

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Program

1. Pengertian Manajemen Program

Menurut Oemar Hamalik dalam kutipan Riduan mengatakan bahwa manajemen program merupakan penerapan dari pengertian dan prinsip-prinsip manajemen umum yang berasal dari kata kerja “*to manage*” yang berarti mengatur.¹⁴ Menurut Yodi Mahendradhata, mendefinisikan manajemen program sebagai penerapan pengetahuan, keterampilan, metode, instrumen dan teknik tertentu untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam pelaksanaan program. Manajemen program juga berfungsi untuk menentukan pendekatan pengelolaan yang optimal serta berfokus pada keterkaitan antar berbagai aktivitas dalam program tersebut.¹⁵

Program yang dikaitkan manajemen dapat dipahami bahwa manajemen program adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan mengelola sumber daya dalam suatu kegiatan yang telah ditetapkan oleh lembaga untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut para ahli yang dirangkum oleh Ridwan,, manajemen program merupakan upaya dalam mengelola dan mengoordinasikan seluruh aspek program yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan penilaian dari

¹⁴ Muhammad Riduan, Mustolah Maufur, dan Omon Abdurakhman, “Manajemen Program Tahfidzhl Al-Qur’an pada Pondok Pesantren Modern,” *Jurnal Ta’dibi* 5, no. 1 (2016): 5.

¹⁵ Yodi Mahendradhata dkk., *Manajemen Program Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2022),2.

sekelompok tenaga pendidik untuk mencapai tujuan dan manfaat program yang efektif dan efisien. Penerapan manajemen dalam program dapat memberikan manfaat diantaranya: 1) dapat mengatasi kendala yang terjadi dalam program 2) dapat menyesuaikan arah tujuan dan sasaran dengan strategi yang dibuat dan 3) dapat mengubah manajemen dalam struktur kelola dan membantu menyelesaikan masalah.

Dikutip dari Sudjana, Y. Suryana menjelaskan manajemen program Adalah usaha penerapan fungsi-fungsi manajemen yang baik dalam mengelola setiap kegiatan yang berkaitan dengan pendidikan maupun satuan ataupun jenis pendidikan. Dapat dipahami bahwa manajemen program merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian sumber daya manusia dan sumber daya lainnya didalam pelaksanaan melalui pembagian tugas dalam waktu yang relatif lama dalam sebuah lembaga yang melibatkan sekelompok orang. Manajemen program adalah sebuah proses yang melingkupi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang tujuannya agar terlaksananya program-program yang telah disusun dalam sekolah. Pemahaman diatas berkaitan dengan manajemen program yang dikutip oleh A. Hamid menurut Suharsimi Arikunto, bahwa manajemen program adalah suatu kegiatan merencanakan, mengorganisir, melaksanakan dan mengawasi seluruh sumber daya dengan jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang ingin diwujudkan.¹⁶

¹⁶ Abdul Hamid, "Manajemen program ADP (Amil Development Program)" (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013).

Menurut H. Kerzner manajemen program adalah kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengendalikan sumber daya lembaga untuk mencapai sasaran jangka pendek yang telah ditentukan.¹⁷ Adapun tahapan dalam manajemen program adalah:

- a. Tahap Identifikasi (inisiasi yaitu tahap memilih/seleksi program)
- b. Desain (Perencanaan, pendanaan, penganggaran)
- c. Implementasi/Pelaksanaan (organisasi, penjadwalan, mobilisasi sumber daya.
- d. Evaluasi: Monitoring/pengendalian
- e. Audit Program
- f. Terminasi: Penutupan program¹⁸

Dapat diuraikan bahwa proses manajemen program dimulai dari kegiatan perencanaan hingga pengendalian yang didasarkan atas input-input seperti tujuan dan sasaran program, informasi dan data yang benar dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

B. Program Bilingual

1. Pengertian Bilingual

Bilingualisme berasal dari bahasa Inggris *bilingualism* yang berarti kedwibahasaan yaitu penggunaan dua bahasa. Secara sosiolinguistik bilingualism diartikan sebagai penggunaan dua bahasa oleh seorang penutur dalam pergaulannya dengan orang lain secara bergantian.¹⁹

¹⁷ Iman Soeharto, *Manajemen Proyek dan Konseptual sampai Operasional*, Cet ke-3 (Jakarta: Erlangga, 1997). hal.24

¹⁸ Iman Soeharto, *Manajemen Proyek Industri* (Jakarta: Erlangga, 1996, hal.15).

¹⁹ Hamam Nasirudin, "Manajemen Kurikulum Bilingual Class System (BCS) Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kudus (Studi Analisis Manajemen Kurikulum)," *Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2015), hal.298.

Bilingual dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mampu atau bisa memakai dua bahasa dengan baik dan bersangkutan dengan atau mengandung dua bahasa.²⁰

Menurut Hurlock yang dikutip oleh Rismareni Pransiska dalam jurnalnya, bilingual atau dwibahasa adalah menggunakan dua bahasa. Kemampuan ini tidak hanya dalam berbicara dan menulis tetapi juga kemampuan memahami apa yang dikomunikasikan orang lain secara lisan dan tertulis. Anak yang memiliki kemampuan dwibahasa memahami bahasa asing dengan baik seperti halnya pemahaman anak terhadap bahasa ibunya.²¹

Bilingual adalah mampu atau bisa memakai dua bahasa dengan baik. Secara umum bilingual dapat diartikan sebagai penggunaan dua bahasa oleh seorang penutur dalam pergaulannya sehari-hari dengan orang lain secara bergantian. Contoh bahasa yang digunakan adalah bahasa Arab dan bahasa Inggris, seorang dikatakan bilinguals atau mampu menggunakan dua bahasa yang baik menguasai dua bahasa dengan kemampuan yang sama.²²

Istilah *bilingualisme* dalam bahasa Indonesia disebut juga *kedwibahasaan*. Dari istilah secara harfiah sudah dapat dipahami apa yang dimaksud dengan *bilingualisme* itu, yaitu berkenaan dengan penggunaan dua bahasa atau dua kode bahasa. Secara *sosiolinguistik* secara umum,

²⁰ Tim penyusun *Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan bahasa*, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi 2 (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal.30.

²¹ Rismareni Pransiska, "Kajian Program Bilingual Terhadap Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini," *Edukasi Journal* 10, no. 2 (31 Desember 2018): 167-78, <https://doi.org/10.31603/edukasi.v10i2.2409>, hal.170.

²² Ihwan Mahmudi dan Yogi Saputra, "Evaluasi Program Bilingual Di Pondok Pesantren Darunnajah 2 Cipinang Bogor, (Jurnal At Ta`dib, Vol 13 No 2, 2018), 64-65," *Jurnal At Ta`dib* 13, no. 2 (2018), hal.64-65.

bilingualism diartikan sebagai penggunaan dua bahasa atau lebih seseorang penutur dalam pergaulannya dengan orang lain secara bergantian. Untuk dapat menggunakan dua bahasa tentunya seseorang harus menguasai dua bahasa itu Pertama, bahasa itu sendiri atau bahasa pertamanya dan bahasa yang kedua. Orang yang menggunakan bahasa berdua tersebut disebut orang yang bilingual (kedwibahasaan) sedangkan kemampuan untuk menggunakan dua bahasa disebut bilingualitas.²³

2. Tujuan Program Bilingual

Terkait dengan program bilingual, setidaknya terdapat empat tujuan penerapan program bilingual antara lain: Proses pengayaan (*enrichment process*) bahasa, asimilasi budaya dan pengetahuan, isolasi (*segretion*), dan pemertahanan bahasa.²⁴

Menurut Aryana yang dikutip oleh Tri Sartika mengatakan bahwa tujuan yang ingin dicapai dengan pembelajaran bilingual adalah: 1) Pemerolehan peningkatan penguasaan materi pelajaran 2) Peningkatan kemampuan berbahasa Inggris baik penggunaan ilmiah maupun non-ilmiah 3) Mampu menjangkau pengetahuan ilmiah berbagai media internasional, serta 4) Mampu berkomunikasi antar siswa baik dari dalam maupun luar negeri sehingga mampu direalisasikan pertukaran pelajar.²⁵

²³ Ratna Dewi Kartikasari, "Penggunaan Bilingualisme Pada Masyarakat Yang Berwirausaha," 2019, hal.51.

²⁴ Tri Angga Dewi, "Implementasi Kelas Bilingual," *Jurnal Kebijakan Pendidikan*, edisi 2, 2 (2016), hal.163-165.

²⁵ Tri Sartika, "Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris Sebagai Pengantar Pembelajaran Di Indonesia" (Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2019), hal.2.

3. Manfaat Program Bilingual

- a. Penggunaan bilingual dapat mengembangkan kemampuan komunikasi sehingga dapat berkomunikasi dengan menggunakan dua bahasa yang dipelajari atau bahasa yang biasa digunakan oleh orang dilingkungannya.
- b. Penggunaan bilingual membantu seseorang mengenal budaya asing, karena setiap bahasa berjalan dengan sistem perilaku dan budaya yang berbeda. Dengan mengenal bahasa, seseorang dapat mengenal budaya dari bahasa tersebut, juga menumbuhkan sikap toleransi terhadap orang lain yang memiliki budaya berbeda.
- c. Penggunaan bilingual mengembangkan kemampuan berpikir seseorang menjadi kreatif dan memiliki dua atau lebih kata-kata untuk setiap obyek dan ide, juga membuat seseorang lebih hati-hati dalam berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda bahasa.
- d. Penggunaan bilingual dapat menumbuhkan dan menaikkan rasa percaya diri pada seseorang, karena dengan menguasai dua bahasa seseorang lebih berani untuk berkomunikasi dan tetap merasa aman dalam lingkungan yang menggunakan dua bahasa yang dipahami olehnya.
- e. Penggunaan bilingual akan memudahkan seseorang mempelajari bahasa yang ketiga, ketika orang itu sudah menguasai dua bahasa.²⁶

²⁶ Dyah Ayu Pramesti, *Peranan Dwibahasa Pada Perkembangan Ilmu Pengetahuan* (Universitas Sebelas Maret: Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, 2019), hal.9.

4. Strategi Pembelajaran Bahasa dalam Bilingual

Ada empat strategi dasar yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi dan menetapkan spesifikasi dan kualifikasi perubahan tingkah laku dan kepribadian anak didik sebagaimana yang diharapkan.
- b. Memilih sistem pendekatan belajar mengajar berdasarkan aspirasi dan pandangan hidup masyarakat.
- c. Memilih dan menetapkan prosedur, metode, dan teknik belajar mengajar yang dianggap tepat.
- d. Menetapkan norma-norma dan batas minimal keberhasilan atau kriteria standar keberhasilan untuk dijadikan pedoman evaluasi hasil kegiatan belajar mengajar selanjutnya.²⁷

Strategi pembelajaran dapat digunakan dalam bilingual dengan menetapkan spesifikasi dan kualifikasi tingkah laku dan kepribadian peserta didik dimana dalam merencanakan program bilingual, seorang kepala sekolah mempunyai persyaratan kualifikasi siswa yang ingin masuk kelas bilingual, menetapkan pendekatan, prosedur, metode dan teknik belajar mengajar yang tepat dalam merumuskan perencanaan sehingga guru diberikan gambaran umum terkait dengan implementasi perencanaan, menetapkan batas keberhasilan siswa kelas bilingual untuk mengevaluasi perencanaan yang sudah ditetapkan.

²⁷ Muhib Abdul Wahab, *Epistemologi & Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab* (Lembaga Penelitian Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), hal.129.

Ada beberapa kesempatan yang dimiliki anak-anak bilingual yang diungkapkan oleh Singgih dalam bukunya, yaitu:

- 1) *Simultaneous bilingualism*, merujuk pada anak yang mempunyai kesempatan luas untuk mempelajari dan menggunakan kedua bahasa sejak awal.
- 2) *Receptive bilingualism*, merujuk pada anak yang mempunyai kesempatan yang luas untuk mempelajari bahasa kedua namun kesempatan penggunaannya terbatas.
- 3) *Rapid successive bilingualism*, merujuk pada anak yang mempunyai sedikit kesempatan akan bahasa kedua sebelum ia sekolah namun mempunyai banyak kesempatan untuk mempelajari dan menggunakannya di sekolah.
- 4) *Slow successive bilingualism*, merujuk pada anak yang hanya mempunyai sedikit kesempatan untuk menggunakan bahasa kedua dan motivasinya untuk menggunakan juga rendah.²⁸

Dengan banyaknya kesempatan bagi siswa untuk menggunakan bahasa kedua, maka sistem pembelajaran bilingual akan semakin efektif. Dengan berbagai kesempatan yang ada, siswa memiliki kebebasan eksploratif baik secara kognitif dan emosional dalam mempelajari dua bahasa dalam waktu yang bersamaan.

²⁸ Gunarsa Singgih, *Dari Anak sampai Usia Lanjut: Bunga Rampai Psikologi Perkembangan*, Cetakan 2 (Jakarta: Gunung Mulia, 2006), hal.94.

C. Citra Lembaga Pendidikan

1. Pengertian Citra

Citra adalah istilah yang mudah dipahami, tetapi sifat abstraknya membuat citra sulit untuk dijelaskan secara sistematis. Kolter dan Fox mendefinisikan citra sebagai jumlah gambar, kesan dan keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Rangkuti berpendapat bahwa citra merek adalah relevansi dari rangkaian merek yang terbentuk di benak konsumen.²⁹ Konsep citra sendiri bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi bentuknya dapat dirasakan melalui hasil penilaian baik dan buruk, seperti menerima reaksi positif atau negatif terutama dari masyarakat umum dan masyarakat luas pada umumnya.³⁰

Citra merupakan kesan yang dimiliki oleh sebuah organisasi secara keseluruhan dan diturunkan dari perilaku dan reputasinya. Sutojo mengatakan bahwa citra itu dikatakan sebagai pansaran atau reproduksi identitas atau bentuk individu, benda, atau organisasi. Citra merupakan persepsi umum tentang identitas perusahaan atau organisasi. Hal ini didukung dengan pengenalan bentuk visual seperti bentuk logo dan skema warna. Identitas sebuah perusahaan atau organisasi memiliki latar belakang sejarah. Hal perlu dipahami dalam terbentuknya sebuah citra organisasi adalah dengan adanya persepsi yang berkembang di benak publik terhadap realitas.³¹

²⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal.327.

³⁰ Elvinaro Adrianto, *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal.118.

³¹ Elvinaro Ardianto, *Handbook Of Public Relations* (Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2013).

Citra suatu lembaga, terutama lembaga pendidikan bisa dilihat mulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publitas baik yang visual, audio maupun audio visual. Identitas dan citra lembaga juga dalam bentuk non fisik seperti nilai-nilai dan filosofis yang dibangun, pelayanan, gaya kerja dan konunikasi internal maupun eksternal. Identitas lembaga akan memancarkan citra (*image*) kepada publik, antara lain dimata *user* (pengguna), komunitas, media, penyumbang dana, staff, dan juga pemerintah sehingga jadilah citra lembaga. Karena itu, citra lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, yaitu: a). produk/service (termasuk kualitas output, dan *customer care*) b). *Social responsibility, institution citizenship, etnical behaviour*, dan *community affair*. c). *Environments* (ruang kantor, ruang informasi, laborat, dan sebagainya). d). *Communication*, (iklan, *publishing, personal communication*, brosur, dan program-program identitas lembaga).³²

Citra adalah sebuah keyakinan, *attitude*, ide atau kesan mendalam yang dimiliki oleh seorang terhadap suatu objek. Sikap dan tindakan seseorang disini sangat dipengaruhi oleh objek tersebut. Dari sini dapat dikatakan bahwa keyakinan atau kepercayaan seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku maupun respon dari masyarakat. Dengan membangun kepercayaan masyarakat kepada suatu lembaga pendidikan diawal maka akan melahirkan citra positif bagi sekolah, dan

³² Lingga Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasi di Indonesia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000). Hal.213.

masyarakat akan ikut mengembangkan lembaga pendidikan menjadi lembaga yang luar biasa dan berkembang pesat. Upaya yang dilakukan SDIT Al Azhar adalah dengan merealisasikan program bilingual dalam peningkatan citra lembaga pendidikan di sekolah tersebut.

2. Jenis-jenis Citra

Frank Jefkins menjelaskan ada beberapa jenis citra, sebagai berikut:³³

a. Citra Cermin (*mirror image*)

Citra cermin biasanya melekat pada lembaga yang pimpinannya selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Dengan kata lain, citra cermin adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai padangan luar terhadap organisainya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sebuah ilusi, disebabkan oleh karena kurangnya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh organisasi mengenai pendapat atau pandangan dari pihak-pihak luar. Situasi yang biasa dialami dalam citra ini adalah munculnya fantasi atau bayangan bahwa semua orang menyukai organisasi ini.

b. Citra Kini (*current image*)

Citra merupakan kesan baik yang diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau organisasi atau hal lain tentang produk yang dibuat. Berdasarkan informasi yang didapat, ada kesan kurang baik dalam penerimaannya, sehingga dalam posisi ini

³³ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal.77.

pihak humas akan mendapat resiko yang bersifat permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk dan hingga muncul kesalahpahaman yang menyebabkan citra kini ditanggapi secara tidak adil atau bahkan mendapatkan kesan yang negatif.

c. Citra Keinginan (*wish image*)

Citra ini merupakan citra yang diinginkan oleh banyak pihak manajemen atau organisasi. Citra ini biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenai organisasi atau perusahaan tersebut.

d. Citra Perusahaan (*corporate image*)

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.

e. Citra Majemuk (*multiple image*)

Citra ini adalah image yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi dengan perilaku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan organisasi.

f. Citra Penampilan (*performance image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada sebjeknya, dimana kinerja atau penampilan diri para profesional pada perusahaan yang bersangkutan, misalnya seperti dalam perusahaan ada seorang karyawan yang memberikan bentuk dan kualitas dalam

pelayanannya seperti menyambut telepon, menyambut tamu harus serba menyenangkan serta selalu memberikan kesan yang baik

3. Proses Pembentukan Citra Sekolah

Dalam membentuk atau membangun citra sekolah adalah dengan melakukan semua aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat agar dapat memperoleh simpati dari masyarakat. Citra dapat diperkuat dengan menggunakan simbol yang kuat. Citra yang dipilih harus ditampilkan dalam iklan yang menyampaikan suatu cerita, suasana hati, pernyataan atau sesuatu yang jelas berbeda dengan yang lain.³⁴ Citra adalah realita. dimana apabila akan mengiklankan sebuah sekolah atau perusahaan harus didasari dengan realita, karena apabila tidak didasari dengan realita yang ada akan mengakibatkan atau menciptakan sebuah harapan yang tinggi dari apa yang sebenarnya terjadi atau kenyataannya, akibatnya konsumen akan merasa dirugikan atau bahkan mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra tersebut.

Citra sekolah dapat terbentuk oleh beberapa sebab, seperti:

1. Identitas Fisik

Sebuah sekolah secara fisik dapat dilihat dari pengenalan visual, audio, dan media komunikasi yang digunakan. Pengenalan visual itu seperti logo dan gedung madrasah. Untuk pengenalan audio itu biasanya seperti lagu yang dikhususkan untuk sekolah atau sekolah tersebut dan biasanya dinyanyikan pada saat-saat tertentu.

³⁴ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen* (Jakarta: Prenhalindo, 2000).

2. Identitas Nonfisik

Identitas ini merupakan identitas sebuah lembaga atau sekolah yang tidak dapat dilihat, seperti sejarah, filosofi, budaya yang ada di sekolah tersebut, kepercayaan dan nilai-nilai yang terkandung dalam madrasah tersebut.

3. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Citra sebuah sekolah juga dapat terbentuk oleh hasil dan mutu produk. Sebuah produk yang dirancang baik itu barang atau jasa dapat mencerminkan kualitas manajemennya. Dimana semakin baik sebuah hasil kerja yang bersamaan dengan mutu yang baik dimata masyarakat. Untuk menunjang dan menjaga mutu yang telah dihasilkan perlu adanya pelayanan yang memuaskan terhadap publik. Pelayanan ini berupa jasa kepada peserta didik dan orang tua siswa.

4. Aktivitas dan Pola Hubungan

Aktivitas dan pola hubungan dengan stakeholder internal maupun eksternal mencerminkan citra sekolah atau madrasah. Memberikan respon jujur, kepercayaan dan memperlihatkan tanggungjawab adalah sebuah keharusan.³⁵

Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto juga mengatakan ada empat komponen dalam pembentukan citra, yaitu:

- a. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain. Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan

³⁵ Syariffudin S. Gassing, *Public Relations* (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm. 159-160.

pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

- b. Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c. Motivasi yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan perilaku tertentu merupakan kecendrungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, sikap mengandung aspek *evaluative* artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah.³⁶

³⁶ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hal.16.