

PERAN PSIKOLOGI

untuk

MASYARAKAT



Dr. Rika Sa'diyah, M.Pd

Dr. Sumi Lestari, M.Si

Dr. Diana Rahmasari, M.Si.Psikolog

Dr. Nelly Marhayati, M.Si

Ati Kusmawati, M.Si., Psikolog

Pia Khoirotun Nisa, M.I.Ko



PERAN PSIKOLOGI UNTUK MASYARAKAT

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Hak Penerbitan pada UM Jakarta Press

Penulis:

Dr. Rika Sa' diyah, M.Pd
Dr. Sumi Lestari, M.Si
Dr. Diana Rahmasari, M.Si.Psikolog
Dr. Nelly Marhayati, M.Si
Ati Kusmawati, M.Si., Psikolog
Pia Khoirotun Nisa, M.I.Kom

Editor:

Lutfi, M.Pd

Desain Sampul & Tata Letak :
UMJ Publishing

ISBN:

978-602-0798-13-4

Penerbit:

UM Jakarta Press

Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) Press
Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Ciputat
Tangerang Selatan 15419
Telp : 021-7492862, 7401894
Cetakan ke-1, Jakarta, Nopember 2018

PENGANTAR PENULIS

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Subbanahu Wata'ala yang telah memberikan karunia-Nya dan kesempatan kepada kami sehingga dapat menyelesaikan buku seri 1 dengan judul: *Peran Psikologi untuk Masyarakat*.

Buku ini hadir sebagai salah satu kontribusi dari Tim Penulis yang memiliki konsentasi di bidang pendidikan, komunikasi dan psikologi. Buku ini berisi tulisan tentang kajian pendidikan anak usia dini, remaja dan psikologi secara umum.

Terima kasih kepada UM Jakarta Press yang telah membantu dalam penerbitan buku ini. Demikian pula diucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan buku ini. Semoga partisipasi semua pihak mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah Subhanahu wata'ala.

Akhirnya, semoga buku ini mampu memberikan dan menjadikan khasanah pengetahuan bagi masyarakat.

Ciputat, Nopember 2018

Penulis

iii

SIKAP DAN PERUBAHAN SIKAP

Dr. Nelly Marhayati, M.Si

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

PENDAHULUAN

Semua iklan yang kita lihat dan bertebaran di semua media baik elektronik maupun cetak tujuannya adalah satu. Mempengaruhi individu untuk melihat, membeli dan memiliki produk atau jasa yang mereka iklankan. Keinginan individu untuk melihat, membeli dan memiliki tersebut dalam bidang ilmu psikologi disebut dengan sikap.

Sikap (attitude) adalah istilah yang mencerminkan keinginan, rasa senang, rasa tidak senang atau perasaan biasa-biasa saja (netral) dari seseorang terhadap "sesuatu", bisa suatu produk (barang), jasa, suatu kejadian, situasi, orang ataupun kelompok. Jika yang muncul itu adalah perasaan senang, maka disebut sikap positif, sedangkan kalau perasaan tidak senang yang muncul disebut dengan sikap negatif. Namun, jika tidak timbul perasaan apapun maka disebut sikapnya netral.

Winston Churchill mengatakan bahwa "*Attitude is a little thing that makes a big difference*" (dalam Fritz, 2008). Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya sikap dalam kehidupan sehari-hari. Sikap merupakan suatu hal yang kecil tetapi pengaruhnya dapat memberikan perbedaan cukup besar. Contoh: sikap individu terhadap makanan tertentu akan mempengaruhi sikap individu tersebut terhadap makanan yang lain. Orang yang tidak menyukai durian

biasanya juga tidak menyukai semua jenis makanan yang berdasar durian.

Selain itu manusia juga dapat mempunyai biasaya terhadap bermacam-macam objek sikap. Beberapa contoh macam sikap dalam kehidupan sehari-hari. Bagi seorang beragama Islam, daging babi adalah haram. Maka ketika dia makan bakso, kemudian dikatakan bahwa bakso tersebut ada daging babi maka akan timbul perasaan mual, dan makanan tersebut akan dimuntahkan karena dia pikir sedang memakan sesuatu yang menjijikkan. Padahal jika dia tidak tahu, orang tersebut tidak muntah. Demikian pula jika orang non muslim yang makan bakso daging babi tersebut, maka perasaan mual apalagi muntah tidak akan timbul (Sarwono, 2010).

Beberapa penelitian tentang sikap menyamakan istilah sikap dengan evaluasi (Albarracin, dkk. 2005) karena sikap secara keseluruhan merupakan hasil evaluasi dari objek, dimana objek tersebut dapat berupa fisik, orang, peraturan, perilaku dan lain sebagainya. Fazio dan Olson (2003) mengatakan bahwa karena kesemua hasil evaluasi akan memberikan informasi kepada individu apakah akan mendekat atau menghindari dari objek maka hal tersebut menunjukkan bahwa ada kerja sistem kognitif dalam proses sikap. Sistem kognitif akan membentuk elemen-elemen kognitif yang akan membantu individu untuk menyikapi sesuatu. Asumsi yang biasanya muncul bahwa evaluasi akan tersimpan di dalam memori dalam bentuk observasi, kesimpulan, penilaian dan beberapa bentuk lain dari kognisi (Carlston, 1994; Eagly & Chaiken, 1993). Wegner dan Carlston (2005) mengatakan bahwa walaupun beberapa sikap

dibentuk dari beberapa aspek, namun semua sikap itu tersimpan di dalam memori individu.

A. Definisi Sikap

Telah dijelaskan sebelumnya, bahwa sikap individu terhadap sesuatu, baik suka/tidak suka pada akhirnya akan menentukan perilaku individu. Secara singkat terjadinya sikap dapat digambarkan dalam bagan berikut.

- sikap suka → mendekat, mencari tahu, bergabung
- sikap tidak suka → menghindari, menjauhi

Sikap suka individu terhadap sesuatu akan menimbulkan perilaku mendekat, mencari tahu dan bergabung. Sedangkan sikap tidak suka individu terhadap sesuatu akan menimbulkan perilaku menghindari dan menjauh.

Secara tradisional, G.W Allport (1953) mendefinisikan sikap “ bahwa sikap adalah keadaan mental dan saraf dari kesiapan, yang diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh dinamik atau terarah terhadap respons individu pada semua objek dan situasi yang berhubungan dengannya”. Definisi ini sangat dipengaruhi oleh tradisi tentang belajar dan juga ditekankan kepada pengalaman masa lalu individu dalam membentuk sikap. Sikap digambarkan sebagai kesiapan untuk selalu menanggapi dengan cara tertentu dan menekankan implikasi perilakunya.

Sebaliknya, Krech dan Crutchfield (1984) yang sangat mendukung perspektif kognitif, mendefinisikan sikap sebagai “organisasi yang bersifat menetap dari proses motivasional, emosional.

perseptual, dan kognitif mengenai beberapa aspek kehidupan individu.” (dalam Sears, dkk., 1999)

Wegener & Carlston (2005) mendefinisikan sikap sebagai penilaian (evaluasi) terhadap objek sikap, berupa orang, objek-objek, peraturan dan ide (gagasan) dan sebagainya. Defenisi ini dilanjutkan oleh Fazio & Olson (2003) bahwa karena semua penilaian terhadap objek tersebut akan menginformasikan kepada individu untuk mendekat atau menghindari dari objek tersebut, maka proses ini merupakan tugas sistem kognitif untuk menghadirkan semua evaluasi ini kedalam memori.

B. Komponen Sikap dan Pembentukannya

Satu pertanyaan kemudian muncul, “dari mana datangnya sikap?” untuk menjawab pertanyaan tersebut. Beberapa peneliti mengatakan bahwa sikap dapat dipengaruhi oleh faktor genetik sama halnya dengan tempramen dan kepribadian (Olson, dkk. 2001; Ilies & Dimotakis,TT).

Walupun komponen genetik mempengaruhi sikap. Pengalaman sosial memainkan peranan yang penting dalam membentuk sikap individu. Para ahli psikologi sosial mengidentifikasi 3 komponen sikap yang biasa disebut oleh para ahli dengan istilah komponen A,B,C (afektif, behaviour, kognitif) (Aronson, dkk. 2007)

1. Komponen Afektif (Affective) berhubungan dengan kehidupan emosional seseorang; Terdiri Dari Reaksi Emosi Terhadap Objek Sikap;
2. Perilaku (Behavioral) berhubungan dengan kecenderungan bertingkah laku individu; Terdiri Dari Tindakan Atau Perilaku Yang Nampak Terhadap Objek Sikap.

3. Kognitif (Cognitive) berhubungan dengan belief atau keyakinan individu; Terdiri Dari Pikiran-Pikiran dan Keyakinan-Keyakinan terhadap objek Sikap.

Berdasarkan ketiga komponen di atas terbentuklah sikap seseorang. Walaupun sikap terdiri dari 3 komponen, namun sikap mungkin lebih didasari oleh salah satu dari komponen tersebut. Sehingga terdapat 3 jenis sikap, yaitu:

1. *Affectively based attitudes*

Sikap yang didasarkan pada perasaan dan nilai-nilai seseorang daripada keyakinannya mengenai sifat-sifat objek sikap. Terbentuknya melalui 3 kemungkinan:

- a. Nilai-nilai (misalnya: keyakinan moral atau agama). Seseorang akan lebih mendahulukan hatinya dari pada pemikirannya ketika menyikapi sesuatu yang berhubungan dengan keyakinan moral dan agama. Misalnya dalam memilih seorang presiden atau wakil rakyat akan lebih didasarkan kepada keyakinan tentang kandidat tersebut (Abelson dkk., 1982; Westen, 2007)
- b. Reaksi atas pengindraan (misalnya: merasakan enakness rasa coklat sehingga senang coklat) (Hofmann, dkk., 2010)
- c. Hasil pengkondisian, *classical conditioning* misalnya: ketika masih kecil sering berlibur ke rumah nenek dan selalu disajikan makanan yang gurih dan enak. Ketika suatu saat tanpa kerumah nenek memakan makanan yang gurih dan enak langsung ingat nenek dan *operant conditioning* misalnya: ketika seorang anak bersikap sesuatu terhadap suatu hal kemudian mendapatkan reward

atau hukuman. Jika reward maka anak akan cenderung mengulangi perilaku sedangkan apabila mendapatkan hukuman akan menghentikan perilaku. (dalam Aronson,dkk. 2007)

2. *Behaviorally based attitudes*

Sikap yang berdasarkan pada perilaku ini diawali dari pengamatan individu terhadap perilaku seseorang terhadap suatu objek sikap. Hal ini jarang terjadi, namun dapat terjadi seseorang kurang mengetahui bagaimana sikapnya dan baru terbentuk sikap setelah mengamati perilakunya sendiri terhadap suatu objek sikap (*self-perception theory* Daryl Bem, 1972). Misalnya: ketika bertanya pada seorang teman “kenapa dia sangat menyukai olahraga” kemudian dia menjawab “menyukai olahraga karena dapat keluar dari rutinitas pekerjaan sehari-hari”. Sikap teman tersebut dapat dikatakan sikap yang didasarkan kepada perilaku karena merupakan hasil observasi dari perilakunya bukan karena afeksi ataupun kognisinya (Aronson, dkk. 2007)

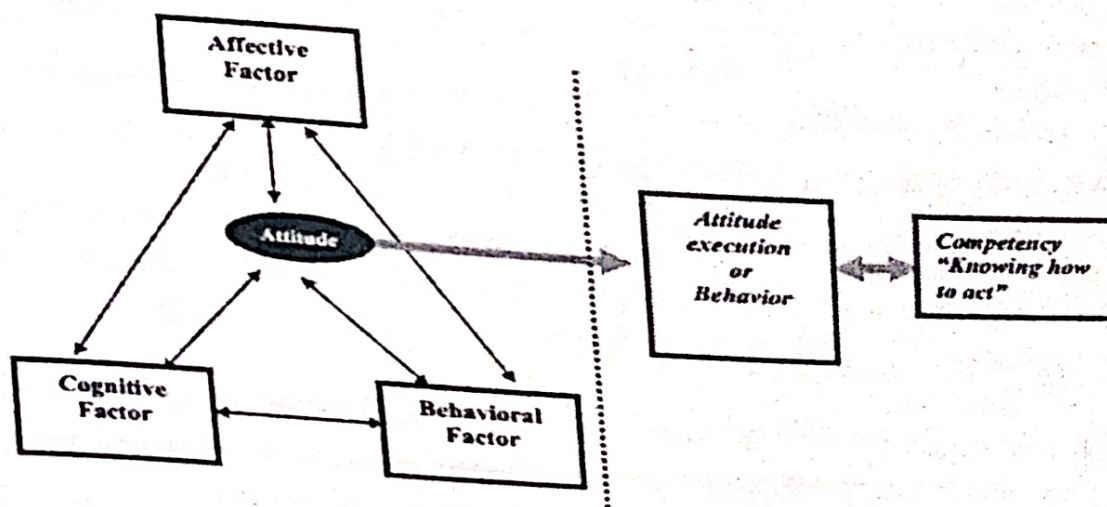
3. *Cognitively based attitudes*

Sikap terutama didasarkan pada keyakinan seseorang tentang properti-properti (fakta-fakta yang relevan) yang ada pada objek sikap. Tujuannya adalah untuk mengklasifikasikan plus/minus dari objek sikap sedemikian rupa sehingga seseorang dapat dengan cepat menyatakan apakah dirinya ingin melakukan sesuatu terhadap objek sikap tersebut. Contohnya: sikap seseorang ketika ingin membeli mesin cuci merk tertentu maka yang akan dinilai adalah plus minus dari mesin cuci merk tertentu tersebut dan harga yang akan dikeluarkan.

Bukannya melihat pada bagus atau jeleknya bentuk mesin cuci tersebut.

Jika sikap individu terhadap sesuatu telah muncul, maka sikap tersebut dapat berbeda pada dua level, yaitu level implisit dan eksplisit. Sikap eksplisit adalah sikap yang dimiliki secara sadar, dan dapat diungkapkan dengan mudah. Sementara sikap implisit adalah sikap yang tidak disengaja, tidak terkendali dan tidak disadari. Menjadi dasar dari stereotype dan prasangka yang otomatis. Sikap seseorang pada level eksplisit dapat berbeda dengan sikapnya pada level implisit. Misalnya: secara eksplisit bersikap positif terhadap ras lain, namun secara implisit bersikap negatif.

Ketiga komponen atau faktor yang membentuk sikap dapat digambarkan seperti bagan di bawah ini.



Gambar 4.1: Faktor/ Komponen pembentuk sikap (Sabates & Capdevila, 2010)

C. Perubahan Sikap

Untuk memahami bagaimana sikap dapat berubah, hal pertama yang harus dipahami adalah fungsi dari sikap. Beberapa ahli mendefinisikan fungsi psikologis dari sikap adalah sebagai suatu cara

untuk memberikan penilaian negatif/positif terhadap suatu objek atau disebut juga sebagai fungsi sosial dalam masyarakat selain itu juga untuk mengekspresikan nilai-nilai eksternal atau *ego-defence* sehingga individu memiliki konsep diri dan nilai-nilai individu. Contohnya, individu mungkin memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek yang membantu mereka jadi dikenal individu lain, tetapi sebenarnya bukan karena objek tersebut mereka menjadi terasing ataupun dikenal. Ini yang disebut dengan fungsi penyesuaian diri sosial. Individu cenderung menyukai sesuatu yang sedang populer dimasyarakat contohnya: pakaian. Lebih jelasnya tentang fungsi dari sikap dapat dilihat pada tabel di bawah ini (Maio, G & Augoustinos, M. 2005)

Tabel 4.1: Fungsi Sikap

Function	Definition
Object appraisal/ utilitarian	Summarize the positive and negative attributes of objects in our environment.
Social adjustment	Help identify with people whom we like and dissociate from people whom we dislike.
Ego-defence/ externalization	Protect the self from internal conflict.
Value expression	Express self-concept and personal values.

Source: Selected functions from Katz (1960); Smith, Bruner and White (1956).

Lebih jauh tentang tabel di atas akan dijelaskan pada bagian akhir dari tulisan ini dalam pembahasan tentang pendekatan fungsional terhadap sikap.

Ada ahli yang berpendapat bahwa pembentukan dan perubahan sikap adalah merupakan proses persuasi (Aronson, dkk., 2007). Namun, pertama akan kita lihat pendapat yang umum tentang pembentukan dan perubahan sikap berdasarkan tiga pendekatan (Wegener & Carlston, 2005). Eagly & Chaiken (1993) menyebutkan pendekatan ini dengan model matematika. Pendekatan ini membahas sikap berdasarkan pada isi atau faktor-faktor pembentukannya yang terdiri dari 3 teori, yaitu:

a. *The expectancy-value approach*

Fishbein dkk berpendapat bahwa perubahan sikap adalah berhubungan dengan proses kognitif, namun bukan berarti kognitif menjadi penentu dari semua perubahan sikap yang terjadi pada individu. Fishbein dkk (1963) sejak tahun 1960 telah mempelajari dan menggunakan teknik label "kognisi" sebagai suatu struktur keyakinan dari sikap seseorang terhadap objek tertentu. Dalam artian yang lebih luas keseluruhan evaluasi terhadap objek adalah prediktor yang kuat bagi keyakinan terhadap struktur objek. Cnith: (Otati, Fishbein dan Middlestadt, 1988) menemukan bahwa suatu *expectancy-value index* dari keyakinan terhadap Ronald Reagan secara signifikan memprediksi sikap terhadap Ronald Reagan, sehingga membuat individu memilih Ronald Reagen dalam pemilihan presiden Amerika. Middleastadt, Fishbein dan Chan (1993) juga menemukan bahwa *expectancy-value index* dari modal keyakinan tentang merek sebuah minuman jus menjadi prediktor terhadap sikap mereka terhadap minuman jus tersebut.

Setiap keyakinan diasosiasikan dengan objek dari sikap yang sudah pasti, dan sikap semua orang terhadap suatu objek tergantung kepada nilai-nilai subjektif pada sikap terhadap objek yang memiliki

hubungan yang kuat. Walaupun seseorang dapat membentuk keyakinan yang berbeda terhadap suatu objek, hal ini tetap mengasumsikan bahwa hanya keyakinan yang telah tersimpan di dalam memori yang akan mempengaruhi sikap individu pada setiap kesempatan (Ajzen, 2001).

Pendekatan ini prinsipnya sama dengan *cognitive-affective consistency* yang dikemukakan oleh Rosenberg (dalam Fishben & Ajzen, 1975). Sikap dianggap sebagai fungsi dari munculnya nilai-nilai yang diharapkan daripada 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. Sehubungan dengan hal tersebut, maka untuk memprediksi sikap semua atribut dan nilai tersebut harus dikalikan. Contohnya: pil KB dianggap dapat mengakibatkan kegemukan. Individu yang meminum pil KB diperkirakan (harapan) akan menjadi gemuk. Kegemukan ini mengandung nilai (value) yang berbeda antara individu yang satu dengan individu yang lainnya. Menjadi gemuk adalah merupakan suatu masalah bagi wanita yang menginginkan berat badannya turun, tetapi tidak menjadi masalah bagi wanita yang ingin menambah berat badannya.

Pendekatan *expectancy-value* ini merupakan salah satu bagian dari teori *reasoned action* yang dikemukakan oleh Fishben dan Ajzen (1975). Secara kognitif, teori *expectancy* ini memberikan pengaruh pada sikap atau keyakinan individu. Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman logik yang jelas tentang objek sikap akan mempengaruhi perubahan keyakinan pada individu. (Ramdhani, 2007)

b. *Information-integration*

Anderson (1971) (dalam Eagly & Chaiken, 1993) berpendapat bahwa terjadinya perubahan sikap adalah dengan cara individu menggabungkan bagian-bagian penting dari informasi dengan kepentingan individu sehingga akan tercapai penilaian (evaluasi) terhadap objek secara keseluruhan. Sikap dan keyakinan individu terbentuk dari informasi baru yang didapatkan, kemudian diinterpretasikan dengan keyakinan sebelumnya yang telah dimiliki individu. Operasi matematika yang sangat penting dalam teori ini adalah *valuation* dan *integration* (Eagly, 1993). *Valuation* ditunjukkan oleh dua aspek dari informasi tersebut yaitu nilai skala dan nilai bobot. Nilai skala dari suatu informasi berhubungan dengan letak informasi dalam konteks dan relevansinya, sementara nilai bobot berhubungan dengan arti penting dari informasi tersebut. *Integration* adalah suatu proses operasi matematika dalam menggabungkan berbagai informasi yang ada.

c. *Probabilogical Model*

Model ini pertama kali dikemukakan oleh William Mc Guire yang kemudian dilanjutkan oleh Robert Wyer (dalam Eagly & Chaiken, 1993). Pada model ini sikap individu diyakini ditentukan oleh keyakinan yang sudah dimilikinya. Sudah banyak ahli yang berpendapat bahwa sikap dan keyakinan adalah berhubungan dengan aturan formal logika dan probabilitas. Contoh: individu sangat menghargai olah raga. Olah raga dapat membuat umur panjang. hal ini dapat diartikan bahwa dengan berolahraga akan menjadikan hidup lebih baik, lebih berharga dan lebih umur panjang. (Eagly & Chaiken, 1998; Mc Guire, 1960; Wyer, 1974). Pendekatan ini juga dapat digunakan untuk persuasi berbasis pesan (Eagly & Chaiken, 1998; Mc

Guire, 1960) setiap argumen dalam pesan persuasif dapat dilihat sebagai silogisme yang akan mendukung kesimpulan.

(Kruglanski & Thompson, 1999a; Kruglanski, Thompson, & Spiegel, 1999) mencirikan semua perubahan sikap sebagai manifestasi dari penalaran "jika-maka". Selain itu juga sebagai struktur hal tersebut memiliki harapan-nilai (yaitu, "jika sebuah objek memiliki atribut positif dan tidak memiliki atribut negatif maka objek tersebut adalah baik).

Wyer (1974) mengemukakan hubungan matematis antara penerapan hukuman mati bagi penyelundupan obat dengan menurunnya penyalahgunaan obat di Amerika Serikat dalam 10 tahun terakhir. Model probabilistic dikenal rumus matematis untuk keyakinan terhadap kesimpulan, adalah sebagai berikut:

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

Keterangan: $p(AC)$ adalah kemungkinan bahwa C terjadi bila A dilakukan dan $p(A'C)$ adalah kemungkinan bahwa C terjadi bila A tidak dilakukan. (dalam Ramdhani, 2007)

Untuk lebih jelasnya tentang proses perubahan sikap akan lebih baik jika dilihat dari sudut pandang psikologi. Dimana seperti yang telah disebutkan di atas bahwa sikap terbentuk dari 3 komponen yaitu afektif, perilaku dan kognitif (Eagly & Chaiken., 1993) berikut akan dijelaskan proses yang terjadi pada ketiga komponen psikologis tersebut.

1. Proses kognitif dalam pembentukan sikap

Berdasarkan proses ini pembentukan dan perubahan sikap dianggap sebagai proses persuasif. Dalam proses ini, pesan yang

dilain
son, &
ifestasi
ur hal
emiliki
ersebut
antara
engan
tahun
untuk

berhubungan dengan objek sikap akan disampaikan kepada individu, supaya individu bersedia untuk menyetujui pesan atau ide yang ada pada pesan tersebut. Beberapa proses persuasive tersebut antara lain:

1.1 Pemahaman terhadap argumentasi persuasif.

Pendapat lain tentang perubahan sikap adalah mengatakan bahwa perubahan sikap merupakan proses persuasif. Konsep ini pertama kali dikemukakan oleh Hovland, dkk (1953) (dalam Heesacker, dkk., 1983; Greenwald, 1968) tentang fase-fase pemrosesan informasi, bahwa suatu objek yang memiliki kredibilitas atau lebih unggul dari pada yang lain akan meningkatkan penerimaan individu terhadap objek tersebut dan juga dikatakan bahwa mekanisme kunci dari perubahan sikap adalah isi dari pesan persuasive yang disampaikan (Cooper & Visser, 2007; Maio, G & Augoustinos, M. 2005).

Salah seorang tokoh dalam psikologi yang mengkaji tentang persuasi adalah Robert Cialdini, dalam bukunya "*Psychology of Persuasion*" ia menyebutkan bahwa ada beberapa aspek dalam proses persuasi. Yaitu: (1) *reciprocity*, konsep ini menerangkan bahwa individu dalam berperilaku selalu didasarkan oleh asas timbal balik. Selalu ada harapan lain dibalik perilaku yang telah dilakukan. (2) *commitment dan consistency*, ketika individu sudah berkomitmen terhadap sesuatu yang dianggap benar maka akan semakin besar kemungkinan individu akan mempertahankan dan menjaga komitmen tersebut, (3) *Sosial proff*, konsep ini memperkuat pendapatnya teori medan Kurt Lewin, bahwa lingkungan sosial akan mempengaruhi perilaku individu, (4) *Authority*, otoritas merupakan kunci persuasi agar suatu komunikasi akan berjalan dengan baik. Individu cenderung akan lebih mematuhi perintah dari orang yang memiliki otoritas yang

tinggi, (5) *Liking*, individu cenderung akan lebih mudah menerima persuasi dengan orang lain ketika mereka menyukai orang yang memberikan persuasi tersebut, (6) *Scarcity*, dipahami sebagai kelangkaan, sesuatu yang diberikan persuasi bahwa sesuatu tersebut adalah terbatas atau langka akan lebih menarik individu untuk memperhatikannya (Maulana dan Gumelar, 2013).

1.2 *Dual-Process Models*.

Selain dengan pendekatan model persuasif Hovland (1953) yang lebih menekankan kepada isi dari pesan persuasif, perubahan pada sikap dapat dilihat dari sudut pandang dual-proses model (Cooper & Visser, 2007). Dalam proses ini Lebih jauh Wegener dan Carlston (2005) mengatakan bahwa, secara terbatas pembentukan sikap dan perubahannya juga dapat dilihat dari sudut pandang unimodel sangat erat hubungannya dengan teori dual-process, yang menjadikan proses persuasi sebagai sesuatu yang dibatasi, dual-process terinspirasi dari gagasan bahwa perubahan sikap adalah terkadang relatif bijaksana dan terkadang tidak. Dual proses model ini dapat kita lihat pada *Elaboration Likelihood Model* (ELM; Petty & Cacioppo, 1986) atau *Heuristic Systematic Model* (HSM) (Chaiken, Liberman, & Eagly, 1989) karena pada model ini pengaruh konseptual pada sumber pesan yang menarik adalah sebagai proses heuristik, keseimbangan atau kondisioning klasik.

Pada dasarnya ELM dan HSM memiliki sudut pandang yang sama dalam memandang perubahan sikap dengan mempertimbangkan faktor pemediasi dari proses persuasi dan jumlah pesan yang berhubungan dengan respon kognitif. Keunggulan ELM (Petty & Cacioppo, 1986) ada pada langkah-langkah yang digunakan dalam memandang persuasi, yaitu (a) menemukan kondisi persuasi yang

diperlukan untuk menjadi mediasi pada pemikiran yang berhubungan dengan pesan. (b) adanya postulat bahwa mekanisme *peripheral alternative* dapat diterapkan terhadap persuasi apabila kondisi yang disyaratkan tidak dapat terpenuhi. Selanjutnya Petty & Cacioppo mengemukakan ada 7 postulat tentang sikap, yaitu: (1) manusia sesungguhnya mempunyai dorongan untuk menganut sikap yang benar. (2) manusia selalu ingin bersikap yang benar, 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* (sinyal *peripheral*), motivasi dan kemampuan individu, (4) variabel mempengaruhi motivasi dan kemampuan dalam memproses pesan yang dapat mempengaruhi keinginan merubah sikap, baik kearah yang 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 negative 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 dan *peripheral cues*. Salah satu faktor yang menentukan kesiapan individu dalam menerima pesan adalah kejelasan informasi yang diterima.

Sementara HSM adalah situasi proses dimana persuasi terjadi ditetapkan terlebih dahulu untuk menjamin validasi terhadap pesan yang disampaikan. Menurut Chaiken (dalam Eagly & Chaiken, 1993) pada prinsipnya penerima pesan menginginkan pesan yang akurat. Pemikiran ini berdasarkan kepada dua hal yang berlawanan,

pertama bahwa individu selalu 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. Lebih jauh Chaiken mengemukakan bahwa ada dua jenis motivasi lain yang 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.

2. Proses Afektif yang mempengaruhi Pembentukan Sikap

Watson (1930) mengemukakan bahwa perilaku manusia tidak hanya ditentukan oleh proses kognitif tetapi juga oleh factor subjektif seperti hasrat dan emosi. Beberapa teori klasik mengenai faktor emosi dalam proses pembentukan sikap antara lain *Operant dan Classical Conditioning*. Sikap dipandang sebagai predisposisi yang dapat dipelajari, adanya perasaan positif yang dialami sebagai konsekuensi dari sikap atau perilaku tertentu cenderung mendorong individu untuk mengulangi atau mempertahankan sikap atau 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 kepada orang lain untuk melakukan sesuatu terlebih dahulu dan apabila setiap kali diberi kesempatan individu tersebut mendapat perlakuan yang positif berupa ucapan

terima kasih atau senyuman dari orang lain, maka individu tersebut cenderung akan mengulangi perilaku.

Prinsip *conditioning* yang lain adalah teori Pavlov yang lebih dikenal dengan *classical* atau *respondent conditioning* juga dapat dipandang sebagai proses afektif. Berdasarkan teori ini dikemukakan bahwa individu akan bersikap positif terhadap objek yang sering disajikan bersamaan dengan stimulus positif (dalam Ramadhani, 2007).

Aronson, Wilson & Akert (2007) mengatakan bahwa emosi mempengaruhi perubahan, antara lain:

2.1 Komunikasi yang menakut-nakuti

Komunikasi yang menakut-nakuti akan efektif apabila ketakutan timbul dalam tingkat sedang, dan individu meyakini bahwa menyimak pesan dapat mengajarkan cara mengurangi ketakutan. Eksperimen Leventhal dkk (1967) menunjukkan bahwa subjek perokok mengurangi jumlah konsumsi rokoknya paling banyak setelah menonton film tentang ancaman merokok (kanker, jantung dsb) selain itu diikuti juga dengan petunjuk mengurangi konsumsi rokok. Jika hanya menonton film atau hanya mendapat petunjuk saja, maka akan kurang efektif.

2.2 Emosi sebagai jalan pintas mental

Emosi memiliki peran sebagai sinyal bagaimana individu merasakan sesuatu, sehingga emosi dapat menyebabkan perubahan sikap melalui jalan pintas mental.

a. Menurut "*Heuristic-Systematic Model of Persuasion*" (Chaiken, 1987), bila individu menanggapi persuasi dengan

proses peripheral, maka cenderung menggunakan jalan pintas (heuristic) mental.

b. "Heuristic-Systematic Model of Persuasion" adalah perubahan sikap yang terjadi melalui proses sistematis mengolah argumen atau menggunakan jalan pintas mental. Misalnya berfikir, "bahwa seorang ahli selalu benar".

2.3 *Affectively based attitudes* yang mengubah sikap melalui emosi. Komponen sikap (kognitif/ afektif dan behavior) juga menentukan efektivitas perubahan sikap. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa untuk sikap yang berbasis kognitif, perubahan sikap dapat terjadi melalui argumen (menjelaskan manfaat, dsb); bila sikap berbasis afektif, perubahan sikap terjadi melalui daya tarik emosional (menyinggung identitas sosial, dsb).

3. Pengaruh Perilaku terhadap pembentukan Sikap

Walaupun sebagian besar teori mengemukakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku, namun Eagly & Chaiken (1993) 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 yang diembannya. Apabila perilaku tersebut mendapatkan *sosial reinforcement*, maka individu akan merasa nyaman dan cenderung mengulangi perilaku yang sama pada saat menghadapi kondisi yang relatif sama. Beberapa teori berikut digunakan untuk member gambaran mengenai dampak perilaku terhadap sikap.

a. *Role playing*. Metode ini banyak digunakan dalam berbagai program pengembangan SDM. Pengalaman individu pada saat memainkan perannya memberikan tidak hanya pengalaman berperilaku tetapi pengalaman emosi yang menyertai pada saat dilakukan oleh Janis & Mann (1965) terhadap wanita perokok berat, dimana subjek eksperimen diminta untuk bermain peran sebagai penderita kankerparu-paru yang sangat menderita karena rokok. Dibandingkan dengan subjek eksperimen dari kelompok mere *exposue*, subjek dari kelompok *role playing* mengalami penurunan sikap dan perilaku merokok yang lebih tinggi (dalam Ramdhani, 2007).

b. *Cognitive Dissonance*. Leon Festinger (1957) mengemukakan bahwa perubahan sikap dapat terjadi karena adanya *cognitive dissonance*. *Cognitive dissonance* adalah mengubah sikap dengan cara mengubah perilaku. Jika individu berperilaku tidak konsisten dengan sikapnya dan tidak menemukan alasan atau pembenaran eksternal atas perilakunya, maka akan terjadi *disonansi kognitif*. *Disonansi kognitif* terjadi apabila individu melakukan sesuatu yang mengancam citra (*image*) dirinya dan tidak mampu menemukan faktor situasi yang dapat dijadikan alasan kenapa perilaku tersebut dilakukan. Bila dalam kondisi *disonansi kognitif* individu tidak mampu menemukan situasi eksternal yang dapat menjadi pembenaran (*external justification*) atas tindakan tersebut, lalu individu akan berusaha mencari pembenaran dalam dirinya (*internal justification*). Caranya, individu berusaha menyatukan sikap

dan perilaku: mulai meyakini apa yang dikatakan sehingga terjadi perubahan sikap. Proses ini disebut dengan *Counterattitudinal advocacy*.

Secara umum kita ketahui bahwa pengusaha mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk iklan produk atau jasa mereka. Mengapa mereka melakukan hal tersebut? Alasannya adalah karena dengan iklan akan dapat mempengaruhi sikap dan mereka berasumsi bahwa sikap positif terhadap produk akan langsung mempengaruhi perilaku untuk membeli dengan kata lain sikap dapat untuk meramalkan perilaku konsumen untuk membeli atau tidak suatu produk atau jasa yang di iklankan.

Kenyataannya, sikap memang dapat meramalkan perilaku. Namun, hanya dalam kondisi tertentu. Faktor kuncinya adalah dengan mengetahui apakah perilaku yang diprediksi berupa perilaku spontan ataukah terencana. Bila seseorang bertindak spontan, dia tidak akan banyak berfikir tentang apa yang dilakukan. Sikap akan mempengaruhi perilaku spontan hanya apabila sikap tersebut memiliki asesabilitas yang tinggi bagi individu (Fazio, 1990, 2000; Fazio dkk, 2005; Kallgren & Wood, 1986).

Asesabilitas sikap adalah, suatu kekuatan asosiasi antara objek sikap dengan evaluasi individu terhadap objek tersebut, diukur berdasarkan kecepatan individu untuk melaporkan bagaimana perasaannya terhadap objek tersebut. Asesabilitas sikap yang tinggi lebih memungkinkan individu untuk memprediksi perilaku spontan, karena lebih memungkinkan orang untuk berfikir tentang sikapnya

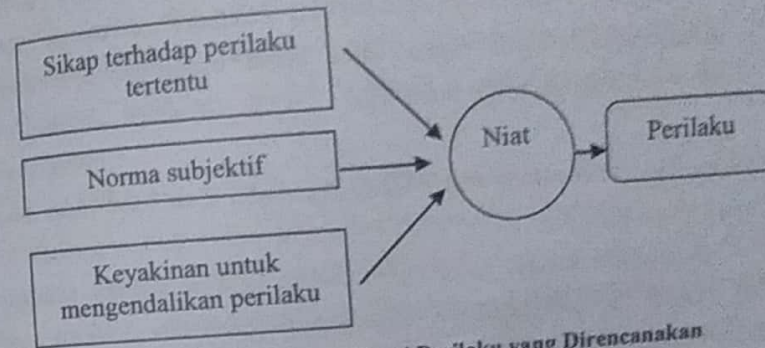
melainkan konsultatif dan direncanakan. Misalnya berfikir serius

untuk memilih sekolah, memilih pekerjaan, dan tujuan wisata. Dalam kondisi seperti ini asesabilitas sikap menjadi tidak penting. Teori perilaku yang direncanakan (*theory of planned behavior*) dari Ajzen & Fishbein (1980, 2005) menjelaskan bagaimana sikap memprediksi perilaku yang konsultatif (direncanakan).

Menurut teori perilaku yang direncanakan, jika seseorang memiliki waktu untuk merenungkan bagaimana dirinya akan bertindak/ berprilaku, maka prediktor perilakunya adalah niatnya, dan niat tersebut ditentukan oleh tiga hal, yaitu:

- a. Sikapnya terhadap perilaku tertentu
- b. Norma subjektifnya
- c. Keyakinan dirinya untuk menampilkan suatu perilaku.

Berikut ini adalah bagan teori perilaku yang direncanakan.



Gambar 4.2: Bagan Teori Perilaku yang Direncanakan

Keterangan:

- a. Sikap spesifik terhadap perilaku tertentu. Sikap yang spesifik merupakan prediktor perilaku yang lebih baik. Contoh: suatu penelitian tentang sikap terhadap KB hasilnya menunjukkan bahwa semakin spesifik pertanyaan yang dimaksud, semakin baik dalam memprediksi perilaku KB secara aktual.

b. Norma subjektif, selain sikap yang spesifik norma subjektif juga mempengaruhi niat seseorang untuk berperilaku tertentu. Norma subjektif adalah keyakinan seseorang tentang bagaimana orang-orang yang mereka sayangi menilai perilakunya (yang dipersoalkan). Contoh: meskipun Ana tidak menyukai music klasik, tetapi karena pacarnya menyukai musik klasik kemungkinan besar Ana akan menyukai musik klasik juga.

c. Keyakinan diri untuk dapat menampilkan suatu perilaku (*Perceived behavioral control*) adalah bahwa niat seseorang untuk berperilaku tertentu juga dipengaruhi oleh keyakinan dirinya bahwa ia dapat dengan mudah menampilkan perilaku tersebut. Contoh: seseorang yang merasa mudah untuk melakukan *check up* kesehatan, berhenti merokok atau mengerjakan suatu tugas, akan lebih tinggi niatnya untuk mewujudkan perilaku tersebut.

4. Proses Motivational yang Mempengaruhi Pembentukan dan Perubahan Sikap

Walaupun ketiga proses psikologis di atas berdiri sendiri-sendiri dalam hal pengaruhnya terhadap pembentukan sikap dan perubahan sikap, namun untuk proses motivasional tetap memandang bahwa ketiga proses tersebut memiliki hubungan yang saling tergantung antara satu dengan yang lainnya dalam mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap.

ELM dan HSM sebagai model terbaru dalam persuasi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh pesan persuasi terhadap motivasi dan kemampuan berfikir individu terhadap pesan-pesan atau

objek persuasi tersebut. Jika seseorang memiliki motivasi yang tinggi dan bisa memproses pesan-pesan persuasi, mereka akan memiliki argument yang kuat terhadap pesan-pesan persuasi tersebut. Tetapi jika motivasi mereka rendah atau bisa memproses pesan persuasive, mereka harus dipengaruhi oleh isyarat sederhana dalam pesan seperti daya tarik presenter atau seorang yang ahli (marketing) untuk mau menyikapi pesan tersebut (Maio, G & Augoustinos, M. 2005).

Proses-proses motivasional yang mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap dikelompokkan ke dalam faktor internal dan eksternal individu. Faktor internal misalnya dorongan (*drive*), perasaan senang dan tidak senang atau sebaliknya perasaan takut, yang menyebabkan adanya kebutuhan dari dalam diri untuk dipenuhi. Termasuk kedalam kategori motivasi internal adalah reinforcement dan konsistensi kognitif. Faktor eksternal yang mempengaruhi motivasi individu adalah pengaruh sosial (*social influence*), tuntutan public (*public compliance*) dan pendekatan fungsional.

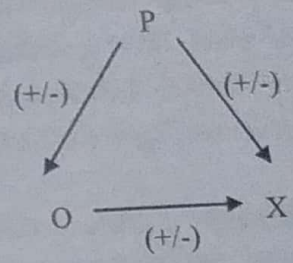
Berikut adalah penjelasan tentang faktor internal yang mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap.

1. *Reinforcement positif*. Disebut juga dengan penguat positif akan timbul ketika individu mendapatkan imbalan (reward), mengalami emosi positif dan berkurangnya tekanan (*drive reduction*). Hovland, dkk (1953) lebih senang menggunakan istilah insentif daripada reinforcement (Eagly & Chaiken, 1993), karena secara aktif dan disadari individu akan merubah sikap dan perilakunya ketika menginginkan insentif. Insentif dapat berupa financial atau benda fisik lainnya, namun dapat juga berbentuk non fisik seperti pujian, dukungan sosial dan

persetujuan dari orang lain, bahwa keyakinan atau sikap yang individu ambil adalah benar. Selanjutnya dikatakan bahwa pihak yang memberikan dukungan ini (motivator) akan sangat berperan dalam memotivasi seseorang untuk merubah sikapnya. Makin tinggi status pihak yang member dukungan, maka akan semakin besar kemungkinan seseorang akan merubah sikapnya.

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi motivasi individu untuk merubah sikapnya adalah emosi positif dan emosi negative yang dialaminya. Hartman (dalam Eagly & Chaiken, 1993) mengatakan bahwa dalam keadaan emosional individu akan sangat mudah dipengaruhi daripada pada saat berada dalam kondisi yang rasional. Hubungan antara faktor kognitif dan emosi terjadi pada saat menyampaikan informasi dapat dilihat pada contoh ketika penyampaian informasi tentang bahaya perilaku merokok yang disertai dengan visualisasi kanker paru-paru akan dapat menimbulkan emosi negatif yaitu takut, sehingga dengan mengetahui lebih jelas bahaya dari merokok, akhirnya individu akan termotivasi untuk merubah sikap dari positif menjadi negative terhadap rokok. Prinsip ini dikenal juga dengan *drive reduction* model, yaitu kecenderungan individu memenuhi kebutuhan untuk menurunkan ketegangan yang dialaminya. Emosi negatif dapat membentuk rasa takut yang muncul setelah melihat gambar paru-paru yang rusak karena kanker, mendorong individu untuk menghindari rokok dan mengikuti pesan yang disampaikan oleh ahli atau pakarnya (dokter).

2. *Teori Konsistensi Kognitif (Cognitive Consistency Theory)*, yang paling banyak dibicarakan tentang teori ini adalah teori keseimbangan dari Heider (1946). Teori Heider mengenai sikap menempatkan individu ke dalam kehidupan sosialnya. Heider mengatakan bahwa individu selalu menghendaki kondisi keseimbangan antara diri (P), orang lain (O), dan objek sikap (X). Teori ini biasanya digambarkan dalam bentuk segitiga, seperti gambar berikut.



Gambar 4.3: Teori Keseimbangan Heider

Teori keseimbangan sosial ini menjelaskan bahwa kondisi hubungan sosial yang seimbang hanya dapat dicapai apabila ketiga unsur tersebut positif (kondisi A) atau hubungan diri dengan orang lain positif, serta hubungan keduanya terhadap objek sikap negatif (kondisi B). Dalam keadaan tertentu, pola hubungan antara ketiga elemen tersebut tidak akan seimbang. Dimana O dan P bersikap saling positif, tetapi P bersikap positif terhadap X, namun O bersikap negative terhadap X. Pada prinsipnya menurut teori keseimbangan Heider ini, manusia selalu berusaha untuk menghindari ketidakseimbangan, sehingga jika terjadi ketidak

seimbangan perlu adanya perubahan sikap yang dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu salah satu pihak, misalnya individu (P) merubah sikapnya terhadap objek (X) atau sebaliknya individu (P) mengubah sikapnya terhadap orang lain (O).

3. Pendekatan Fungsional Terhadap Sikap, Pendekatan ini dikemukakan oleh Katz (1960) seorang antropolog dan sosiolog yang menggunakan pendekatan fungsional dalam memahami kenapa individu bersikap tertentu. Dalam pendekatan ini dikatakan bahwa pada level psikologis tertentu, seorang individu bersikap karena beberapa alasan, yaitu karena penyesuaian, pertahanan ego, nilai-nilai dan pengetahuan. (lihat tabel 1)

a. Sikap sebagai fungsi utilitarian. Fungsi ini berhubungan dengan prinsip manfaat dari sikap, yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian dari lingkungan. Sikap ini adalah alat untuk menjamin diperolehnya perasaan nyaman atau menghindari ketidaknyamanan.

b. Sikap sebagai fungsi pertahanan diri. Katz memberikan contoh tentang pemiihan masuk kelompok minoritas yang dilakukan oleh seseorang yang merasa inferior. Dengan masuk ke dalam kelompok minoritas individu merasa dirinya lebih eksis. Fungsi ini merupakan adopsi dari teori psikoanalisis Freud tentang mekanisme pertahanan ego yang menjelaskan bahwa individu memilih untuk melakukan perilaku tertentu yang digunakan untuk menutupi kelemahan yang ada pada dirinya. Kelemahan

dari fungsi ini adalah hanya menitikberatkan pada pengurangan ketidaknyamanan saja sehingga seringkali pemilihan sikap sekedar untuk memperkuat pertahanan diri saja tetapi tidak merubah individu secara keseluruhan. c. Sikap berfungsi 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 dianutnya.

d. 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Abelson, Robert P; Kinder, Donald R; Peters, Mark D.; Fiske, Susan T. (1982). Affective and Semantic Components in Political Person Perception. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol 42(4). 619-630. Doi.org/10.1037/0022-3514.42.4.619

- Ajzen, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review Psychology*, 52: 27-58.
- Aronson E, Wilson T.D., & Akert, R.M. (2007). *Sosial Psychology*. Singapore: Pearson Prentice Hall.
- Cooper, J & Visser, P.S. (2007). Attitude Change. *The Sage Handbook of Sosial Psychology: Concise Student Edition*. London. Sage Publications Ltd. 197-219. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781848608221.n9>
- Eagly, A.H. dan Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*, Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- 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
- Fritz, R. (2008). *The Power of a Positive Attitude: Discovering the Key to Success*. Amacom: New York
- Greenwald, A.G. (1968). *Cognitive learning, Cognitive Response to Persuasion, and Attitude Change*. Reprint from Psychological Foundations of Attitudes. Academic Press Inc., New York.
- Heesacker, M, Petty, R.E & Cacioppo, T.J. (1983). Field dependence and attitude change: Source credibility can alter persuasion by affecting message-relevant thinking. *Journal of Personality*, 51:4. 653-666

- Hovland, C.I., & Weiss, W. (1951). "The influence of source credibility on communication effectiveness, dalam *Public Opinions Quarterly*, no. 15, hal. 635-650.
- Ilies, R & Dimotakis, N. (tanpa tahun). Genetic Influences on Attitudes, Behaviors, and Emotions in Workplace. Online publishing by University of Chicago Press
- Katz, D. (1960). "The Functional Approach to the Study of Attitudes," *Public Opinion Quarterly*, 24, pp. 163-204.
- McGuire. (1960). "Cognitive consistency and attitude change", dalam *Journal of Abnormal and Sosial Psychology*, no. 60, 345-353.
- Maio, G & Augoustinos, M. (2005). Attitudes, Attribution and Sosial Cognition. Dalam *Psychology*. Edited by Hewstone, M., Fincham, F.D & Foster, J. Blackwell Publishing. <http://www.blackwellpublishing.com/intropsych/about.html>
- Maulana, H dan Gumelar, G. (2013). *Psikologi dan Komunikasi Persuasi*. Akademia Permata: Jakarta
- Olson, J. M., Vernon, P. A., Harris, J. A., & Jang, K. L. (2001). The heritability of attitudes: A study of twins. *Journal of Personality and Sosial Psychology*, 80(6), 845-860.
- Petty, R.E & Cacioppo, J.T. (1986). *Communication and Persuasion Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer: New York
- Ramdhani, N. (2007). Sikap dan Penggunaan IT. Diunduh melalui <http://neila.staff.ugm.ac.id/wordpress/wp-content/uploads/2009/09/bab2a1-attitude.pdf>
- Sabates, L.A & Capdevia, J.M. (2010). Contributions from Attitude Change Theory on The Conceptual Relation between Attitudes

and Competencies. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. 8(3). 1283-1302. ISSN:1696-2095

Sarwono, S. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Rajawali Press: Jakarta

Sears, D.O., Freedman, J.L., & Peplau, L.A. (1999). *Psikologi Sosial*. Terj. Edisi kelima. Erlangga: Jakarta

Wegener . D.T & Carlston. D.E. (2005). *Cognitive Processes in Attitude Formation and Change*. Dalam *The Handbook of Attitudes*. Edited by Albarracin D, Johnson, B.T & Zanna. M.P. London: Lawrence Erlbaum Associated Publishers.

Westen, D. (2007). *The political brain: The role of emotion in deciding the fate of the nation*. New York: Public Affairs Books.