

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Bentuk Komunikasi

Menurut Hafied Cangara, para pakar komunikasi berbeda pendapat dalam menetapkan bentuk-bentuk komunikasi. Sebuah kelompok sarjana komunikasi Amerika membagi bentuk komunikasi kepada lima macam tipe, yakni komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organisation communication*), komunikasi massa (*mass communication*) dan komunikasi publik (*public communication*).<sup>1</sup>

Sedangkan menurut Effendy, bentuk-bentuk komunikasi dirangkum ke dalam tiga jenis, yaitu komunikasi pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.<sup>2</sup>

##### 1. Komunikasi pribadi

Komunikasi pribadi terdiri dari dua jenis, yaitu: pertama, komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*). Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang yang bersangkutan berperan sebagai komunikator maupun sebagai sebagai komunikan. Dia berbicara pada dirinya sendiri. Pola komunikasi dengan diri sendiri terjadi karena seseorang menginterpretasikan sebuah objek yang diamatinya dan memikirkannya kembali, sehingga terjadilah komunikasi dalam dirinya sendiri.<sup>3</sup>

Kedua, komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), yaitu komunikasi yang berlangsung secara dialogis antara dua orang atau lebih. Karakteristik komunikasi antar pribadi yaitu: pertama dimulai dari diri sendiri. Kedua, sifatnya transaksional karena berlangsung serempak. Ketiga, komunikasi

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi edisi 1 cet.5*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 1998), h.29.

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), h. 57-83.

<sup>3</sup> Hafied Cangara, *Pengantar*, h.30.

yang dilakukan tidak hanya mencakup aspek-aspek isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga meliputi hubungan antar pribadi. Keempat, adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Kelima, adanya saling ketergantungan antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Keenam, tidak dapat diubah maupun diulang. Maksudnya jika salah dalam pengucapan mungkin dapat minta maaf, tetapi itu bukan berarti menghapus apa yang telah diucapkan.<sup>4</sup>

## 2. Komunikasi kelompok

Michael Burgoon dan Michel Ruffner seperti dikutip Sendjaya menjelaskan komunikasi kelompok sebagai:

*The face to face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately.* (Komunikasi kelompok adalah komunikasi tatap muka yang dilakukan tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat).<sup>5</sup>

Dari definisi di atas dipahami bahwa ada empat elemen yang tercakup dalam komunikasi kelompok, yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi yang dilakukan, maksud dan tujuan yang dikehendaki dan kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lain.

## 3. Komunikasi massa

Komunikasi massa merupakan sebuah proses penyampaian pesan melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop.<sup>6</sup> Oleh karena pesan yang disampaikan bersifat massal, maka karakteristik komunikasi massa adalah bersifat umum. Artinya, pesan yang disampaikan bersifat heterogen karena ditujukan untuk seluruh anggota masyarakat. Pesan yang disampaikan juga bersifat serempak dan

---

<sup>4</sup> S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan RI, 1994), h. 41.

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 91.

<sup>6</sup> Wiryanto, *Teori komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2001), h.1-3

seragam serta hubungan antar komunikan dengan komunikator sifatnya nonpribadi.<sup>7</sup>

## **B. Teknik komunikasi**

Komunikasi merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi kehidupan manusia dalam mempertahankan kehidupannya. Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari kegiatan komunikasi, karena manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk mempertahankan hidupnya. Jalinan hubungan antar manusia tercipta melalui komunikasi, baik itu komunikasi verbal yang biasanya berhubungan dengan bahasa maupun nonverbal yang biasanya berhubungan dengan simbol, gambar, atau media komunikasi lainnya. Selain untuk mempertahankan hidupnya, komunikasi juga berperan penting dalam memelihara hubungan dan memperoleh kebahagiaan hidup.

Pengertian komunikasi dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu komunikasi dalam pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Komunikasi secara umum dapat dipahami sebagai sebuah aktivitas yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Komunikasi merupakan konsekuensi dari hubungan sosial (*social relations*) yang pada akhirnya memunculkan terjadinya interaksi sosial (*social interaction*).<sup>8</sup>

Menurut Rochajat Harun dan Elviano Ardianto, komunikasi berarti suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk kebersamaan. Pengertian lain komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem, lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.<sup>9</sup> Menurut Nuruddin, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah perilaku.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> *Ibid*, h.5-8.

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, cet.5 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h.3.

<sup>9</sup> Rochajat Harun dan Elviano Ardianto, *Komunikasi Pembangunan: perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 20.

<sup>10</sup> Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.26.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communi* yang berarti sama. Sama di sini adalah sama makna.<sup>11</sup>

Kata *communis* merupakan istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi. Secara terminologi komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>12</sup> Everett M. Rogers mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses di mana pesan-pesan dioperkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah tingkah laku mereka. Proses tersebut secara sederhana dapat digambarkan dengan model S-M-C-R, yaitu sumber (*source*), mengirim pesan (*message*), melalui saluran (*channel*), kepada penerima (*receiver*).<sup>13</sup>

Bila melihat seseorang yang terlibat dalam komunikasi, maka akan ditemukan bahwa terdapat dua bentuk umum tindakan yang terjadi:

1. Penciptaan pesan atau lebih tepatnya penciptaan pertunjukan (*display*)
2. Penafsiran pesan atau penafsiran pertunjukan.<sup>14</sup>

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi yang begitu luas dengan “*The act by one or more persons of sending and receiving message distorted by noise, within a context, with some effect and with some opportunity for feedback*”. Maksudnya, komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih dalam menyampaikan dan menerima pesan dalam suatu konteks yang menimbulkan efek dan terjadinya umpan balik meskipun dalam penyampaian pesan itu kadang-kadang mengalami gangguan.<sup>15</sup>

Dari berbagai penjelasan mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi ialah proses pengiriman pesan atau informasi kepada seseorang agar orang yang dimaksud bisa merespon dan menangkap isi pesan

---

<sup>11</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h. 9.

<sup>12</sup> Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, cet.2 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 41.

<sup>13</sup> Everett M. Rogers dan F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi, (Surabaya: Usaha Nasional, 1981), h.22.

<sup>14</sup> Effendi, *Ilmu Komunikasi*, h.21.

<sup>15</sup> Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, h.55.

yang disampaikan. Komunikasi yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan harus berjalan dengan efektif. Dengan demikian, maka diharapkan komunikasi yang terjadi tersebut harus memiliki kesamaan makna antara keduanya sehingga terjadi umpan balik (*feedback*). Di samping itu, media yang tepat juga sangat mempengaruhi efektif atau tidaknya komunikasi yang terjadi.

Selain itu, komunikasi juga dapat dipahami sebagai proses penyampaian informasi, dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun nonverbal dari seseorang kepada orang lain, untuk mencapai saling pengertian. Komunikasi juga dapat dipahami sebagai suatu kegiatan yang pada prinsipnya hanya berlangsung di antara makhluk hidup, yaitu antara manusia dengan manusia, relatif juga bisa berlangsung antara manusia dengan hewan.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa tingkat keberhasilan pencapaian tujuan komunikasi dapat dinilai dari sejauh mana saling pengertian atau kesepakatan yang tercapai oleh pihak-pihak dalam melakukan komunikasi. Keberhasilan komunikasi juga dapat dilihat dari baik tidaknya hubungan di antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi.

Menurut Effendy, istilah teknik berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata *technikos* yang berarti keterampilan atau kecakapan. Berdasarkan keterampilan berkomunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi:

- a. Komunikasi informatif (*informative communication*);
- b. Komunikasi persuasif (*persuasive communication*);
- c. Komunikasi pervasif (*pervasive communication*);
- d. Komunikasi koersif (*coersive communication*);
- e. Komunikasi instruktif (*instructive communication*);

f. Hubungan manusiawi (*human relations*).<sup>16</sup>

Sebagian pakar komunikasi sebagaimana dijelaskan Andi Hasan membagi teknik komunikasi kepada komunikasi informatif, komunikasi persuasif, komunikasi instruktif dan hubungan manusiawi.<sup>17</sup> Penjelasan masing-masing adalah sebagai berikut:

Pertama, komunikasi informatif yaitu suatu pesan disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang sehingga mereka dapat mengetahuinya. Teknik ini dapat berdampak kognitif karena komunikan dapat mengetahui sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan. Seperti halnya dalam penyampaian berita dalam media cetak maupun elektronik, pada teknik informatif ini berlaku komunikasi satu arah, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan, serta komunikannya heterogen. Namun demikian teknik informatif dapat berlaku pada seseorang, seperti halnya kajian ilmu yang diberikan oleh dosen kepada mahasiswa.

Kedua, komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan. Komunikasi persuasif lebih menekankan pada sisi psikologis komunikan dengan cara yang halus, luwes, membujuk dan mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang pada diri komunikan.

Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasaran, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang dengan menggunakan komponen-komponen ilmu komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan. Sehingga dapat terciptanya pikiran, perasaan, dan hasil pengindraannya terorganisasi secara mantap dan terpadu. Biasanya teknik ini tergetnya adalah afektif, artinya komunikan bukan hanya sekedar tahu, tapi tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu.

Ketiga, komunikasi instruktif disebut juga komunikasi koersif karena sama-sama dalam bentuk perintah, ancaman, sanksi yang bersifat paksaan. Orang-orang yang terkena imbas komunikasi instruktif akan melakukan sesuatu karena keadaan

---

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 55.

<sup>17</sup> Andi Hasan, *Teknik Komunikasi*, ([www.pjtv.co.id](http://www.pjtv.co.id)), diakses tanggal 5 Juni 2014.

terpaksa. Biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat *fear arousing* (menakutkan atau menggambarkan resiko yang buruk). Serta tidak luput dari sifat *red-herring*, yaitu interes atau muatan kepentingan untuk meraih kemenangan dalam suatu konflik, perdebatan dengan menepis argumentasi yang lemah kemudian menjadikan untuk menyerang lawan.

Keempat, hubungan manusiawi atau yang sering diterjemahkan dengan *human relations*, yaitu komunikasi yang dilakukan dengan mempertimbangkan nilai-nilai kemanusiaan. Hubungan tersebut tidak hanya dalam berkomunikasi, namun dalam pelaksanaannya juga terkandung nilai-nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam. Seperti halnya mengubah sifat, pendapat atau perilaku seseorang. Komunikasi ini termasuk juga ke dalam komunikasi interpersonal, karena komunikasinya berlangsung antara dua orang atau lebih dan bersifat dialogis. Untuk melakukan hubungan manusia biasanya digunakan beberapa teknik pendekatan yaitu pendekatan emosional (*emotional approach*) dan pendekatan sosial budaya (*socio-cultural approach*).

Teknik komunikasi diatas memiliki beberapa tujuan atau fungsi sebagaimana dijelaskan Effendy, yaitu untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*).<sup>18</sup>

Adapun efektivitas interaksi atau komunikasi merupakan tujuan akhir dari sebuah interaksi atau komunikasi. Keefektif komunikasi tersebut sangat tergantung pada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Beberapa faktor yang sangat berpengaruh terhadap teknik dalam komunikasi adalah pengaruh simbol dan bahasa, gaya berkomunikasi, tubuh saat berkomunikasi, lingkungan dan waktu.<sup>19</sup>

Terjadinya komunikasi antara berbagai pihak, dapat mendorong terjadinya perubahan sosial (*social change*). Atas dasar ini, praktisi komunikasi merinci tujuan ataupun fungsi komunikasi kepada beberapa tujuan, yaitu:

- a. Menciptakan kesadaran (*awareness*) terhadap gagasan/ pemilik gagasan (*merk/brand*);
- b. Mengubah persepsi;

---

<sup>18</sup> Effendy, *Ilmu Teori*, h. 55

<sup>19</sup> Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h.1.

- c. Mengubah keyakinan;
- d. Mengubah sikap (misalnya dari menolak menjadi penerima);
- e. Mengingatkan kembali (*reminder*);
- f. Memperkuat sikap;
- g. Mendapatkan respon langsung;
- h. Membangun citra.<sup>20</sup>

Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dapat dilakukan dengan banyak cara atau metode. Hal ini tergantung pada macam-macam tingkat pengetahuan, pendidikan, sosial budaya dan latar belakang dari komunikan sehingga komunikator dapat mengetahui metode atau cara apa yang akan dipakai supaya pesan yang disampaikan mengenai sasaran. Metode atau cara tersebut antara lain:<sup>21</sup>

1. Komunikasi satu tahap

Komunikator mengirimkan pesan langsung kepada komunikan sehingga kemungkinan terjadi proses satu arah.

2. Komunikasi dua tahap

Komunikator dalam menyampaikan pesannya tidak langsung kepada komunikan, tetapi melalui orang-orang tertentu dan kemudian meneruskan pesan kepada komunikan.

3. Komunikasi banyak arah

Dalam menyampaikan pesan, komunikator melakukan dengan cara-cara lain, tidak menggunakan komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah tetapi menggunakan cara lain yakni berbagai tahap.

Agar proses komunikasi dapat mencapai sasarannya, maka perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1. Perlu adanya ide yang jelas sebelum berkomunikasi;
- 2. Periksa tujuan komunikasi;
- 3. Periksa lingkungan fisik dan manusia sebelum berkomunikasi;
- 4. Dalam melakukan komunikasi pertimbangkan isi dan nada suara;

---

<sup>20</sup> Hanung Hizbullah Hamdah, *Komunikasi Dakwah Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran* (www.marketing communication, 2007), diakses pada tanggal 5 Juni 2014.

<sup>21</sup> Arifin Anwar, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktis* (Bandung: Armico, 1997), h.54.

5. Dalam merencanakan komunikasi, berkonsultasilah kepada pihak lain agar memperoleh dukungan;
6. Berkomunikasilah hal-hal yang berharga saja;
7. Berkomunikasi yang efektif perlu tindak lanjut;
8. Komunikasikan pesan-pesan secara singkat;
9. Tindakan komunikasi harus sesuai dengan yang dikomunikasikan;
10. Jadilah pendengar yang baik.<sup>22</sup>

Komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan sekolah hendaknya bersifat persuasif dan informatif. Komunikasi yang dilakukan cenderung merupakan proses transaksional yang mempengaruhi perilaku sumber dan penerimanya dengan sengaja menjadi (*to code*) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka salurkan lewat suatu saluran (*channel*) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perlunya cara/ teknik yang mengaturnya. Oleh karena itu komunikasi ini harus dikonsept dalam bentuk yang baik dan menarik yang disebut dengan istilah teknik komunikasi.

Salah satu teori yang membahas tentang teknik komunikasi adalah teori proses. Sebagaimana dikemukakan Stephen W. Littlejohn bahwa teori ini berhubungan dengan beberapa proses komunikasi, yaitu akomodasi, konstruksi dan memperoleh kerelaan.<sup>23</sup> Akomodasi diartikan sebagai proses konvergen (penyatuan) dan divergen (penyebaran). Akomodasi tampak pada hampir semua bentuk sikap komunikasi yang bisa dibayangkan, termasuk aksentuasi, kecepatan, volume suara, kosa kata, gramatikal, warna suara, gerak isyarat dan sebagainya.

Dari semua teknik komunikasi, maka teknik komunikasi yang dapat memberikan pengaruh cukup kuat terhadap komunikan adalah teknik komunikasi persuasif, yaitu suatu teknik yang dapat mempengaruhi manusia dengan jalan memanfaatkan/menggunakan data atau fakta psikologis dan sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi. Komunikasi persuasif sangat ideal dilakukan untuk mempengaruhi dan merubah perilaku seseorang tanpa

---

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 58.

<sup>23</sup> Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication* (New Mexico: Wadsworth Publishing Co., 1999), h.278.

menggunakan kekerasan atau paksaan (*coersif*). Dalam hal ini seorang komunikator harus mempunyai keterampilan persuasif berupa kecerdasan dalam memahami kondisi psikologis dan sosiologis dari komunikan.

#### 1. Perencanaan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif menimbulkan dampak kognitif, dampak afektif dan dampak behavioral. Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi. Komponen komunikasi adalah komunikator, pesan, media dan komunikan.<sup>24</sup>

Bagi seorang komunikator, suatu pesan yang akan dikomunikasikan sudah jelas bagi dirinya, tetapi yang perlu dijadikan pemikiran adalah pengelolaan pesan (*message mangement*). Pesan harus ditata sesuai dengan diri komunikan yang akan dijadikan sasaran. Dalam hubungan ini komunikator harus terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan dirinya sendiri, berdialog dengan dirinya sendiri, bertanya kepada dirinya sendiri, dan dijawab oleh dirinya sendiri. Siapa yang akan menjadi komunikan, apakah seorang atau sekelompok orang, atau masyarakat keseluruhan, jika hanya seorang apa pekerjaannya, pendidikannya, agamanya, ideologinya, hobinya. Bila sekelompok orang, apakah kelompok kecil atau kelompok besar, apakah homogen atau heterogen. Kalau masyarakat keseluruhan, apakah massa konkret atau massa abstrak.

Jawaban pertanyaan-pertanyaan di atas bersangkutan dengan penentuan media jika memang memerlukan media. Yang harus dipilih dari sekian banyak jenis media: media nirmassa yang terdiri dari surat, telepon, papan pengumuman, dan lain-lain; atau media massa yang terdiri dari: surat kabar, radio, televisi dan film.

Sehubungan dengan komunikasi persuasif, berikut adalah beberapa teknik yang dapat dipilih:

##### a. Teknik asosiasi

Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik

---

<sup>24</sup> Effendy, *Dinamika Komunikasi*..., h.22

perhatian khalayak. Teknik ini sering dilakukan oleh kalangan bisnis atau kalangan politik.

#### b. Teknik integrasi

Yang dimaksud dengan integrasi disini adalah kemampuan komunikator yang menyatakan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal atau nonverbal, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu ia menjadi satu dengan komunikan.

Contoh untuk teknik integrasi ini adalah penggunaan kata “kita” bukan perkataan “saya” atau “kami”. “kita” berarti “saya dan anda”, komunikator bersama komunikan, yang mengandung makna bahwa yang diperjuangkan komunikator bukan kepentingan diri sendiri, melainkan juga kepentingan komunikan.

Teknik ini biasa digunakan oleh redaktur surat kabar dalam menyusun tajuk rencana. Dalam tajuk rencana selalu dikatakan “kita” bukan “kami”, yang berarti pemikiran yang dituangkan ke dalam tajuk rencana bukan hanya pemikiran redaksi saja, melainkan juga pendapat pembaca.

#### c. Teknik ganjaran

Teknik ganjaran (*pay of technique*) adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan untuk menjanjikan harapan. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik “pembangkitan rasa takut” (*fear arousing*), yakni suatu cara yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk. Jadi, kalau *pay off technique* menjanjikan ganjaran (*rewarding*), *fear arousing technique* menunjukkan hukuman (*punishment*).

Di antara kedua teknik tersebut, teknik ganjaran lebih baik karena berdaya upaya menumbuhkan kegairahan emosional, sedangkan teknik pembangkitan rasa takut menimbulkan ketegangan emosional.

#### d. Teknik tataan

Yang dimaksud dengan tataan disini sebagai terjemahan dari *icing* adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau

dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.

Istilah *icing* (baca aising) berasal dari perkataan *to ice*, yang berarti menata kue yang baru dikeluarkan dari pembakaran dengan lapisan gula warna-warni. Kue yang tadinya tidak menarik menjadi indah, sehingga memikat perhatian siapa saja yang melihatnya.

Teknik tataan atau *icing technique* dalam kegiatan persuasi ialah seni menata pesan dengan imbalan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa, sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

Seperti halnya kue tadi, *icing* hanya memperindah agar kue kelihatan menarik, tidak mengubah keadaan kue tersebut. Demikian juga dalam hal persuasi. Upaya menimbulkan imbauan emosional dimaksudkan hanya agar komunikan lebih tertarik hatinya. Komunikan sama sekali tidak membuat fakta pesan tadi menjadi cacat. Faktanya sendiri tetap utuh, tidak diubah, tidak ditambah, dan tidak dikurangi.

#### e. Teknik *red-herring*

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif, teknik *red-herring* adalah seni komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

Bagi seorang diplomat atau tokoh politik ini sangat penting karena ia harus mampu mempertahankan diri atau menyerang secara diplomatis. Upaya untuk melakukan gerak tipu dalam diskusi atau perdebatan, komunikator harus bisa menguasai topik yang didiskusikan atau diperdebatkan. Dalam hubungan ini, sebelum terjun ke arena komunikasi seperti itu, ia harus mengadakan persiapan dengan matang. Demikian beberapa teknik komunikasi persuasif untuk dipilih dan dipergunakan dalam situasi komunikasi tertentu.

Beberapa teknik komunikasi yang berkaitan erat dengan ajaran Islam, juga bisa ditambahkan sebagai berikut:

a. Memulai pembicaraan dengan salam

Hal ini digambarkan oleh Rasulullah SAW dalam Hadisnya yaitu “ucapkanlah salam sebelum kalam”, yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi.

b. Berbicara dengan lemah lembut

Berbicara dengan lemah lembut ditegaskan dalam Al-qur'an surat Thaha: 43-44.

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾  
فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ  
أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: “Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun. Sesungguhnya Dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat dan takut”.<sup>25</sup>

c. Menggunakan perkataan yang baik

Di dalam berkomunikasi, kamonikator dituntut untuk menggunakan kata-kata yang baik. Berkenaan dengan perkataan yang baik ini Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqoroh ayat 263:

﴿قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَىٰ ۗ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ﴾ ﴿٢٦٣﴾

Artinya : “ perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.”<sup>26</sup>

d. Menyesuaikan bahasa dan isi pembicaraan dengan keadaan komunikan.

Teknik ini ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125:

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim...*, h. 251.

<sup>26</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim...*, h. 35.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ

رَبِّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya:” Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.<sup>27</sup>

Hal ini sesuai juga dengan riwayat al Bukhori *rahimahullah*, Ali *radhiyallahu ‘anhu* berkata:

قال علي بن أبي طالب رضي الله عنه : حدثوا الناس بما يعرفون أئوريدون أن يكذب الله ورسوله

Artinya: Telah berkata Ali bin Abi Thalib *radhiyallaahu ‘anhu*,”Berbicaralah kepada manusia dengan apa yang mereka ketahui, apakah kalian ingin mereka mendustakan Allah dan Rasul-Nya?”<sup>28</sup>

Diriwayatkan oleh Muslim dalam mukadimah as-Shahih secara mauquf atas Ibn Mas’ud. Hal ini selaras dengan sabda Rasulullah saw.

عَلِّمُوا أَوْلَادَكُمْ فَإِنَّهُمْ سَيَعِيشُ فِي زَمَانِهِمْ غَيْرَ زَمَانِكُمْ فَإِنَّهُمْ خُلِقَ لِرَمَانِهِمْ وَنَحْنُ خُلِقْنَا لِرَمَانِنَا

Artinya: “Ajarilah anak-anakmu sesuai dengan zamannya, karena mereka hidup di zaman mereka bukan pada zamanmu. Sesungguhnya mereka diciptakan untuk zamannya, sedangkan kalian diciptakan untuk zaman kalian”<sup>29</sup>

Dalam suatu redaksi menyebutkan *nash* tersebut merupakan hadis *marfu’* sedangkan dalam riwayat lain menyebutkan ini adalah *nash* yang disampaikan Umar bin Khottob dan pendapat yang kedua inilah yang banyak disepakati para ulama.

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Al-Karim...*, h. 224.

<sup>28</sup> Shahih Al-Bukhari, Fathul Baari 1/225

<sup>29</sup> <http://12rabiulawal570.blogspot.com/> diakses pada 1 September 2014, pukul 05.35 Wib.

## 2. Pentahapan Komunikasi Persuasif

Demi berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Formula yang biasa disebut AIDDA dapat dijadikan landasan pelaksanaan.

Formula AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

A	- <i>Attention</i>	- Perhatian
I	- <i>Interest</i>	- Minat
D	- <i>Desire</i>	- Hasrat
D	- <i>Decison</i>	- Keputusan
A	- <i>Action</i>	- Tindakan

Formula tersebut sering pula dinamakan *A-A Procedure* sebagai singkatan dari *Attention-Action Procedure*, yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dimulai dahulu dengan menumbuhkan perhatian.

Berdasarkan formula AIDDA, komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Upaya ini tidak hanya dilakukan dalam gaya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga dalam penampilan (*apperance*) ketika menghadapi khalayak. Senyum yang tersungging pada wajah yang cerah sudah bisa menimbulkan perhatian khalayak.

Tahap berikutnya adalah memunculkan hasrat pada komunikasi untuk melakukan ajakan, bujukan, atau rayuan komunikator. Di sini imbauan emosional (*emotional appeal*) perlu ditampilkan oleh komunikator, sehingga pada tahap berikutnya komunikasi mengambil keputusan untuk melakukan kegiatan sebagaimana diharapkan daripadanya.

Tata cara pentahapan komunikasi persuasif sebagaimana yang dipaparkan, bisa diketahui hasilnya dalam beberapa saat saja, tetapi juga bisa bertahun-tahun. Dalam rangka upaya agar komunikasi melakukan kegiatan sebagaimana diharapkan komunikator, hanya mengekspresikan kesanggupan sudah dapat dijadikan pegangan oleh komunikator. Cara membuat komunikasi menyatakan sesuatu secara verbal sering dilakukan dalam gaya kepemimpinan demokratis

(*democratic leadership*). Dalam suatu situasi komunikasi kelompok untuk memecahkan suatu masalah, diupayakan agar setiap orang yang hadir mengekspresikan sesuatu, kalau perlu hanya mengucapkan kata “ya” sebagai pernyataan setuju terhadap gagasan komunikator atau gagasan rekan lainnya. Dengan pernyataan itu, ia merasa dibebani tanggung jawab untuk menyukseskan hasil keputusan pertemuan itu.

### **C. Fungsi Komunikasi**

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu dan seni, tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan komunikasi itu pada dasarnya adalah kegiatan dari manusia itu sendiri. Selama manusia melakukan aktivitasnya, maka komunikasi tidak dapat dipisahkan dari diri manusia itu sendiri.<sup>30</sup>

Manusia sebagai makhluk sosial mempunyai tujuan dan ambisi hidup yang berhadapan dengan kebutuhan untuk berhubungan antara satu dengan yang lain. Dalam tatanan hubungan itulah manusia senantiasa berkomunikasi dengan berbagai metode.

Komunikasi manusia adalah proses dimana individu berhubungan dengan orang lain di dalam kelompok, organisasi dan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menciptakan dan menggunakan informasi yang bersumber dari lingkungannya itu untuk memahami kemanusiaan bersama. Karena itu, ketika berkomunikasi dengan orang lain, komunikasi berfungsi melengkapi tugas dan fungsi dalam kehidupan bersama.

Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi yang dihadapi. Dengan komunikasi dapat dipelajari dan diaplikasikan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi problematik yang dihadapi. Dengan demikian, dapat ditentukan untuk apa kita berkomunikasi.

---

<sup>30</sup> Saodah Wok, et.Al. *Teori-Teori Komunikasi*. (Kuala Lumpur: Cergas (M) SDN. BHD, 2000), h. 216..

Komunikasi terjadi bila seseorang memberikan makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Setiap perilaku manusia mempunyai potensi untuk ditafsirkan sebagai komunikasi. Misalnya, jika orang tersenyum, cemberut, mengisolasi diri, dan sebagainya dapat saja ditafsirkan membawa makna komunikasi.

Deddy Mulyana menyatakan, secara umum komunikasi bertujuan untuk memperoleh dan memberi informasi, membujuk atau mempengaruhi, mempertimbangkan untuk mengambil keputusan dan hiburan.<sup>31</sup>

Fungsi komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, terhindar dari ketegangan, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan demikian fungsi komunikasi dapat dikelompokkan sesuai dengan tujuannya. Setidaknya komunikasi memiliki tiga fungsi utama, yaitu fungsi universal, fungsi dasar dan fungsi pribadi.

#### a. Fungsi Universal Komunikasi

##### 1) Fungsi Untuk Memenuhi Kebutuhan Fisik

Sejak manusia lahir, ia tidak dapat hidup sendiri. Untuk mempertahankan hidupnya, manusia perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi memainkan peran yang integral dari berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, komunikasi berfungsi untuk melayani kepentingan yang bersifat memuaskan kehidupan manusia. Semua kebutuhan fisik, identitas diri, kebutuhan sosial, dan praktis hanya dapat dicapai melalui komunikasi.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa komunikasi berfungsi untuk menyembuhkan manusia. Liliweri mengutip Adler dan Rodman, menjelaskan bahwa orang yang kurang atau jarang membangun relasi dengan sesama, memiliki tiga sampai empat kali resiko kematian. Sebaliknya, orang yang selalu membangun relasi dengan sesama, mempunyai peluang untuk hidup empat kali lebih besar.<sup>32</sup> Hal ini berarti bahwa membangun relasi dengan sesama, dapat membantu meningkatkan kualitas fisik manusia.

---

<sup>31</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h.17.

<sup>32</sup> Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna.*, (Jakarta: Kencana, cet.I,2001), h. 136.

## 2) Fungsi Memenuhi Identitas

Komunikasi dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Komunikasi atau ucapan adalah jembatan yang menghubungkan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian manusia. Dalam hal ini, mulut adalah rongga utama yang menjadi penghubung antara persepsi dalam dan persepsi luar. Ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional dan bagi munculnya karsa manusia. Seseorang berkomunikasi dengan orang lain untuk menunjukkan bahwa ia ada bersama-sama dengan kita. Bergaul dengan sesama menguntungkan kita, karena dari pergaulan itu kita dapat mengetahui siapa saya dan siapa dia. Riset menunjukkan bahwa sebagian besar orang merasa tertarik jika identitas diri dapat diketahui.<sup>33</sup> Kita dapat dikenang orang, karena identitas diri kita diketahui.

## 3) Fungsi Memenuhi Kebutuhan Sosial

Komunikasi juga berfungsi untuk kebutuhan sosial. Ada beberapa kebutuhan sosial yang dapat dipenuhi dari lingkungan, seperti mengisi waktu luang, kebutuhan untuk disayang, kebutuhan untuk dilibatkan, kebutuhan untuk menyelesaikan masalah yang rumit, kebutuhan rileks, dan untuk mengontrol diri sendiri atau orang lain.<sup>34</sup> Kesan orang lain pada diri kita, dan cara mereka bereaksi terhadap kita sangat bergantung pada cara kita berkomunikasi dengan mereka, seperti cara berbicara dan cara kita berpakaian. Proses umpan balik dapat berubah ketika kita melihat orang lain bereaksi terhadap kita, dan kesan yang mereka miliki tentang diri kita. Boleh jadi kita akan mengubah cara kita berkomunikasi karena reaksi orang lain itu tidak sesuai dengan cara kita memandang diri kita sendiri. Jadi citra yang kita miliki tentang diri kita dan citra yang dimiliki orang lain tentang diri kita berkaitan dengan komunikasi.

## 4) Fungsi Memenuhi Kebutuhan Praktis

Salah satu fungsi utama komunikasi adalah untuk memenuhi kebutuhan praktis manusia sehari-hari. Komunikasi merupakan kunci yang membuka pintu untuk memenuhi kebutuhan praktis seseorang, yaitu dengan berinteraksi dengan

---

<sup>33</sup> Liliweri, *Komunikasi*, h.136

<sup>34</sup> *Ibid*, h. 140

orang lain. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain pasti akan tersesat, karena ia tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi yang ia hadapi. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana berbicara sebagai manusia, dan memperlakukan manusia lain secara beradab, karena cara-cara berperilaku tersebut hanya dapat dipelajari melalui pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain, yang intinya adalah komunikasi.<sup>35</sup>

#### b. Fungsi Dasar Komunikasi

##### 1) Fungsi Pendidikan dan Pengajaran

Fungsi pendidikan dan pengajaran sebenarnya sudah dikenal sejak awal kehidupan manusia. Kedua fungsi ini dimulai dari dalam rumah, seperti pendidikan nilai moral dan norma budaya, budi pekerti dan sopan santun yang diajarkan oleh orang tua dan anggota keluarga lainnya.<sup>36</sup> Pendidikan dan pengajaran yang dilaksanakan melalui pendidikan formal di sekolah dan pendidikan nonformal yang dilakukan oleh masyarakat. Dalam fungsi pendidikan ini, komunikasi menjadi sarana penyedia pengetahuan, keahlian dan keterampilan untuk mempermudah peranan manusia dalam kehidupannya, dan memberikan peluang bagi seseorang untuk berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat.

##### 2) Fungsi Informasi

Tanpa informasi, kualitas kehidupan manusia akan menjadi gersang. Artinya, seperti setiap manusia membutuhkan informasi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Informasi adalah kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya.<sup>37</sup> Informasi ini dapat diperoleh dari komunikasi lisan atau tulisan melalui komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi, dan melalui media massa. Komunikasi menyediakan informasi tentang keadaan dan perkembangan lingkungan di sekeliling manusia. Liliweri

---

<sup>35</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, cet.12, 2008), h.6

<sup>36</sup> *Ibid*, h.17.

<sup>37</sup> Cangara, Pengantar, h. 57

menyatakan bahwa, siapa yang menguasai informasi, maka dialah yang menguasai dunia.<sup>38</sup>

### 3). Fungsi Hiburan

Untuk meringankan beban pikiran dalam kehidupan rutinitas, maka manusia harus mengalihkan perhatiannya dari situasi stress kepada situasi yang santai dan menyenangkan. Dalam hal ini, hiburan merupakan kebutuhan bagi semua orang. Komunikasi menyediakan hiburan melalui media komunikasi, seperti televisi, radio dan permainan.

Untuk memperoleh kesehatan emosional, kita harus memupuk perasaan positif dan menetralkan perasaan-perasaan negatif.<sup>39</sup> Orang yang tidak memperoleh kasih sayang dari orang lain, akan mengalami kesulitan untuk memberikan kasih sayang kepada orang lain, karena ia sendiri tidak pernah mengenal dan merasakan perasaan tersebut.

Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk menghibur diri, merasa nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan orang lain. Penelitian psikologi membuktikan bahwa banyak perilaku manusia dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjaga keseimbangan emosional atau mengurangi ketegangan internal dan rasa frustrasi.

### 4). Fungsi Diskusi

Kehidupan manusia penuh dengan berbagai pandangan dan pendapat yang berbeda-beda, untuk menyatukan perbedaan pendapat tersebut dibutuhkan diskusi antarpersonal maupun kelompok.<sup>40</sup> Artinya, melalui diskusi akan ditemukan kesamaan pendapat. Dengan demikian, komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk menyatukan pendapat seseorang dengan orang lainnya yang berbeda.

### 5). Fungsi Persuasi

Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan yang mengandung muatan persuasif, dalam arti bahwa komunikator menginginkan komunikan mempercayai bahwa informasi yang disampaikan akurat dan layak

---

<sup>38</sup> Liliweri, *Komunikasi*, h. 137

<sup>39</sup> Riswandi, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet.1, 2009), h. 17.

<sup>40</sup> Cangara, *pengantar*, h.58.

untuk diketahui. Persuasi mendorong manusia untuk berkomunikasi dalam rangka menyatukan pandangan yang berbeda dalam membuat keputusan, baik personal maupun kelompok atau organisasi.<sup>41</sup> Komunikasi memungkinkan pengirim pesan bertindak sebagai *persuader* terhadap penerima pesan, yang diharapkan mengubah fikiran dan perilakunya.

#### **D. Efektivitas Komunikasi**

Dalam menjalankan komunikasi, antara komunikator dengan komunikan harus memiliki persepsi yang sama agar komunikasi yang sedang berjalan menjadi efektif. Menurut Scott M. Tulip dan Allen H. Center yang dikutip oleh Lg. Wursanto menyatakan bahwa faktor-faktor yang akan menyebabkan komunikasi menjadi efektif adalah sebagai berikut:

1. *Credibility* (kepercayaan). Merupakan seperangkat persepsi mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak. Dalam berkomunikasi, antara komunikator dengan komunikan harus saling mempercayai. Kredibilitas akan berubah tergantung pada pelaku komunikan, topik yang dibahas dan situasi yang sedang berlangsung.
2. *Context* (perhubungan, pertalian). Keberhasilan komunikasi berhubungan erat dengan situasi atau kondisi lingkungan pada waktu komunikasi berlangsung. Jika situasi atau keadaan yang sedang kacau, maka komunikasi akan terhambat sehingga komunikasi tidak berhasil.
3. *Content* (kepuasan). Komunikasi harus dapat menimbulkan rasa kepuasan antara kedua belah pihak. Kepuasan ini akan tercapai apabila isi berita dapat dimengerti oleh pihak komunikan dan sebaliknya pihak komunikator akan memberikan reaksi atau respon kepada komunikator.
4. *Clarity* (kejelasan). Kejelasan yang dimaksud disini adalah kejelasan yang meliputi isi berita, kejelasan akan tujuan yang hendak dicapai serta kejelasan dalam menggunakan lambang-lambang.

---

<sup>41</sup> Liliweri, *Komunikasi*, h.137.

5. *Continuity and consistency* (kesinambungan dan konsistensi). Komunikasi harus dilakukan secara terus menerus dan informasi yang disampaikan juga jangan bertentangan dengan informasi yang terdahulu.
6. *Capability of audience* (kemampuan pihak penerima berita). Pengiriman berita harus disesuaikan dengan kemampuan dan pengetahuan pihak penerima berita. Jangan menggunakan istilah-istilah yang kemungkinan tidak dimengerti oleh pihak penerima berita.
7. *Channels of distribution* (saluran penerima berita). Agar komunikasi berhasil, hendaknya dipakai saluran-saluran komunikasi yang sudah biasa dipergunakan dan sudah dikenal oleh umum. Saluran komunikasi yang sering dipergunakan biasanya melalui media cetak seperti surat kabar, buletin dan majalah atau melalui radio, televisi dan telepon.<sup>42</sup>

Pendapat diatas juga sejalan dengan Roger, bahwa komunikasi yang efektif itu dapat dilaksanakan apabila kedua belah pihak memenuhi kondisi berikut:

1. Bertemu satu sama lain secara personal;
2. Empaty secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lain secara berarti;
3. Menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa menilai atau keberatan;
4. Menghayati pengalaman satu sama lain dengan sungguh-sungguh, bersikap menerima dan empati satu sama lain;
5. Merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecenderungan gangguan arti;
6. Memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat perasaan aman terhadap yang lain.<sup>43</sup>

Apabila hasil komunikasi yang didapatkan oleh komunikan sama dengan tujuan yang diharapkan oleh komunikator, dapat dinyatakan bahwa komunikasi berlangsung efektif. Apabila hasil komunikasi yang didapatkan oleh komunikan

---

<sup>42</sup>*Ibid*, h. 69-70.

<sup>43</sup> Mesiono, *Manajemen dan Organisasi* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2010) h.

lebih besar dari tujuan yang diharapkan, dapat dikatakan bahwa komunikasi berlangsung sangat efektif. Sebaliknya apabila hasil komunikasi yang didapatkan komunikasikan lebih kecil daripada tujuan yang diharapkan komunikator, dikatakan bahwa komunikasi tidak atau kurang efektif.

### **E. Hambatan Komunikasi**

Perlu dipahami bahwa seluruh bentuk komunikasi dan berbagai teknik yang telah dijelaskan di atas, tidak lepas dari hambatan. Menurut Effendy, hambatan tersebut ada yang disebabkan oleh sosio-antropologis, hambatan semantis, hambatan mekanis dan hambatan ekologis. Hambatan sosiologi maksudnya adalah hambatan yang terjadi karena keanekaragaman masyarakat yang menyebabkan terjadinya perbedaan dalam status sosial, agama, ideologi, tingkat pendidikan, kekayaan dan sebagainya. Hambatan antropologis adalah hambatan yang disebabkan adanya perbedaan budaya, gaya hidup, norma, kebiasaan dan bahasa. Hambatan psikologis adalah hambatan yang terjadi karena munculnya respon negatif dari komunikasikan, seperti marah, kecewa dan sebagainya.<sup>44</sup>

Hambatan-hambatan tersebut tidak saja menyebabkan komunikasi menjadi tidak efektif, tetapi komunikasi juga dapat menjadi statis. Hambatan tersebut bisa terjadi pada komunikasikan dan bisa juga terjadi pada komunikator. Hambatan yang terjadi pada diri komunikator misalnya, menyangkut pada bahasa yang dipergunakan pada saat menyampaikan informasi, sehingga komunikasikan tidak mengerti. Hambatan pada komunikasikan misalnya adalah terjadinya penolakan terhadap ide-ide yang disampaikan komunikator.

Beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkin melakukan komunikasi yang benar-benar efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasi sukses,<sup>45</sup> yaitu:

#### **1. Gangguan**

---

<sup>44</sup> Effendy, *Dinamika*, h. 11-16.

<sup>45</sup> Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), h.45-49.

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

a. Gangguan Mekanik (*Mechanical, channel noise*)

Yang dimaksud dengan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sebagai contoh ialah, gangguan suara ganda (*interferensi*) pada pesawat radio disebabkan dua pemancar yang berdempetan gelombangnya, gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layar televisi atau huruf yang tidak jelas, jalur huruf yang hilang atau terbalik, atau halaman yang sobek pada surat kabar. Termasuk gangguan mekanik pula adalah bunyi mengaung pada pengeras suara atau riuh hadirin atau bunyi kendaraan lewat ketika seorang berpidato dalam suatu pertemuan.

b. Gangguan Semantik (*Semantik noise*)

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian. Pada hakikatnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi menginterpretasikan bahasa yang menyalurkan suatu pesan dengan berbagai cara karena itu mereka mempunyai pengertian yang berbeda. Seorang komunikan mungkin menerima suatu pesan dengan jelas sekali, baik secara mekanik maupun secara fonetik secara fisik berlaku dengan keras dan jelas tetapi disebabkan kesukaran pengertian (gangguan semantik) komunikasi menjadi gagal.

## 2. Kepentingan

*Interest* atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Apabila kita tersesat dalam hutan dan beberapa hari tidak menemui makanan sedikitpun, maka kita akan lebih memperhatikan perangsang-perangsang yang mungkin dapat dimakan daripada lain-lainnya. Andaikata dalam situasi demikian kita dihadapkan pada

pilihan antara makanan dan sekantong berlian, maka pastilah, kita akan memilih makanan. Berlian barulah diperhatikan kemudian. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi juga menentukan daya tangkap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sifat reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan. Setiap peraturan yang dikeluarkan, apakah itu mengenai perburuhan, perkawinan, kurikulum baru dan sebagainya ada saja yang merasa dirugikan. Pihak yang berkepentingan biasanya tidak mengajukan tanggapan dengan alasan yang sungguh-sungguh, tetapi sering kali mengetengahkan argumentasi dan alasan tersembunyi (*disguised argumentation and reasons*).

### 3. Motivasi Terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda dengan orang lainnya dari waktu ke waktu dari tempat ke tempat, sehingga karenanya motivasi itu berbeda dalam intensitasnya. Demikian pula intensitas tanggapan-tanggapan seseorang terhadap suatu komunikasi. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya. Dalam pada itu sering kali pula terjadi seorang komunikator tertipu oleh tanggapan komunikasi yang seolah-olah tampaknya khusuk (*attentive*) menanggapi, sungguhpun pesan komunikasi tak bersesuaian dengan motivasinya. Tanggapan semu dari komunikasi itu tentunya mempunyai motivasi terpendam. Mungkin sekali seorang pegawai seolah-olah menanggapi komunikasi dari atasannya secara *attentive*, kendatipun ada yang tidak disetujuinya. Hal itu dilakukannya mungkin sekali karena si pegawai itu berkeinginan naik pangkat, ingin menyenangkan hati atasannya, dan lain sebagainya.

### 4. Prasangka

*Prejudice* atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai

prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syak prasangka tanpa menggunakan fikiran yang rasional. Emosi seringkali membutuhkan fikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata bagaimanapun, oleh karena sekali prasangka itu sudah mencekam, maka seseorang tak akan dapat berfikir secara objektif dan segala apa yang dilihatnya selalu akan dinilai secara negatif. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, seperti yang sering kita dengar, melainkan juga terhadap agama, pendirian politik, kelompok, pendek kata suatu perangsang yang dalam pengalaman pernah memberi kesan yang tidak enak.

#### **F. Pentingnya Komunikasi Pimpinan Sekolah Tinggi Untuk Meningkatkan Kedisiplinan**

Seorang ketua sekolah tinggi menduduki jabatannya karena ditetapkan dan diangkat oleh atasannya (kepala kantor Departemen Pendidikan Nasional atau yayasan). Tetapi untuk dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan lancar ia perlu diterima dengan tulus ikhlas oleh dosen dan pimpinannya. Dengan kata lain ia diakui kemampuan serta kepemimpinannya oleh dosen-dosen yang ia pimpin.

Ketua sekolah tinggi merupakan personil sekolah tinggi yang bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan pendidikan dalam lingkungan sekolah tinggi yang dipimpinnya. Ketua sekolah tinggi tidak hanya bertanggung jawab atas kelancaran jalannya sekolah tinggi secara teknis akademis saja, akan tetapi segala kegiatan, keadaan lingkungan sekolah tinggi dengan kondisi dan situasinya serta hubungan dengan masyarakat sekitarnya. Inisiatif dan kreativitas yang mengarah kepada perkembangan dan kemajuan sekolah tinggi adalah merupakan tugas dan tanggung jawab ketua sekolah tinggi.

Kedudukan ketua sekolah tinggi adalah kedudukan yang cukup sulit. Pada satu pihak ia adalah orang atasan karena ia diangkat oleh atasan. Tetapi di lain pihak ia adalah wakil dosen-dosen atau staf. Dalam kedudukannya yang demikian itu, ketua sekolah tinggi mengemban tugas pokoknya yaitu membina atau mengembangkan sekolah tingginya secara terus menerus sesuai dengan

perkembangan dan tantangan zaman. Untuk melaksanakan tugasnya ini ada tiga (tiga) jalan yang harus ditempuh, yaitu:

1. Pembinaan prasarana dan sarana administratif
2. Pembinaan staf dalam kemampuan profesinya
3. Pembinaan diri sendiri dalam kepemimpinannya.<sup>46</sup>

Disamping itu ketua sekolah tinggi sebagai pimpinan pendidikan berperan dalam mewujudkan hubungan manusia yang harmonis dalam rangka membina dan mengembangkan kerjasama personil, agar secara serempak seluruhnya bergerak ke arah pencapaian tujuan pendidikan melalui kesediaan melaksanakan tugas masing-masing secara efisien dan efektif.

Mengingat bahwa tugas dan tanggung jawab ketua sekolah tinggi adalah cukup besar dan berat, maka ia hendaknya memperluas hubungan kerjasama, baik di dalam lingkungan sekolah tinggi yang dipimpinnya dengan pihak-pihak di luar sekolah termasuk para administrator atasan, para supervisor, para anggota profesi, dan masyarakat. Ketua sekolah tinggi juga dituntut senantiasa berusaha untuk meningkatkan pertumbuhannya di dalam diri dan jabatannya. Ia sedapat mungkin berusaha untuk lebih banyak berpartisipasi dalam aktivitas-aktivitas profesionalnya.<sup>47</sup>

Disiplin berasal dari bahasa Yunani, yaitu *disiperus* yang artinya murid mengikuti seorang guru. Seorang murid atau pengikut harus tunduk kepada peraturan, kepada otoritas gurunya. Karena itu disiplin berarti kesediaan untuk mematuhi ketertiban agar murid dapat belajar.<sup>48</sup>

Jadi secara umumnya bahwa disiplin itu adalah suatu kandungan berbagai tata tertib dan tindakan-tindakan yang juga berupa bimbingan-bimbingan untuk mengarah kepada perbaikan melalui pengarahan, penerapan maupun paksaan yang dilakukan dengan berbagai cara serta siasat yang kesemuanya dilakukan secara

---

<sup>46</sup> Soewadji Lazaruth, *Kepala Sekolah dan Tanggung jawabnya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1984), h.20.

<sup>47</sup> Wasty Soemanto, *Petunjuk untuk Pembinaan Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1980), h. 91.

<sup>48</sup> S. Nasution, *Didaktik Sekolah Pendidikan Guru, Azas-Azas Didaktik Metodologi Pengajaran dan Evluasi*, (Bandung: Penerbit Jemmars, 1992), h. 63.

tegas walaupun tidak menyenangkan bagi orang yang menerima atau memikul tanggung jawab.

Selanjutnya dalam Kamus Ilmu Jiwa Pendidikan dinyatakan tentang disiplin adalah:

1. Bimbingan ke arah perbaikan melalui pengarahan, penerapan, paksaan, misalnya untuk pendidikan pribadi digunakan alat-alat disiplin berupa beberapa peraturan.
2. Pelaksanaan peraturan secara keras.<sup>49</sup>

Dalam pendidikan disiplin dilaksanakan pada berbagai unsur dan komponen, kemudian tiap komponen mempunyai sub-sub pula, misalnya disiplin belajar di dalamnya ada diterapkan disiplin waktu, berpakaian, disiplin kebersihan dan sebagainya. Pada prinsipnya hal ini untuk menciptakan ketertiban dan keteraturan guna mengatur suatu keadaan yang tertib. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ahmad D. Marimba bahwa disiplin adalah: ketaatan yaitu: ketaatan terhadap peraturan.<sup>50</sup>

Disinilah pentingnya komunikasi yang dilakukan pimpinan sekolah tinggi untuk meningkatkan kedisiplinan pada mahasiswa agar selalu melakukan yang terbaik, tidak melakukan pelanggaran yang membuat rugi bagi mahasiswa yang bersangkutan.

### **G. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Disiplin Pada Perguruan Tinggi**

Penerapan disiplin pada suatu perguruan tinggi tidaklah sama, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas serta frekuensi pelaksanaannya. Disiplin orang yang tinggal di lingkungan asrama tentu berbeda dengan orang yang tidak tinggal di lingkungan asrama.

Menurut Sudirman N, dkk, bahwa ada dua bentuk pendekatan yaitu pendekatan manajerial dan bentuk pendekatan psikologis. Pendekatan manajerial berbentuk disiplin yang diterapkan dalam melihat konsepsi-konsepsi kepemimpinan. Bentuk disiplin secara manajerial ini meliputi:

---

<sup>49</sup> Al-Mursal, dkk, *Kamus Ilmu Jiwa Dan Pendidikan*, (Bandung: Al-Ma'arif, 1991), h.40.

<sup>50</sup> Ahmad D Marimba, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*, (Bandung: PT. Al-Maarif, 1989), h. 151.

1. Kontrol otoriter: dalam menegakkan disiplin kelas guru harus bersikap tegas, kalau perlu dengan hukuman-hukuman yang berat.
2. Kebebasan liberal: siswa juga harus diberi kebebasan, untuk melakukan kegiatan apa saja yang sesuai dengan tingkat perkembangannya. Dengan cara seperti ini aktivitas dan kreativitas anak akan berkembang sesuai dengan kemampuannya.
3. Kebebasan terbimbing: bentuk penerapan disiplin seperti ini adalah perpaduan antara ketegasan dan kebebasan. Di satu pihak siswa diberi kebebasan sebagai hak asasinya, di lain pihak siswa harus dihindarkan dari perilaku-perilaku negatif sebagai akibat penyalahgunaan kebebasan.

Sedangkan bentuk penerapan disiplin kedua adalah pendekatan psikologis. Pendekatan psikologis yang dimaksud adalah antara lain:

1. Pendekatan modifikasi tingkah laku

Untuk membina tingkah laku yang dikehendaki oleh guru haruslah memberikan penguatan positif (pemberian ganjaran, atau penghapusan hukuman). Sedang untuk mengurangi tingkah laku yang tidak dikehendaki, guru harus menggunakan penguatan negatif (pemberian hukuman atau penghapusan hak).

2. Pendekatan iklim sosio-emosional

Pendekatan ini berlandaskan psikologi iklim dan konseling. Guru diperlukan bersikap tulus dihadapan siswa, menerima dan menghargai siswa sebagai manusia, dan mengerti siswa dari sudut pandang siswa itu sendiri.<sup>51</sup>

Dengan demikian disiplin itu sebagai alat untuk terjadinya proses belajar mengajar. Tanpa adanya kedisiplinan kemungkinan proses belajar mengajar tidak akan berjalan lancar, ini berarti antara disiplin dan belajar tidak dapat dipisahkan. Dalam belajar dibutuhkan keseriusan dan kedisiplinan demi mencapai pengetahuan dan prestasi yang baik.

---

<sup>51</sup> Sudirman N, et.al, *Ilmu Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), h. 328-330.

Mengenai hal disiplin secara lengkap, memang tidak ada ditemui dalam Al-qur'an maupun hadis, tetapi prinsip-prinsip mengenai disiplin ada dibicarakan di dalamnya. Seperti ditemui dalam al-qur'an surat Al-Ashr ayat 1-3:

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنُفٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Artinya:

1. Demi masa.
2. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian,
3. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menepati kesabaran.<sup>52</sup>

Ayat ini menjelaskan tentang adanya penghargaan atas waktu (masa) agar manusia mempergunakan waktu dengan sebaik-baiknya, sehingga dengan disiplin tersebut kehidupan manusia itu selamat di dunia maupun di akhirat. Jadi disiplin dalam Islam itu bukan saja mengenai kepentingan kehidupan dunia, tetapi sekaligus akhirat.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi disiplin belajar mahasiswa yaitu:

1. Faktor yang berasal dari luar diri siswa

Faktor dari luar dibagi menjadi dua bagian yaitu :

- a) Faktor nonsosial, seperti keadaan udara, suhu udara, waktu, tempat dan alat – alat yang dipakai untuk belajar. Mahasiswa yang memiliki tempat belajar yang teratur dan memiliki buku penunjang pelajaran cenderung lebih disiplin dalam belajar. Tidak kalah pentingnya faktor waktu, mahasiswa yang mampu mengatur waktu dengan baik akan belajar secara terarah dan teratur.

<sup>52</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim...*, h. 482.

b) Faktor sosial, terdiri atas lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat dan lingkungan kelompok. Mahasiswa yang tinggal dalam lingkungan yang tertib tentunya mahasiswa tersebut akan menjalani tata tertib yang ada di lingkungannya. Seorang dosen yang mendidik mahasiswa dengan disiplin akan cenderung menghasilkan mahasiswa yang disiplin pula.

## 2. Faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa

Faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa dibagi menjadi dua yaitu:

a) Faktor fisiologis, yang termasuk dalam faktor fisiologis antara lain, pendengaran, penglihatan, kesegaran jasmani, kelelahan, kekurangan gizi, kurang tidur dan sakit yang diderita. Faktor fisiologis ikut berperan dalam menentukan disiplin belajar mahasiswa. Mahasiswa yang tidak menderita sakit cenderung lebih disiplin dibandingkan mahasiswa yang menderita sakit dan badannya kelelahan.

b) Faktor Psikologis, yang dapat mempengaruhi proses belajar antara lain:

1) Minat. Minat sangat besar pengaruhnya terhadap prestasi belajar. Seseorang yang tinggi minatnya dalam mempelajari sesuatu akan dapat meraih hasil yang tinggi pula. Apabila Mahasiswa memiliki minat yang tinggi terhadap pelajaran akan cenderung disiplin dalam belajar.

2) Bakat. Bakat merupakan faktor yang besar peranannya dalam proses belajar. Mempelajari sesuatu sesuai dengan bakatnya akan memperoleh hasil yang lebih baik.

3) Motivasi. Motivasi merupakan kondisi psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Fungsi motivasi dalam belajar adalah untuk memberikan semangat pada seseorang dalam belajar untuk mencapai tujuan.

4) Konsentrasi. Konsentrasi dapat diartikan sebagai suatu pemusatan energi psikis yang dilakukan untuk suatu kegiatan tertentu secara sadar terhadap suatu obyek (materi pelajaran).

5) Kemampuan kognitif. Tujuan belajar mencakup tiga aspek yaitu kognitif, afektif dan psikomotor. Namun kemampuan kognitif lebih diutamakan,

sehingga dalam mencapai hasil belajar faktor kemampuan kognitif lebih diutamakan.

Faktor eksternal dan internal tersebut memiliki peranan yang sangat penting dan sangat diperlukan dalam belajar. Untuk mencapai hasil yang optimal dalam proses belajar, maka dituntut adanya keseimbangan di antara keduanya. Jika salah satu faktor tersebut ada kekurangan akan berpengaruh pada hasil belajar yang dilakukan.

#### **H. Penelitian terdahulu yang Relevan**

Berdasarkan telaah literatur yang peneliti lakukan ditemukan dua judul yang relevan dengan penelitian ini,

1. Studi yang dilakukan oleh Wirda Delima (2010) dengan judul penelitian “Teknik Komunikasi Orangtua Dalam Membangun Kecerdasan Spiritual Anak Di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Kecamatan Medan Denai Kota Medan” . Mahasiswa Pascasarjana IAIN Sumatera Utara. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah teknik komunikasi yang banyak digunakan orangtua adalah dalam bentuk pemberian ganjaran (*reward and punishment*). Dalam hal ini orangtua selalu memberikan sanksi kepada anak apabila anak melakukan kesalahan. Hambatan yang dirasakan orangtua dari dalam membangun kecerdasan spiritual kepada anak yaitu mencakup persoalan rendahnya tingkat pengetahuan orangtua terhadap agama, tingkat perekonomian yang relatif rendah, keterbatasan waktu secara serius mendidik anak dengan pendekatan agama serta rendahnya motivasi orangtua dalam menanamkan ajaran spiritual kepada anak.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Datuk Imam Marzuki (2010) dengan judul” Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Ketua Terhadap Kinerja Pemuda Muhammadiyah Kota Medan”. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah komunikasi organisasi memberikan pengaruh terhadap variabel kerja organisasi sedangkan yang lainnya ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Pengaruh gaya kepemimpinan ketua terhadap kinerja organisasi

menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan ketua memberikan pengaruh terhadap kinerja organisasi.