003, p.29) mengemukakan bahwa sikap adalah “A syndrome of response consistency with regard to social objects”. Artinya sikap adalah sekumpulan respon yang konsisten terhadap obyek sosial.

Dalam buku Notoadmodjo (2003, p.124) mengemukakan bahwa sikap (attitude) adalah merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau obyek. Menurut Eagle dan Chaiken (1993) dalam buku A. Wawan dan Dewi M. (2010, p.20) mengemukakan bahwa sikap dapat diposisikan sebagai hasil evaluasi terhadap obyek sikap yang diekspresikan ke dalam prosesproses 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 mempengaruhi respon sesuai dan tidak sesuai) dan emosi (menyebabkan respon-respon yang konsisten).

### 2.1.2.3.2. Ciri-ciri Sikap

Ciri-ciri sikap menurut Heri Purwanto (1998) dalam buku Notoadmodjo (2003, p.34) 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.

### 2.1.2.3.3. Tingkatan Sikap

Menurut Notoadmodjo (2003) dalam buku Wawan dan Dewi (2010), sikap terdiri dari berbagai tingkatan yaitu:

1. Menerima (receiving)

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

1. Merespon (responding)

Memberikan jawaban apabila 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 adalah berarti orang tersebut menerima ide itu.

1. Menghargai (valuing)

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

1. Bertanggung jawab (responsible)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah mempunyai sikap yang paling tinggi.

### 2.1.2.3.4 Fungsi Sikap

Menurut Katz (1964) dalam buku Wawan dan Dewi (2010, p.23) sikap mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

a. Fungsi instrumental atau fungsi penyesuaian atau fungsi manfaat

Fungsi ini berkaitan dengan sarana dan tujuan. Orang memandang sejauh mana obyek sikap dapat digunakan sebagai 10 sarana atau alat dalam rangka mencapai tujuan. Bila obyek sikap dapat membantu seseorang dalam mencapai tujuannya, maka orang akan bersifat positif terhadap obyek tersebut. Demikian sebaliknya bila obyek sikap menghambat pencapaian tujuan, maka orang akan bersikap negatif terhadap obyek sikap yang bersangkutan.

b. Fungsi pertahanan ego

Ini merupakan sikap yang diambil oleh seseorang demi untuk mempertahankan ego atau akunya. Sikap ini diambil oleh seseorang pada waktu orang yang bersangkutan terancam keadaan dirinya atau egonya.

c. Fungsi ekspresi nilai

Sikap yang ada pada diri seseorang merupakan jalan bagi individu untuk mengekspresikan nilai yang ada pada dirinya. Dengan mengekspresikan diri seseorang akan mendapatkan kepuasan dapat menunjukkan kepada dirinya. Dengan individu mengambil sikap tertentu akan menggambarkan keadaan sistem nilai yang ada pada individu yang bersankutan.

d. Fungsi pengetahuan

Individu mempunyai dorongan untuk ingin mengerti dengan pengalaman-pengalamannya. Ini berarti bila seseorang mempunyai sikap tertentu terhadap suatu obyek, menunjukkan tentang pengetahuan orang terhadap obyek sikap yang bersangkutan.

### 2.1.2.3.5 Komponen Sikap

Menurut Azwar S (2011, p.23) sikap terdiri dari 3 komponen yang saling menunjang yaitu:

1. 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.

1. Komponen afektif

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

1. 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.

### 2.1.2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap

Menurut Azwar S (2011, p.30) faktor-faktor yang mempengaruhi sikap yaitu:

1. 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.

1. 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.

1. 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.

1. Media massa

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

1. 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.

1. Faktor emosional

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

**2.1.2.3.7Perubahan dan Pengubahan Sikap**

Dalam pembentukan sikap faktor individu dapat ikut serta dalam menentukan terbentuknya sikap seseorang. Amadi (1999:178) Secara garis 20 besar pembentukan sikap atau perubahan sikap dapat ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu faktor individu itu sendiri atau faktor dalam, dan yang kedua faktor dari luar atau faktor ekstern. Berikut adalah penjelasan kedua faktor dalam perubahan dan pengubahan sikap seseorang : a. Faktor individu atau faktor dalam (intern) Seseorang menanggapi dunia luarnya bersifat selektif, ini berarti bahwa apa yang dating dari luar tidak semuanya begitu saja diterima, tetapi individu mengadakan seleksi mana yang akan diterima, dan mana yang akan ditolak. b. Faktor luar (ekstern) Yang dimaksud dengan faktor luar (ekstern) adalah hal-hal atau keadaan yang ada diluar diri individu yang merupakan stimulus untuk membentuk atau mengubah sikap. Dalam hal ini dapat terjadi secara langsung hubungan antar individu maupun kelompik dengan menggunakan alat komunikasi seperti media massa baik itu bersifat elektronik maupun non elektronik.

**2.1.2.3.8 Tinjauan Sikap Masyarakat**

Sikap masyarakat merupakan kesiapan ataupun kesadaran atas masyarakat itu sendiri untuk menentukan perbuatan terhadap suatu wacana maupun objek tertentu. Sikap masyarakat disini dapat dikatakan sebagai sikap individual. Sikap individual yang ada di dalam diri masyarakat dapat dibedakan menjadi tiga. Ahmadi (1999:166) sikap individual dapat dibedakan atas :

1. Sikap Positif: Sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan, menerima, mengakui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku di mana individu itu berada.

2. Sikap Negatif: Sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku di mana individu itu berada.

3. Sikap Netral: Sikap yang tidak menunjukkan setuju atau menolak terhadaap norma-norma yang berlaku di mana individu itu berada.

Jadi sikap individual yang terdapat dalam diri masyarakat dapat berupa sikap positif, negatif, dan netral di mana sikap masyarakat yang positif merupakan sikap yang menyetujui suatu wacana atau suatu objek tertentu. Sikap masyarakat yang negatif merupakan sikap yang tidak setuju terhadap suatu objek atau wacana tertentu. Sikap masyarakat yang netral merupakan sikap yang tidak menunjukkan setuju atau tidaknya terhadap suatu objek atau wacana tertentu.

## 2.1.2.4. Smartphone

Smartphone pada dasarnya dibuat dalam upaya memudahkan penggunan dalam mengelola serta mengembangkan pemikiranya melalui berbagai fitur yang disediakan. Fitur tersebut biasanya seperti akses informasi, estimasi, akses lokasi, layanan, pendaftaran dan lapak untuk menjual dan lain sebagainya.

*Smartphone* merupakan jenis perangkat ponsel yang banyak fitur – fitur dari ponsel biasanya, sehingga *smartphone* selain dapat digunakan sebagai alat telekomunikasi juga dapat dipergunakan sebagai bisnis (*enterpreneur*) oleh penguasa media ataupun oleh masyarakat pada umumnya. (Ridi Ferdiana : 2008)

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan jika *smartphone* merupakan komputer dengan ukuran kecil yang juga memiliki kemampuan sebuah telepon. Pada saat ini sudah tidak diragukan bahwa *smartphone* sangat dibutuhkan dan sering membantu masyarakat dalam kehidupan sehari – hari. Mulai dari sebagai alat berkomunikasi, kalkulator, *game,* sampai menjadi kamera. Aplikasi yang dikembangkan untuk *smartphone* pun semakin hari semakin canggih dan beragam.

## 2.1.2.5. Registrasi

Registrasi dapat dikatakan sebuah pendaftaran setiap program yang berfungsi untuk menghubungkan data diri pribadi di program tersebut. Dalam hal ini, registrasi yang peneliti maksud adalah registrasi ulang yang dilakukan / akan dilakukan mahasiswa telkom terhadap kartu prabayar/*SIMCARD* dengan menggunakan Nomor KK dan KTP.

## 2.1.3. Kerangka Teoretis

## 2.1.3.1 *Social Judgement Theory* (Teori Pertimbangan Sosial Dan Perubahan Sikap)

Teori yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti adalah *Social Judgement Theory.* Teori ini dikembangkan oleh Muzafer Sherif, seorang psikolog dari Oklahoma University AS (Barker, 1987). Secara ringkas teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial dan isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan (judgement) yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi.  Proses ”mempertimbangkan” isu atau objek sosial tersebut menurut Sherif berpatokan pada kerangka rujukan (*reference points*) yang dimiliki seseorang. Kerangka rujukan inilah yang pada gilirannya menjadi ”jangkar” untuk menentukan bagaimana seseorang memposisikan suatu pesan persuasif yang diterimanya. Lebih jauh Sherif menegaskan bahwa tindakan memposisikan dan menyortir pesan yang dilakukan oleh alam bawah sadar kita terjadi sesaat setelah proses persepsi. Disini kita menimbang setiap gagasan baru yang menerpa kita dengan cara membandingkannya dengan sudut pandang kita saat itu.

Secara ringkas teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

Menurut Insko (1971), Teori Perimbangan Sosial ini berasal dari psikologi eksperimental. Khususnya dalam bidang psikofisik. Dalam hubungan in terdapat dua pokok pendekatan :

1. *The Assimilation – Contrast Theory* (Teori Penerimaan-Penolakan). Dikembangkan oleh M.Sherif Hovlan (1961) dan kemudian direvisi oleh C.W. Sherif-sherif dan Negergal (1965)
2. *The Adaption – Level Theory* (Teori Tingkat Adaptasi). Dikembangkan oleh Elson (1959-1964). Teori ini banyak digunakan dalam kaitan perubahan sosial. Sedangkan teori *“assimilation contrast”*akan dibahas dalam kaitan perubahan sikap.

Menurut Sherif dan Hovlan, konsep dasar dari teori ni adalah penentuan dari skala – skala, norma – norma, penolakan, penerimaan dan aera dari tingkatan menerima atau menolak. Konsep ini terdiri dari : *pertama,* pembentukan skala referensi. Pada dasarnya stimulus memiliki dasar kuantitatif dan dimensi terdendiri berdasarkan kepentingan. Hal tersebut akan menentukan tingkatan kepuasan yang akhirnya menentukan suatu keputusan yang disebut *social judgement* (pertimbangan sosial). Pembentukan dari skala referensi ini akan disesuaikan dengan konsep individu dengan kaitan hubungan sosialnya. *Kedua,* penolakan dan penerimaan. Penolakan adalah suatu perubahan sikap melalui keputusan yang menuju pada tujuan sikap yang diharapkan. *Ketiga,* garis lintang menerima dan menolak. Menurut teori ini sikap seseorang bukan sekedar satu titik, melainkan satu “area” dari posisi – posisi atau dapat dikatakan merupakan garis lintang “menerima” atau “menolak” kutub dari garis lintang menerima adalah garis lintang menolak.

Permasalahan yang timbul, yakni *pertama,* sejauh mana terjadi perubahan sikap yang disebabkan oleh komunikator dan posisi dari penerima stimulus. Perubahan sikap dan penerima stimulus akan senantiasa tidak relevan denga keinginan komunikator dalam perubahan sikap penerima. *Kedua, efek* dan garis lintang menerima dan menolak, adapun efek garis lintang menerima dan menolak menentukan sejauh mana suatu keputusan sosial dari seseorang akan berbeda atau adanya persamaan dengan komunikator. Perbedaan inilah yang menentukan keberhasilan atau tidak berhasilnya komunikator dalam mengubah sikap. Perbedaan ini digolongkan tinggi, moderat dan rendah.

Suatu keputusan sosial ditentukan oleh faktor, internal (penerima stimulus) dan eksternal (komunikator). Faktor internal terdiri dari persepsi sosial, posisi sosial dan proses belajar sosial. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari *Reinforcement* (penguatan), komunikasi persuasif, dan harapan yang diinginkan. Faktor internal, persepsi sosial ialah penerima stimulus (*resipien*) dalam menangkap berita mempersepsikan komunikator melalui informasi sensorik. Dimana pengamatan lebih mengurut pada pengalamanya masing – masing. Diantaranya hubungan langsung antara individu dan objek, memiliki struktur, memiliki stabilitas, memiliki arti, dan selektif. Posisi sosial mempersepsikan komunikator sebagai objek yang mempunyai arti. Proses belajar sosial, tiap berita atau informasi akan senantiasa diolah, dinilai, disaring demi kepentinganya.

Faktor eksternal, *Reinforcement* (penguatan) adalah upaya untuk mencapai keberhasilan dalam mengubah sikap maka komunikator perlu memberkan tambahan stimulus (=penguatan) agar penerima berita mau merubah sikap. Komunikasi persuasif (dalam bahasa latin, *persuasio=persuadere=to enduce=* membujuk). Merupakan kegiatan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan membujuk untuk memengaruhi sikap emosi dari pihak lain. harpan yang diinginkan, untuk mencapai keberhasilan mengubah sikap, komunikator senantiasa memperhatikan harapan yang diinginkan dari pihak lain.

Dalam kehidupan riil, faktor suasana hati banyak menentukan perubahan sikap. Dalam teori kontras asimilasi ini kelemahanya adalah faktor emosi kurang diperhatikan dan terlalu menitik beratkan pada pembentukan skala *reference*yang merupakan konsep garis melintang menerima atau menolak. Aplikasi dari teori ni dapat dimanfaatkan pada kehidupan sehari – hari dimana kita dihadapkan pada pilihan menerima atau menolak.

## Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan tahapan singkat mengenai tahapan penelitian dari awal sampai akhir. Dasar pemikiran yang peneliti ambil adalah mengenai Sikap Pengguna *Smartphone* Dalam Kewajiban Registrasi Ulang Dikalangan Mahasiswa Telkom, karena peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana sikap yang dilakukan oleh mahasiswa Telkom atas kebijakan yang disampaikan oleh KOMINFO. Pengguna smartphone di Indonesia kini kian meningkat, lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Dengan angka sebesar itu, maka tidak menutup kemungkinan angka kejahatan melalui *smarphone* akan muncul dan meningkat. Hal inilah yang melatarbelakangi KOMINFO untuk melakukan sebuah kebijakan dimana seluruh masyarakat Indonesia diwajibkan melakukan registrasi ulang dengan menggunakan No. KK dan KTP. Diharapkan dengan adanya kebijakan ini, angka kejahatan melalui *smarphone* atau media mengalami penurunan. Informasi yang disampaikan oleh KOMINFO mengenai kebijakan registrasi ulang dengan menggunakan No. KTP dan KK adalah melalui media massa, yaitu melalui Televisi, Media Online dan Pesan singkat yang di broadcast.

Dari kebijakan tersebut munculah sikap masyarakat yang pro bahkan kontra dikarena ketidak percayaan masyarakat terhadap KOMINFO karena dikhawatirkan data yang masyarakat berikan akan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, bahkan sangat ditakutkan data yang diberikan bocor. Namun ada juga masyarakat yang memberikan respon positiv akan hadirnya kebijakan ini, dan mendukung keberadaanya.

Dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif deskriptif, peneliti memilih Teori yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti adalah *Social Judgement Theory.* Teori ini dikembangkan oleh Muzafer Sherif, seorang psikolog dari Oklahoma University AS (Barker, 1987). Secara ringkas teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial dan isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan (judgement) yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi.  Proses ”mempertimbangkan” isu atau objek sosial tersebut menurut Sherif berpatokan pada kerangka rujukan (*reference points*) yang dimiliki seseorang. Kerangka rujukan inilah yang pada gilirannya menjadi ”jangkar” untuk menentukan bagaimana seseorang memposisikan suatu pesan persuasif yang diterimanya.

Secara ringkas teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

Menurut Insko (1971), Teori Perimbangan Sosial ini berasal dari psikologi eksperimental. Khususnya dalam bidang psikofisik. Dalam hubungan in terdapat dua pokok pendekatan :

1. *The Assimilation – Contrast Theory* (Teori Penerimaan-Penolakan). Dikembangkan oleh M.Sherif Hovlan (1961) dan kemudian direvisi oleh C.W. Sherif-sherif dan Negergal (1965)
2. *The Adaption – Level Theory* (Teori Tingkat Adaptasi). Dikembangkan oleh Elson (1959-1964). Teori ini banyak digunakan dalam kaitan perubahan sosial. Sedangkan teori *“assimilation contrast”*akan dibahas dalam kaitan perubahan sikap.

Menurut Sherif dan Hovlan, konsep dasar dari teori ni adalah penentuan dari skala – skala, norma – norma, penolakan, penerimaan dan aera dari tingkatan menerima atau menolak. Konsep ini terdiri dari : *pertama,* pembentukan skala referensi. Pada dasarnya stimulus memiliki dasar kuantitatif dan dimensi terdendiri berdasarkan kepentingan. Hal tersebut akan menentukan tingkatan kepuasan yang akhirnya menentukan suatu keputusan yang disebut *social judgement* (pertimbangan sosial). Pembentukan dari skala referensi ini akan disesuaikan dengan konsep individu dengan kaitan hubungan sosialnya. *Kedua,* penolakan dan penerimaan. Penolakan adalah suatu perubahan sikap melalui keputusan yang menuju pada tujuan sikap yang diharapkan. *Ketiga,* garis lintang menerima dan menolak. Menurut teori ini sikap seseorang bukan sekedar satu titik, melainkan satu “area” dari posisi – posisi atau dapat dikatakan merupakan garis lintang “menerima” atau “menolak” kutub dari garis lintang menerima adalah garis lintang menolak.

Sebuah sikap dari penerimah informasilah yang akan menentukan dimana mereka akan memposiskan dirinya. Menurut Oxford Advanced Learner Dictionary mencantumkan bahwa sikap (attitude) berasal dari bahasa Italia attitudine yaitu “Manner of placing or holding the body, dan way of feeling, thinking or behaving”. Campbel (1950) dalam buku Notoadmodjo (2003, p.29) mengemukakan bahwa sikap adalah “A syndrome of response consistency with regard to social objects”. Artinya sikap adalah sekumpulan respon yang konsisten terhadap obyek sosial.

Dalam buku Notoadmodjo (2003, p.124) mengemukakan bahwa sikap (attitude) adalah merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau obyek. Menurut Eagle dan Chaiken (1993) dalam buku A. Wawan dan Dewi M. (2010, p.20) mengemukakan bahwa sikap dapat diposisikan sebagai hasil evaluasi terhadap obyek sikap yang diekspresikan ke dalam prosesproses kognitif, afektif (emosi) dan perilaku.

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.

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

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.

Asumsi-asumsi pokok dalam social judgement theory (Teori pertimbangan sosial)adalah :

1. Latitude of acceptance (rentang atau wilayah Penerimaan)
Proses pertimbangan di atas menurut Sherif & Hovland (1961) berlaku baik untuk pertimbangan fisik (misalnya; berat) maupun pengukuran sikap. Walaupun demikian ada 2 perbedaan antara pertimbangan terhadap situasi fisik yang bersifat obyektif dengan sikap. Dalam sikap, individu sudah membawa klasifikasinya sendiri dalam menilai suatu obyek dan ini mempengaruhi penerimaan atau penolakan individu terhadap obyek tersebut. Kedua, pertimbangan sosial (sikap) berbeda-beda dari satu individu ke individu yang lain, padahal dalam pertimbangan fisik tidak terdapat variasi yang terlalu besar.
Perbedaan-perbedaan atau variasi antara individu ini mendorong timbulnya konsep-konsep tentang garis-garis lintang (latitude), Garis lintang penerimaan (latitude of acceptance) adalah rangkaian posisi sikap diterima atau ditolerir oleh individu. Garis lintang penolakan (latitude of rejection) adalah rangkaian posisi sikap yang tidak dapat diterima oleh individu. Garis lintang ketidakterlibatan (latitude of noncommitment) adalah posisi-posisi yang tidak termasuk dalam dua garis lintang yang pertama. Jadi individu tidak menerima, tetapi juta tidak menolak,acuh tak acuh. Interaksi antara garis-garis lintang inilah yang akan menentukan sikap individu terhadap pernyataan-pernyataan tertentu dalam situasi tertentu. Kalau pernyataan itu jatuh pada garis lintang penerimaan, maka individu akan setuku dengan pernyataan itu. Jika pernyataan itu jatuh ke garis lintang penolakan, individu tersebut akan tidak menyetujuinya.
2. Latitute of rejection (rentang Penolakan)
Jika seseorang individu melibatkan dirinya sendiri dalam situasi yang dinilainya sendiri, maka ia akan menjadikan dirinya sendiri sebagai patokan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya mau diterimanya.

Makin terlibat individu itu, maka ambang penerimaannya makin tinggi dan makin sedikit hal-hal yang mau diterimanya. Asimilasi jadi makin kurang. Sebaliknya, ambang penolakan makin rendah, sehingga makin banyak hal-hal yang tidak bisa diterimanya. Hal ini makin terasa jika individu diperbolehkan menggunakan patokan-patokannya sendiri seberapa banyak pun dia anggap perlu.

3. Latitute of noncommitment (rentang keterlibatan)
Komunikasi, menurut Sherif & Hovland, bisa mendekatkan sikap individu dengan sikap-sikap orang lain, tetapi bisa juga malah makin menjauhkannya. Hal ini tergantung dari posisi awal individu tersebut terhadap posisi individu-individu lain. Jika posisi awal mereka saling berdekatan, komunikasi akan lebih memperjelas persamaan-persamaan antara mereka dan dekatnya posisi mereka sehinga terjadilah pendekatan-pendekatan.
Tetapi sebaliknya, jika posisi awal sudah saling berjauhan, maka komunikasi malah akan mempertegas perbedaan dan posisi mereka akan saling menjauh. Dengan perkataan lain, jika seseorang terlibat dalam situasi isu, maka posisinya sendiri akan dijadikannya patokan. Terhadap sikap-sikap yang tidak jauh dari posisinya sendiri ia akan menilai ; cukup beralasan, dapat dimengerti dan sebagainya.
Dan suatu komunikasi dapat menggeser posisinya mendekati posisi-posisi lain tersebut. Sebalinya, posisi-posisi yang jauh akan dinilai tidak beralasan, kurang wajar dan sebagainya, sehingga jika dalam hal ini tetap dilakukan komunikasi, maka akan terjadiefek bumerang dari komunikasi itu, yaitu posisi-posisi dari sikap-sikap itu malah akan makin menjauh.

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

**Kebijakan KOMINFO Mengenai Kewajiban Registrasi Ulang *Simcard***

**Pengguna *Smartphone* Mahasiswa Universitas Telkom**

**Teori Pertimbangan Sosial dan Perubahan Sikap (Muzafer Sherif)**

**Perubahan Sikap :**

1. Kognitif (Pengetahuan, Pandangan, Keyakinan)
2. Afektif (Emosional)
3. Konatif (Kecenderungan berperilaku)

**ASIMILASI**

**Tingkat Adaptasi**

**Penerimaan dan Penolakan**

**KONTRAS**

**Sumber : Hasil modifikasi peneliti dengan pembimbinga 2018**