

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teoritis**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *communication* yang berasal dari bahasa Latin, *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini berarti sama makna (Effendy, 1999 dalam Ruliana, 2014: 2). Ragam penggunaan istilah komunikasi dapat membingungkan. Orang yang tidak terbiasa dengan bidang ini akan bertanya apakah istilah tersebut memiliki batas. Komunikasi dapat dipandang sebagai nama disiplin sekaligus label untuk fenomena. Komunikasi juga memiliki arti populer, profesional, dan praktis (Ruben Brent D, 2014: 14).

Definisi komunikasi menurut para ahli sebagai berikut:

- a) Lasswel komunikasi adalah proses menggambarkan siapa, mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa.
- b) Carl I. Hovland komunikasi adalah proses seorang individu atau komunikator mengoperkan stimulant biasanya dengan lambang lambang bahasa (verbal maupun non verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain.

- c) Theodorson dan Theodorson komunikasi adalah penyebaran informasi, ide–ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama melalui simbol-simbol.
- d) Edwin Emery komunikasi adalah seni menyampaikan informasi ide dan sikap seseorang.
- e) Delton E. Mc Farland komunikasi adalah suatu proses interaksi yang mempunyai arti antara sesama manusia.
- f) Charles H. Cooley komunikasi adalah suatu mekanisme suatu hubungan antarmanusia dilakukan dengan mengartikan simbol secara lisan dan membacanya melalui ruang dan menyimpan dalam waktu.

### 2.1.2 Tujuan Komunikasi

Menurut Zuhdi, (2011: 6) Komunikasi yang baik memiliki tujuan merubah sesuatu kondisi yang kurang baik menjadi lebih baik. Komunikasi yang kurang baik memiliki tujuan sebaliknya. Perubahan perilaku dalam komunikasi tidak dapat dicapai dengan mudah. Oleh karena itu diperlukan siasat untuk mempengaruhi agar komunikan dengan sukarela dan penuh kesadaran berkenan melakukan perubahan perilaku sebagai mana yang diharapkan oleh komunikator. Inilah yang dinamakan *persuasive communication*. Tujuan dasar komunikasi adalah untuk mencapai persamaan persepsi antara komunikator dengan komunikan.

Menurut A. DeVito, (2011: 30) ada 4 tujuan komunikasi, yaitu:

a) Menemukan

Bila berkomunikasi dengan orang lain, maka anda mengenali diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara lebih baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara.

b) Untuk berhubungan

Salah satu motivasi kita yang sangat kuat adalah berhubungan dengan orang lain, membina, dan memelihara hubungan dengan orang lain.

c) Untuk meyakinkan

Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar merubah sikap dan perilaku kita seperti halnya dengan pesan yang kita sampaikan akan merubah perilaku seseorang.

d) Untuk bermain

Kita menggunakan perilaku komunikasi untuk bermain dan menghibur diri kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan fillm sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita menarik.

### **2.1.3 Komponen Komunikasi**

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Jika diamati secara cermat, dalam setiap kegiatan

komunikasi ada beberapa komponen yang selalu menyertai berlangsungnya suatu proses komunikasi.

Komponen-komponen itu adalah:

a. Komunikator

Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan suatu pesan kepada orang lain dalam kegiatan komunikasi seorang komunikator dapat menyampaikan pesan dengan cara lisan maupun tulisan, langsung atau tidak langsung, verbal ataupun non verbal.

b. Pesan

Pesan adalah lambang-lambang yang bermakna, yaitu lambang-lambang yang membawa pemikiran dan perasaan komunikator. Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi pada umumnya dinyatakan dalam bentuk bahasa. Mengapa bahasa? Karena bahasa adalah lambang paling efektif dibandingkan dengan lambang-lambang yang lain.

c. Komunikan

Komunikan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran komunikator dalam penyampaian pesan dalam suatu proses komunikasi. Komunikan merupakan target *audience* (pendengar sasaran) yang terdiri dari satu orang saja atau sekelompok orang yang memiliki kesamaan dalam kepentingan atau perhatian terhadap hal hal tertentu.

d. Media

Media merupakan sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator ketika menyampaikan pesan kepada komunikan. Media pada umumnya digunakan

komunikator ingin menyampaikan pesan kepada komunikan yang berada di tempat yang jauh.

e. Efek

Efek adalah reaksi, respon, atau tanggapan yang diberikan oleh komunikan ketika komunikator menyampaikan pesan dalam komunikasi. Efek dapat berbentuk verbal dan non verbal atau keduanya. Efek dapat bersifat kognitif, afektif, dan konatif.

#### **2.1.4 Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal merujuk pada komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang. Konteks interpersonal banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana mempertahankan suatu hubungan (West & Turner 2011: 36). Deddy Mulyana (2007: 8) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Para ahli teori komunikasi mendefinisikan komunikasi antar pribadi secara berbeda-beda.

A.DeVito, (2011: 252-253) dalam bukunya komunikasi antarmanusia membahas tiga pendekatan utama, yaitu:

a) Definisi berdasarkan komponen (*componential*)

Definisi berdasarkan komponen menjelaskan komunikasi antarpribadi dengan mengamati komponen-komponen utamanya, dalam hal ini penyampaian pesan oleh satu orang dan penerima pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil

orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik.

b) Definisi berdasarkan hubungan diadik (*relational dyadic*)

Dalam definisi berdasarkan hubungan, kita mendefinisikan komunikasi antar pribadi sebagai komunikasi yang berlangsung antara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas.

c) Definisi berdasarkan pengembangan (*developmental*)

Dalam pendekatan pengembangan (*developmental*), komunikasi antarpribadi dilihat sebagai akhir dari perkembangan dari komunikasi yang bersifat tak pribadi (*impersonal*) pada satu ekstrem menjadi komunikasi pribadi atau intim pada ekstrem lain.

### 2.1.5 Konsep Dasar Komunikasi Interpersonal

Berikut merupakan konsep dasar komunikasi interpersonal menurut Suranto, (2011: 1) dalam bukunya komunikasi interpersonal yaitu.

1. Hakikat komunikasi interpersonal

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia, yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan bahasa sebagai alat penyalurnya.

a. Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah suatu proses.

Kata lain dari proses, ada yang menyebut sebagai transaksi dan interaksi.

- b. Dalam komunikasi interpersonal, komunikator dan komunikan biasanya adalah individu, sehingga proses komunikasi yang terjadi melibatkan sekurangnya dua individu.
- c. Komunikasi interpersonal dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.
- d. Penyampaian pesan dapat dilakukan baik secara lisan maupun tulisan.
- e. Komunikasi interpersonal tatap muka memungkinkan balikan atau respon dapat diketahui dengan segera (*instan feedback*)

## 2. Asas-asas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal melibatkan sekurang kurangnya dua orang, satu orang sebagai pengirim informasi, dan satu orang lainnya sebagai penerima. Secara teoritis kelancaran komunikasi ditentukan oleh peran kedua orang tersebut dalam memformulasikan dan memahami pesan.

Berikut ini dikemukakan lima asas komunikasi interpersonal:

- a. Komunikasi berlangsung antara pikiran seseorang dengan pikiran orang lain.
- b. Orang hanya bisa mengerti sesuatu hal dengan menghubungkannya pada suatu hal lain yang telah dimengertinya.
- c. Setiap orang berkomunikasi tentu mempunyai tujuan.
- d. Orang yang telah melakukan komunikasi mempunyai kewajiban untuk meyakinkan dirinya bahwa ia memahami makna pesan yang akan disampaikan itu.

- e. Orang yang tidak memahami makna informasi yang diterima, memiliki kewajiban untuk meminta penjelasan agar tidak terjadi bias komunikasi.

### 3. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

- a. Arus pesan dua arah.
- b. Suasana nonformal.
- c. Umpan balik segera. Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara tatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera.
- d. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antar individu yang menuntut agar komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis.
- e. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

### 4. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Suranto, (2011: 19) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan

adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin, dan cuek.

- b. Menemukan diri sendiri, artinya seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.
- c. Menemukan dunia luar. Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.
- d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.
- e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku.
- f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu.
- g. Menghilangkan kerugian akibat salah informasi. Dengan komunikasi interpersonal dapat dilakukan pendekatan secara langsung menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan interpretasi.
- h. Memberikan bantuan (konseling)

#### 5. Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana maksud oleh pengirim pesan, pesan ditindak lanjuti dengan sebuah perbuatan secara sukarela oleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi, dan tidak ada hambatan untuk hal itu. Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif, apabila memenuhi tiga syarat utama, yaitu:

- a. Pengertian yang sama terhadap makna pesan. Salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran komunikasi dikatakan efektif, adalah apabila makna pesan yang dikirim oleh komunikator sama dengan makna pesan yang diterima komunikan.
- b. Melaksanakan pesan secara sukarela. Indikator komunikasi interpersonal yang efektif berikutnya adalah bahwa komunikan menindaklanjuti pesan tersebut dengan perbuatan dan dilakukan secara sukarela, tidak karena dipaksa. Komunikasi interpersonal yang baik dan berlangsung dalam kedudukan setara sangat diperlukan agar kedua belah pihak menceritakan dan mengungkapkan isi pikirannya secara sukarela, jujur, tanpa merasa takut.
- c. Meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi. Efektifitas dalam komunikasi interpersonal akan mendorong terjadinya hubungan yang positif terhadap rekan, keluarga, dan kolega. Hal ini disebabkan pihak-pihak yang saling berkomunikasi merasakan memperoleh manfaat dari komunikasi itu, sehingga merasa perlu untuk memelihara hubungan antarpribadi.

#### **2.1.6 Pengertian Komunikator**

Zuhdi, (2011: 22) komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan suatu pesan kepada orang lain dalam kegiatan komunikasi. Seorang komunikator dapat menyampaikan pesan dengan cara lisan maupun tulisan, langsung atau tidak langsung, verbal ataupun non verbal.

Komunikator pada umumnya menyampaikan pesan secara individual atau pribadi. Akan tetapi dalam kehidupan modern seringkali pesan disampaikan secara kolektif atau berkelompok. Sebagai contohnya, media masa seperti surat kabar dan televisi menyampaikan berita yang merupakan hasil olahan bersama tim redaksi kepada pembaca dan pemirsa.

### **2.1.7 Pengertian Kredibilitas**

Menurut Rakhmat, (2002: 257) kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi yang Rakhmat tulis terkandung dua hal. Pertama, kredibilitas adalah persepsi komunikan jadi tidak inheren dalam diri komunikator. Kedua, kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas. Kredibilitas terdiri atas dua unsur, yaitu keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dengan sejauh mana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang tepat. Sedangkan kejujuran dioperasionalkan sebagai persepsi komunikan tentang sejauh apa komunikator bersikap tidak berpihak dalam menyampaikan pesannya (Rakhmat, 2002: 76).

Kredibilitas berkaitan dengan sifat-sifat komunikator yang berikutnya disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.

#### **1. Daya tarik**

Kemampuan seorang komunikator dalam menarik atau memikat perhatian

## 2. Motif

Dorongan yang menggerakkan seseorang bertindak laku dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2016: 73).

## 3. Keterpercayaan

Kesan komunikann tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan,dan etis? Atau apakah ia dinilai tidak jujur, lancang, suka, menipu, tidak adil, dan tidak etis? Berdasarkan pendapat diatas dapat dikatakan bahwa kepercayaan adalah sebuah keyakinan yang ada dalam komunikator. Menurut kamus besar bahasa Indonesia kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.

## 4. Keaslian Pesan

Pesan merupakan bagian dari komunikasi dimana pesan adalah sesuatu hal yang disampaikan pengirim kepada penerima.

## 5. Kepakaran

Kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya yang topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, atau bodoh. Berdasarkan pendapat di atas dapat dikatakan bahwa keahlian adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seorang komunikator.

### 2.1.8 Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan, sebab, atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Motivasi adalah suatu keahlian dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga tercapai keinginan para pegawai sekaligus tercapai tujuan organisasi (Brantas, 2009: 102). Menurut William B. Wether dan Keith Davis dalam Ruliana, (2014: 114) motivasi adalah suatu permasalahan yang kompleks karena di dalamnya menyangkut hal-hal yang meliputi perasaan, pikiran dan pengalaman dari masing-masing individu, yang dipengaruhi hubungan baik dari dalam organisasi maupun luar organisasi. Menurut William G Scoot dalam Ruliana, (2014: 114) motif adalah kebutuhan atau tujuan yang belum terpenuhi atau terpuaskan yang kemudian mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu tersebut. Motivasi juga dapat dikatakan serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi-kondisi tertentu, sehingga seseorang mau dan ingin melakukan sesuatu, bila ia tidak maka akan berusaha meniadakan atau mengelakan perasaan tidak suka.

Berdasarkan keterangan di atas, motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan, dan memelihara perilaku manusia. Seseorang akan terdorong untuk melakukan sesuatu dengan keadaan sadar maupun tidak sadar. Setiap aktivitas yang dilakukan seseorang pasti memiliki suatu faktor yang mendorong aktivitas tersebut. Motivasi sering kali diartikan sebagai faktor pendorong. Oleh karena itu, faktor pendorong dari seseorang untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu pada umumnya adalah kebutuhan serta keinginan orang tersebut.

### 2.1.9 Jenis-jenis Motivasi

Menurut Brantas, (2009: 123) ada dua jenis motivasi, yaitu:

1. Motivasi positif, yaitu suatu dorongan yang bersifat positif. Artinya jika seseorang berprestasi atas apa yang dilakukan maka akan mendapatkan insentif berupa hadiah.
2. Motivasi negatif, yaitu mendorong bawahan dengan sebuah ancaman hukuman. Artinya jika prestasinya kurang dari rata rata akan dikenakan hukuman sedangkan jika berhasil tidak mendapatkan hadiah.

Adapun komponen-komponen dari motivasi adalah

1. Minat

Kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah ataupun keinginan.

2. Perhatian

Perhatian adalah sesuatu tindakan atau sikap yang tertuju pada suatu objek tertentu.

3. Ketekunan

Rajin, keras hati, dan bersungguh-sungguh dalam melakukan sesuatu.

4. Partisipasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu perihal turut berperan serta dalam suatu kegiatan atau keikutsertaan.

### 2.1.10 Fungsi Motivasi dalam Belajar

Menurut Sardiman, (2016: 85) ada tiga fungsi motivasi belajar, yaitu:

1. Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.
2. Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya.
3. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut. Seseorang siswa yang akan menghadapi ujian dengan harapan dapat lulus, tentu akan melakukan kegiatan belajar dan tidak akan menghabiskan waktunya untuk bermain kartu atau membaca komik, sebab tidak serasi dengan tujuan.

Di samping itu, ada juga fungsi-fungsi lain. Motivasi dapat berfungsi sebagai pendorong usaha dan pencapaian prestasi. Seseorang melakukan suatu usaha karena adanya motivasi. Adanya motivasi yang baik dalam belajar akan menunjukkan hasil belajar yang baik. Dengan kata lain, dengan adanya usaha yang tekun dan terutama didasari adanya motivasi, maka seseorang yang belajar itu akan dapat melahirkan prestasi yang baik.

### 2.1.11 Pengertian Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif, ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya), manjur atau mujarab (tentang obat), dapat membawa hasil; berhasil guna (tentang usaha, tindakan). Menurut Aan Komariah dan Capi Tratna, yang dimaksud efektivitas adalah ukuran yang menyatukan sejauh mana sasaran atau tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai. Efektivitas adalah penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok organisasi, makin dekat dengan pencapaian prestasi yang diharapkan supaya lebih efektif hasilnya.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah setiap kegiatan atau suatu tujuan yang diinginkan dalam proses pembelajaran yang telah berhasil.

Berikut adalah komponen dari efektivitas:

#### a. Aspek Kognitif

Kognitif adalah ranah yang mencakup kegiatan mental (otak). Segala upaya yang menyangkut aktivitas otak adalah termasuk dalam kognitif. Kognitif berhubungan dengan kemampuan berpikir, termasuk di dalamnya kemampuan menghafal, memahami, mengaplikasi, menganalisis, mensintesis, dan kemampuan mengevaluasi. Dalam kognitif itu terdapat enam aspek atau jenjang proses berpikir, mulai dari jenjang terendah sampai dengan jenjang yang paling tinggi.

b. Aspek Afektif

Afektif adalah sesuatu yang berkaitan dengan sikap dan nilai. Afektif mencakup watak perilaku seperti perasaan, minat, sikap, emosi, dan nilai. Beberapa pakar mengatakan bahwa sikap seseorang dapat diramalkan perubahannya bila seseorang telah memiliki kekuasaan kognitif tingkat tinggi. Ciri-ciri hasil belajar afektif akan tampak pada peserta didik dalam berbagai tingkah laku.

c. Aspek Psikomotorik

Psikomotor merupakan hal yang berkaitan dengan keterampilan (*skill*) atau kemampuan bertindak setelah seseorang menerima pengalaman belajar tertentu. Psikomotor adalah sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas fisik, misalnya lari, melompat, menendang, memukul, dan sebagainya. Hasil belajar psikomotor ini sebenarnya merupakan kelanjutan dari hasil belajar kognitif (memahami sesuatu) dan hasil belajar afektif (yang baru tampak dalam bentuk kecenderungan-kecenderungan berperilaku). Hasil belajar kognitif dan hasil belajar afektif akan menjadi hasil belajar psikomotor apabila peserta didik telah menunjukkan perilaku atau perbuatan tertentu sesuai dengan makna yang terkandung dalam ranah kognitif dan ranah afektif.

### 2.1.12 Pengertian Pembelajaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pembelajaran adalah proses, cara, perbuatan menjadikan orang atau makhluk hidup belajar. Pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar pada suatu

lingkungan belajar. Pembelajaran merupakan bantuan yang diberikan pendidik agar dapat terjadi proses pemerolehan ilmu dan pengetahuan, penguasaan kemahiran dan tabiat, serta pembentukan sikap dan kepercayaan pada peserta didik. Dengan kata lain, pembelajaran adalah proses untuk membantu peserta didik agar dapat belajar dengan baik. Proses pembelajaran dialami sepanjang hayat seorang manusia serta dapat berlaku di manapun dan kapanpun.

Pembelajaran mempunyai pengertian yang mirip dengan pengajaran, walaupun mempunyai konotasi yang berbeda. Pembelajaran adalah pemberdayaan potensi peserta didik menjadi kompetensi. Kegiatan pemberdayaan ini tidak dapat berhasil tanpa ada orang yang membantu. Menurut Dimiyati dan Mudjiono dalam Sagala, (2010: 62), pembelajaran adalah kegiatan guru secara terprogram dalam desain instruksional, untuk membuat belajar secara aktif, yang menekankan pada penyediaan sumber belajar.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa pembelajaran adalah usaha sadar untuk membuat siswa belajar, yaitu terjadinya perubahan tingkah laku pada diri siswa yang belajar. Perubahan itu didapatkannya karena adanya usaha.

### **2.1.13 Efektivitas Pembelajaran**

Miarso, (2004) mengatakan bahwa efektivitas pembelajaran merupakan salah satu standar mutu pendidikan dan sering kali diukur dengan tercapainya tujuan, atau dapat juga diartikan sebagai ketepatan dalam mengelola suatu situasi, *"doing the right things"*. Menurut Supardi, (2013) pembelajaran efektif adalah kombinasi yang tersusun meliputi manusiawi, material, fasilitas, perlengkapan

dan prosedur diarahkan untuk mengubah perilaku siswa ke arah yang positif dan lebih baik sesuai dengan potensi dan perbedaan yang dimiliki siswa untuk mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. Hamalil, (2001) menyatakan bahwa pembelajaran yang efektif adalah pembelajaran yang menyediakan kesempatan belajar sendiri atau melakukan aktivitas seluas-luasnya kepada siswa untuk belajar. Penyediaan kesempatan belajar sendiri dan beraktivitas seluas-luasnya diharapkan dapat membantu siswa dalam memahami konsep yang sedang dipelajari.

Berdasarkan pengertian di atas efektivitas pembelajaran adalah ukuran keberhasilan dari suatu proses interaksi antarmurid maupun antara murid dengan guru dalam situasi edukatif untuk mencapai tujuan pembelajaran. Efektivitas pembelajaran dapat dilihat dari aktivitas selama pembelajaran berlangsung, respon murid terhadap pembelajaran dan penguasaan konsep. Untuk mencapai suatu konsep pembelajaran yang efektif dan efisien perlu adanya hubungan timbal balik antara murid dan guru untuk mencapai suatu tujuan secara bersama.

#### **2.1.14 Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*)**

Teori ini lahir cukup lama. Teori ini Dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly pada tahun 1953 (*Communication Capstone*, 2001). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung

menerima dengan baik pesan–pesan yang disampaikan oleh seorang yang memiliki kredibilitas di bidangnya, kita biasanya akan lebih percaya.

*“High credibility sources had a substantially greater immediate effect on the audience’s opinions than low credibility sources”* Hovland, (2007: 270).

Sumber dengan kredibilitas tinggi memiliki dampak besar terhadap opini audiens dari pada sumber dengan kredibilitas rendah. Sumber yang memiliki kredibilitas tinggi lebih banyak menghasilkan perubahan sikap dibandingkan dengan sumber yang memiliki kredibilitas rendah.

*“When acceptance is sought by using arguments in support of the advocated view, the perceived expertness and trustworthiness or the communicator may determine the credence given them”* Hovland, (2007: 20 ).

Ketika penerimaan bisa diterima dengan argumen dalam mendukung pandangan, maka keahlian dan kehandalan komunikator bisa menentukan kepercayaan yang diberikan kepadanya. Keahlian komunikator adalah kesan yang dibentuk komunikasi tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih.

Hovland menggambarkan peranan kredibilitas dalam proses penerimaan pesan dengan mengemukakan bahwa para ahli akan lebih persuasif dibandingkan dengan bukan ahli. Suatu pesan persuasif akan lebih efektif apabila kita mengetahui bahwa penyampai pesan adalah orang yang ahli di bidangnya (Azwar, 2011: 64-65). Seorang komunikator dalam proses komunikasi akan sukses apabila berhasil menunjukkan *source credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikasi. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima komunikasi dianggap benar dan sesuai dengan

kenyataan. Kepercayaan bagi komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya.

Kredibilitas komunikator terbentuk oleh keahlian komunikator dalam menguasai informasi mengenai objek yang dimaksud dan memiliki keterpercayaan terhadap derajat kebenaran informasi yang ia sampaikan. Rakhmat mengatakan bahwa seorang komunikator menjadi *source of credibility* disebabkan adanya “*ethos*” pada dirinya, yaitu apa yang dikatakan oleh Aristoteles, dan yang hingga kini tetap dijadikan pedoman, adalah *good sense*, *good moral character*, dan *goodwill*. Adanya daya tarik adalah sebagai salah satu komponen pelengkap dalam pembentukan kredibilitas sumber. Apabila sumber merupakan individu yang tidak menarik atau tidak disukai, persuasi biasanya tidak efektif. Kadang-kadang efek persuasi yang disampaikan komunikator yang tidak menarik bahkan dapat mengubah ke arah yang berlawanan dengan yang dikehendaki (Azwar, 2011: 76).

Asumsi epistemologis dari teori ini bahwa *Source Credibility Theory* adalah sebuah pendekatan yang mengizinkan setiap individu untuk memberikan pandangannya masing-masing terhadap suatu objek. Secara nyata teori ini memberikan penjelasan semakin kredibel sumber maka akan semakin mudah mempengaruhi cara pandang *audiens*. Dengan kata lain kredibilitas seseorang mempunyai peranan yang penting dalam mempersuasi *audiens* untuk menentukan pandangannya. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-

pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya. Setidaknya, terdapat tiga model guna mempersempit ruang lingkup teori kredibilitas ini, juga sebagai strategi dalam memfokuskan studi komunikasi, yakni:

1. *Factor model* (suatu pendekatan *covering laws*), membantu menetapkan sejauh mana pihak penerima menilai kredibilitas suatu sumber.
2. *Function model* (masih dalam suatu pendekatan *covering laws*) memandang kredibilitas sebagai tingkat dimana suatu sumber mampu memuaskan kebutuhan-kebutuhan individu penerima.
3. *Konstruktivist model* (suatu pendekatan *human action*) menganalisis apa yang dilakukan penerima dengan adanya usulan-usulan sumber.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

### 2.2.1 Purnama, Hubeis, & Matindas, (2009) Jurnal Komunikasi Pembangunan. Universitas IPB Darmaga. Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Melalui Media *Website* untuk Materi Ajaran Fisika (Kasus Siswa Kelas 3 SMAN 1 Jakarta Pusat).

Purnama et al., (2009) mengangkat jurnal berjudul “Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Melalui Media *Website* untuk Materi Ajaran Fisika (Kasus Siswa Kelas 3 SMAN 1 Jakarta Pusat)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar efektifitas penggunaan media pembelajaran melalui *website* di SMAN 1 Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan metode survei

deskriptif yang menggunakan alat bantu kuisioner. Adapun hasil dari penelitian ini adalah. (1) Karakteristik responden (jenis kelamin, pekerjaan orang tua, dan aktivitas organisasi) memiliki tingkat frekuensi dan durasi yang berbeda pada setiap individu. Tinggi rendahnya motivasi sangat berpengaruh terhadap tingkat frekuensi akses terhadap media dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap efektivitas pembelajaran, (2) Frekuensi akses media yang dilakukan siswa hanya dipengaruhi oleh faktor dalam penggunaan *website* yaitu tugas dan kemudahan aplikasi, (3) Hasil pengujian terhadap pengaruh karakteristik responden dan factor dalam penggunaan *website* terhadap akses media, diketahui bahwa hanya peubah kemudahan yang berpengaruh terhadap frekuensi akses media, (4) Peubah frekuensi akses media secara langsung hanya berpengaruh terhadap aspek kognitif, (5) Secara bersama-sama berubah yang berpengaruh secara langsung terhadap efektivitas pembelajaran adalah biaya dan waktu luang.

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah, menguji pengaruh pada tiap variabel, menggunakan chi kuadrat dalam mengolah data nominal dan regresi berganda. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah, menggunakan variabel efektivitas pembelajaran, Jenis penelitian kuantitatif-deskriptif, menggunakan metode survey, menggunakan kuesioner dalam mendapatkan data.

**2.2.2 Bahriah & Abadi, (2016) Jurnal Kimia dan Pendidikan. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Motivasi Belajar Siswa pada Materi Ikatan Kimia Melalui Metode Praktikum.**

Bahriah & Abadi, (2016) mengangkat jurnal berjudul “Motivasi Belajar Siswa pada Materi Ikatan Kimia Melalui Metode Praktikum”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi belajar siswa pada materi ikatan kimia melalui metode praktikum. Untuk mengetahui jawaban dari tujuan penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan jawaban responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu motivasi belajar siswa pada materi ikatan kimia melalui metode Motivasi praktikum termasuk dalam kriteria tinggi. Hal ini dapat terlihat dari persentase rata-rata tiap indikator motivasi belajar yang meliputi minat belajar dengan persentase 84,97% (tinggi), ketekunan dalam belajar dengan persentase 83,82% (tinggi), partisipasi dalam belajar dengan persentase 89,80% (tinggi), usaha untuk belajar dengan persentase 85,79% (tinggi), dan besar perhatian dalam belajar dengan persentase 77,31% (tinggi).

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah, hanya menggunakan 2 variabel, sampel berjumlah 27 orang. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah, menggunakan variabel motivasi, jenis penelitian deskriptif, menggunakan metode observasi, skala pengukuran angket menggunakan skala likert.

**2.2.3 Nurfalah, Maya, & Widiyanti, (2012) Jurnal Komunikasi Pembangunan. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unswagati Cirebon. Pengaruh Kredibilitas dan Kepribadian Dosen Dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.**

(Nurfalah, Maya, & Widiyanti) mengangkat jurnal berjudul “Pengaruh Kredibilitas dan Kepribadian Dosen dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kredibilitas dosen dalam mengajar terhadap motivasi belajar mahasiswa, untuk mengetahui pengaruh kepribadian dosen dalam mengajar terhadap motivasi belajar mahasiswa, untuk mengetahui pengaruh kredibilitas dan kepribadian dosen dalam mengajar terhadap motivasi belajar mahasiswa. penelitian ini menggunakan metode survei dengan rumus taroyamane. Hasil dari penelitian ini adalah (1). Terdapat pengaruh signifikan positif antara kredibilitas dosen dalam mengajar terhadap motivasi belajar mahasiswa sebesar 22,6% dengan besar pengaruh  $X_1$  (kredibilitas) 0,424. (2). Terdapat pengaruh signifikan positif antara kepribadian dosen dalam mengajar terhadap motivasi belajar mahasiswa sebesar 14,6% dengan besar pengaruh  $X_2$  (Kepribadian) 0,316. (3). Terdapat pengaruh signifikan positif antara pengaruh kredibilitas dan kepribadian dosen dalam mengajar terhadap motivasi belajar mahasiswa sebesar 37,2% atau 0,372.

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah menguji pengaruh dalam penelitian, sampel yang digunakan 50 orang, menggunakan rumus taro Yamane dalam menentukan sampel. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah Menggunakan variabel kredibilitas dan motivasi, menggunakan 3 variabel, populasi berjumlah 100 orang, menggunakan kuesioner dalam mendapatkan data, menggunakan metode survei.

**2.2.4 Anggraini, (2015). Jurusan Pendidikan Biologi. Universitas Islam Balitar. Hubungan Motivasi Belajar Mahasiswa dalam Aktifitas Praktikum Bioteknologi Terhadap Hasil Belajar Psikomotor Mahasiswa Pendidikan IPA Biologi Unisba.**

Dian Puspita Anggraini mengangkat jurnal berjudul “Hubungan Motivasi Belajar Mahasiswa dalam Aktifitas Praktikum Bioteknologi Terhadap Hasil Belajar Psikomotor Mahasiswa Pendidikan IPA Biologi Unisba”. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk Mengetahui motivasi belajar mahasiswa IPA dalam aktivitas praktikum IPA pada matakuliah Bioteknologi yang dilakukan di Universitas Islam Balitar Blitar, mengetahui hasil belajar psikomotor IPA dalam aktivitas praktikum IPA matakuliah Bioteknologi yang dilakukan di Universitas Islam Balitar Blitar, dan mengetahui hubungan motivasi belajar mahasiswa IPA terhadap hasil belajar psikomotor di Universitas Islam Balitar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Adapun hasil dari penelitian ini berupa Persentase rerata motivasi belajar mahasiswa dalam aktivitas praktikum Bioteknologi sebesar 82% dengan taraf keberhasilan termasuk kategori baik. Persentase motivasi belajar mahasiswa IPA

dalam aktivitas praktikum Bioteknologi pada setiap indikator motivasi belajar yaitu: (1) Indikator minat sebesar 76% dengan taraf keberhasilan kategori baik, (2) Indikator perhatian sebesar 87% dengan taraf keberhasilan kategori sangat baik, (3) Indikator konsentrasi sebesar 84% dengan taraf keberhasilan kategori baik, dan (4) Indikator ketekunan sebesar 83% dengan taraf keberhasilan kategori baik. Rata-rata nilai hasil belajar psikomotor mahasiswa IPA dalam aktivitas praktikum Bioteknologi sebesar 88 tergolong sangat baik.

Ada pengaruh positif antara motivasi belajar mahasiswa dalam aktivitas praktikum bioteknologi terhadap hasil belajar psikomotor dengan interpretasi cukup yang dinyatakan dari nilai korelasi sebesar 0.623. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah sampel yang digunakan 30 orang, hanya menggunakan 2 variabel dalam penelitian. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah menggunakan variabel motivasi, menggunakan teknik korelasi product moment, jenis penelitian kuantitatif.

#### **2.2.5 Seignourel, Albarracin, & Kumkale, (2011) The Effects of Source Credibility in the Presence or Absence of Prior Attitudes: Implications for the Design of Persuasive Communication Campaigns**

Seignourel et al., (2011) mengangkat judul “Pengaruh Sumber Kredibilitas di Hadirat atau Tidak adanya Sikap Sebelum: Implikasi untuk Desain Komunikasi Persuasif Campaigns”. Dalam penelitian berisi tentang bagaimana kredibilitas sumber mempengaruhi sikap tentang topik yang dianjurkan oleh sumber itu, dan sejauh mana pengaruh ini dapat dilemahkan oleh ada atau tidak adanya sikap sebelumnya. Untuk mengetahui adapun hasil dari penelitian ini adalah

Karakteristik deskriptif penelitian yang termasuk dalam database meta-analisis, sekitar setengah dari studi yang terlibat pembentukan sikap tentang obyek baru atau masalah (46%), sedangkan setengah lainnya yang terlibat upaya untuk mengubah sikap yang ada ( 54%). Secara umum, pesan yang disampaikan hanya sekali (72%). Isi dari pesan mengungkapkan bahwa 40% dari sampel yang diterima pesan tentang topik yang tidak diketahui yang tidak sangat relevan dengan tujuan saat ini atau kepentingan penerima (75%).

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah menggunakan teori persuasi kontemporer. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti ini adalah Menggunakan variabel kredibilitas, penelitian kuantitatif-deskriptif.

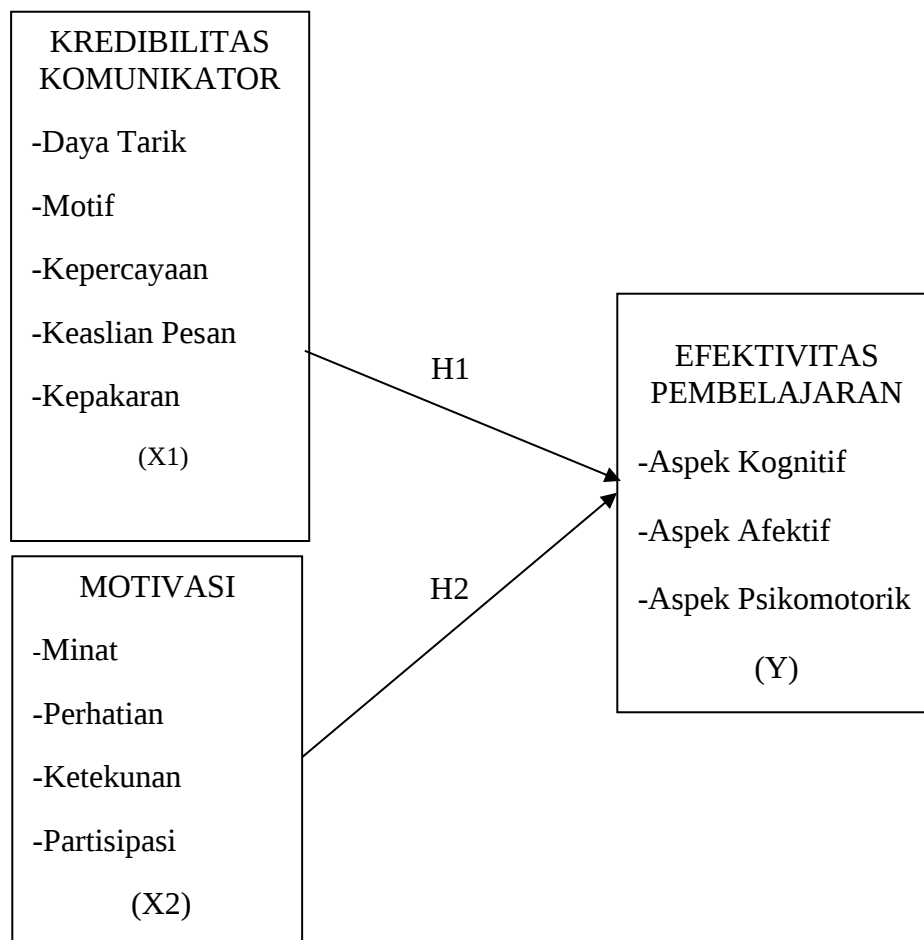
**2.2.6 Paolini, (2015) The Journal of Effective Teaching, Kean University, Union, New Jersey. Enhancing Teaching Effectiveness and Student Learning Outcomes.**

Penelitian ini menjelaskan bahwa pendidikan pasca sekolah menengah dapat meningkatkan efektifitas pengajaran dan hasil belajar siswa melalui penilaian siswa. Penelitian ini mencakup praktik berbasis bukti, gaya pengajaran, metodologi, dan penggunaan data penilaian untuk instruktur universitas. Fokus utama adalah data diperoleh pemangku kepentingan utama untuk memperbaiki praktik pengajaran agar dapat memenuhi kebutuhan, harapan dan tujuan murid. Program dan institusi mereka dengan mempertimbangkan implikasi untuk penilaian program kelembagaan secara lebih luas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa instruktur yang berpusat pada siswa yang paling berpengaruh menggunakan intervensi khusus yaitu menciptakan kurikulum yang merangsang, berinteraksi dengan siswa, selalu bersedia dan bersikap ramah. Dalam membangun komunitas peserta didik yang kompeten juga mengharuskan instruktur berpengalaman dalam mata pelajaran mereka, desain pengajaran yang mencerminkan standar, dan secara jelas mengkomunikasikan isi dan harapan pembelajaran tersebut. Instruktur semacam itu dapat merangsang minat melalui diskusi aktifitas pengalaman dan tindakan serta kerja kelompok.

### **2.3 Kerangka Berpikir**

Penelitian lebih diarahkan pada hubungan kredibilitas dan motivasi dalam mengajar terhadap keefektifan pembelajaran. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran

Paradigma ganda dengan dua variabel independen X1 dan X2 dan satu variabel dependen Y. Untuk mencari hubungan X1 dengan Y dan X2 dengan Y.

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berikut ini hipotesis yang peneliti jabarkan

1. H0: Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kredibilitas komunikator dengan Motivasi.  
H1: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kredibilitas komunikator dengan Motivasi.
2. H0: Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kredibilitas komunikator dengan efektivitas pembelajaran.  
H1: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kredibilitas komunikator dengan efektivitas pembelajaran.
3. H0: Tidak Terdapat hubungan hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi dengan efektivitas pembelajaran.  
H1: Terdapat hubungan hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi dengan efektivitas pembelajaran.