

PEMBENTUKAN DAN PERUBAHAN SIKAP¹

Neila Ramdhani²

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

A. Pendekatan Struktur Dalam Pembentukan dan Perubahan Sikap

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam memahami pembentukan dan perubahan sikap adalah dengan mengkaji elemen-elemen pembentuk sikap. Eagly & Chaiken (1993) menyebut pendekatan ini dengan *Combinatorial Model* atau sering juga disebut dengan model matematika. Model ini membahas sikap berdasarkan pada isi atau faktor-faktor pembentuknya.

Dalam model ini, Eagly & Chaiken memasukkan 3 teori, yaitu *Probabilistical Model*, *Expectancy-Value Model*, dan *Information Integration Theory*.

1. ***Probabilistical Model*** pertama kali dikemukakan oleh William MacGuire, kemudian dilanjutkan oleh Robert Wyer (dalam Eagly & Chaiken, 1993). MacGuire (1960) sebagaimana juga Fishbein & Ajzen (1975) meyakini bahwa sikap individu ditentukan oleh keyakinan (*beliefs*) yang sudah dimilikinya. Mengenai model *probabilistical* ini, Eagly mengemukakan bahwa sikap akan terbentuk jika individu mempunyai keyakinan logis berkaitan dengan objek sikap tertentu. Keyakinan adalah penilaian subjektif yang mungkin dimiliki individu atau *subjective probability judgements*. Model *probabilistical* ini pada awalnya dikemukakan oleh McGuire (1960) dan kemudian diikuti oleh Robert Wyer (1970), dan Wyer & Carlston (1979). Wyer mengemukakan hubungan matematis antara penerapan hukuman mati bagi penyelundupan obat dengan menurunnya penyalahgunaan obat di Amerika Serikat dalam 10 tahun

¹ Bagian ketiga dari lima chapter tulisan berjudul 'Sikap dan Penggunaan IT' merupakan tugas independen pada mata kuliah Teori-teori Sikap. Program pendidikan Doktor Fakultas Psikologi UGM, 2007-2008.

² Staf pengajar pada Fakultas Psikologi UGM. Saat ini sedang menempuh pendidikan Dokktor pada Fakultas Psikologi UGM, Indonesia

terakhir. Dalam model *probabilistical* dikenal rumusan matematis untuk keyakinan terhadap kesimpulan, adalah sebagai berikut:

$$P(C) = p(AC) + p(A'C)$$

dimana $p(AC)$ adalah kemungkinan bahwa C terjadi bila A dilakukan dan $p(A'C)$ adalah kemungkinan bahwa C terjadi bila A tidak dilakukan.

Ada 2 prinsip yang perlu dijadikan pertimbangan dalam membahas mengenai model probabilistical ini, yaitu *Bayes's Theorem* dan *Socratic Effect*. *Bayes's Theorem* menyatakan bahwa sikap akan terbentuk tidak hanya ditentukan oleh logika matematika mengenai suatu pola hubungan antara premis dan konklusi sebagaimana dalam rumus tersebut, tetapi dipengaruhi juga oleh cara atau presentasi dari premis tersebut. Sedangkan *Socratic Effect* berkaitan dengan urutan penyajian informasi. McGuire (1960) menyatakan bahwa keyakinan individu terhadap suatu objek sikap akan lebih kuat pada saat ditanya kedua kalinya mengenai objek yang sama. Untuk membuktikan hal ini, McGuire melakukan riset dengan cara menyajikan kuesioner tes dan *re-test* terhadap respondennya. Penelitian ini menunjukkan bahwa respon individu akan semakin konsisten apabila responden mengisi kuesioner yang mengungkap keyakinan terhadap premis terlebih dahulu sebelum ditanyakan mengenai keyakinannya terhadap konklusi. Dengan demikian teori ini memberikan implikasi yang besar terhadap metode komunikasi persuasi.

2. *Expectancy-Value Model* adalah model yang sangat populer untuk menjelaskan bagaimana sekumpulan keyakinan mengenai suatu objek, perilaku, dan peristiwa dapat digunakan untuk membentuk dan mengubah sikap. Model ini dikemukakan oleh beberapa ahli dalam menjelaskan hubungan keyakinan dengan sikap, diantaranya oleh Tolman, Rotter, dan Atkinson (dalam Fishbein & Ajzen, 2005).

Konstruksi model ini sebetulnya serupa dengan *cognitive-affective consistency* yang dikemukakan oleh Rosenberg (dalam Fishbein & Ajzen, 1975). Jika sikap dianggap sebagai fungsi dari nilai-nilai yang diharapkan dari

objek sikap, harapan yang berhubungan dengan atribut adalah kemungkinan subjektif dari atribut yang ada pada objek sikap, dan nilai dari objek sikap tersebut adalah evaluasi terhadap objek sikap tersebut. Untuk memprediksi sikap maka semua atribut dan nilai tersebut harus dikalikan. Martin Fishbein (1961) mengemukakan rumus yang digunakan untuk melukiskan harapan tersebut:

$$A^o = \sum_{i=1}^n b_i e_i \quad (\text{sumber: Ajzen, 2005; p. 124})$$

A^o adalah sikap terhadap objek (O), aksi, atau kejadian. b_i adalah keyakinan mengenai objek (O) yang diekspresikan sebagai probabilitas subjektif bahwa O mempunyai atribut i); e_i adalah evaluasi dari atribut i; dan n adalah jumlah atribut yang salient. Sebagai contoh, pil KB dianggap mengakibatkan kegemukan. Individu yang mengkonsumsi pil KB diperkirakan (=harapan) akan menjadi gemuk. Kegemukan ini mengandung nilai (value) yang berbeda antara individu satu dengan lainnya. Menjadi gemuk adalah masalah bagi wanita yang ingin menurunkan berat badan, tetapi bukan masalah bagi wanita yang ingin menambah berat badan.

Model *Expectancy x Value* ini merupakan salah satu komponen dari teori *reasoned action* yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). Secara kognitif, teori *expectancy* ini memberikan dampak pada metode dalam mempengaruhi sikap atau keyakinan individu. Riset yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kejelasan pemahaman logik mengenai objek sikap sangat mempengaruhi perubahan keyakinan pada individu. Dalam menjelaskan penggunaan TIK, misalnya email dapat dijelaskan sebagai berikut: email memungkinkan penggunanya berkomunikasi dengan cepat pada banyak orang sekaligus. Email ini akan berpengaruh besar bagi individu yang membutuhkan kecepatan komunikasi, tetapi pengaruh ini tidak begitu signifikan bagi individu yang tidak membutuhkan kecepatan dalam berkomunikasi.

3. *Information Integration Theory* menggambarkan model yang memprediksi evaluasi yang diberikan individu berdasarkan berbagai keyakinan mengenai objek sikap. Model ini dikemukakan oleh Norman Anderson (dalam Eagly & Chaiken, 1993) bahwa sikap dan keyakinan individu terbentuk dan dimodifikasi setiap saat individu menerima informasi baru, kemudian diinterpretasi dan diintegrasikan dengan sikap dan keyakinan sebelumnya yang dimiliki individu. Operasi matematika yang sangat penting dalam teori ini adalah *valuation* dan *integration* (Eagly, 1993). *Valuation* dicerminkan oleh dua aspek dari informasi tersebut yaitu nilai skala dan nilai bobot. Nilai skala dari suatu informasi berkaitan dengan letak informasi dalam konteks dan relevansinya, sedangkan nilai bobot berkaitan dengan arti penting atau keluasan dampak dari informasi tersebut. *Integration* adalah proses operasi matematis dalam mengkombinasikan berbagai informasi yang ada. Misalnya, bila seorang individu menerima n item informasi, dan skala nilai stimulus i diberi simbol s_i dan bobot diberi simbol w_i , maka model matematisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R = w_0 s_0 + w_1 s_1 + w_2 s_2 \dots + w_n s_n$$

Rumus tersebut di atas menunjukkan bahwa integrasi (R) adalah penjumlahan dari bobot dan skala dari informasi yang diperoleh dari objek sikap. w_0 dan s_0 adalah nilai bobot dan nilai skala yang diberikan individu terhadap objek sikap. Sebagaimana model *combinatorial* lainnya, model integrasi informasi ini sangat erat berhubungan dengan komunikasi persuasi dalam mengubah sikap individu. Nilai R adalah representasi dari sikap orang terhadap sebuah objek sikap. Makin tinggi nilainya, makin positif sikap seseorang terhadap objek sikap.

B. Proses-proses Psikologis dalam Pembentukan dan Perubahan Sikap

Berbeda dengan model *combinatorial* yang lebih memandang sikap sebagai sekumpulan elemen yang saling berinteraksi, teori-teori yang dipaparkan berikut secara lebih eksplisit membahas proses psikologis yang terjadi sebelum

suatu keyakinan dan sikap terbentuk. Model *combinatorial* lebih menitik beratkan pada elemen-elemen diintegrasikan sehingga tidak hanya dalam setting persuasif tetapi juga secara virtual dapat digunakan untuk memprediksi sikap yang terbentuk dalam situasi yang berbeda. Sebaliknya teori-teori proses secara eksplisit dikembangkan sebagai model komunikasi persuasi, sehingga lebih menitik beratkan pada beberapa faktor yang mempengaruhi proses terbentuknya sikap tersebut. Dengan demikian, pendekatan proses ini memiliki keunggulan secara kualitas. Eagly & Chaiken (1993) mengemukakan bahwa proses yang mempengaruhi terbentuknya sikap adalah kognitif, afektif, dan perilaku.

1. Proses kognitif dalam pembentukan dan perubahan sikap

Terbentuk dan berubahnya sikap dapat dipandang sebagai proses persuasif. Dalam proses ini, pesan yang berkaitan dengan objek sikap disampaikan kepada individu, agar ia bersedia menyetujui ide-ide yang termuat dalam pesan tersebut. Beberapa proses kognitif dapat digunakan dalam menjelaskan proses persuasif ini, sampai akhirnya individu memutuskan setuju atau tidak setuju terhadap objek sikap.

- a. **Pemahaman terhadap argumentasi persuasif.** Konsep ini pertama kali dikemukakan oleh McGuire (dalam Eagly & Chaiken 1993) yang sangat dipengaruhi oleh pendapat Hovland, et.all. (1953) mengenai fase-fase pemrosesan informasi. Menurut McGuire, pemahaman individu terhadap pesan terjadi melalui tahap-tahap sebagai berikut, yaitu (a) perhatian terhadap pesan, (b) pemahaman terhadap isi pesan, dan (c) penerimaan terhadap kesimpulan. Dalam melakukan komunikasi persuasif, ketiga faktor tersebut merupakan rangkaian, yang baik secara langsung (penerimaan terhadap objek sikap) maupun tidak langsung berpengaruh terhadap perhatian individu pada isi pesan atau informasi mengenai objek sikap dan pemahaman terhadap informasi mengenai objek sikap. Dengan demikian, dalam mempengaruhi orang lain, seorang komunikator harus memfokuskan perhatian mereka menjadi bagian yang sangat penting agar isi pesan dapat dipahami oleh pendengar, kemudian menyetujui kesimpulan

pesan yang disampaikan. Untuk mencapai tujuan ini, komunikator haruslah seorang yang mampu membuat individu tertarik, dan secara sukarela meluangkan perhatiannya untuk memahami isi pesan. Hovland & Weiss, 1951) mengemukakan bahwa orang akan lebih tertarik untuk mendengarkan pesan yang disampaikan seorang pakar daripada orang awam karena seorang pakar lebih dipercaya karena keahlian yang dimilikinya (*expertise*).

Masih berkaitan dengan proses kognitif yang terlibat dalam pembentukan dan perubahan sikap, McGuire (1960) mengemukakan konsep *information-processing paradigm* bahwa sikap dapat terbentuk melalui 6 langkah, yaitu objek sikap harus disajikan (a. *Presentation*) terlebih dahulu kepada individu. Apabila presentasi dilakukan dengan tepat dan menarik maka individu akan tertarik (b. *Attention*) terhadap objek sikap. Objek sikap yang disajikan dengan baik, menyebabkan individu bersedia secara sukarela mencurahkan perhatiannya, sehingga pemahaman (c. *Comprehension*) terhadap isi pesan akan lebih mudah dilakukan. Dalam belajar juga dikenalkan prinsip *fun learning* yang mampu melipat gandakan hasil belajar. Apabila isi pesan terkait objek sikap tersebut dipahami, tidak ada alasan bagi individu untuk menolak (d. *Yielding*). Pada saat ini benih sikap potensial terbentuk pada individu. Satu proses lagi yang dibutuhkan yaitu memperkuat dan memelihara agar pemahaman itu bertahan (e. *Retention*) sebelum akhirnya terwujud dalam perilaku (f. *Behavior*).

- b. ***Elaboration Likelihood Model (ELM)***. Model ini dikemukakan oleh Richard Petty & John Cacioppo (1986) yang menyatakan bahwa proses perubahan sikap perlu mempertimbangkan faktor pemediasi dari proses persuasi, yaitu bobot (*valence*) dan jumlah pesan yang berkaitan dengan respon kognitif. Oleh karena itu, proses elaborasi yang berkaitan dengan kesesuaian objek sikap dengan informasi yang sudah dimiliki oleh individu menjadi langkah yang amat penting. Keunggulan model ini ada pada langkah-langkah yang digunakan

dalam memandang persuasi, yaitu (a) menemukan kondisi persuasi yang perlu dimediasi oleh pemikiran yang berhubungan dengan pesan (*specifies the conditions under which persuasion should be mediated by message-related thinking*) dan (b) mempostulatkan bahwa mekanisme *peripheral* alternatif dapat diterapkan terhadap persuasi apabila kondisi yang disyaratkan tidak dapat terpenuhi.

Petty & Cacioppo mengemukakan ada 7 postulat mengenai sikap, yaitu: (1) Manusia sesungguhnya mempunyai dorongan untuk menganut sikap yang benar, (2) Walaupun manusia ingin menganut sikap yang benar, jumlah isu relevan yang dibutuhkan individu untuk mengevaluasi pesan yang berkaitan dengan sikap, bervariasi antara individu. Dalam hal ini motivasi dan kemampuan individu akan sangat menentukan. (3) Variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah dan arah sikap dapat berupa: argumen-argumen persuasif, *peripheral cues*, dan motivasi dan kemampuan individu. (4) Variabel mempengaruhi motivasi dan kemampuan dalam memproses pesan yang dapat mempengaruhi keinginan merubah sikap, baik ke arah positif maupun negatif. (5) Bila motivasi menurun dibutuhkan *peripheral cues*, sebaliknya bila motivasi meningkat maka *peripheral cues* sudah tidak dibutuhkan lagi, (6) Variabel-variabel yang mempengaruhi proses pembentukan sikap akan berdampak negatif atau positif terhadap motivasi, dan (7) perubahan sikap yang dihasilkan dari proses argumentasi yang relevan dengan topik memberikan dampak perubahan lebih dapat memprediksi perilaku daripada perubahan sikap yang diperoleh daripada *peripheral cues*.

Apabila individu menerima pesan dalam keadaan nyaman (*non-distracting*) maka pesan akan dihantarkan melewati *central route persuasion* sehingga akan lebih kuat. Sebaliknya, apabila pesan diterima pada keadaan yang tidak nyaman (*distracting*) atau tidak relevan dengan individu maka pesan akan dihantarkan melalui *peripheral route persuasion* yang sifatnya lebih lemah daripada *central*

route persuasion. Salah satu faktor yang menentukan kesiapan individu dalam menerima pesan adalah kejelasan informasi yang diterima. Penelitian yang dilakukan oleh Fabrigar, et.al., (2006) menyatakan bahwa jumlah informasi atau luasnya knowledge yang dimiliki individu sebelumnya mengenai objek sikap menentukan kekuatan perubahan sikap yang dialami individu.

- c. ***Heuristic Systematic Model (HSM)***. Model ini sebetulnya serupa dengan ELM dalam memandang proses terbentuknya sikap. Kelebihan HSM adalah situasi proses dimana persuasi terjadi ditetapkan terlebih dahulu untuk menjamin validasi terhadap pesan yang disampaikan. Menurut Chaiken (dalam Eagly & Chaiken, 1993) pada dasarnya penerima pesan menginginkan pesan yang akurat. Pemikiran ini didasarkan pada dua hal yang kontradiktori, pertama bahwa individu ingin menganut sikap yang benar (postulat 1 dari ELM), kedua bahwa teori sikap mengemukakan bahwa sikap terbentuk dan berubah dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memungkinkan masuknya berbagai proses subjektif dalam rangka memelihara hubungan interpersonal. Oleh karena itu, Chaiken mengemukakan bahwa ada dua motivasi lain dapat digunakan untuk mengetahui validitas informasi yang dapat dilakukan baik dengan proses *heuristic* maupun sistematis, yaitu *defence motivation* atau dorongan untuk mempertahankan suatu sikap tertentu, dan *impression motivation* yaitu dorongan untuk menerima sikap agar individu dapat diterima secara sosial oleh lingkungannya.
- d. ***Attribution Approach***. Pendekatan ini menekankan pada bagaimana individu memandang latar belakang komunikator yang menyampaikan pesan-pesan persuasi. Bila komunikator dipandang tidak memiliki kepentingan pribadi terhadap pesan yang disampaiannya maka orang akan melihat pesan yang disampaikan didasarkan pada niat yang tulus. Hal ini akan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada pihak pendengar pesan. Dalam hal ini, individu

menekankan pada sebab-sebab mengapa komunikator mengambil posisi tertentu dalam kaitannya dengan pesan yang disampaikannya. Apakah dia mempunyai kepentingan yang menguntungkan pribadinya? Misalnya dalam membahas pajak penghasilan. Individu akan lebih mudah terpengaruh untuk mendukung pernyataan bahwa pajak penghasilan terlalu tinggi apabila komunikatornya adalah seorang politisi yang sudah pensiun daripada bila pernyataan tersebut dikemukakan oleh politisi yang sedang kampanye untuk pemilihan umum.

Dengan demikian, dalam pendekatan atribusi ini faktor person yang menyampaikan pesan sangat berpengaruh. Apabila seorang profesor mengemukakan kepada mahasiswanya bahwa buku Laskar Pelangi adalah sebuah buku yang bagus dan mengandung pesan moral, akan lebih mendorong mahasiswa untuk membacanya daripada apabila pesan tersebut dikemukakan oleh pemilik toko buku. Hal ini dikarenakan si profesor dinilai (diatribusikan) tidak memiliki kepentingan untuk membuat buku itu laris, sedangkan apabila pemilik toko berkata yang sama dengan tujuan untuk membuat buku yang dijualnya laku. Profesor dalam memberikan pernyataannya tidak didasari oleh adanya kepentingan (*self interest*), sedangkan pemilik toko buku dalam dinilai memiliki *vested interest*.

- e. **Social Judgement Theory** (SJT). Teori ini menekankan pada sikap individu sebelumnya yang potensial mempengaruhi persepsinya mengenai pesan yang disampaikan. Teori ini memang bukan khusus membahas mengenai persuasi melainkan berkaitan dengan sikap secara umum, bahwa sikap individu terhadap objek tertentu akan sangat mempengaruhinya dalam memaknai (*encoding*) informasi seputar objek sikap (Eagly & Chaiken, 1993).

2. Proses-proses Afektif yang mempengaruhi pembentukan sikap

Apabila dalam bagian sebelumnya, penulis mencantumkan sederetan teori kognitif dalam menjelaskan proses terbentuknya dan perubahan sikap, maka

pada bagian ini proses afektif atau emosi yang akan dijadikan pokok bahasan. Sebagaimana Watson (1930) mengemukakan bahwa perilaku manusia tidak hanya ditentukan oleh pikiran (proses kognitif) tetapi juga oleh faktor subjektif seperti misalnya hasrat dan emosi. Beberapa teori klasik akan mengawali uraian penulis mengenai faktor emosi dalam proses pembentukan sikap.

a. ***Operant and Classical Conditioning***. Pernyataan Thorndike (dalam Eagly dan Chaiken, 1993) yang sangat monumental bahwa "*Pleasure stamp in, pain stamp out*" sangat mudah membantu dalam memahami sebab-sebab dimasukkannya teori *operant conditioning* ini ke dalam kelompok proses afektif yang mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap. Dengan definisi sikap sebagai predisposisi yang dipelajari, perasaan positif yang dialami sebagai konsekuensi dari sikap atau perilaku tertentu cenderung mendorong individu untuk mengulangi atau mempertahankan sikap dan perilaku tersebut. Sebaliknya perasaan negatif akan mendorong individu meninggalkan sikap atau perilaku tertentu. Contoh sederhana untuk implementasi prinsip *operant conditioning* ini dengan sikap misalnya individu memberikan kesempatan orang lain menggunakan jalan terlebih dahulu apabila setiap kali ia memberi kesempatan, ia mendapat perlakuan yang positif berupa ucapan terima kasih atau senyuman dari orang lain. Contoh lain, apabila seorang menggunakan email dalam berkomunikasi ia mendapat respon positif dan cepat dari rekan-rekannya.

Prinsip *conditioning* yang lain adalah teori Pavlov yang lebih dikenal dengan *classical* atau *respondent conditioning* juga dapat dipandang sebagai proses afektif. Dalam teori ini dikemukakan bahwa individu akan bersikap positif terhadap objek yang sering disajikan bersamaan dengan stimulus positif. Misalnya eksperimen yang dilakukan Staats & Staats (1958) yang menyajikan kata Dutch yang selalu dipasangkan dengan kata negatif dan kata Swedish yang dipasangkan dengan kata-kata positif. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa subjek

eksperimen lebih menyukai kata Swedish daripada Dutch. Implementasi teori respondent conditioning ini dalam penggunaan TIK, dapat disaksikan pada individu yang memilih menulis email daripada datang menemui rekan bisnisnya karena email berkaitan dengan semboyan 'melek TIK' atau melek IT atau '*IT litterate*' yang merupakan salah satu ciri kelompok masyarakat yang maju.

- b. ***Mere Exposure***. Pepatah jawa 'Witing Tresno Jalaran soko Kulino' sangat jelas menggambarkan paradigma *mere exposure* ini. Zajonc (1968) yang pertama kali mengemukakan bahwa frekuensi interaksi antara objek sikap dengan individu dapat meningkatkan sikap positif terhadap objek tersebut. Penelitian Festinger (1951) dan Newcomb, 1963) menunjukkan bahwa meningkatnya interaksi sosial dapat meningkatkan perasaan saling menyukai antara kedua belah pihak. Cook (1978) yang banyak meneliti mengenai prasangka pada kelompok minoritas, melaporkan bahwa interaksi kedua belah pihak yang semakin intensif dapat mengurangi prasangka. Penelitian lain berkaitan dengan penggunaan IT dilakukan oleh Minsky & Marin (1999) menyatakan bahwa staf pengajar perguruan tinggi yang berasal dari fakultas eksakta dan sehari-hari bekerja menggunakan komputer cenderung akan memilih media komunikasi email daripada staf yang bekerja di bidang sosial. Penelitian ini sekaligus menunjukkan bahwa frekuensi berinteraksi dengan suatu objek akan meningkatkan rasa senang terhadap objek tersebut sesuai dengan prinsip *mere exposure*.

3. Pengaruh Perilaku terhadap Pembentukan Sikap

Walaupun sebagian besar teori-teori mengemukakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku, namun Eagly & Chaiken (1993) sebagaimana juga Brigham (1980) mengemukakan bahwa sikap dapat terbentuk karena perilaku. Beberapa hal yang dilaporkan dialami individu pada saat melakukan perilaku tertentu dapat mendorong individu merubah sikapnya, misalnya perilaku yang dilakukan individu karena peran-peran yang diembannya. Apabila perilaku tersebut mendapatkan *social reinforcement*, maka individu akan merasa nyaman

dan cenderung mengulangi perilaku yang sama pada saat menghadapi kondisi yang relatif sama (Kazdin, 2001; Kelly, 1982; Miltenberger, 2004).

Beberapa teori berikut digunakan untuk memberi gambaran mengenai dampak perilaku terhadap sikap.

- a. **Role Playing.** Metode yang akhir-akhir ini banyak digunakan dalam berbagai program pengembangan SDM, sebetulnya menggunakan prinsip ini juga. Sebagai contoh, program pelatihan untuk tenaga calon salesman, dimana individu dilatih untuk berjalan, berpakaian, dan berbicara dengan cara-cara tertentu. Setelah beberapa waktu melakukan keterampilan barunya, sikap kerja seorang salesman yang suka akan kerapihan, berjalan dengan percaya diri, menghargai orang lain pada saat berbicara akan terbentuk pada diri salesman tersebut.

Pengalaman individu pada saat memainkan perannya memberikan tidak hanya pengalaman berperilaku tetapi pengalaman emosi yang menyertai pada saat individu melakukan peran tersebut (Ramdhani, 1994). Eksperimen yang dilakukan Janis & Mann (1965) terhadap wanita perokok berat. Subjek eksperimen diminta untuk bermain peran sebagai penderita kanker paru-paru yang sangat menderita karena rokok. Dibandingkan dengan subjek eksperimen dari kelompok *mere exposure*, subjek dari kelompok *role playing* mengalami penurunan sikap dan perilaku merokok yang lebih tinggi.

Teori role playing yang secara langsung memberikan kesempatan pada individu untuk mengalami perilaku ini dapat digunakan dalam menjelaskan sikap terhadap TIK. Frekuensi individu menggunakan TIK untuk komunikasi akan memiliki kemungkinan lebih besar untuk mendapat *reinforcement* positif dalam kaitannya dengan TIK ini daripada individu yang frekuensi menggunakan TIK lebih rendah. Semakin sering menggunakan TIK, individu akan semakin merasa nyaman menggunakannya.

- b. **Cognitive Dissonance.** Leon Festinger (1957) mengemukakan bahwa perubahan sikap dapat juga terjadi karena adanya *cognitive dissonance*.

Pada saat keterampilan baru telah dikuasai oleh individu, terjadi proses ketidak selarasan (*dissonance*) antara perilaku dengan keyakinan (*belief*) dan respon afektif yang sifatnya pribadi. Dengan kata lain, perubahan sikap dapat terjadi karena adanya keinginan individu untuk menghilangkan keadaan *dissonance*. Contoh yang dapat digunakan dalam menjelaskan mengenai disonansi kognitif ini misalnya individu yang sebelumnya tidak suka menggunakan media TIK untuk berkomunikasi karena menganggap TIK menghilangkan unsur 'human' dalam interaksi antar individu. Di dalam pekerjaannya, ia harus menggunakan TIK untuk melayani pelanggan atau berkomunikasi dengan atasan yang lokasinya berbeda kota. Dalam hal ini ada ketidak selarasan antara keyakinan bahwa TIK tidak 'humanis' dengan perilakunya menggunakan TIK. Untuk menghilangkan ketidakselarasan ini, individu mengubah sikapnya menjadi positif terhadap TIK.

4. Proses-proses Motivational yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap

Apabila proses-proses kognitif, afektif, dan perilaku yang masing-masing dihipotesiskan mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap, proses motivasional yang akan dibahas di sini memandang ketiga proses tersebut memiliki hubungan yang saling tergantung antara satu dengan lainnya dalam mempengaruhi pembentukan sikap.

Proses-proses motivasional yang mempengaruhi pembentukan sikap dikelompokkan ke dalam faktor internal dan eksternal individu. Faktor internal misalnya dorongan (*drive*), perasaan senang atau sebaliknya perasaan takut, yang menyebabkan adanya kebutuhan dari dalam diri untuk dipenuhi. Masuk dalam kategori motivational internal ini adalah *Reinforcement* dan Konsistensi Kognitif. Faktor eksternal yang mempengaruhi motivasi individu adalah Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Tuntutan Publik (*Public Compliance*), Pendekatan Fungsional, dan teori Kelman mengenai proses pembentukan sikap.

a. ***Reinforcement positif***. Sering disebut hanya dengan *reinforcement* yaitu perasaan didukung yang dialami individu setelah menerima imbalan atau insentif (= *incentive*), mengalami emosi positif, dan pengurangan tekanan

(*drive reduction*). Prinsip ini banyak diselidiki oleh kelompok *Yale Communication and Attitude Change Program* yang diprakarsai oleh Hovland et.al. (1953).

Hovland lebih suka menggunakan insentif daripada *reinforcement* (Eagly & Chaiken, 1993), karena individu secara aktif dan disadari merubah sikap dan perilakunya apabila ia menginginkan insentif. Insentif dapat finansial atau benda fisik seperti misalnya uang atau hadiah lainnya, namun dapat pula yang berbentuk lebih abstrak misalnya dukungan sosial, persetujuan dari orang-orang penting berupa perasaan bahwa keyakinan atau sikap yang diambilnya benar.

Eagly & Chaiken (1993) menyatakan bahwa pihak yang memberikan dukungan ini (motivator) sangat berperan dalam memotivasi individu untuk merubah sikapnya. Makin tinggi status pihak yang memberi dukungan makin besar kemungkinan individu merubah sikapnya. Dengan demikian faktor 'siapa' sebagaimana yang dikemukakan Lasswell (dalam Eagly & Chaiken, 1993) menjadi penting. Contoh dalam penggunaan TIK, atasan yang menggunakan TIK sebagai alat komunikasi akan lebih memotivasi staff untuk menggunakan TIK juga (Minsky & Marin, 1999). Dengan menggunakan TIK, karyawan akan merasa mendapat dukungan dari atasannya.

Faktor lain yang juga menentukan motivasi individu untuk merubah sikapnya adalah emosi positif atau emosi negatif yang dialaminya. Hartmann (dalam Eagly & Chaiken, 1993) mengemukakan bahwa dalam keadaan emosional, individu akan lebih mudah dipengaruhi daripada saat berada dalam kondisi yang rasional. Keterkaitan antara faktor kognitif dan emosi terjadi pada saat menyampaikan informasi mengenai bahaya perilaku merokok yang dilengkapi dengan visualisasi kanker paru-paru yang dapat menimbulkan emosi negatif yaitu takut. Dengan mengetahui secara lebih jelas mengenai bahaya merokok, individu akan lebih termotivasi untuk merubah sikap dari positif menjadi negatif terhadap rokok. Prinsip ini dikenal juga dengan *drive reduction model*, yaitu kecenderungan individu memenuhi kebutuhan untuk menurunkan ketegangan yang dialami. Emosi negatif dalam

bentuk rasa takut yang muncul setelah melihat gambar paru-paru yang rusak karena kanker, mendorong individu untuk menghindari rokok dan mengikuti pesan yang disampaikan ahli dalam bidang kanker.

Prinsip penurunan ketegangan ini juga dapat dikenakan pada perilaku individu dalam menggunakan TIK. Contoh yang paling menarik pada penggunaan mesin pencari (*search engine*) atau pada saat seorang dosen berselancar mencari jurnal ilmiah pendukung tugas sebagai peneliti. Jika dahulu, seorang dosen harus menghabiskan waktu berjam-jam mencari artikel yang sesuai di jurnal-jurnal, dengan TIK hal ini dapat digunakan hanya dengan memasukkan kata kunci saja. Perasaan senang yang muncul pada saat mendapatkan hasil dengan cepat ini akan menimbulkan sikap positif terhadap TIK.

- b. **Teori Konsistensi Kognitif (*Cognitive Consistency Theory*)** yang cukup banyak dibicarakan adalah Teori Keseimbangan Sosial (*Social Balance Theory*) yang pertama kali dikemukakan oleh Fritz Heider pada tahun 1946. Teori Heider mengenai sikap menempatkan individu ke dalam kehidupan sosialnya. Heider mengemukakan bahwa individu selalu menghendaki kondisi

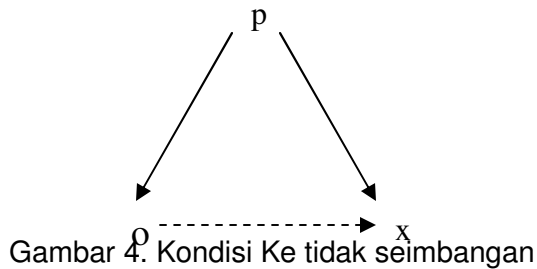


Gambar 3. Kondisi Keseimbangan

keseimbangan antara diri (p), orang lain (o), dan objek sikap (x) yang biasanya digambarkan dalam segitiga (gambar 3).

Teori keseimbangan sosial ini mengatakan bahwa kondisi hubungan sosial yang seimbang hanya dapat dicapai apabila ketiga unsur tersebut positif (Kondisi A) atau hubungan diri dengan orang lain positif, disertai dengan hubungan keduanya terhadap objek sikap negatif (Kondisi B). Dalam keadaan tertentu, pola hubungan antara ketiga elemen ini tidak seimbang

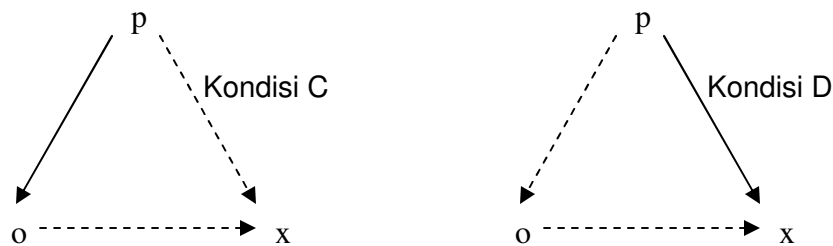
(gambar 4) dimana o dan p saling positif, tetapi p bersikap positif padahal o bersikap negatif terhadap objek sikap (x). Oleh karena sifat dasar manusia dalam teori keseimbangan ini selalu berusaha menghindari ketidak



seimbangan, dibutuhkan perubahan sikap yang dapat dilakukan dengan 2 cara (gambar 5), yaitu yaitu salah satu pihak, misalnya individu yang bersangkutan (p) merubah sikapnya terhadap objek (x) sehingga terjadi

kondisi C, atau sebaliknya individu (p) mengubah sikapnya terhadap orang lain (o) sehingga terjadi kondisi D.

Memahami penggunaan TIK dapat juga didekati dengan teori ini. A adalah seorang



Gambar 5. Perubahan Sikap

karyawan sebuah perusahaan mempunyai atasan B yang sangat senang berkomunikasi menggunakan email dan mendorong semua karyawan mengkomunikasikan hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan melalui email. A tidak suka dan tidak bisa menggunakan komputer (gambar 4), tetapi ingin dianggap sebagai karyawan yang loyal dan peka terhadap kemajuan teknologi. Maka A akan berusaha belajar menggunakan komputer dan mengubah sikapnya menjadi suka terhadap komputer (kondisi A pada gambar 3).

c. **Pendekatan Fungsional terhadap Sikap** dikemukakan oleh Katz (1960), seorang antropolog dan sosiolog menggunakan pendekatan fungsional

dalam memahami mengapa individu bersikap tertentu. Dalam pendekatan ini, dikatakan bahwa pada level psikologis tertentu, seorang individu bersikap karena beberapa alasan, yaitu penyesuaian, pertahanan ego, nilai-nilai dan pengetahuan.

1. Sikap sebagai fungsi utilitarian. Fungsi ini berkaitan dengan prinsip manfaat dari sikap, yaitu untuk memaksimalkan *reward* dan meminimalkan *punishment* dari lingkungan. Sikap utilitarian adalah alat untuk menjamin diperolehnya perasaan nyaman atau menghindari ketidaknyamanan. Contoh: Di zaman rezim Soeharto setiap pegawai negeri sipil harus menjadi anggota Golkar. Seseorang yang menyatakan di depan publik bahwa dia menyukai partai Golkar (walaupun semula dalam hatinya sikapnya tidak seperti itu) tujuannya agar karirnya di PNS tidak terganggu.
2. Sikap sebagai fungsi pertahanan diri. Katz memberikan contoh mengenai pemilihan masuk ke kelompok minoritas yang dilakukan oleh seorang yang merasa inferior. Dengan masuk ke dalam kelompok minoritas, individu merasa dirinya lebih eksis. Fungsi pertahanan diri ini sesungguhnya merupakan adopsi teori psikoanalisis mengenai *ego defence mechanism* yang menjelaskan bahwa individu memilih untuk melakukan perilaku tertentu yang digunakan untuk menutupi kelemahan di aspek lainnya. Contoh lain dari pertahanan diri ini adalah perilaku individu yang mengadopsi sikap dan perilaku orang lain. Kelemahan dari penerapan fungsi sikap mempertahankan diri ini adalah pemilihan sikap dan perilaku yang hanya menitikberatkan pada fungsi mengurangi ketidaknyamanan saja sehingga seringkali pemilihan sikap sekedar untuk memperkuat pertahanan diri saja tetapi tidak merubah individu secara keseluruhan.
3. Sikap berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan nilai-nilai positif mengenai dirinya kepada orang lain. Melalui sikap yang dipilih, individu dapat membangun citra mengenai dirinya di depan

orang lain. Misalnya, individu yang menginginkan dirinya dianggap berwawasan internasional akan bersikap positif terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan negara lain. Sikap ini memberikan fungsi bagi individu dalam mengekspresikan nilai yang dianut.

Dalam konteks ini sikap dapat berfungsi ganda, yaitu sebagai identitas diri dan dapat juga digunakan untuk membangun citra diri. Sikap menyukai kelompok tertentu kerap kali berfungsi sebagai alat mengekspresikan nilai ini. Berada dalam kelompok memberikan *sense of identity* (Jones, 1970). Katz, seorang psikolog sosial yang banyak menulis mengenai sikap mengatakan bahwa dua kondisi yang relevan dengan perubahan sikap dalam mengekspresikan nilai-nilai ini adalah ketidakpuasan individu terhadap citra dirinya, dan ketidakpuasan individu terhadap nilai-nilai yang dianut sebelumnya. Dengan demikian, ekspresi sikap sesungguhnya dapat juga berfungsi sebagai penyesuaian sosial (Smith and associates', dalam Eagly & Chaiken, 1993). Sikap yang diekspresikan individu dapat berfungsi sebagai ekspresi setuju pada kelompok tertentu, sekaligus menolak kelompok lainnya.

4. Sikap sebagai fungsi pengetahuan (*knowledge*). Katz menjelaskan fungsi sikap ini dengan memberi contoh mengenai sikap positif para ibu yang mendengarkan program radio tertentu karena mereka mendapatkan berbagai informasi praktis yang dapat secara langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal penggunaan IT, individu menggunakan Internet untuk *browsing* karena mendapat keuntungan tambahan pengetahuan dari situs-situs yang diaksesnya.

DAFTAR PUSTAKA

Eagly, A.H. and Chaiken, S., 1993, *The Psychology of Attitudes*, Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

- Festinger, L., 1951; "Architecture and group membership", dalam *Journal of Social Issues*, vol. 7, no. 1, hal. 152-163.
- Festinger, L., 1957, *A Theory of Cognitive Dissonance*, Evanston, IL: Row, Peterson
- Festinger, L., 1964, "Behavioral support for opinion change" dalam *Public Opinion Quarterly*, no. 28, hal. 404-417.
- Fishbein, M., 1963, "An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward that object", dalam *Human Relations*, no. 16, hal. 233-240.
- Fishbein, M, & Ajzen, I., 1975, '*Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Heider, F., 1946, "Attitude and cognitive organization", dalam *Journal of Psychology*, no. 21, hal. 107-112.
- Hovland, C.I., & Weiss, W., 1951, "The influence of source credibility on communication effectiveness, dalam *Public Opinions Quarterly*, no. 15, hal. 635-650.
- Jones, J. F., 1970, *The Theory of Attitude Formation and Change and Its Application to Social Group Work*, in *United College Journal*, Vol. 8, (
- Katz, D. (1960), "The Functional Approach to the Study of Attitudes," *Public Opinion Quarterly*, 24, pp. 163-204.
- Kelman, H.C., 1958, "Compliance, Identification, and Internationalization Three Processes of Attitude Change", dalam *Journal of Conflict Resolution*, Vol. 2., No. 1, pp. 51-60.
- McGuire, 1960, "Cognitive consistency and attitude change", dalam *Journal of Abnormal and Social Psychology*, no. 60, 345-353.
- Petty, R., & Cacioppo, J., 1986, "The elaboration likelihood model of persuasion" dalam L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 19, hal. 123-205). San Diego, CA: Academic Press.
- Wyer, R.S., 1974, "Changes in meaning and halo effects in personality impression formation", dalam *Journal of Personality and Social Psychology*, no. 29, hal. 829-835.