

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan sosial tentu banyak pilihan yang harus diambil baik itu yang buruk maupun yang baik, hal ini dapat dikatakan sebagai suatu sikap mengambil keputusan. Mengambil keputusan memang tidaklah mudah banyak faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut, sehingga terkadang individu mengalami suatu keraguan. Tidak hanya dalam masa sebelum memutuskan, tetapi bahkan ketika seseorang sudah memutuskan suatu pilihan keraguan masih bisa dirasakan oleh seseorang atau biasa disebut disonansi kognitif.

Disonansi kognitif dalam ilmu komunikasi adalah perasaan yang dimiliki orang ketika mereka menemukan diri mereka sendiri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui, atau mempunyai pendapat yang tidak sesuai dengan pendapat lain yang mereka pegang (West & Turner 2008 :137).

Bergerak dari teori disonansi kognitif tersebut yang mendasari adanya keinginan penulis untuk mencari tahu mengenai upaya-upaya yang dilakukan mahasiswa untuk mengurangi disonansi kognitif yang dirasakan selama belajar di konsentrasi studi *Public Relations*

(selanjutnya disingkat PR) melalui komunikasi interpersonal. Konsentrasi studi *Public Relations* diharapkan mampu mencetak personal yang paham mengenai dunia *Public Relations* baik secara teori ataupun praktek melalui proses pembelajaran yang didapatkan di kampus, adanya pemilihan konsentrasi studi di Prodi Ilmu Komunikasi ini dapat dinilai baik karena mahasiswa dapat semakin fokus dengan konsentrasi yang mereka pilih sehingga dapat memaksimalkan pengetahuan dan pengalaman mereka di bidang yang nantinya menjadi profesi mereka. Berbagai upaya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan kualitas konsentrasi PR ini, di antaranya fasilitas perpustakaan yang memadai, mata kuliah yang membahas mengenai berbagai tugas seorang *Public Relations* kelak seperti mata kuliah Hubungan Pelanggan, Hubungan Media, Hubungan Investor, Hubungan Pemerintah, Hubungan Komunitas, Humas Korporat, Penulisan Naskah Humas, Kampanye Humas dan masih banyak lagi mata kuliah lain, yang dapat menunjang serta mendukung mahasiswa yang belajar di konsentrasi studi PR, juga tenaga pengajar dosen yang handal dan berkualitas dengan latar belakang pendidikan yang beragam dan adanya berbagai Unit Kegiatan Mahasiswa Kelompok Profesi (selanjutnya disingkat UKM KP) fakultas yang dapat memfasilitasi pengetahuan mahasiswa di setiap konsentrasi yang ada seperti Bohlam Advertising yang

merupakan UKM KP untuk konsentrasi advertising, ABN News UKM KP untuk konsentrasi studi jurnalisme, dan PR.comm yang merupakan UKM KP khusus bagi konsentrasi studi PR meskipun demikian mahasiswa dari konsentrasi studi lain juga bisa bergabung dengan UKM KP ini, dalam UKM KP PR.comm khususnya terdapat berbagai informasi berkaitan dengan tugas dan aktifitas seorang PR yang dipelajari di konsentrasi studi PR yang bisa didapat oleh mahasiswa yang mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan oleh PR.comm.

Dalam upaya untuk mengurangi disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh, upaya tersebut terkait dengan pencarian informasi yang bermanfaat dan dapat mengurangi disonansi yang dirasakan. Pengertian informasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) memiliki arti yang pertama yaitu penerangan, kedua adalah pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu, sehingga setiap informasi yang ada dapat digunakan oleh seseorang untuk meningkatkan konsonansi dalam dirinya dengan upaya tertentu yang ditempuh oleh orang tersebut. Upaya yang dilakukan dalam rangka mengurangi disonansi pun beragam dan informasi yang dibutuhkan dapat dicari melalui berbagai saluran baik itu melalui perkuliahan sehari-hari ataupun lingkungan sosial.

Tindakan yang berupaya mencari konsonansi tentu didasari adanya disonansi yang terjadi dalam diri seseorang, berikut untuk menambah referensi mengenai perasaan disonansi dalam diri mahasiswa yang telah memilih konsentrasi studi PR, maka penulis mencoba melakukan studi pendahuluan melalui wawancara singkat dengan tiga orang mahasiswa tahun ajaran 2010. Hasil yang diperoleh berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa mahasiswa tersebut menyatakan bahwa dua diantara tiga mahasiswa merasa masih belum yakin dengan konsentrasi PR yang mereka jalani saat ini, mereka mengungkapkan ada perasaan menyesal memilih konsentrasi PR karena dalam menjalani proses pembelajaran mereka mengalami kesulitan dan untuk prospek ke depannya dua mahasiswa tersebut mengatakan tidak yakin dapat menjadi seorang PR yang handal, hal ini terlihat ketika mereka mengungkapkan bahwa menjalani konsentrasi PR sampai saat ini hanya sekedar dijalani saja dan tetap berusaha semampunya demi meraih gelar sarjana, ketika memutuskan memilih konsentrasi PR mereka merasa konsentrasi PR adalah pilihan yang tepat bagi mereka saat ini dan untuk ke depannya, satu diantara dua mahasiswa ini mengungkapkan bahwa jika akan memilih konsentrasi jurnalisme rasanya sulit, kemudian jika memilih advertising dia merasa dirinya tidak kreatif, apalagi jika harus memilih konsentrasi kajian media dia

tidak begitu paham tentang seluk beluk konsentrasi tersebut, sehingga pilihan jatuh pada konsentrasi studi PR dengan harapan konsentrasi ini adalah konsentrasi yang menyenangkan, tidak terlalu sulit dan asal memiliki kemampuan ramah dan supel terhadap orang lain maka konsentrasi ini dapat dijalani dengan baik, namun setelah menjalani langsung belajar di konsentrasi studi PR ternyata keyakinan tersebut mulai berubah dan menyadari betapa tugas seorang PR dirasa sulit yang tercermin dari proses perkuliahan di konsentrasi studi PR yang mereka jalani. Mahasiswa terakhir yang diwawancara memiliki pendapat yang sedikit berbeda dengan kedua mahasiswa yang telah diwawancara terlebih dahulu, dalam hal ini mahasiswa tersebut menyatakan bahwa memilih konsentrasi PR adalah keinginannya, namun masih banyak hal yang perlu diketahui dan dipelajari mengenai dunia PR untuk menambah keyakinannya menjadi seorang PR di masa mendatang. Menurut ketiga mahasiswa ini sebelum memutuskan memilih konsentrasi studi *Public Relations* informasi terkait konsentrasi hanya didapatkan dari kampus dan teman-teman kuliah, informasi yang berasal dari kampus juga dirasa kurang mendalam. Beragam informasi didapat mengenai konsentrasi *Public Relations* sehingga pengetahuan mereka mengenai konsentrasi *Public Relations* menjadi beragam dan sebenarnya masih membingungkan,

namun pada akhirnya pilihan tetap jatuh pada konsentrasi studi *Public Relations*.

Informasi yang diterima oleh penulis dari wawancara singkat tersebut memperlihatkan bahwa masih ada mahasiswa yang sebenarnya ragu dengan keputusannya memilih konsentrasi studi PR, meskipun sudah menjalaninya selama enam semester tapi keyakinan mereka akan pilihan ini ternyata tidak utuh dan masih ada keraguan, karena pada saat memutuskan memilih konsentrasi studi PR hanya berdasarkan *feeling*, *teman*, dan terkadang *insting* saja, bukan berdasarkan informasi dan pengetahuan yang didapat mengenai konsentrasi studi ini, sehingga akhirnya memutuskan memilih konsentrasi studi PR. Fakta kecil yang ditemukan ini menarik bagi penulis, sehingga penulis ingin mencoba melihat fenomena yang sama namun terhadap obyek yang berbeda yaitu pada beberapa mahasiswa 2011/2012, melalui sebuah penelitian sehingga dapat dilihat dalam perasaan disonansi kognitif yang mereka rasakan saat ini upaya komunikasi interpersonal seperti apa yang dapat mereka lakukan untuk mengurangi disonansi dan mencapai konsonansi yang sesuai dalam diri mereka. Sesuai dengan teori konsistensi bahwa ketika seseorang menerima informasi (rangsangan) pikiran mereka mengaturnya menjadi sebuah pola rangsangan lainnya yang telah diterima sebelumnya. Jika rangsangan baru tersebut tidak pas dengan

pola yang ada, atau tidak konsisten, orang tersebut kemudian merasakan ketidaknyamanan atau disebut disonansi kognitif (West & Turner 2008 :136).

Pada dasarnya setiap individu akan merasa tidak nyaman dengan terjadinya suatu disonan dalam diri mereka, sehingga setiap individu selalu mengharapkan konsonan/konsistensi menurut Little John & Foss (2009:115) yaitu bahwa manusia akan selalu mencari homeostatis atau keseimbangan dan sistem kognitif adalah sebuah alat utama yang dapat digunakan untuk mencapai keseimbangan. Menurut teori konsistensi seseorang akan merasa nyaman jika ada konsistensi dalam dirinya ketika ada keseimbangan antara aspek kognitif, afektif, dan konatif. Aspek tersebut adalah sebagai berikut Menurut Sendjaja (dalam Ritonga, 2005:16) :

1. Aspek kognitif, yaitu yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan. Misalnya, menjadi sadar atau ingat, menjadi tahu dan kenal.
2. Aspek afektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan/emosi. Misalnya, sikap setuju/tidak setuju, perasaan sedih, gembira, perasaan benci, dan menyukai.
3. Aspek konatif, yaitu menyangkut perilaku/tindakan. Misalnya berbuat seperti apa yang disarankan, atau berbuat sesuatu tidak seperti yang disarankan (menentang).

Konsistensi menjadi penting untuk dibentuk dalam diri seseorang, dan tentu membutuhkan suatu usaha untuk menghilangkan disonan tersebut menjadi sesuatu yang konsonan/konsisten. Fenomena ini mengandung pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab secara tuntas dengan sebuah penelitian ilmiah. Penelitian dimaksudkan untuk melakukan analisis terhadap upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada beberapa mahasiswa 2011/2012 terkait keputusan memilih konsentrasi studi *Public Relations*.

Selain beberapa alasan yang telah dikemukakan sebelumnya hal lain yang menyebabkan terjadinya disonansi dalam diri mahasiswa adalah karena masih banyaknya pendapat yang keliru mengenai konsentrasi studi PR di Prodi Ilmu Komunikasi ini yang biasanya dirasakan sebelum mahasiswa memutuskan memilih konsentrasi studi ini diantaranya adalah mengenai mata kuliah yang dianggap cenderung lebih mudah, banyak mata kuliah yang cenderung lebih mengandalkan bersolek serta pandangan bahwa konsentrasi studi PR hanya mengandalkan kemampuan “asal supel dan ramah” kepada orang lain, maka konsentrasi PR adalah salah satu pilihan yang tepat agar tidak perlu mempelajari teori yang dirasa sulit, karena lebih banyak mata kuliah yang aktifitasnya bersifat praktek. Pandangan

keliru seperti ini lazim beredar di kalangan mahasiswa sendiri dan sering menjadi fakta yang tak terbantahkan dalam menilai konsentrasi studi PR di Prodi Ilmu Komunikasi UAJY. Namun setelah merasakan langsung belajar di konsentrasi studi ini sebagian mahasiswa merasa kesulitan dengan proses pembelajaran di konsentrasi studi PR, terkait dengan tugas-tugas, ujian yang dapat dikatakan banyak dan menuntut analisis kritis mahasiswa sehingga menuntut mahasiswa untuk lebih tekun dalam mempelajari mata kuliah yang bersangkutan, adanya kesulitan ini menyebabkan disonansi di dalam diri mahasiswa yang merasa tidak yakin mengenai kedepannya apakah akan menjadi seorang PR atau tidak.

Padahal demikianlah tugas seorang PR berdasarkan kepustakaan yang ada dan praktek PR di organisasi-organisasi saat ini maupun di dunia barat jelas menandakan bahwa profesi PR adalah sebagai mediator organisasi dengan publik sekaligus fasilitator (ujung tombak) organisasi terutama di masa-masa krisis. Sehingga tentu membutuhkan kemampuan yang tidaklah mudah dan hanya sekedar mengandalkan bersolek ataupun kesupelan, faktor ini memang mempengaruhi tetapi bukanlah menjadi yang utama.

Pandangan atau pendapat tentang konsentrasi studi PR yang seperti ini tentu saja dapat berpengaruh baik secara langsung maupun

tidak langsung terhadap sikap mahasiswa dalam prosesnya belajar di konsentrasi studi PR dan pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap prestasi belajar mahasiswa. Ada beberapa kesenjangan persepsi yang dirasakan oleh mahasiswa antara persepsi mengenai proses pembelajaran di konsentrasi PR sebelum mereka memutuskan memilih konsentrasi PR dan persepsi setelah mereka merasakan langsung belajar di konsentrasi studi PR. Dalam keadaan yang disonan salah satu jalan yang dapat ditempuh untuk mengatasi disonan tersebut adalah dengan cara melakukan berbagai upaya untuk mengurangi disonansi tersebut guna mencari konsonansi, salah satunya adalah melalui komunikasi interpersonal.

Myers dan Myers 1994 (Dalam Suseno, 2012:15) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses transaksi antara seseorang dengan lingkungannya yang mencakup orang-orang sebagai teman, keluarga, anak-anak, rekan kerja bahkan orang asing. Komunikasi interpersonal dalam komunikasi menjadi penting karena mengandung unsur pesan di dalamnya dan pesan merupakan hal yang utama untuk diperhatikan dan dipahami, guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam hal ini khususnya untuk mengurangi disonansi kognitif yang dialami.

Selain itu, dalam komunikasi pesan menjadi salah satu unsur penentu efektif tidaknya suatu tindak komunikasi. Bahkan, unsur pesan menjadi unsur utama selain komunikator dan komunikan. Applbaum dan Anatol (Dalam Ritonga, 2005:1) menyatakan, pesan tersusun dari simbol-simbol, seperti bahasa verbal dan nonverbal yang mendatangkan makna respons tertentu. Jadi, pesan atau isi pernyataan yang merupakan hasil penggunaan akal dan budi manusia pada dasarnya masih abstrak. Dikonkretkan dengan menggunakan lambang komunikasi atau sistem kode. Artinya dalam komunikasi melibatkan kode atau tanda yang dipahami bersama baik oleh persuader maupun khalayak sasaran.

Menurut Bettinghouse (Dalam Ritonga, 2005:2), sistem kode merupakan unsur dari sistem bahasa, seperti kata-kata yang merupakan bahasa verbal atau sistem kode verbal, sedangkan nonverbal mencakup ekspresi muka, kerutan dahi, senyuman, gerak tubuh, isyarat dan lainnya. Pesan menjadi penting dalam suatu komunikasi, pesan sebaiknya disampaikan dengan tersusun agar lebih efektif daripada penyajian pesan yang tidak tersusun, terutama dalam pencarian informasi sehingga memperoleh respon yang diinginkan daripada hanya satu respons begitu saja.

Melalui berbagi informasi yang tersedia baik itu dari fakultas maupun di luar fakultas, dapat dianalisis apakah informasi yang ada mengandung pesan yang bermanfaat bagi orang yang membutuhkan dan apakah yang membutuhkan juga memiliki upaya yang sama untuk mencari informasi yang bermanfaat sehingga dapat mengurangi disonansi dalam dirinya, salah satunya melalui komunikasi interpersonal. Keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual, keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif dan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya dapat dilupakan (Rakhmat, 2007:71)

Suatu pilihan tentu sebaiknya didukung adanya informasi dan pengetahuan yang memadai dan dijalankan berdasarkan rasa senang seseorang terhadap pilihan tersebut sehingga seseorang memiliki keyakinan dan kepastian ketika mengambil suatu keputusan. Keputusan memilih konsentrasi studi adalah pemusatan pikiran, perasaan, kemauan atau perhatian seseorang memilih konsentrasi PR. Berdasarkan respons positif, rasa senang terhadap suatu obyek, dalam hal ini telah memilih konsentrasi studi PR dapat timbul dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam maupun dari luar mahasiswa. Beberapa faktor dari dalam seperti faktor emosional, persepsi, motivasi, bakat, penguasaan ilmu

pengetahuan berupa prestasi belajar. Faktor dari luar diri mahasiswa di antaranya adalah adanya pengaruh dari lingkungan luar atau lingkungan sosial. Faktor dari dalam seperti halnya emosional, persepsi, dan motivasi mengandung unsur-unsur kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi dalam arti motivasi itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju dari keputusan tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman tertentu (biasanya rasa senang) sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari unsur emosi. Kedua unsur tersebut diwujudkan dalam bentuk kemampuan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan. Hal-hal tersebut diatas berpengaruh terhadap kognisi dan keputusan mahasiswa telah memilih konsentrasi studi PR yang akan timbul dengan didahului pengenalan kemudian merasakan dan diakhiri kehendak atau hasrat untuk menentukan pilihan obyek yang dituju. Berkaitan dengan hal tersebut keinginan mahasiswa memilih konsentrasi studi PR diharapkan timbul dengan didahului pengenalan dan diakhirinya berkehendak untuk memilih konsentrasi studi PR.

Bagi sebagian mahasiswa hal ini sudah berlaku dalam diri mereka sebelum mengambil keputusan memilih konsentrasi PR, mereka sudah mendapatkan berbagai informasi yang meningkatkan

konsonansi mereka terkait proses pembelajaran di konsentrasi studi PR dan prospek kerja seorang PR kedepannya, namun ada juga mahasiswa yang tidak demikian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis meneliti analisis terhadap upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa FISIP UAJY 2011/2012 terkait keputusan memilih konsentrasi studi PR. Penulis memilih judul skripsi ini karena ingin mengetahui upaya-upaya yang ditempuh mahasiswa untuk mengurangi disonansi kognitif dalam dirinya melalui komunikasi interpersonal, terhadap keputusan memilih konsentrasi studi *Public Relations* saat ini.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan berkaitan dengan keputusan memilih konsentrasi studi PR, sebagai berikut :

1. Kurangnya sosialisasi Informasi mengenai apa saja yang dipelajari di konsentrasi studi PR bagi mahasiswa FISIP UAJY yang belum memilih konsentrasi studi, sehingga sulit membayangkan prospek ke depan jika menjadi seorang PR.

2. Masih ada mahasiswa yang disonansi atau tidak yakin dengan pilihan mereka telah memutuskan memilih konsentrasi studi PR meskipun telah menjalani konsentrasi studi PR.
3. Adanya fakta yang dirasa berbeda sebelum dan setelah memilih konsentrasi PR, pada masa sebelum menjalani konsentrasi PR ada anggapan bahwa konsentrasi PR adalah konsentrasi yang mudah terkait proses pembelajaran, namun setelah memilih dan merasakan langsung ternyata berbeda dengan persepsi mahasiswa tersebut sebelumnya. Tugas seorang PR yang tercermin melalui proses perkuliahan sehari-hari ternyata dirasa sulit sehingga menimbulkan disonansi.
4. Keputusan mahasiswa memilih konsentrasi studi PR bukan atas keinginan sendiri atau keyakinan serta pemahaman yang tepat mengenai konsentrasi studi PR, tetapi karena alasan lain seperti lingkungan sosialnya yang rata-rata memilih konsentrasi studi PR ataupun keluarga.

Melalui identifikasi dan penjelasan latar belakang diatas maka penelitian ini memfokuskan pada upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal, merupakan studi kasus pada beberapa mahasiswa konsentrasi studi PR Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY 2011/2012.

Setelah melakukan penelitian, dan ditinjau berdasarkan teori mengenai disonansi dan komunikasi interpersonal seperti pemaparan sebelumnya pada bagian ini, peneliti mendapatkan hasil temuan bahwa empat permasalahan yang muncul seperti disebutkan pada keempat aspek diatas setelah memilih konsentrasi studi *Public Relations* dirasakan oleh para informan dan upaya yang dilakukan melalui komunikasi interpersonal menurut mereka sejauh ini cukup membantu mereka mengurangi disonansi yang dirasakan sehingga dapat tetap menjalani proses perkuliahan dengan baik.

B. Rumusan Masalah

Sesuai identifikasi dan pembatasan masalah tersebut, dirumuskan pertanyaan penelitian berikut “Bagaimana upaya-upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations* 2011/2012”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk dapat menemukan dan mendeskripsikan perasaan disonansi yang dirasakan oleh mahasiswa.

2. Untuk dapat mengetahui upaya-upaya mahasiswa tersebut untuk mengurangi disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal pada mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations* 2011/2012.

D. Manfaat Penelitian

Dari berbagai hal telah dikemukakan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian dapat menjadi bahan kajian guna memperkaya pemahaman terkait fokus pada persoalan dalam pengambilan keputusan.

2. Manfaat Praktis

1. Meningkatkan pemberian informasi terkait pemilihan konsentrasi studi bagi mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations*.
2. Memberikan dorongan pada mahasiswa agar memiliki minat untuk turut aktif dalam kegiatan-kegiatan fakultas ataupun diluar fakultas terkait aktifitas di dunia *Public Relations*.

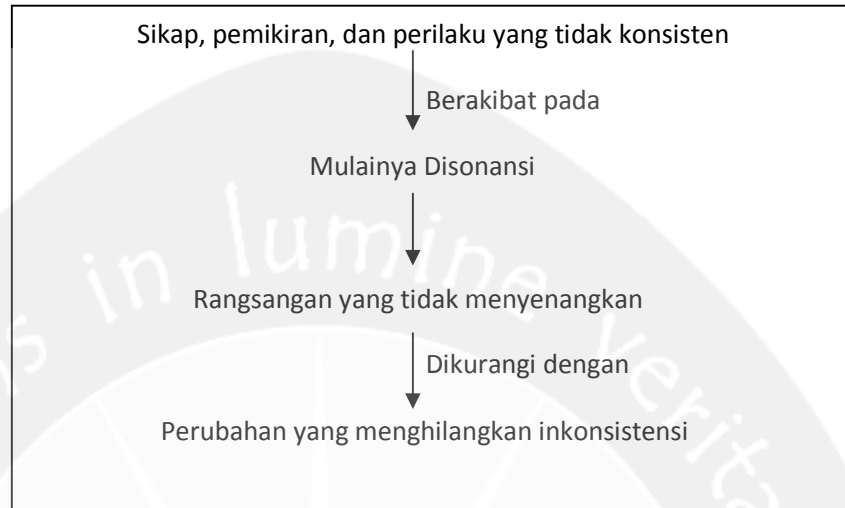
E. Kerangka Teoritik

1. Disonansi Kognitif

Teori disonansi kognitif adalah penjelasan mengenai keyakinan dan perilaku dapat mengubah sikap. Teori ini berfokus pada efek inkonsistensi yang ada diantara kognisi-kognisi. Teori ini biasanya sering terjadi di dalam diri individu seseorang. Dalam buku Teori Komunikasi yang dikemukakan West & Turner (2008:135) ada empat asumsi dasar mengenai teori ini:

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya.
2. Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis.
3. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan dengan dampak yang dapat diukur.
4. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi.

Dari keempat asumsi tersebut, demikian penelitian ini didasari oleh teori disonansi kognitif menurut West & Turner. Hubungan disonan terjadi adalah ketika elemen-elemen dalam diri seseorang tidak seimbang satu dengan yang lainnya. Seperti digambarkan dibawah ini



Sumber : West & Turner (2008:137)

Bagan 1

Bagan Proses Disonansi Kognitif

Selain konsep disonansi kognitif para ahli juga mengakui adanya konsep tingkat disonansi. Tingkat disonansi ini akan menentukan tindakan yang akan diambil seseorang dan kognisi yang mungkin ia gunakan untuk mengurangi disonansi. Ada tiga faktor yang mempengaruhi tingkat disonansi yang dirasakan seseorang menurut Zimbardo, Ebbesen, & Maslach (Dalam West & Turner, 2008:140) pertama, tingkat kepentingan atau seberapa signifikan suatu masalah, berpengaruh terhadap tingkat disonansi yang dirasakan. Kedua, rasio disonansi atau jumlah kognisi disonan berbanding dengan jumlah kognisi yang konsonan. Ketiga adalah rasionalitas yang digunakan individu untuk menjustifikasi inkonsistensi. Rasionalitas merujuk pada alasan yang

dikemukakan untuk menjelaskan mengapa sebuah inkonsistensi muncul.

1.1 Upaya-upaya Mengatasi Disonansi

Untuk mengatasi disonansi yang dirasakan seseorang maka terdapat upaya yang dapat dilakukan menurut West & Turner (2008:141), berikut adalah upaya yang dapat dilakukan melalui tiga cara yaitu:

1. Mengurangi pentingnya keyakinan disonan
2. Menambahkan keyakinan yang konsonan
3. Menghapus disonansi dengan cara tertentu

Ketiga cara diatas dapat menjadi upaya yang dapat ditempuh untuk mengatasi disonansi yang dirasakan seseorang, dalam hal ini adalah mahasiswa yang telah memilih konsentrasi PR namun masih mengalami disonansi dalam proses menjalaninya.

Salah satu cara seperti disebutkan pada aspek kedua diatas adalah menambahkan keyakinan yang konsonan dapat dilakukan dengan cara antara lain, pemilihan terpaan yaitu cara untuk mengurangi disonansi dengan mencari informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini, pemilihan perhatian yaitu cara untuk mengurangi disonansi dengan memberikan perhatian pada informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini, pemilihan intepretasi

cara untuk mengurangi disonansi dengan menginterpretasikan informasi yang ambigu sehingga informasi ini menjadi konsisten dengan tindakan yang ada saat ini, dan pemilihan retensi yaitu cara untuk mengurangi disonansi dengan mengingat informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini, keempat terpaan diatas dapat mengurangi disonansi yang ada dalam diri seseorang. Karena teori ini memprediksi bahwa orang akan menghindari informasi yang meningkatkan disonansi.

Disonansi kognitif juga seringkali mengakibatkan adanya penyesalan. Penyesalan ini terjadi setelah pengambilan keputusan telah ditetapkan, dapat dilihat dengan memberikan informasi untuk pemberian pandangan pada orang lain mengenai berbagai hal yang dibutuhkan dapat membantu mengurangi disonansi dan meningkatkan konsonan, dalam hal ini fakultas dan segala perangkatnya seperti UKM, dosen, Tata Usaha dan sebagainya, sebagai salah satu penyedia informasi dapat dijadikan tempat untuk memperoleh informasi bagi mahasiswa yang telah menjalani konsentrasi studi PR, dengan adanya informasi yang tersedia apakah dapat memberikan manfaat dalam upaya pencarian konsistensi dalam diri mahasiswa yang merasa disonansi.

Adanya situasi disonansi kognitif ini juga dapat dikaitkan dengan teori kemungkinan elaborasi, yang dinyatakan sebagai berikut :

“Kemungkinan elaborasi (elaboration likelihood Theory-ELT) adalah suatu kemungkinan bahwa seseorang akan mengevaluasi informasi secara kritis dan jumlah kritis yang diterapkan pada sebuah argument bergantung pada faktor motivasi dan kemampuan seseorang” (Little John & Foss, 2009:108)

Seseorang yang mengalami disonansi kognitif tentu akan memilih informasi yang diterimanya secara kritis sehingga dapat berpengaruh terhadap kognisi orang tersebut dan dapat meningkatkan konsistensinya, sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

2.Komunikasi Interpersonal

2.1 Defenisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal menurut DeVito (dalam Suseno 2012:15) didefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau antara sekelompok kecil orang secara spontan dan informal. Selain itu DeVito (1996:231) juga mengemukakan bahwa hampir tidak mungkin ada komunikasi diadik (dua orang) yang bukan komunikasi interpersonal. Hampir tidak

terhindarkan selalu ada hubungan tertentu antara dua orang. Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang penting dalam kehidupan sosial setiap individu, karena setiap hari seseorang pasti melakukan komunikasi dengan orang lain yang sifatnya interpersonal. Dalam komunikasi interpersonal konsep diri juga merupakan faktor yang sangat menentukan, karena setiap orang bertindak laku sebisa mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Kecenderungan untuk bertindak laku sesuai dengan konsep diri disebut sebagai nubuat yang dipenuhi sendiri. Kecenderungan seseorang memiliki konsep diri yang positif atau negatif dapat terlihat dari komunikasi yang dilakukan dengan orang lain. Jika seseorang memiliki konsep diri yang positif maka akan membantu untuk mengurangi disonansi yang ada dalam dirinya begitupun sebaliknya.

Sukses komunikasi interpersonal banyak bergantung pada kualitas konsep diri positif atau negatif. Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert 1976:42-43 (Dalam Rakhmat, 2007:105) orang yang memiliki konsep diri negatif adalah sebagai berikut:

1. Peka pada kritik

Orang jenis ini sangat tidak tahan kritik yang diterimanya, dan mudah marah atau naik pitam. Bagi ini orang ini koreksi sering kali dipersepsi sebagai usaha untuk menjatuhkan harga dirinya, dalam

komunikasi, orang yang memiliki konsep diri negatif cenderung menghindari dialog yang terbuka, dan bersikeras mempertahankan pendapatnya dengan berbagai justifikasi dan logika yang keliru.

2. Responsif terhadap pujian

Orang yang memiliki konsep diri negatif, responsif sekali terhadap pujian. Walaupun ia mungkin berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan antusiasmenya pada waktu menerima pujian. Buat orang-orang seperti ini, segala macam embel-embel yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya.

3. Hiperkritis

Jenis orang ini adalah selalu bersikap kritis terhadap orang lain. Ia selalu mengeluh, mencela, dan meremehkan apapun dan siapapun. Mereka tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.

4. Merasa tidak disenangi orang lain

Orang dengan konsep diri negatif, cenderung merasa tidak disenangi orang lain, ia merasa tidak diperhatikan. Karena itulah ia bereaksi pada orang lain sebagai musuh, sehingga tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan. Ia tidak akan pernah mempersalahkan dirinya, tetapi akan menganggap dirinya sebagai korban dari sistem sosial yang tidak beres.

5. Bersikap pesimis

Orang yang konsep dirinya negatif, bersikap pesimis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keenggannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Ia menganggap tidak akan berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya. Sebaliknya orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert (Dalam Rakhmat, 2007:105,) orang yang memiliki konsep diri negatif adalah sebagai berikut:

1. Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah.
2. Ia merasa setara dengan orang lain.
3. Ia menerima pujian tanpa rasa malu.
4. Ia menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan, dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat.
5. Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

2.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Dalam komunikasi interpersonal ada delapan karakteristik yang perlu diketahui, karakteristik tersebut akan digunakan sebagai bahan

analisis, apakah komunikasi yang dijalankan oleh subyek penelitian memiliki karakter komunikasi interpersonal atau tidak, karakteristik tersebut dikemukakan oleh Richard L. weaver II (Dalam Budyatna, 2011:15) yaitu :

1. Melibatkan paling sedikit dua orang

Menurut weaver, komunikasi interpersonal melibatkan tidak lebih dari dua individu yang dinamakan *a dyad*. Jumlah dua individu bukanlah jumlah yang sembarangan. Jumlah tiga atau *the triad* dapat dianggap sebagai kelompok terkecil. Apabila kita mendefenisikan komunikasi interpersonal dalam arti jumlah orang yang terlibat, haruslah diingat bahwa komunikasi interpersonal sebetulnya terjadi antara dua orang yang merupakan bagian dari kelompok yang lebih besar sepakat mengenai hal tertentu atau sesuatu, maka kedua orang itu nyata-nyata terlibat dalam komunikasi interpersonal.

2. Adanya umpan balik atau *feedback*

Komunikasi interpersonal melibatkan umpan balik. Umpan balik merupakan pesan yang dikirim kembali oleh penerima kepada pembicara. Dalam komunikasi interpersonal hampir selalu melibatkan umpan balik langsung. Sering kali bersifat segera, nyata, dan berkesinambungan. Hubungan yang langsung antara sumber dan penerima merupakan bentuk yang unik bagi

komunikasi interpersonal. Ini yang dinamakan *simultaneous message* atau *co-simulation*.

3. Tidak harus tatap muka

Komunikasi interpersonal tidak harus tatap muka. Bagi komunikasi interpersonal yang sudah terbentuk, adanya saling pengertian antara dua individu, kehadiran fisik dalam berkomunikasi tidak terlalu penting.

4. Tidak harus bertujuan

Komunikasi interpersonal tidak harus selalu disengaja atau dengan kesadaran. Misalnya seseorang mungkin mengambil keputusan untuk tidak dekat-dekat dengan seseorang karena sifatnya yang kasar atau tindak tanduknya yang tidak anda setuju. Orang-orang itu mungkin mengkomunikasikan segala sesuatunya itu tanpa sengaja atau sadar., tetapi apa yang dilakukannya itu merupakan pesan-pesan sebagai isyarat yang memengaruhi anda. Dengan kata lain, telah terjadi penyampaian pesan-pesan dan penginterpretasian pesan-pesan tersebut.

5. Menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*

Untuk dapat dianggap sebagai komunikasi interpersonal yang benar, maka sebuah pesan harus menghasilkan atau memiliki efek pengaruh. Efek atau pengaruh itu tidak harus segera dan nyata, tetapi harus terjadi.

6. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata

Bahwa kita dapat berkomunikasi tanpa kata-kata seperti pada komunikasi nonverbal. Pesan-pesan nonverbal seperti menatap dan menyentuh atau membelai kepala memiliki makna yang jauh lebih besar daripada kata-kata.

7. Dipengaruhi oleh konteks

Konteks merupakan tempat pertemuan komunikasi terjadi termasuk apa yang mendahului dan mengikuti apa yang dikatakan (Verdeber *et al.*, 2007). Konteks mempengaruhi harapan-harapan partisipan, makna yang diperoleh para partisipan, dan perilaku mereka selanjutnya, konteks meliputi:

1. Jasmaniah

Konteks jasmaniah atau fisik meliputi lokasi, kondisi lingkungan seperti suhu udara, pencahayaan, dan tingkat kebisingan, jarak antara para komunikator, pengaturan tempat, dan waktu mengenai hari.

2. Sosial

Konteks sosial merupakan bentuk hubungan yang mungkin sudah ada diantara para partisipan. Apakah komunikasi terjadi atau mengambil tempat di antara anggota keluarga, teman-teman, kenalan-kenalan, mitra kerja, atau orang asing dapat

mempengaruhi apa dan bagaimana pesan-pesan itu dibentuk, diberikan, dan dimengerti.

3. Historis

Konteks historis merupakan latar belakang yang diperoleh melalui peristiwa komunikasi sebelumnya antara para partisipan. Hal ini memengaruhi saling pengertian pada pertemuan yang sekarang.

4. Psikologis

Konteks psikologis meliputi suasana hati dan perasaan di mana setiap orang membawakannya kepada pertemuan interpersonal.

5. Keadaan kultural yang mengelilingi peristiwa komunikasi

Konteks kultural meliputi keyakinan-keyakinan, nilai-nilai, sikap-sikap, makna, hierarki sosial, agama, pemikiran mengenai waktu, dan peran dari para partisipan (Samovar & Porter, 2000).

Budaya atau kultur melakukan penetrasi ke dalam setiap aspek kehidupan manusia, memengaruhi bagaimana kita berpikir, berbicara, dan berperilaku.

8. Dipengaruhi oleh kegaduhan atau noise

Kegaduhan atau noise ialah setiap rangsangan atau stimulus yang mengganggu dalam proses pembuatan pesan. Kegaduhan/kebisingan atau noise dapat bersifat eksternal, internal atau semantik.

1. Kegaduhan/kebisingan eksternal

Adalah berupa penglihatan, suara-suara, dan rangsangan-rangsangan lainnya di dalam lingkungan yang menarik perhatian orang jauh dari apa yang dikatakan atau diperbuat.

2. Kegaduhan internal

Berupa pikiran-pikiran dan perasaan-perasaan yang bersaing untuk mendapat perhatian dan mengganggu proses komunikasi.

Jika anda mengabaikan atau memalingkan pesan dari seseorang dengan siapa anda sedang berkomunikasi dan asyik melamun atau sedang teringat pembicaraan masa lalu, maka anda sedang mengalami kegaduhan internal atau *internal noise*.

3. Kegaduhan semantik

Adalah gangguan yang ditimbulkan oleh lambang-lambang tertentu yang menjauhkan perhatian kita dari pesan yang utama.

Apabila kita bereaksi secara emosional terhadap sebuah kata atau sebuah perilaku, maka kita sedang mengalami kegaduhan semantik.

2.3 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

2.3.1 Ancangan Humanistik dan Pragmatis Efektifitas Komunikasi Interpersonal

Efektif tidaknya komunikasi interpersonal yang dilakukan ditentukan berdasarkan lima kualitas umum yang dipertimbangkan menurut DeVito (DeVito, 1996:259-264) secara humanistik atau bisa disebut sebagai perkiraan lunak sebagai berikut:

1. Keterbukaan

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri, mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Aspek keterbukaan kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak sanggup pada umumnya merupakan peserta percakapan dan menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan dan kita berhak

mengharapkan hal ini. Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran (Bochar & Kelly, 1974). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang “milik” anda dan anda bertanggung jawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata saya.

2. Empati

Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk” mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu. Bersimpati di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain, merasa ikut bersedih. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Pengertian yang empatik ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya”.

3. Sikap mendukung

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung. Mendukung adalah suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb.

Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap :

1. Deskriptif

Suasana yang bersifat deskriptif dan bukan evaluatif membantu terciptanya sikap mendukung. Bila anda mendeskripsikan suatu komunikasi sebagai permintaan akan informasi atau uraian mengenai suatu kejadian tertentu, anda umumnya tidak merasakannya sebagai ancaman, anda tidak ditantang dan tidak perlu membela diri. Di pihak lain, komunikasi yang bernada menilai seringkali membuat kita bersikap defensif.

2. Spontanitas

Gaya spontan membantu menciptakan suasana mendukung. Orang yang spontan dalam komunikasinya dan terus terang serta terbuka dalam mengutarakan pikirannya biasanya bereaksi dengan cara yang sama, terus terang dan terbuka. Sebaliknya, bila kita merasa bahwa seseorang menyembunyikan perasaannya yang sebenarnya bahwa dia mempunyai rencana atau strategi tersembunyi kita bereaksi secara defensif.

3. Provosionalisme

Bersikap provisional artinya bersikap tentatif dan berpikiran terbuka serta bersedia mendengar pandangan yang berlawanan dan bersedia mengubah posisi jika keadaan mengharuskan. Provosionalisme seperti itulah, bukan keyakinan yang tak tergoyangkan, yang membantu menciptakan suasana yang mendukung (suportif).

4. Sikap positif

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara. Cara pertama menyatakan sikap positif, mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Aspek pertama komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Orang yang merasa negatif terhadap diri sendiri selalu mengkomunikasikan perasaan ini kepada orang lain, yang selanjutnya barangkali akan mengembangkan perasaan negatif yang sama. Sebaliknya, orang yang merasa positif terhadap diri sendiri mengisyaratkan perasaan ini kepada orang lain, yang selanjutnya juga akan merefleksikan perasaan positif ini. Aspek kedua perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak

ada yang lebih tidak menyenangkan ketimbang berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi. Kemudian cara kedua adalah dorongan, sikap positif dapat dijelaskan lebih jauh dengan istilah stroking (dorongan). Dorongan adalah istilah yang berasal dari kosa kata umum, yang dipandang sangat penting dalam analisis keberadaan dan pentingnya orang lain, perilaku ini bertentangan dengan ketidakacuhan. Dorongan positif umumnya berbentuk pujian atau penghargaan, dan terdiri atas perilaku yang biasanya kita harapkan, kita nikmati dan kita banggakan. Sebaliknya, dorongan negatif, bersifat menghukum dan menimbulkan kebencian.

5. Kesetaraan

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif jika bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Selain ancangan secara humanistik ada pula ancangan secara pragmatis dalam menilai efektifitas komunikasi interpersonal, ancangan pragmatis ini sering disebut sebagai ancangan keras untuk efektifitas interpersonal. Model ini menawarkan lima kualitas efektifitas sebagai berikut :

1. Kepercayaan diri

Komunikator yang efektif memiliki kepercayaan diri sosial, perasaan cemas tidak dengan mudah dilihat oleh orang lain.

Komunikator yang efektif selalu merasa nyaman bersama orang lain dan merasa nyaman berkomunikasi secara efektif dengan orang-orang yang gelisah, pemalu, atau khawatir dan membuat mereka merasa lebih nyaman.

2. Kebersatuan

Kebersatuan mengacu pada penggabungan antara pembicaraan dan pendengar, terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan.

Komunikator yang memperlihatkan kebersatuan mengisyaratkan minat dan perhatian. Bahasa yang menunjukkan kebersatuan umumnya ditanggapi lebih positif ketimbang bahasa yang tidak menunjukkan kebersatuan. Kebersatuan menyatukan pembicara dan pendengar.

3. Manajemen interaksi

Komunikator yang efektif mengendalikan interaksi untuk kepuasan kedua pihak. Dalam manajemen interaksi yang efektif, tidak seorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi tokoh penting. Masing-masing pihak berkontribusi dalam keseluruhan komunikasi. Manajemen interaksi yang efektif menyampaikan pesan-pesan verbal dan nonverbal yang saling bersesuaian dan saling memperkuat.

4. Daya ekspresi

Daya ekspresi mengacu pada keterampilan mengkomunikasikan keterlibatan tulus dalam interaksi interpersonal. Kita berperan serta dalam permainan dan tidak sekedar menjadi penonton. Daya ekspresi sama dengan keterbukaan dalam hal penekanannya pada keterlibatan. Kita mendemonstrasikan daya ekspresi dengan menggunakan variasi dalam kecepatan, nada, volume, dan ritme untuk mengisyaratkan keterlibatan dan perhatian dan dengan membiarkan otot-otot wajah mencerminkan dan menggemakan keterlibatan.

5. Orientasi kepada orang lain

Terlalu sering kita hanya memperhatikan diri sendiri, berorientasi kepada diri sendiri. Dalam interaksi interpersonal, ini berbentuk mempercakapkan diri sendiri, pengalaman, minat

dan keinginan kita sendiri ini berarti kita mendominasi sebagian besar, jika tidak semua, pembicaraan, dan kurang atau tidak memperhatikan umpan balik verbal dan nonverbal dari pihak lain.

2.4 Daya Tarik melakukan Komunikasi Interpersonal

2.4.1 Faktor-Faktor Personal yang Mempengaruhi Atraksi Interpersonal

Dalam buku Psikologi Komunikasi Rakhmat juga merangkum topik mengenai faktor personal yang mempengaruhi atraksi interpersonal, faktor-faktor ini datang dari dalam diri seseorang, jika faktor personal dapat mendukung komunikasi interpersonal yang terjadi maka upaya pengurangan disonansi kognitif dapat dirasakan oleh pihak-pihak yang melakukan komunikasi. Faktor-faktor tersebut, yaitu (Rakhmat, 2007:113) :

1. Kesamaan karakteristik personal

Orang-orang yang memiliki kesamaan dalam nilai-nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosio ekonomis, agama, ideologis, cenderung saling menyukai. Menurut teori *cognitive consistency* dari Fritz Heider manusia selalu

berusaha mencapai konsistensi dalam sikap dan perilakunya.

Kata heider ,”...

“Kita cenderung menyukai orang, kita ingin mereka memilih sikap yang sama dengan kita, dan jika kita menyukai orang, kita ingin mereka memilih sikap yang sama dengan kita.”

Kita ingin memiliki sikap yang sama dengan orang yang kita sukai, supaya seluruh unsur kognitif kita konsisten.

2. Tekanan emosional (*stress*)

Bila orang berada dalam keadaan yang mencemaskannya atau harus memikul tekanan emosional, ia akan menginginkan kehadiran orang lain.

3. Harga diri yang rendah

Menurut Walster, bila harga diri direndahkan, hasrat afiliasi (bergabung dengan orang lain) bertambah, dan ia makin responsif untuk menerima kasih sayang orang lain.

Dengan perkataan lain orang yang rendah diri cenderung mudah mencintai orang lain (Tubss dan Moss, 1974).

4. Isolasi sosial

Isolasi sosial adalah pengalaman yang tidak enak. Beberapa orang peneliti telah menunjukkan bahwa tingkat

isolasi sosial amat besar pengaruhnya terhadap kesukaan kita pada orang lain. Bagi orang yang terisolasi kehadiran manusia merupakan kebahagiaan. Karena manusia cenderung menyukai orang yang mendatangkan kebahagiaan, maka dalam konteks isolasi sosial, kecenderungannya untuk menyenangi orang lain bertambah.

2.4.2 Faktor-Faktor Situasional yang Mempengaruhi Atraksi Interpersonal

Dalam melakukan komunikasi interpersonal situasi menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi komunikasi yang terjadi. Berikut ini adalah faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal, jika situasi yang terjadi mendukung maka dapat membantu mengurangi disonansi yang dirasakan seseorang ketika melakukan komunikasi. Faktor-faktor tersebut dikemukakan dalam buku psikologi komunikasi menurut Jalaluddin Rakhmat (2007:114):

1. Daya tarik fisik (*Physical Attractiveness*)

Beberapa penelitian telah mengungkapkan bahwa daya tarik fisik sering menjadi penyebab utama atraksi personal. Kita senang pada orang-orang yang tampan

atau cantik. Mereka, pada gilirannya sangat mudah memperoleh simpati dan perhatian orang.

2. Familiarity

Familiarity artinya sering kita lihat atau sudah kita kenal dengan baik, prinsip familiarity dicerminkan dalam peribahasa Indonesia “kalau tak kenal maka tak sayang”.

Jika kita sering berjumpa dengan seseorang, maka kita akan menyukainya.

3. Kedekatan (*Proximity*)

Erat kaitannya dengan familiarity adalah kedekatan.

Orang cenderung menyenangi mereka yang tempat tinggalnya berdekatan. Persahabatan lebih mudah tumbuh di antara tetangga yang berdekatan. (Whyte, 1956).

4. Kemampuan (*competence*)

Kita cenderung menyenangi orang-orang yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada kita, atau lebih berhasil dalam kehidupannya.

2.4.3 Pengaruh Atraksi Interpersonal pada Komunikasi Interpersonal

Atraksi juga turut menentukan pola komunikasi interpersonal, atraksi yang terjadi diantara komunikan dapat berpengaruh terhadap penilaian dan pengambilan keputusan

dalam diri seseorang, berikut pengaruhnya, yaitu (Rakhmat, 2007:118)

1. Penafsiran pesan dan penilaian

Sudah diketahui bahwa pendapat dan penilaian kita tentang orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional. Kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangi seseorang. Kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaliknya jika kita membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.

2. Efektivitas komunikasi

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila anda berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan anda, anda bisa terbuka. Berkumpul dengan orang-orang yang anda benci akan membuat anda tegang, resah, dan tidak enak. Anda akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

3 Teori Disonansi Kognitif sebagai Teori Komunikasi Interpersonal

Dalam teori interpersonal dibahas mengenai teori yang memberi pengaruh terhadap perilaku individu dalam menjalankan komunikasi interpersonal, berikut adalah mengenai teori disonansi kognitif yang merupakan teori yang memberi pengaruh, dalam artian mempengaruhi sikap dan perilaku individu, ketika melakukan komunikasi interpersonal.

Beberapa teori psikologi sosial telah memiliki dampak dari teori Leon Festinger (1957) mengenai disonansi kognitif dalam teorinya. Festinger mengganti konsep mengenai konsistensi atau keseimbangan dengan konsonan atau *consonance*, dan ketidakonsistenan atau ketidaseimbangan dengan istilah disonan atau *dissonance*. Menurut Festinger adanya tekanan untuk menghasilkan hubungan-hubungan konsonan diantara kesadaran-kesadaran atau *cognitions* dan menghindari disonan. Kognisi dapat berupa pengetahuan, keyakinan, atau pendapat yang ada pada orang tentang dirinya, perilakunya atau lingkungannya. Beberapa pengaruhnya yaitu (Budyatna 2011: 266).

1. Komitmen dan kebebasan memilih

Temuan penelitian telah mengarah kepada berbagai macam perubahan atau modifikasi mengenai formulasi asli Festinger. Salah satu yang terkemuka mengenai perubahan ini telah dikemukakan oleh Jack W. Brehm & A.R. Cohen (1962), melihat bahwa teori

festinger ini hanya berlaku dalam kondisi tertentu. Dua kondisi utama tersebut ialah *commitment and volition*. Komitmen merupakan keadaan terikat atau terjalin ke dalam sebuah posisi atau sebuah tindakan. Hal ini mengimplikasikan bahwa orang-orang dengan menutup pintu bagi perilaku-perilaku alternatif harus menyesuaikan diri dengan keputusan-keputusan mereka, sedangkan kebebasan memilih mengacu kepada tingkat kebebasan yang para individu percaya mereka miliki untuk membuat keputusan atau pilihan.

2. Reektans (*Reactance*)

Dikemukakan oleh Jack W. Brehm (1966; Brehm&Brehm, 1981). Teori reektans ini berpendapat bahwa manusia memandang dirinya sebagai memiliki sejumlah perilaku yang bebas. Apabila setiap kebebasan perilaku ini dikurangi atau diancam, maka reektans psikologi akan muncul atau bangkit. Reektans adalah keadaan motivasional diarahkan terhadap memulihkan atau melindungi kebebasan yang terancam. Makin besar pentingnya kebebasan itu, makin besar pula besaran reektans yang muncul.

3. Imbalan dan disonansi

Makin sedikit imbalan bagi keterlibatan diri dalam perilaku yang bertentangan dengan sikap, makin besar perubahan sikap yang diakibatkannya. Selanjutnya makin kurang paksaan yang dilakukan

untuk memaksa komitmen, makin besar kesempatan untuk terjadinya perubahan sikap.

4. Konsep diri-disonansi

Menurut pandangan ini disonansi tidak muncul antara hanya dua kognisi, melainkan disonansi muncul apabila perilaku seseorang mengancam untuk mengurangi perasaan-perasaan positif yang dimiliki seseorang mengenai dirinya.

4 Pembentukan Sikap

Dalam kognisi yang dimiliki seseorang tentu ada sikap didalamnya yang harus ditentukan oleh setiap individu, pembentukan sikap ini tentu memiliki nilai bagi seseorang. Menurut Krech, Curtuchfied, Ballachey dalam buku *Social Attitudes* (1996:81-92, terjemahan Rochmah, Djamil dan Rochayah) orang mengembangkan sikapnya sebagai tanggapan terhadap situasi masalah, yakni dalam mencoba memenuhi keinginan khusus. Berikut beberapa hal yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap dalam diri seseorang, yaitu :

1. Sikap berkembang dalam proses pemenuhan keinginan.

Untuk menghadapi berbagai masalah dalam upaya mencoba memenuhi keinginannya, individu mengembangkan sikapnya. Ia mengembangkan sikap yang menyukai objek dan orang yang memuaskan keinginannya, objek sasaran akhir yang akan dievaluasi

secara menyenangkan, objek-objek sasaran dan cara juga akan dilihat menurut segi yang menyenangkan. Individu tersebut akan mengembangkan sikap-sikap yang tidak suka terhadap objek dan orang yang menghambat pencapaian tujuannya.

Berdasarkan teori dapat dilihat pembentukan sikap yang terjadi pada mahasiswa melalui strategi komunikasi interpersonal untuk mengurangi disonansi dalam dirinya guna mencapai keinginannya. Apakah akan mengembangkan sikap yang baik hanya terhadap objek yang memuaskan keinginannya ataukah tidak.

2. Sikap seseorang terbentuk oleh informasi yang diterapkan kepadanya.

Sikap tidak berkembang hanya untuk memenuhi keinginan, sikap juga terbentuk melalui informasi yang diterapkan kepada individu. Pengetahuan mengenai suatu objek dapat penting artinya untuk mengembangkan suatu sikap terhadap objek tersebut telah digambarkan. Dari hal ini dapat dilihat bagaimana sikap seseorang terhadap obyek yang telah digambarkan kepadanya, apakah dengan pengetahuan dan informasi yang baru mengenai obyek tersebut seseorang dapat mengubah sikapnya atau tidak.

Berawal dari keinginan dan informasi yang menjadi salah satu faktor seseorang menentukan sikap, sehingga dapat dilihat upaya-upaya mahasiswa untuk mengurangi disonansi kognitif yang terjadi,

dengan adanya komunikasi interpersonal yang dilakukan sekiranya dapat menambah konsonansi mereka mengenai proses pembelajaran di konsentrasi studi PR, sehingga pada akhirnya individu dapat menentukan sikap mereka terhadap keputusan memilih konsentrasi studi PR dan yang terpenting adalah mengenai keberhasilan yang dicapai apakah disonansi kognitif yang dirasakan dapat berkurang ataukah tidak.

F. Kerangka Konsep

Konsep yang digunakan peneliti pada dasarnya memiliki relevansi yang kuat terhadap kondisi yang dialami oleh beberapa mahasiswa konsentrasi studi *Public Relations* FISIP UAJY. Beberapa mahasiswa yang merasa mengalami disonan dengan konsentrasi studi yang dijalannya saat ini yaitu *Public Relations*, kemudian berupaya untuk mengurangi disonan tersebut melalui komunikasi interpersonal.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menjelaskan konsep yang digunakan yaitu menurut West & Turner dalam buku Pengantar Teori Komunikasi (2008:141). Upaya-upaya mengurangi disonansi kognitif itu disebut sebagai metode pengurangan disonansi kognitif. Berikut adalah metode tersebut, dapat dilakukan melalui tiga cara:

1. Mengurangi pentingnya keyakinan disonan
2. Menambahkan keyakinan yang konsonan

3. Menghapus disonansi dengan cara tertentu

Ketiga cara diatas adalah upaya untuk mengatasi disonansi yang dirasakan oleh para informan, dalam hal ini adalah mahasiswa yang telah memilih konsentrasi PR namun masih mengalami disonansi dalam proses menjalaninya, dan masih tidak yakin mengenai prospek di masa mendatang apakah akan menggeluti dunia PR atau tidak, upaya-upaya yang dilakukan oleh para informan melalui komunikasi dengan kerabat mereka yaitu keluarga dan teman, dalam upaya tersebut para informan berusaha mencari informasi yang berguna untuk memperkuat kognisi dan keyakinan dalam diri mereka dan mengurangi disonansi yang ada. Komunikasi antarpribadi atau biasa juga disebut komunikasi interpersonal memiliki arti bahwa para komunikator membuat prediksi terhadap satu sama lain atas dasar data psikologis. Masing-masing mencoba mengerti bagaimana pihak lainnya bertindak sebagai individu, tidak seperti pada hubungan kultural dan sosiologis. Rentangan perilaku yang komunikasi yang diperbolehkan menjadi sangat berbeda dibandingkan dengan rentangan perilaku komunikasi yang diperbolehkan pada situasi non interpersonal. Pilihan pribadi dapat secara bebas dilaksanakan dalam pengembangan hubungan. (Budyatna, 2011:10)

Upaya pengurangan disonansi tersebut kemudian dilakukan dalam konteks komunikasi interpersonal, sehingga berdasarkan hasil

temuan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh para informan tersebut dapat membantu mereka mengurangi disonansi yang dirasakan saat ini dimana mereka bebas mengembangkan sikap satu sama lain dengan lawan bicaranya untuk saling berbagi cerita dan tentunya membantu para informan mengatasi disonansi yang dirasakan.

Ditinjau dari segi psikologis diungkapkan menurut Rakhmat (2007:105) mengenai konsep diri jika komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan baik maka dapat melahirkan suatu konsep diri yang positif dalam diri seseorang yang mengalami disonan, sehingga orang tersebut dapat semakin percaya diri dan menemukan jawaban atas ketidakyakinan yang dirasakan, selain itu menurut Budyatna (2011:15) akan berpengaruh pula terhadap kultural yang dimiliki oleh seseorang yaitu, ketika upaya pengurangan disonansi yang dilakukan melalui komunikasi interpersonal berhasil maka dia dapat merubah keyakinan, nilai-nilai, sikap-sikapnya terhadap disonan yang dirasakan sehingga orang tersebut dapat menemukan jawaban atas disonansi yang dirasakannya. Demikian yang terjadi dalam upaya-upaya pengurangan disonansi yang dilakukan oleh para informan dalam melakukan komunikasi interpersonal para informan memiliki konsep diri dan kultural yang baik sehingga pada akhirnya upaya pengurangan disonansi kognitif melalui komunikasi interpersonal

dapat tercapai dimana sikap, nilai-nilai dan keyakinan yang negatif mengenai keputusan telah memilih konsentrasi studi *Public Relations* sedikit berkurang.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Rakhmat Kriyantono (2008:56) penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas, jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskripsi. Bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. peneliti biasanya sudah mempunyai konsep, periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. (Kriyantono 2008:67)

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang peneliti gunakan yaitu studi kasus. Studi kasus adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber informasi yang bisa digunakan untuk meneliti. Menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono 2008:65). Studi kasus yang dimaksud di sini ialah *one case, one analysis*. Artinya ada satu studi kasus yaitu analisis terhadap upaya pengurangan disonansi kognitif dalam diri mahasiswa yang telah memutuskan memilih konsentrasi PR dalam konteks komunikasi interpersonal, dalam menjalani konsentrasi PR ini ada rasa disonansi yang mereka rasakan sehingga diketahui upaya apa saja yang mereka lakukan dalam rangka mengurangi disonansi tersebut demi mencapai konsonansi dalam diri mereka. Merujuk pada hal tersebut peneliti telah menggunakan metode studi kasus untuk mengidentifikasi beberapa orang mahasiswa yang menyatakan mengalami disonansi kognitif dalam proses belajar mereka di konsentrasi studi PR. Namun, secara spesifik peneliti mengidentifikasi dengan menguraikan latar belakang terbentuknya upaya pengurangan disonansi kognitif tersebut dan mengkategorisasikan secara terperinci hal-hal yang menjadi

disonansi dalam diri mahasiswa tersebut sehingga diketahui upaya-upaya mereka dalam mengurangi disonansi yang dirasakan melalui komunikasi interpersonal. Untuk itu peneliti telah mengkaji lebih jauh tentang hal tersebut melalui metode ini.

3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Yogyakarta yang telah mengambil konsentrasi studi PR 2011/2012, subyek ditemukan melalui studi pendahuluan lewat sebuah kuesioner, sehingga terjaring beberapa mahasiswa yang memenuhi kriteria penelitian ini yaitu mahasiswa 2011/2012 yang merasa disonansi dengan pilihan konsentrasi studi PR mereka saat ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik wawancara

Metode wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (aktor, pelaku) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti.

Wawancara yang akan dipilih adalah wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) pada umumnya dimaksudkan untuk kepentingan wawancara

yang lebih mendalam dengan lebih memfokuskan pada persoalan-persoalan yang menjadi pokok dari minat penelitian. Pedoman wawancara mengantar-ancarkan peneliti mengenai data mana yang akan lebih dipentingkan, setidaknya di awal pembuatan proposal penelitian. Hal demikian akan lebih mempermudah langkah-langkah sistematisasi data. Pedoman wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapatkan dari informan yang nanti dapat dikembangkan dengan memperhatikan perkembangan, konteks, dan situasi wawancara. Jenis wawancara ini sering disebut dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) (Pawito 2007:133).

5. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengumpulan data penelitian, seorang peneliti dapat menemukan kapan saja waktu untuk mendapatkan data yang banyak, apabila peneliti mampu menerapkan metode observasi, wawancara atau dari berbagai dokumen yang berhubungan dengan subjek yang diteliti. Maknanya pada tahap ini, si peneliti harus mampu merekam data lapangan dalam bentuk catatan-catatan lapangan (*field note*)

harus ditafsirkan atau diseleksi masing-masing data yang relevan dengan fokus masalah yang diteliti.

Selama proses reduksi data peneliti dapat melanjutkan ringkasan, pengkodean, menemukan tema, reduksi data berlangsung selama penelitian di lapangan sampai pelaporan penelitian selesai. Reduksi data merupakan analisis yang menajamkan untuk mengorganisasikan data, dengan demikian kesimpulannya dapat diverifikasi untuk dijadikan temuan penelitian terhadap masalah yang diteliti (Iskandar 2008:223). Untuk itu peneliti akan mengumpulkan data yang diperlukan melalui metode wawancara dengan subyek yang akan diteliti.

2. Penyajian Data

Penyajian data kepada yang telah diperoleh ke dalam sejumlah matriks atau daftar kategori setiap data yang didapat, penyajian data biasanya digunakan berbentuk teks naratif. Biasanya dalam penelitian, kita mendapat data yang banyak. Data yang kita dapat tidak mungkin kita paparkan secara keseluruhan. Untuk itu, dalam penyajian data peneliti dapat dianalisis oleh peneliti untuk disusun secara sistematis, atau simultan sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan atau menjawab masalah yang diteliti. Maka dalam *display data*,

peneliti disarankan untuk tidak gegabah mengambil kesimpulan.

(Iskandar 2008:223)

Peneliti akan memaparkan data yang sesuai dengan fenomena dan situasi yang sebenarnya dan akan disesuaikan dengan konsep teori yang ada, maka akan ditemukan data yang diperlukan untuk menentukan upaya apa saja yang telah dilakukan oleh subyek penelitian guna mencapai konsistensi dalam dirinya terkait keputusan memilih konsentrasi studi PR.

3. Mengambil Kesimpulan

Mengambil kesimpulan merupakan analisa lanjutan dari reduksi data, dan *display* data sehingga data dapat disimpulkan, dan peneliti masih berpeluang untuk menerima masukan. Penarikan kesimpulan sementara, masih dapat diuji kembali dengan data di lapangan, dengan cara merefleksikan kembali, peneliti dapat bertukar pikiran dengan teman sejawat, triangulasi sehingga kebenaran ilmiah dapat tercapai. (Iskandar 2008:224)

6. Kriteria kualitas penelitian

Deddy Mulayana dalam buku metode penelitian komunikasi mengemukakan mengenai keandalan (reliabilitas) penelitian kualitatif. Dalam penelitian objekif (kuantitatif) konsistensi antar peneliti memang sangat diharapkan. Jika dua peneliti memperoleh kesimpulan yang berbeda atau bahkan bertentangan dalam

penelitian mereka atas fenomena yang sama dengan waktu yang berbeda, pastilah salah satu penelitian atau keduanya keliru. Di sini peneliti kualitatif menggunakan konsep kealamiah (kecermatan, kelengkapan, atau orisinalitas) data, yakni kesesuaian antara apa yang mereka rekam sebagai data dan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Konsekuensinya dua orang peneliti independen bisa saja memperoleh temuan berbeda. Kedua hasilnya dapat diandalkan. Kritik atas kecermatan atau orisinalitas data yang mereka peroleh bisa diajukan jika kedua peneliti memperoleh hasil yang bertentangan. Hanya lewat wawancara yang mendalam dan pengamatan berperan serta yang intensif kita dapat merekam data sealamiah mungkin, dengan melukiskan apa yang subjek penelitian alami, pikirkan, dan rasakan. (Mulyana & Solatun, 2007:15). Penelitian yang telah dilakukan adalah memiliki kealamiah seperti disebutkan pada aspek kealamiah yaitu adanya kecermatan, kelengkapan dan orisinalitas data, penelitian yang telah dilakukan adalah secara langsung merekam setiap informasi mengenai pendapat, pikiran dan apa yang diutarakan oleh para informan, data-data tersebut kemudian di tuangkan dalam bentuk tulisan sesuai dengan rekaman yang ada, sehingga data yang dikumpulkan adalah bersifat alamiah.