

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *Communic* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu hal yang mendasar dalam kehidupan manusia bahkan komunikasi telah menjadi fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat yang terintegrasi oleh informasi untuk mencapai tujuan yang sama. Sedangkan pendapat *Everett M. Rogers* mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2002: 62).

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan maksud tujuan tertentu. Pesan komunikasi terdiri atas dua aspek yaitu isi pesan (the content of the message) dan lambing (symbol). Isi pesan adalah pikiran atau perasaan, sedangkan lambing adalah bahasa. Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan selalu menyatu secara terpadu sebab secara teoritis, tidak mungkin hanya pikiran atau perasaan yang dominan, (Suryanto, 2015:14).

Definisi *Hovland* menunjukkan bahwa yang menjadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, *Hovland* mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell. Ia mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Paradigma *Lasswell* di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut :

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*)
- b. Pesan (*Message*)
- c. Media (*channel, media*)
- d. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
- e. Efek (*effect, impact, influence*)

Berdasarkan paradigma *Lasswell* tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala komunikasi. Tidak hanya dengan pendekatan secara ontologis (apa itu komunikasi), tetapi juga secara

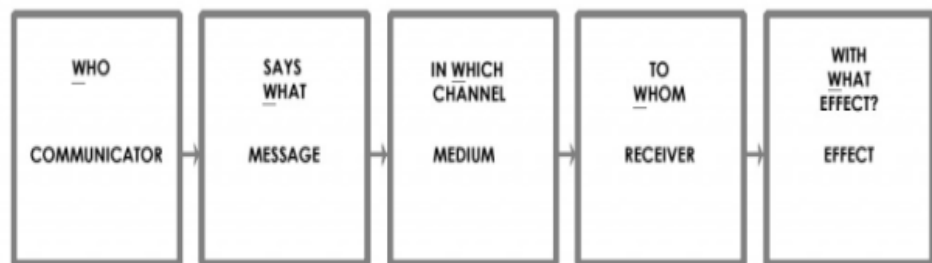
aksiologis (bagaimana berlangsungnya komunikasi yang efektif) dan secara epistemologi (untuk apa komunikasi itu dilaksanakan).

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut *Harold D. Laswell* mengatakan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? Paradigma Laswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni, (Mulyana, 2011: 69) :

- a. Sumber (*source*), sering disebut juga sebagai pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*). Sumber adalah pihak yang berinisiatif dan mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu negara.
- b. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan.
- c. Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesanya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau nonverbal.

- d. Penerima (*receiver*), sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), penyandi balik (*decoder*), atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.
- f. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.



Gambar 2.1
Model Komunikasi Harold D. Laswell

2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul di lubuk hati. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder. (Effendy, 2007: 11) :

- a. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Lambang ini umumnya bahasa lisan (lisan maupun tulisan) tetapi dalam situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dapat digunakan dapat berupa gerak tubuh, gambar, warna, dan sebagainya atau dikenal sebagai pesan nonverbal.
- b. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses menyampaikan pesan oleh seseorang, kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana perantara sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Proses ini termasuk sambungan dari proses primer untuk menembus atau “mengakali” keterbatasan manusia dalam menjangkau dimensi ruang dan waktu. Dalam prosesnya komunikasi sekunder ini akan semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang akan ditopang oleh teknologi-teknologi lainnya.

2.1.4 Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Fungsi komunikasi dipandang dari arti luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan akan tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Adapun fungsi dari kegiatan komunikasi, dibagi atas 4 fungsi utama, (Effendy 2003:55) :

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*) di sini komunikasi berfungsi dalam menyampaikan informasi, tidak hanya informasi tetapi juga pesan, ide, gagasan, opini maupun komentar. Sehingga masyarakat bisa mengetahui keadaan yang terjadi dimanapun.
- b. Mendidik (*to educate*) komunikasi sebagai sarana informasi mendidik, menyebarluaskan kreativitas, tidak hanya sekedar memberi hiburan, tetapi juga memberi pendidikan untuk membuka wawasan dan kesempatan memperoleh pendidikan secara luas, serta memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju dan lebih berkembang.
- c. Menghibur (*to entertain*) komunikasi juga memberikan warna dalam kehidupan kita, tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi komunikasi juga dapat sebagai sumber hiburan. Semua golongan menikmatinya sebagai alat hiburan dalam bersosialisasi. Menyampaikan informasi dapat berupa dalam gambar, bahasa, bunyi, tulisan dan lagu.

- d. Mempengaruhi (*to influence*) komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk memberi motivasi, mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca dan didengar, serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang baik dan modernisasi.

2.1.5 Dimensi-dimensi komunikasi

Menurut Arni (2007:20), dimensi komunikasi berarti suatu ukuran yang berkaitan dengan komunikasi. Terdapat 4 dimensi komunikasi dalam komunikasi internal suatu kelompok manusia (organisasi), yaitu :

1. *Downward communication*, yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:
 - a) Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (*job instruction*)
 - b) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationnale*)
 - c) Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)
 - d) Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.
2. *Upward communication*, yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

- a) Penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan.
- b) Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan.
- c) Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan.
- d) Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya. Komunikasi ke atas menjadi terlalu rumit dan menyita waktu dan mungkin hanya segelintir kecil manajer organisasi yang mengetahui bagaimana cara memperoleh informasi dari bawah.

Sharma (1979) mengemukakan 4 alasan mengapa komunikasi ke atas terlihat amat sulit:

- a. Kecenderungan bagi pegawai untuk menyembunyikan pikiran mereka
- b. Perasaan bahwa atasan mereka tidak tertarik kepada masalah yang dialami pegawai
- c. Kurangnya penghargaan bagi komunikasi ke atas yang dilakukan pegawai
- d. Perasaan bahwa atasan tidak dapat dihubungi dan tidak tanggap pada apa yang disampaikan pegawai.

3. *Horizontal communication*, yaitu komunikasi yang berlangsung di antara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah: Memperbaiki koordinasi tugas, upaya pemecahan masalah, saling berbagi informasi,

upaya pemecahan konflik, membina hubungan melalui kegiatan bersama.

4. *Interline communication*, yaitu tindak komunikasi untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional. Spesialis staf biasanya paling aktif dalam komunikasi lintas-saluran ini karena biasanya tanggung jawab mereka berhubungan dengan jabatan fungsional. Karena terdapat banyak komunikasi lintas-saluran yang dilakukan spesialis staf dan orang-orang lainnya yang perlu berhubungan dalam rantai-rantai perintah lain, diperlukan kebijakan organisasi untuk membimbing komunikasi lintas-saluran.

Adapun Hal-hal yang berhubungan dengan dimensi komunikasi yaitu seperti:

- a. Dimensi Isi

Dimensi isi ini disandikan secara verbal dan menunjukkan muatan atau isi dari komunikasi yang berlangsung. Muatan atau isi dari komunikasi tersebut adalah apa yang dikatakan dan disampaikan, atau dengan kata lain dimensi isi ini merujuk pada isi pesan. Dalam berkomunikasi, biasanya hal pertama yang menjadi isi dalam perbincangan adalah hal mengenai diri kita sendiri.

- b. Dimensi Kebisingan

Dimensi kebisingan disini berarti berbagai hal yang mengganggu proses pengiriman informasi dalam berkomunikasi seperti tinggi rendahnya suara yang terdengar dalam melakukan komunikasi.. Hal

tersebut dapat kita temukan seperti saat terjadi gangguan udara pada kawat telepon dan membuat seseorang sulit untuk mendengar apa yang diinformasikan oleh lawan bicara, sehingga membuat orang tersebut tidak dapat memahami apa yang dikatakan lawan bicaranya.

c. Dimensi Jaringan

Dimensi jaringan ini menjelaskan sejauh mana seseorang meluaskan jangkauan informasinya dalam melakukan komunikasi. Diantaranya ada komunikasi yang bergantung pada jaringan satelit. Dimensi jaringan ini disandikan secara nonverbal, menunjukkan dan mengisyaratkan bagaimana suatu proses komunikasi dan bagaimana seharusnya pesan tersebut disampaikan. Dimensi jaringan ini juga merujuk pada unsur-unsur lain seperti jenis saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut.

d. Dimensi Arah

Dimensi arah dalam komunikasi ini memiliki dua jenis, yaitu komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Komunikasi satu arah merupakan bentuk arah komunikasi dimana hanya terjadi pemberian informasi dari seseorang kepada lawan bicaranya tanpa ada pemberian informasi balik, sedangkan komunikasi dua arah merupakan komunikasi dimana seseorang memberikan informasi kepada lawan bicara dan lawan bicaranya juga memberikan informasi kepada orang tersebut, sehingga terdapat pertukaran informasi diantara keduanya.

2.2 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.2.1 Pengertian Strategi

Menurut Effendy (2013:32), strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi berasal dari kata Yunani “*strategia*” yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang, angkatan darat atau laut. *Strategia* dapat diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa. Secara umum sering dikemukakan bahwa strategi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Yang dapat dianggap berkaitan langsung dengan pengertian strategi dalam pengajaran bahasa ialah bahwa strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Hornby mengemukakan bahwa strategi adalah kiat merancang di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat

berperang angkatan darat dan laut. Hal ini tidaklah mengherankan apabila melihat kenyataan sejarah yang mengenal kata strategi, pada awalnya melalui pemahaman strategi peperangan. *O'Malley* dan Chamot mengemukakan pula bahwa strategi adalah seperangkat alat yang berguna serta aktif, yang melibatkan individu secara langsung untuk mengembangkan bahasa kedua atau bahasa asing. Strategi sering dihubungkan dengan prestasi bahasa dan kecakapan dalam menggunakan bahasa. (Iskandarwassid 2015:2).

Menurut Canggara (2003:61) dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi. Strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yaitu : “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”. Marthin – Ansone (1968) juga merumuskan “Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi / pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”

2.2.2 Pengertian Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi

media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya, untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut (terutama efek dari komunikasi) digunakan telaah model komunikasi. Beberapa ahli memberikan definisi dari strategi komunikasi yang sampai saat ini terus mengalami perkembangan. Para ahli tersebut di antaranya Onong Uchjana Effendy (1981).

Menurut Effendy (2021:5), menyatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (1981:84)”.

Menurut Effendy (1981:67), strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis.

Menurut Cangara (2003:61) dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi. Strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yaitu : “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”. Marthin – Ansone (1968) juga merumuskan “Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi / pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien."

Dalam komunikasi terdapat unsur-unsur komunikasi seperti komunikan, komunikator, media, pesan dan respon atau *feedback*. Untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif dan pesan yang diterima mudah dipahami serta dimengerti dalam berkomunikasi perlu memahami strategi komunikasi. strategi komunikasi merupakan suatu paduan dari manajemen yaitu perencanaan. Perencanaan dalam strategi komunikasi dimana komunikator menyediakan sebuah rencana dalam menyampaikan sebuah pesan yang dirancang sedemikian rupa agar komunikan dapat dengan mudah memahami maksud dan tujuan dari makna pesan yang dikirim komunikator kepada komunikan. Pada perencanaan terdapat lima tahapan yaitu :

a. Penelitian (Research)

Penelitian (*research*) dimaksudkan untuk mengetahui problematic yang dihadapi suatu lembaga. Problematik bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan tahapan organisasi dan lain sebagainya.

b. Perancangan (Plan)

Perencanaan (*Plan*) adalah tindakan yang akan diambil setelah memperoleh hasil penelitian (*diagnose*). Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi. Dengan demikian diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen) dan efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan (Excute)

Pelaksanaan (*Excute*) adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan disurat kabar, pembagian stiker kepada target sasaran, pemasangan baliho atau spanduk di jalanan dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas dilokasi yang menjadi target sasaran.

d. Pengukuran atau Evaluasi (Measure)

Pengukuran /evaluasi (*measure*) dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah daya *exposure* media yang digunakan dapat mencapai target sasaran, apakah pesan yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.

e. Pelaporan (Report)

Pelaporan (*report*) ialah tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan (proyek) untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika dalam laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya (*multi-years*). Namun jika dalam laporan itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan bahan.

2.3 Tinjauan Tentang Bimbingan Konseling Dan Karakter Positif Pada

Siswa SMA

2.3.1 Pengertian Bimbingan Konseling

Secara etimologis kata bimbingan merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris yaitu kata “ *Guidance*” berasal dari kata kerja “*to guidance*” yang mempunyai arti menunjukkan, membimbing, menuntun, ataupun membantu. Sesuai dengan istilahnya, maka secara

umum dapat diartikan sebagai suatu bantuan atau tuntunan. Ada juga yang menerjemahkan kata “*guidance*” dengan arti pertolongan. Berdasarkan arti ini, secara etimologis, bimbingan berarti bantuan, tuntunan atau pertolongan; tetapi tidak semua bantuan, tuntunan atau pertolongan berarti konteksnya bimbingan. (Nasution, 2019:1), menyatakan bahwa seorang guru yang membantu siswa menjawab soal-soal ujian bukan bentuk dari konteks bimbingan. Bantuan, tuntunan atau pertolongan yang bermakna bimbingan konteksnya sangat psikologis.

Menurut Nasution (2019:1), bimbingan merupakan usaha membantu peserta didik agar dapat sebanyak mungkin memetik manfaat dari pengalaman-pengalaman yang mereka dapatkan selama di sekolah. Sedangkan konseling merupakan pertemuan empat mata antara klien dan konselor yang berisi usaha yang lurus, unik dan humanis yang dilakukan dalam hubungan dengan masalah-masalah yang dihadapinya pada waktu yang akan datang.

Menurut Miller (1978), mengartikan bimbingan sebagai proses bantuan terhadap individu untuk mencapai pemahaman diri yang dibutuhkan untuk melakukan penyesuaian diri secara maksimum di sekolah, keluarga dan masyarakat. Disisi lain, *Stoops dan Wahlquist* (1958) mengemukakan bimbingan adalah proses bantuan yang berkesinambungan terhadap individu untuk mengembangkan kemampuan secara maksimal sehingga banyak bermanfaat bagi dirinya

dan masyarakat) dalam buku bimbingan konseling yang dikutip oleh Nasution (2019:1).

Menurut Nasution (2019:2), bimbingan adalah suatu proses bantuan pemberian bantuan yang terus menerus dan sistematis dari pembimbing kepada yang dibimbing agar tercapai kemandirian dalam pemahaman diri dan perwujudan diri, dalam mencapai tingkat perkembangan yang optimal dan penyesuaian diri dengan lingkungannya.

Dari pengertian bimbingan yang telah dikemukakan tersebut maka dapat dipahami bahwa bimbingan merupakan proses pemberian bantuan kepada seseorang atau sekelompok orang secara terus menerus dan sistematis oleh konselor kepada individu atau sekelompok individu (klien) menjadi pribadi yang mandiri. Bimbingan ini penekanannya bersifat preventif (pencegahan) artinya proses bantuan yang diberikan kepada seseorang atau sekelompok orang (klien) supaya bisa mencegah agar suatu masalah bisa diselesaikan.

2.3.2 Karakter Positif

Membahas tentang karakter, tidak terlepas dari salah satu ranah domain dalam pendidikan yakni, ranah afektif. Ranah afektif berkaitan dengan sikap dan nilai. Selain itu, ranah afektif terdiri dari 3 tingkatan, mulai dari tingkat terendah hingga tingkatan tertinggi diantaranya yaitu

(Yaumi. 2014 : 5) :

1. *Receiving attending* (menerima atau memperhatikan)
2. *Responding* (menanggapi)
3. *Valuing* (menilai dan menghargai)

Kata karakter berasal dari bahasa Yunani yang berarti "*to mark*" (menandai) dan memfokuskan pada bagaimana mengaplikasikan nilai kebaikan dalam bentuk tindakan atau tingkah laku. Oleh sebab itu, seseorang yang berperilaku tidak jujur, kejam, atau rakus dikatakan sebagai orang yang berkarakter jelek, sementara orang yang berperilaku jujur, suka menolong dikatakan sebagai orang yang berkarakter mulia. Jadi istilah karakter erat kaitannya dengan *personality* (kepribadian) seseorang. Seseorang bisa disebut orang yang berkarakter (*a person of character*) apabila perilakunya sesuai dengan kaidah moral. (Zubaedi, 2011:14).

Menurut Zubaedi (2011:10). Karakter merupakan keseluruhan disposisi kodrati dan disposisi yang telah dikuasai secara stabil yang mendefinisikan seorang individu dalam keseluruhan tata perilaku psikisnya yang menjadikannya tipikal dalam cara berpikir dan bertindak. Adapun, Karakter adalah keseluruhan nilai-nilai, pemikiran, perkataan, dan perilaku atau perbuatan yang telah membentuk diri seseorang. Dengan demikian, karakter dapat disebut sebagai jati diri seseorang yang telah terbentuk dalam proses kehidupan oleh sejumlah nilai-nilai etis dimilikinya, berupa pola pikir, sikap, dan perilakunya.