

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Sosialisasi**

###### **1. Pengertian sosialisasi**

Sosialisasi adalah usaha untuk mengubah milik perseorangan menjadi milik umum. Sosialisasi dalam nyata memang tidak selamanya dapat diwujudkan, pelanggaran terhadap norma-norma kadang masih sering terjadi. Proses sosialisasi akan terus berlangsung secara terus menerus dari generasi ke generasi, dari zaman ke zaman, untuk ketertiban dalam masyarakat. Melalui sosialisasi manusia akan sadar kepada norma-norma dan mewariskannya ke generasi berikutnya. Sosialisasi juga berperan penting dalam membangun dan membentuk kepribadian seseorang.

Menurut Kurniawati (2018:7-8) ada beberapa pengertian mengenai sosialisasi diantaranya sebagai berikut:

Charlote Buchler (2018:7), mendefinisikan sosialisasi sebagai wadah untuk berproses membantu individu belajar menyesuaikan diri dan belajar bagaimana caranya hidup berkelompok dalam memberikan peran agar berfungsi dalam kelompoknya.

Bruce J. Cohen (2018:7), mendefinisikan sosialisasi sebagai sebuah proses manusia untuk mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat atau (*ways of life in society*), agar manusia dapat memperoleh dan membangun kepribadian yang memiliki kapasitas. Sehingga dapat berfungsi dengan baik sebagai individu maupun sebagai anggota kelompok.

Robert M.Z. Lawang (2018:7), mendefinisikan sosialisasi sebagai sebuah proses untuk mempelajari norma, nilai, peran dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial.

Peter Burger (2018:7), mendefinisikan sosialisasi sebagai proses untuk seorang anak menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.

Soerjono soekamto (2018:7-8), memberikan pengertian sosialisasi sebagai proses anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai masyarakat dimana ia menjadi anggota.

## 2. Tujuan Sosialisasi

Sosialisasi bertujuan untuk membentuk kepribadian dengan melalui proses mempelajari pola-pola kebudayaan. Adapun kebudayaan yang dapat dipelajari meliputi nilai-nilai, norma-norma, beserta sanksi-sanksi yang diterima bila terjadi penyimpangan. Setelah kepribadian berhasil terbentuk, maka manusia bisa dikatakan siap dalam menjalankan perannya didalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Kurniawati (2018:9-11) tujuan sosialisasi ada lima yakni:

- a. Agar setiap orang dapat hidup dengan baik di tengah-tengah masyarakatnya. Seseorang dapat hidup dengan baik di masyarakat apabila menghayati nilai dan norma dalam kehidupan.
- b. Agar setiap orang dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan harapan masyarakat. Setiap masyarakat memiliki budaya masing-masing. Budaya itu bersifat mengikat para warganya. Oleh karena itu, seseorang individu hendaknya dapat menyesuaikan diri dengan budaya itu.
- c. Agar setiap orang dapat menyadari keberadaannya dalam masyarakat. Warga masyarakat yang menyadari keberadaannya senantiasa mampu berperan aktif dan positif dalam kehidupan sehari-hari.
- d. Agar setiap orang mampu menjadi anggota masyarakat yang baik. Ciri anggota masyarakat yang baik adalah bahwa dirinya berguna. Berguna bagi dirinya sendiri maupun berguna bagi masyarakat. Dengan demikian, keberadaannya di masyarakat tidak menjadi beban atau pengganggu.
- e. Agar masyarakat tetap utuh. Keutuhan masyarakat dapat terjadi bila di antara warganya saling berinteraksi dengan baik. Interaksi itu didasari peran masing-masing tanpa menyimpang dari nilai dan norma umum yang berlaku.

### 3. Fungsi Sosialisasi

Menurut Kurniawati (2018:11) fungsi sosialisasi dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu melalui sudut pandang individu dan kepentingan masyarakat.

#### a. Individu

Dari sisi ini, sosialisasi dapat berfungsi sebagai sarana pengenalan, pengakuan, dan penyesuaian diri terhadap nilai-nilai, norma-norma, dan struktur sosial. Dengan cara begitu, seseorang menjadi warga masyarakat yang baik. Pengertian warga masyarakat yang baik adalah warga yang memenuhi harapan warga masyarakat lainnya. Dengan kata lain, dia mampu memenuhi segala kewajiban dan menerima semua haknya sebagai warga masyarakat.

#### b. Masyarakat

Dari sisi ini, sosialisasi berfungsi sebagai sarana pelestarian, penyebarluasan, dan pewarisan nilai-nilai serta norma-norma sosial. Dengan demikian, nilai dan norma tetap terpelihara dari generasi ke generasi dalam masyarakat yang bersangkutan.

### 4. Tipe-tipe Sosialisasi

Didalam bersosialisasi menurut Kurniawati (2018:15) ada dua tipe, yakni:

#### a. Formal

Sosialisasi ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah dan pendidikan militer.

#### b. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau pergaulan yang bersifat kelompok, seperti kelompok keluarga, kelompok anggota masyarakat, kelompok teman, kelompok sahabat, sesama anggota klun, dan kelompok-kelompok sosial yang ada didalam masyarakat.

### 5. Indikator Sosialisasi

Menurut Kasmir yang dikutip Isnaeni dalam skripsi Nuriana (2022:12) menuliskan indikator sebagai berikut:

#### a. Penjualan pribadi

Yaitu ukuran kinerja yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa efektif seorang penjual dalam menjual produk atau layanan kepada pelanggan secara langsung.

b. Promosi penjualan

Yaitu ukuran kinerja yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa efektif suatu kampanye promosi dalam meningkatkan penjualan produk atau layanan.

c. Publisitas

Yaitu suatu alat untuk mengukur seberapa besar perhatian atau eksposur yang diterima oleh suatu topik merek, atau organisasi di media.

## 2.1.2 Pemahaman

### 1. Pengertian Pemahaman

Pemahaman merupakan kemampuan untuk menerangkan dan menginterpretasikan sesuatu, karena seseorang telah mengerti atau paham mengenai apa yang dipelajari.

Menurut Nasution dalam Iqbal (2019:17) pemahaman adalah hasil belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri atas apa yang dibacanya atau didengarnya, memberi contoh lain dari yang dicontohkan guru menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain

Sedangkan Menurut Sudjana dalam Iqbal (2019:17) pemahaman adalah hasil belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri atas apa yang dibacanya atau didengarnya, memberi contoh lain dari yang dicontohkan guru menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.

### 2. Indikator Pemahaman

Menurut Benyamin. S Bloom dalam Iqbal (2019:18-20) menyatakan bahwa ada tujuh indikator yang dapat dikembangkan dalam tingkatan proses kognitif pemahaman  
Yaitu:

#### a. Interpretasi (*Interpreting*)

*Interpreting* (interpretasi) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk dapat menerima pengetahuan/informasi dari objek tertentu serta mampu menjelaskannya kedalam bentuk lain. Misalnya menjelaskan dari kata terhadap kata (paraphrase/menguraikan dengan katakata), gambar terhadap kata, kata terhadap gambar, angka terhadap kata, kata terhadap angka, notasi terhadap nada.

Istilah lain dari interpretasi adalah menerjemahkan, mengklarifikasikan dan menggambarkan.

b. Mencontohkan (*Exemplifying*)

*Exemplifying* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk memberikan contoh suatu konsep yang sudah dipelajari dalam proses pembelajaran. Pemberian contoh terjadi ketika seseorang memberi contoh yang spesifik dari objek yang masih umum atau prinsip. Pemberian contoh meliputi identifikasi definisi, ciri-ciri dari objek general atau prinsip.

c. Mengklasifikasikan (*Clasification*)

*Clasification* (mengklasifikasikan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada seseorang untuk mengelompokkan sesuatu yang berawal dari kegiatan seseorang yang dikenal pada suatu objek tertentu, kemudian seseorang tersebut mampu menjelaskan ciri-ciri dari konsep tersebut, dan mengelompokkan sesuatu berdasarkan ciri-ciri yang sudah ditemukan oleh seseorang tersebut. Klasifikasi meliputi bagian kegiatan mencari ciri-ciri yang relevan atau mencari sebuah pola. Klasifikasi merupakan sebuah pelengkap proses *examflying*. Bentuk alternatif dari mengklasifikasi ini adalah menggolongkan dan mengkategorikan.

d. Meringkas (*summarizing*)

*Summarizing* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mengembangkan pernyataan yang mampu menggambarkan isi informasi/tema secara keseluruhan berupa ringkasan/resume atau abstrak. Meringkas meliputi kegiatan penyusunan gambaran informasi, seperti arti pengertian dari suatu adegan dan menyimpulkan dari bentuk tersebut seperti menemukan tema. Alternatif bentuk ini adalah generalisasi atau abstrak.

e. Menyimpulkan (*Inferring*)

*Inferring* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk menemukan sebuah pola dari suatu gambaran materi yang diberikan. Aktivitas ini merupakan aktivitas lanjutan dari kegiatan membuat resume atau abstraksi dari materi tertentu dengan ciri-ciri yang relevan serta dapat hubungan yang jelas antara keduanya. Pengambilan keputusan terjadi ketika seseorang mampu mengihtisarkan suatu objek.

f. Membandingkan (*Comparing*)

*Comparing* (membandingkan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mendeteksi persamaan dan perbedaan antara dua objek atau lebih, kejadian, ide, masalah, atau situasi seperti menentukan bagaimana kejadian itu dapat terjadi dengan baik. Mencari satu persatu hubungan antara satu elemen dengan pola dalam satu obyek, peristiwa, atau ide dilain objek, peristiwa atau ide juga yang termasuk kedalam tahap membandingkan. Nama lain dari comparing adalah membedakan, menyesuaikan.

g. Menjelaskan (*Explaining*)

*Explaining* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang agar seseorang tersebut dapat mengembangkan dan menggunakan sebuah penyebab atau pengaruh dari objek yang diberikan. Nama lain dari explaining adalah menjelaskan pengembangan sebuah objek model pembelajaran. Menjelaskan terjadi ketika seseorang mampu membangun dan menggunakan model sebab akibat dalam suatu sistem. Model mungkin diperoleh dari teori formal atau mungkin dalam penelitian atau percobaan.

### **2.1.3 Minat**

#### **1. Pengertian Minat**

Minat adalah satu dorongan yang menarik perhatian individu pada suatu objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, orang dan benda. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, efektif, dan motorik. Yang menjadi sumber motivasi dalam melakukan apa yang diinginkan.

Menurut Kinnear dan Taylor dalam Ria (2020:30) minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan

#### **2. Jenis-jenis Minat**

Menurut Guilford dalam buku Nastiti dkk (2020:15-16), meliputi:

1. Minat vokasional, yang berkaitan dengan bidang-bidang pekerjaan, seperti:

- a) Minat Professional, seperti: minat di bidang keilmuan, bidang kesenian, atau bidang yang berhubungan dengan bidang kesejahteraan sosial.
  - b) Minat komersial, seperti: minat di bidang usaha (wirausaha), bidang pekerjaan yang berurusan dengan jual-beli, pekerjaan di bidang periklanan, pekerjaan yang berhubungan dengan akuntansi, atau bidang kesekretarian, dan lain-lain.
  - c) Minat di bidang yang berhubungan dengan kegiatan fisik, mekanik, kegiatan luar, dan lain-lain.
2. Minat avokasional, berupa minat untuk memperoleh ke-puasan atau melakukan aktivitas sesuai hobi, misalnya: kegiatan berpetualang, hiburan, apresiasi, atau minat pada pekerjaan yang membutuhkan ketelitian, dan lain-lain.

### 3. Klasifikasi Minat

Syahputra (2020:18) Minat diklasifikasikan menjadi empat jenis berdasarkan bentuk pengekspresian dari minat antara lain:

- a. *Manifestas interest*, minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu pada suatu kegiatan tertentu.
- b. *Expressed interest*, minat yang diekspresikan melalui verbal yang menunjukkan apakah seseorang itu menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau aktifitas.
- c. *Invertoried interest*, minat yang diungkapkan melalui inventori minat atau daftar dan kegiatan yang sama dengan pernyataan.
- d. *Tested interest*, minat yang disimpulkan dari tes pengetahuan atau keterampilan dalam suatu kegiatan.

### 4. Indikator Minat

Menurut Syahputra (2020:19) adapun indikator yang digunakan untuk mengukur minat ialah sebagai berikut:

#### a. Perasaan senang

Seseorang yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap suatu objek, maka seseorang tersebut akan terus mempelajari objek yang disenanginya. Tidak ada perasaan terpaksa pada seseorang tersebut untuk mempelajarinya.

b. Ketertarikan

Berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik pada suatu objek atau bisa berupa pengalaman efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

c. Perhatian

Perhatian merupakan konsentrasi atau aktifitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian dengan mengesampingkan yang lain daripada itu. Seseorang yang memiliki minat pada objek tertentu, dengan sendirinya akan memperhatikan objek tersebut.

d. Keterlibatan

Ketertarikan seseorang akan suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengejakkan kegiatan dari objek tersebut.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan minat cicil emas relatif tidak banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi berbeda seperti penggunaan variabel independen, lokasi penelitian, jumlah responden yang berbeda dan lain sebagainya. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan sosialisasi dan tingkat pemahaman dapat disajikan di bawah ini.

Andriani, dkk (2021) melakukan penelitian tentang Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo untuk berwakaf tunai di Baitul Maal As'adiyah Wonomulyo. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 77 responden yang berdomisili di Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi (X) berpengaruh positif terhadap Minat berwakaf tunai dengan hasil pengujian analisis regresi diperoleh nilai T hitung sebesar 4,940 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 ( $<0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat berwakaf Tunai. Dengan nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari R Square sebesar  $x 0,747$  berarti pengaruh variabel literasi terhadap minat berwakaf uang adalah 74,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

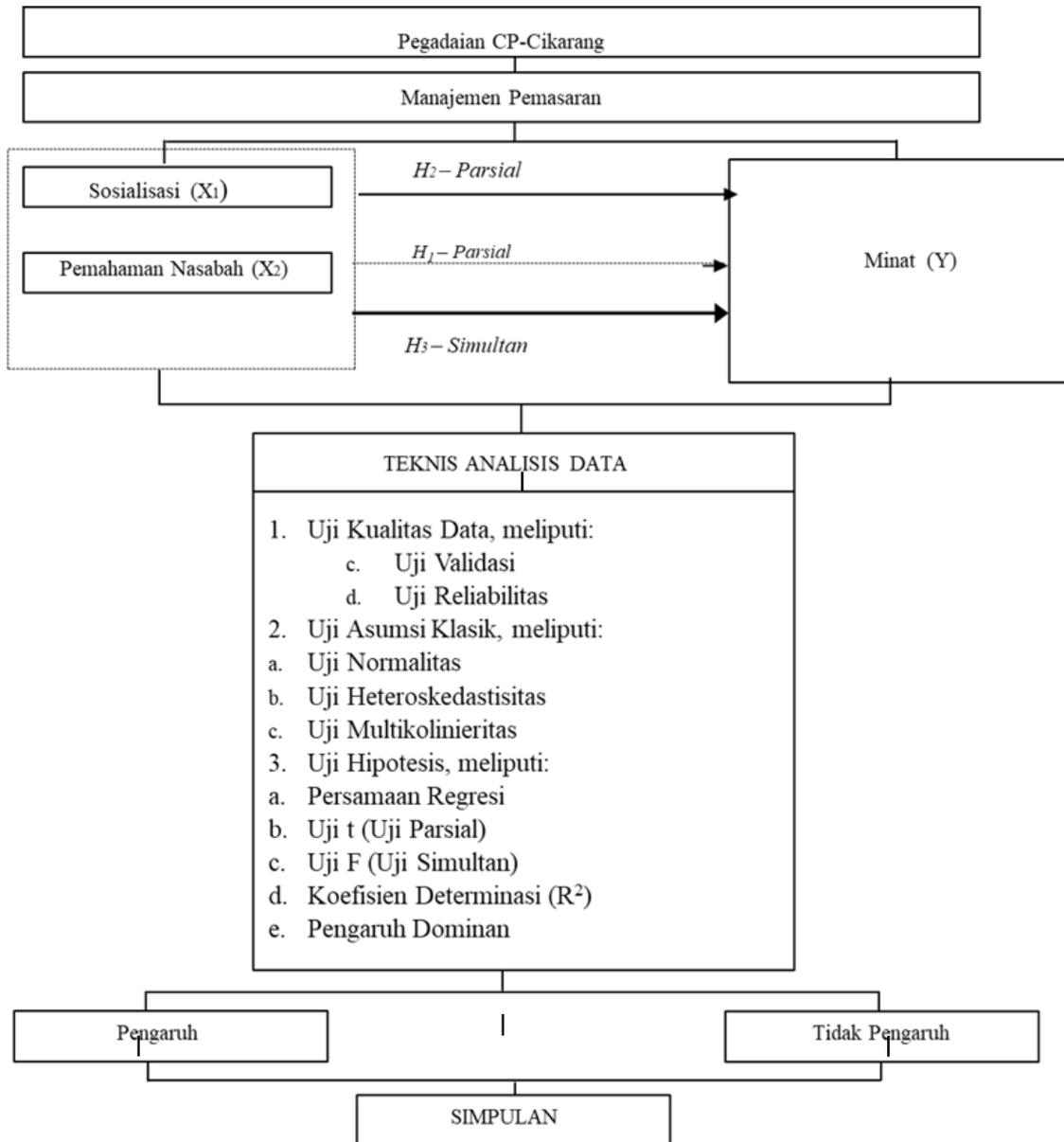
Pratiwi, dkk (2020) melakukan penelitian tentang Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Minat Penerapan E-Filling Pada Kepatuhan WPOP. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh WPOP yang efektif terdaftar di KPP Pratama Badung Selatan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dari 45.326 populasi WPOP yang masih efektif di KPP Pratama Badung Selatan pada tahun 2018 dengan teknik analisis regresi linier berganda Penelitian menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah teknik incidental sampling ditentukan dengan rumus Slovin. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, dan minat penerapan E-Filling menyebabkan pengaruh positif pada kepatuhan pelaporan WPOP di KPP Pratama Badung Selatan.

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

PENELITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Andriani, dkk (2021)	Pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat dusun termanuk desa sumberjo kecamatan wonomulyo untuk berwakaf tunai di baitul maal as'adiyah wonomulyo	Sosialisasi Minat	Analisis Regresi sederhana	1. Uji normalitas $0,60 > 0,05$ 2. Uji F, $1,255 < 3,97$ dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara Sosialisasi terhadap minat berwakaf tunai 3. Uji t, variabel sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat
Pratiwi, dkk (2020)	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus dan Minat Penerapan E-Filling pada Kepatuhan WPOP	Sosialisasi Pengetahuan Kualitas pelayanan minat	Analisis Regresi Linier Berganda	1. Pengamatan (N) nilai standar deviasi sebesar 1,7025 dan nilai standar penyimpangan 1,7025 2. Pengetahuan standar deviasi 2,0101 dan nilai standar penyimpangan data 2,0101 3. Kualitas pelayanan deviasi 4,2646 dan nilai standar penyimpangan data 2,2744 4. Minat deviasi 2,2744 dan nilai standar penyimpangan data 2,2744

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah model konseptual tentang bagaimana teori dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Di bawah ini merupakan gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.



**Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian**

Sumber: Penulis (2023)

## 2.4 Hipotesis

Sesuai dengan deskripsi teoritis serta kerangka pemikiran yang telah penulis sampaikan di atas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_i = 0$ , Berarti secara simultan sosialisasi dan pemahaman tidak berpengaruh terhadap minat cicil emas di Pegadaian CP-Cikarang.

$H_1 : \beta_i \neq 0$ , Berarti secara simultan sosialisasi dan pemahaman berpengaruh terhadap minat cicil emas di Pegadaian CP-Cikarang.

2. Hipotesis 2

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Berarti secara parsial sosialisasi tidak berpengaruh terhadap minat cicil emas di Pegadaian CP-Cikarang.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ , Berarti secara parsial sosialisasi berpengaruh terhadap minat cicil emas di Pegadaian CP-Cikarang.

3. Hipotesis 3

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Berarti secara parsial pemahaman tidak berpengaruh terhadap minat cicil emas di Pegadaian CP-Cikarang

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ , Berarti secara parsial pemahaman berpengaruh terhadap minat cicil emas di Pegadaian CP-Cikarang.