

Komunikasi Persuasif Yayasan Berkah Sauyunan dalam Mensosialisasikan Kesadaran Pendidikan pada Program Beasiswa Anak Asuh Bagi Keluarga Dhuafa

Persuasive Communication of the Berkah Sauyunan Foundation in Promoting Education Awareness in the Foster Scholarship Program for Dhuafa Families

Nurmalia Afiani Latifah¹, Abdul Fadli Kalaloi²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
nurmaliaafiani@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
fadkalaloi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kesadaran pendidikan adalah keadaan seseorang menyadari nilai upaya dari pendidikan. Kesadaran pendidikan timbul dari semua pihak yang mendorong kesadaran seperti pemerintah, kesadaran masyarakat kemakmuran, orang tua dan spritual. Masyarakat yang memiliki ekonomi lemah memiliki kesadaran pendidikan yang rendah mereka lebih memikirkan kebutuhan hidup dibandingkan dengan keperluan pendidikan. Program Beasiswa anak asuh adalah program Yayasan Berkah Sauyunan yang bertujuan memberikan kesadaran pendidikan bagi masyarakat rendah (duafa). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memahami bagaimana pendekatan komunikasi persuasif yang dilakukan yayasan untuk mensosialisasikan kesadaran pendidikan bagi anak -anak dan keluarga dhuafa, dan untuk memahami hambatan komunikasi persuasif selama melakukan sosialisasi tersebut. Dengan menggunakan metode kualitatif studi kasus dan konsep Yukl, IBQ (Influence Behavior Qestionnaire) yang menemukan tujuh teknik pendekatan yang terdiri dari *rational persuasion*, *consultation tactics*, *ingratiion tactics*, *personal appeals tactics*, *exchage tactics*, *coalition tactics* dan *legitimizing tactics*. Dan hambatan peneliti menggunakan konsep Hick dan Gullet dan menemukan hambatan dogmatisme (faktor perilaku) dan hambatan dari luar lembaga yayasan.

Kata Kunci- kesadaran pendidikan, komunikasi persuasif, masyarakat, mensosialisasikan

Abstract

Educational awareness is the state of a person realizing the value of educational efforts. Educational awareness arises from all parties that encourage awareness such as the government, community awareness of prosperity, parents and spirituality. People who have a weak economy have low educational awareness they think more about the necessities of life compared to educational needs. The Foster Child Scholarship Program is a program of the Sauyunan Blessing Foundation that aims to provide educational awareness for low-income people (dhuafa). This study aims to explain and understand how the persuasive communication approach taken by the foundation to socialize educational awareness for children and families of the poor, and to understand the obstacles of persuasive communication during the socialization. By using a qualitative case study method and Yukl's concept, IBQ (Influence Behavior Questionnaire) which found seven approach techniques consisting of rational persuasion, consultation tactics, ingratiion tactics, personal appeals tactics, exchange tactics, coalition tactics and legitimizing tactics. And the obstacles of researchers using the concepts of Hick and Gullet and found obstacles of dogmatism (behavioral factors) and obstacles from outside the foundation.

Keywords- education awareness, persuasive communication, society, socializing

I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan hal yang penting dalam menentukan masa depan dan arah hidup seseorang. Menurut Ki Hajar Dewantara pendidikan adalah suatu usaha untuk menuntut kekuatan yang melekat pada setiap anak di negara agar mereka dapat tumbuh dan berkembang sebagai manusia dan sebagai anggota masyarakat yang dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan dalam hidupnya (pgsd.upy.ac.id). Selain itu, setiap individu berhak atas

pendidikan. Setiap warga negara berhak atas pendidikan berdasarkan Pasal 31 UUD 1945, yang mengatur bahwa setiap warga negara harus mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah harus menyediakan dana untuk itu. dan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia huruf A menyatakan bahwa manusia sebagai makhluk ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang mengemban tugas mengelola dan memelihara alam semesta dengan penuh ketakwaan dan penuh tanggung jawab untuk kesejahteraan umat manusia, oleh penciptanya dianugerahi Hak Asasi untuk menjamin keberadaan hakikat dan martabat kemuliaan dirinya serta keharmonisan lingkungannya.

Namun masih banyak warga Indonesia yang tidak menjalankan pendidikan karena berbagai faktor, kesadaran pendidikan yang kurang dan ketidakmampuan dalam mengikuti pendidikan. Kesadaran pendidikan sendiri berarti keadaan ketika seseorang menyadari nilai upaya dari pendidikan dan dalam mengikuti pendidikan mereka memiliki tujuan untuk belajar. Selain itu ada pula pengertian kesadaran pendidikan dari Kementerian Departemen Pendidikan (2011) yang menjelaskan bahwa kesadaran dalam pendidikan timbul dari semua pihak yang dapat memberikan sesuatu yang positif bagi pendidikan Indonesia, seperti pemerintah, masyarakat, guru dan orang tua.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks masyarakat Indonesia, kesadaran akan nilai pendidikan akan meningkat bila adanya dukungan yang signifikan seperti, kondisi fisik, mental, spiritual dan kemakmuran. Di sisi lain, dalam menyebarkan mengenai pengetahuan tentang pentingnya nilai pendidikan diantara masyarakat yang lemah secara fisik, keadaan, spiritual dan lainnya merupakan suatu hal yang tidak mudah. Supriano, Dirgen Guru dan Tenaga Kependidikan (GTK) Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) mengatakan bahwa kurangnya pemahaman masyarakat tentang nilai pendidikan terjadi di daerah 3T, yakni tertinggal, terdepan dan terpendak (anataranews.com).

Permasalahan putus sekolah sebagaimana data diatas juga dialami di daerah kecamatan Cidadap, khususnya di kampung Sekejulung Ciumbeluit Cidadap Kabupaten Bandung. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pendiri yayasan di daerah tersebut mayoritas masyarakatnya tergolong ekonomi kecil atau dhuafa. Masyarakat di daerah tersebut mayoritas bekerja sebagai buruh kasar seperti kuli bangunan, pedagang asongan, karyawan pabrik, dan sebagian ada yang bertani. Keadaan ekonomi yang dialami masyarakat disini sedikit mempengaruhi tingkat kesadaran untuk menyekolahkan anak-anaknya kejenjang pendidikan yang lebih tinggi. Kebanyakan orang tua di daerah itu memiliki pola pikir yang lebih memetingkan urusan kebutuhan hidup mereka dibandingkan dengan mengurus kebutuhan pendidikan anak-anaknya.

Oleh sebab itu perlu adanya peran dari luar yang dapat membantu masyarakat tertinggal seperti masyarakat dhuafa dalam memenuhi hak pendidikan mereka. Berikut beberapa lembaga diluar pemerintah yang dapat mendorong kesadaran pendidikan yang pertama Komite Sekolah yaitu lembaga mandiri yang beranggotakan orangtua atau wali peserta didik, komunitas sekolah, serta tokoh masyarakat yang peduli pendidikan, Kedua terdapat Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yaitu sebuah organisasi yang didirikan oleh perorangan atau sekelompok orang secara sukarela yang memberikan pelayanan kepada masyarakat umum tanpa bertujuan memperoleh keuntungan dari kegiatannya.. Berdasarkan Undang-undang No. 16 tahun 2001 tentang yayasan, maka secara umum organisasi non pemerintah di Indonesia berbentuk yayasan (ditpsd.kemdikbud.go.id).

Pada penelitian kali ini peneliti tertarik untuk meneliti sebuah lembaga diluar pemerintah yang mendukung kesadaran pendidikan yaitu pada Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) atau Yayasan. Yayasan mempunyai peran dalam kehidupan masyarakat yaitu untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan melalui pendidikan. Selain itu adanya yayasan bertujuan untuk membantu masyarakat pada bidang sosial kemanusiaan dan keagamaan. Untuk mendukung peran dan tujuan tersebut, yayasan membuat program - program kegiatan yang sesuai dengan bidangnya masing – masing, seperti pada yayasan pendidikan, pada yayasan ini pasti perlu adanya program yang menunjang dalam membantu pencapaian hak pendidikan bagi seluruh masyarakat Indonesia dari segala kalangan. Pada bidang ini Yayasan dapat membuat program bantuan pendidikan, seperti melakukan penerimaan pengalangan dana, beasiswa, pemberian pengajaran gratis, dan sebagainya.

Dalam melaksanakan aktivitas sosialisasi ini yayasan memerlukan teknik komunikasi yang berperan untuk mempengaruhi anak - anak serta keluarga agar termotivasi untuk ikut program beasiswa anak asuh yang terdapat di yayasan dan cara komunikasinya harus bisa mempengaruhi perubahan perilaku dari seseorang dalam kesadaran pendidikan. Salah satu wujud cara yang paling pas dalam penelitian ini merupakan dengan cara komunikasi persuasif. Edwin P. Bettinghaus mendefinisikan komunikasi persuasif selaku berikut: *in order be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change the behaviour through the transmissions of some message.* Mengfokuskan pada Komunikasi Persuasif merupakan aktivitas komunikasi yang mengganti pemahaman penerima pesan. Serta agar mempersuasif, komunikasi ini wajib memiliki upaya yang dilakukan oleh seorang dengan sadar untuk mengganti sikap orang lain ataupun sekelompok orang dengan mengantarkan sebagian pesan (Hendri, 2019: 66- 67).

Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti pendekatan komunikasi persuasif seperti apa yang diterapkan oleh Yayasan Berkah Sauyunan yang efektif dalam mengsosialisasikan kesadaran pendidikan bagi anak - anak dan keluarga dhuafa pada program beasiswa anak asuh di Yayasan Berkah Sauyunan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Influence Behavior Questionnaire (IBQ)* yang dikembangkan oleh Gary A. Yukl (2010) dengan mengacu pada sembilan taktik yang dapat mempengaruhi orang lain, yaitu, *rational persuasion, inspiration appeals tactics, consultation tactics, ingratiation tactics, personal appeals tactics, exchange tactics, coalition tactics, pressure tactics, legitimizing tactics* (Hendri, 2019: 282-283).

Selain adanya teknik pendekatan dalam melakukan komunikasi persuasif, dalam komunikasi persuasif juga tidak lepas dari adanya hambatan dalam melakukan kegiatan komunikasi oleh sebab itu peneliti juga akan melakukan penelitian hambatan komunikasi persuasif yang dialami oleh pihak yayasan. Dalam penelitian hambatan peneliti merujuk pada teori Herbert G. Hick dan G Ray Gullet dalam Hendri (2019:286) yang menjelaskan bahwa terdapat tiga faktor penghambat dalam komunikasi persuasif yakni *dogmatisme, stereotype*, dan pengaruh lingkungan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Persuasif Yayasan Berkah Sauyunan Dalam Mensosialisasikan Kesadaran Pendidikan pada Program Beasiswa Anak Asuh bagi Keluarga Dhuafa”**

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi

Komunikasi ataupun *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communica, communication*, ataupun yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Sebutan awal (*communis*) disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan awal dari kata -kata yang mirip, Dalam hal ini menerangkan bahwa komunikasi adalah suatu pikiran, makna, atau pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2017:46). Agar bisa menguasai definisi komunikasi secara lebih jelas dapat dilihat dari teori Harold Lasswell yang mengatakan bahwa komunikasi adalah **“Who says what in Which Channel To Whom With What Effect?”** atau siapa menataka apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?

Bersumber dari definisi diatas dapat diturunkan lima faktor dalam komunikasi yang saling berhubungan yakni pertama *pertama* sumber (*source*), atau dalam komunikasi biasa disebut dengan komunikator (*communicator*). Sumber atau komunikator adalah pihak yang berinisiatif melakukan komunikasi. *Kedua*, pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. *Ketiga*, saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. *Keempat*, penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran atau tujuan, yakni orang yang menerima pesan dari sumber, dan *Kelima*, efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut (Mulyana, 2017: 69-71).

B. Komunikasi Persuasif

Edwin P. Bettinghaus yang mendefinisikan komunikasi persuasif selaku berikut:

in order be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change the behaviour through the transmissions of some message.

Teori ini menjelaskan bahwa Komunikasi Persuasif merupakan aktivitas komunikasi yang mengganti pemahaman penerima pesan. Serta agar mempersuasif, komunikasi ini wajib memiliki upaya yang dilakukan oleh seorang dengan sadar untuk mengganti sikap orang lain ataupun sekelompok orang dengan mengantarkan sebagian pesan (Hendri, 2019: 66- 67).

Selain itu Devito (2010:387) menjelaskan komunikasi persuasif adalah suatu teknik yang dilakukan komunikator untuk mempengaruhi pikiran manusia (komunikasi) dengan cara memanfaatkan data dan fakta psikologis atau sosiologis pada komunikasi yang ingin dipengaruhi.

Dari beberapa penjelasan para ahli diatas tentang komunikasi persuasif dapat disimpulkan komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan menarik daya tarik psikologis penerima agar terjadinya perubahan sikap pada penerima pesan. Bila dikaitkan pada penelitian ini komunikasi persuasif adalah suatu teknik yang diperlukan oleh Yayasan Berkah Sauyunan dalam mensosialisasikan kesadaran pendidikan bagi anak - anak dan keluarga dhuafa pada program Beasiswa Anak Asuh

C. Sosialisasi

James W. Vander Zandern, mensefinisikan sosialisasi adalah suatu proses interaksi sosial dimana seseorang memperoleh pengetahuan, niali, sikap, dan perilaku esensial untuk berpartisipasi dengan efektif dalam masyarakat

(Damsar, 2011: 60). Dari penjelasan disimpulkan bahwa mensosialisasikan adalah sebuah proses atau usaha interaksi yang dilakukan seseorang atau lebih yang bertujuan untuk mengubah suatu hal yang awalnya milik perseorangan menjadi milik masyarakat umum.

D. Teknik dalam Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif ialah cara tertentu yang digunakan agar persuasi berjalan dengan efisien. Teknik ini ialah panduan antara perencanaan dalam aspek manajemen komunikasi untuk menggapai tujuan persuasi. Dalam komunikasi persuasif terdapat beberapa teknik yang bisa membantu dari efektivitas komunikasi persuasif. Menurut Gary A Yulk (2010) ada sembilan teknik komunikasi persuasif yang disebut Influence Behavior Questionnaire (IBQ) yang dijelaskan dalam Hendri (2019: 282-283) sebagai berikut:

1. *Rational Persuasion*, adalah teknik meyakinkan orang lain dengan memakai argument logis serta rasional. Contoh: Ketika dokter menasihati penderita perokok berat dengan menerangkan dampak buruk bagi paru paru serta hasil riset yang meyakinkan jika perokok lebih rentan mengidap penyakit kronis lain.
2. *Inspiration appeals tactics*, adalah teknik membangkitkan antusiasme sasaran. Contoh: seseorang menteri yang membawahi kementerian komunikasi serta data (kominfo) membuka peluang kepada semua komunitas IT untuk membuat proposal tentang pengembangan e - government.
3. *Consultation tactics*, adalah teknik memohon sasaran agar berpartisipasi dalam aktivitas yang diagendakan. Contoh, menteri komunikasi meminta pada seluruh anggota untuk ikut serta dalam rapat.
4. *Ingratation tactics*, adalah teknik dengan membuat sasaran merasa bahagia serta tenang, saat sebelum melakukan kegiatan persuasifnya. Contoh seorang sales yang memberikan gurauan sebelum menawarkan barang pada pelanggan.
5. *Personal appeals tactics*, adalah teknik persasif yang dilakukan oleh seseorang dengan landasan ikatan pesahabatan, pertemana ataupun ikatan personal lainnya.
6. *Exchage tactics*, teknik ini melakuakn kegiatan persasif dengan melakukan proses pertukaran uraian terhadap kesamaan hobi, serta sebagainya diantara persuader dan persuadee
7. *Coalition tactics*, adalah teknik berkoalisi serta memohon dorongan dari pihak lain untuk mempengaruhi sasaran.
8. *Pressure tactics*, taktik ini dialkukan dengan mempengaruhi sasaran dengan peringatan ataupun ancaman yang menekan. Contohnya: komandan pasukan yang mengancam, ataupun merendahkan prajuritnya yang mengulangi kesalahannya.
9. *Legitimizing tactics*, adalah teknik yang memakai peran otoritas untuk mempengaruhi sasaran. Contoh Presiden memohon seorang menteri untuk menyusun rancangan Undang -Undang.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian menggunakan kesembilan teknik yang diatas alasannya untuk mengetahui dan memastikan teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan oleh yayasan dalam mensosialisasikan kesadaran pendidikan pada program beasiswa anak asuh dan apakah terdapat teknik - teknik yang digunakan sesuai dengan teknik komunikasi tersebut.

E. Hambatan Pada Komuniksasi Persuasif

Soemirat dan Suryana dalam Hendri (2019:286) menerangkan hambatan komunikasi bisa diakibatkan oleh dua aspek yang bersifat mekanis dan aspek psikologis. Hambatan mekanis terjadi disebabkan oleh terbatasnya arus pesan pada saluran komunikasi. Kasus dalam hambatan mekanis bisa diakibatkan oleh aspek internal penerima semacam kasus salah tafsir terhadap pesan serta aspek eksternal semacam terdapatnya isu ataupun gosip tentang *persuader* ataupun isi pesan tersebut. Hambatan psikologis berasal dari hambatan internal yang umumnya terjalin pada psikologis penerima (*persuadee*) yang umumnya terjalain sebab terdapatnya kesalahan arti dari pesan yang diinformasikan. Hambatan psikologis ini bisa terjadi juga karena ketidakcocokan dalam diri partisipan (*persuadee*) dengan sumber komunikasi persuasif (*persuader*).

Herbert G. Hick dan G. Ray Gullet (1975) dalam Hendri (2019:286), menerangkan jika hambatan komunikasi bisa diakibatkan oleh sebagian faktor berikut:

1. Dogmatisme, Perilaku seseorang dalam mempertahankan komentar, perilaku, serta perilakunya ketika menerima pesan yang tidak cocok serta persepsinya bisa mengganggu posisinya.
2. Strootipe, Pendapat mengenai yang telah diyakini lebih dahulu. Strootipe bisa dimaksud pula selaku prasangka yang bersifat objektif. Apa yang dimengerti serta diyakini sulit untuk dirubah.
3. Pengaruh lingkungan, Seseorang yang memandang pesan persuasi sebatas baik ataupun kurang baik. Seseorang yang seperti ini akan mudah terpengaruh oleh orang lain yang ia sukai dan akan menolak pesan jika yang menyampaikanya kurang disukai.

Dengan demikian disimpulkan bahwa hambatan yang muncul dalam proses komunikasi persuasif dapat datang dari bagaimana cara *persuadee* memandang atau menerima pesan persuasif. *Dogmatisme, stereotype* dan pengaruh lingkaran mungkin saja muncul diantara *persuadee*. Namun, hambatan ini tidak sepenuhnya akan merusak proses komunikasi, apabila persuader memahami kondisi dan karakteristik *persuadee* dengan baik dan tepat.

Dalam penelitian ini pula akan diteliti hambatan komunikasi persuasif yang terjadi dalam melakukan kegiatan komunikasi persuasifnya di Yayasan Berkah Sauyunan dalam mensosialisasikan kesadaran pendidikan pada Program Beasiswa Anak Asuh dan sesuai dengan faktor-faktor penghambat dalam teori Herbert G Hick dan G Ray Gullet.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memakai paradigma kualitatif konstruktivisme, paradigma ini dapat menyatukan subjek serta objek dari komunikasi persuasif yang sedang diteliti. Konstruktivisme merupakan pencarian pemahaman tentang dunia tempat mereka tinggal dan bekerja, dalam paradigma ini individu mengembangkan arti subjektif dari pengalaman mereka serta digabungkan oleh arti yang diarahkan dengan objek lain.

Tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimana teknik komunikasi persuasif Yayasan Berkah Sauyunan dalam Program Beasiswa Anak Asuh dalam meningkatkan kesadaran pendidikan bagi anak - anak dan keluarga dhuafa. Dari tujuan tersebut maka secara konstruktivisme peneliti harus memahami bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Berkah Sauyunan dalam meningkatkan kesadaran pendidikan di program Beasiswa Anak Asuh.

B. Pendekatan Studi Kasus

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kualitatif studi jenis studi kasus. Menurut Muhadjir dalam Sutisna (2018:89). Menjelaskan tujuan utama dalam penelitian studi kasus adalah untuk memahami secara keseluruhan suatu kasus (yang mungkin pribadi, satuan sosial, atau masalah), masa lampau dan perkembangannya, dan menurut Arikunto tujuan dari studi kasus adalah untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam mengenai objek yang bersangkutan yang berarti bahwa studi harus berupa suatu penelitian yang eksploratif dan deskriptif.

Apabila disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa peneliti akan melakukan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, pendekatan dipilih dengan tujuan peneliti ingin memahami secara keseluruhan mengenai kasus yang terjadi pada objek penelitian serta mengembangkan pengetahuan dari kasus tersebut serta untuk memahami secara keseluruhan tentang teknik dari komunikasi persuasif Yayasan Berkah Sauyunan dalam program Beasiswa Anak Asuh yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pendidikan bagi anak – anak keluarga dhuafa. Dalam penelitian ni peneliti juga akan mengembangkan pengetahuan yang diperoleh dari penelitian tentang teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Yayasan Berkah Sauyunan secara deskriptif.

C. Unit Analisis Penelitian

Unit analisis merupakan pokok penelitian yang terdiri dari sub analisis penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif terdiri dari penyusunan dan pengorganisasian data kualitatif, data tersebut dapat berupa teks, transkrip, atau gambar untuk di analisis (Creswell, 2016:180). Unit analisis pada penelitian ini adalah bagaimana komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran pendidikan bagi anak - anak keluarga dhuafa dalam program beasiswa anak asuh di Yayasan Berkah Sauyunan. Adapun uraian unit analisis yang digunakan dalam penelitian yang diuraikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1. Unit Analisis Data

Judul	Analisis	Sub Analisis
Analisis Komunikasi Persuasif Mensosialisasikan Kesadaran Pendidikan Pada Program Beasiswa Anak Asuh Bagi Keluarga Dhuafa)	9 teknik komunikasi persuasif dengan metode <i>Influence Behavior Questionnaire (IBQ)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Rational Persuasion</i> 2. <i>Inspiration appeals tactics</i> 3. <i>Consultation tactics</i> 4. <i>Ingratation tactics</i> 5. <i>Persoanal appeals tactics</i> 6. <i>Exchage tactics</i> 7. <i>Coalition tactics</i> 8. <i>Pressure tactics</i> 9. <i>Legitizing tactics</i>
	Hambatan Komunikasi Persuasif dengan teori Herbert G. Hick G. Ray Gullet	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Dogmatisme</i> 2. <i>Stereotipe</i> 3. Pengaruh Lingkungan

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Teknik Komunikasi Persuasif

Berdasarkan analisis yang sudah di paparkan dalam penelitian ini ditemukan dari pendekatan Yayasan Berkah Sauyunan dalam mempersuasi anak - anak dan keluarga dhuafa untuk mensosialisasikan kesadaran pendidikan pada program Beasiswa Anak Asuh yang diteliti dengan teori metode komunikasi persuasif *Influence Behavior Questionnaire (IBQ)* yang dikembangkan oleh Gary A. Yukl (2010) menemukan tujuh teknik yakni *rational persuasion, consultation tactics, ingratiation tactics, personal appeals tactics, exchange tactics, coalition tactics, legitimizing tactics*.

1. *Rational Persuasion*

Dalam hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa yayasan memiliki melakukan pendekatan *rational persuasion* dengan menjelaskan terlebih dahulu mengenai tujuan dari yayasan yaitu ingin memberikan bantuan biaya pendidikan dan juga memberikan program yang bertujuan untuk membina keluarga masyarakat dhuafa untuk mereka yang ikut dalam program ini dapat merasakan pendidikan yang sama dengan orang mampu dan mereka bisa memiliki pemahaman jika ingin mengubah hidup lebih baik ya dari pendidikan (prioritas pendidikan), dan penjelasan bantuan apa saja yang diberikan seperti bantuan pada biaya anak sekolah, pemilihan sekolah dan pembinaan keluarga.

2. *Consultant Tactics*

Yayasan memberikan pendekatan *consultant tactics* dengan mengadakan agenda kegiatan yang terdiri dari kegiatan untuk ibu -ibu, bapak-bapak dan juga anak -anak yang hal tersebut berkaitan dengan konsep Gary A Yukl (2010) yang menjelaskan bahwa taktik konsultasi adalah taktik dengan memohon sasaran untuk ikut terhadap kegiatan yang digandakan.

3. *Ingratiation Tactics*

Dari temuan hasil Yayasan Berkah Sauyunan melakukan pendekatan *ingratiation tactics* dengan memberikan pencerahan motivasi dan semangat hidup yang berdasarkan ajaran agama islam dan dilakukan dalam pengenalan program dan juga dalam kegiatan - kegiatan yang diagendakan pada program beasiswa anak asuh. Dalam pemberian motivasi tersebut bertujuan untuk memberikan efek positif berupa menumbuhkan rasa semangat hidup dan juga nilai positif dari berbagai ajaran agama yang dapat diterapkan pada kehidupan jadi masyarakat dhuafa akan lebih tertarik dengan dan percaya dengan program yang diberikan yayasan.

4. *Personal Appeals Tactics*

Dari penelitian mendapatkan Yayasan Berkah Sauyunan menerapkan pendekatan *Personal appeals tactics* dalam pencarian para calon penerima beasiswa yang mana diutamakan dalam pencarian yang berasal dari warga sekitar terlebih dahulu yang dimana warga itu membutuhkan pertolongan itu Selain itu dalam metode mempengaruhinya menggunakan cara kekeluargaan seperti pihak yayasan berusaha untuk memiliki hubungan yang sangat dekat dengan para penerima beasiswa dan juga para relawan, dan menggunakan panggilan teteh pada ketua yayasan dan kaka pada relawan admin dan juga panggilan ibu atau kakak pada relawan.

5. Exchange tactics

Peneliti mendapatkan bahwa Yayasan Berkah Sauyunan menerapkan *exchange tactics* yaitu dengan pertukaran persamaan tujuan yaitu memberikan pendidikan terbaik untuk anak – anak dan pertukaran dari penerima yaitu mereka merasa terbantu dengan pemberian biaya yayasan. Untuk kesamaan hobi atau kesukaan peneliti mendapatkan bahwa pihak yayasan (ketua yayasan Bu Dewi) dan para relawan memiliki kesamaan dengan tujuan dan kesenangan untuk menolong sesama yaitu dengan membuat kegiatan pembinaan, pengajian dan sosialisasi. Kegiatan tersebut memiliki nilai pertukaran dari penerima seperti mereka yang merasakan nilai kehidupan dari pembinaan, dan belajar sosialisasi dan untuk pertukaran pengajar atau relawan atau yayasan juga jadi lebih merasakan senang bisa bantu banyak orang, menambah pahala, dan juga banyak belajar dan memahami orang-orang sekitar yang membutuhkan pertolongan, dan tentu saja menambah teman atau hubungan baik ke berbagai pihak.

6. Coalition Tactics

Dari penelitian ini peneliti memahami bahwa yayasan menggunakan teknik *coalition tactics* atau pendekatan dengan meminta pihak lain diluar yayasan yang pada umumnya yayasan meminta pertolongannya dari orang-orang sebelumnya sudah dikenal karena ingin orang-orang sekitar yayasan atau yang mereka kenal bisa lebih membantu dan peduli kepada masyarakat dhuafa. Selain itu karena hubungan dari ketua yayasan dengan para donatur yang sebelumnya sudah sangat dekat maka akan jauh lebih mudah untuk mempengaruhinya.

7. Legitimizing Tactics

legitimizing tactics adalah teknik yang memakai peran otoritas untuk mempengaruhi sasaran. Contoh Presiden memohon seorang menteri untuk menyusun rancangan Undang-Undang. Peneliti mendapatkan bahwa Yayasan Berkah Sauyunan menggunakan penerapan *legitimizing tactics* pada mempengaruhi sasaran dengan memberikan tugas sesuai dengan kedudukan, seperti relawan pencari calon penerima beasiswa yang ditugaskan untuk mencari penerima beasiswa dan relawan administrasi yang ditugaskan untuk menjadi admin dan juga melaporkan hasil pencapaian siswa kepada para donatur dan orang tua.

B. Hambatan Komunikasi Persuasif

Penelitian ini juga meneliti tentang apakah adanya hambatan komunikasi persuasif yang terjadi pada Yayasan Berkah Sauyunan dengan menggunakan teori Herbert G Hick dan G. Ray Gullet. Dari hasil temuan penelitian peneliti mendapatkan bahwa yayasan Yayasan Berkah Sauyunan mengalami faktor penghambat komunikasi persuasif Dogmatisme yaitu faktor penghambat yang berasal dari sikap seseorang dalam mempertahankan pendapat, sikap, dan perilaku ketika menerima pesan yang tidak sesuai dan persepsinya dapat merusak posisinya. Dogmatisme adalah kendala yang keadaanya panjang dan relatif kompleks, dalam beberapa kasus, juga bisa agak ambigu. Inilah yang tampaknya menjadi item characteristics yang paling rentan (Condon et al., 2006). Dalam penelitian mendapatkan bahwa faktor perilaku dogmatisme yang terjadi pada para penerima beasiswa yang sulit diajak untuk ikut kegiatan yang diagendakan oleh yayasan dan perilaku tersebut kebanyakan terjadi pada kalangan bapak-bapak. Dan ada pula dari pendapat atau pemikiran target yang sulit diubah yang dalam yayasan ini terjadi pada para penerima beasiswa yang masih kurang memprioritaskan pendidikan, seperti dalam kasus orang tua yang tidak membayar biaya talangan sekolah bukan karena mereka belum ada uangnya namun karena uang mereka digunakan untuk kepentingan lain.

Dalam penelitian peneliti juga mendapatkan hasil bahwa yayasan tidak memiliki hambatan stereotip (hambatan prasangka objektif) dan pengaruh lingkungan (hambatan yang memandang sekedar baik dan buruk). Namun yayasan mengalami hambatan lain yang berasal dari lingkungan luar yang dimana mereka memiliki peran dalam membantu menunjang program beasiswa anak asuh, seperti hambatan yang terjadi dari para donatur yang mereka memiliki peran untuk membantu dalam memberikan sumbangan dalam program namun kadang mereka ada yang nyumbang ada yang tidak, jadi bantuan tidak selalu ada dan terkadang ada juga donatur yang sudah lepas.

Dalam penelitian peneliti menemukan bahwa Yayasan Berkah Sauyunan memiliki pendekatan komunikasi persuasif yang mengedepankan sifat pendekatan secara pembinaan, kekeluargaan, agama dan ketenangan yang bertujuan agar masyarakat dhuafa di daerah yayasan dapat merasakan hak yang sama dalam pendidikannya dengan masyarakat mampu lainnya dan adanya kegiatan pembinaan dengan pembekalan agama serta motivasi kesadaran pendidikan dan motivasi kehidupan yang bertujuan agar masyarakat dhuafa disekitar sauyunan tak hanya merasakan bantuan dari pihak yayasan namun juga bisa merubah kehidupan, sikap dan akhlak mereka kedepannya. Pihak yayasan ingin masyarakat dapat berubah hidupnya secara kualitas dan kuantitas dan juga ingin sebagai jembatan untuk masyarakat yang mampu agar dapat membantu pihak masyarakat dhuafa dan agar

bisa menumbuh rasa kesadaran pendidikan serta nilai positif dari semangat hidup yang berguna untuk menaikkan derajat kehidupannya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan bahwa komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Yayasan Berkah Sauryunan dalam mensosialisasikan kesadaran pendidikan bagi anak - anak dan keluarga dhuafa pada program Beasiswa Anak Asuh yaitu dengan tujuh teknik pendekatan komunikasi persuasif yang terdiri dari 1) *Rational Persuasion*, 2) *Consultation Tactics*, 3) *Ingratiation Tactics*, 4) *Personal Appeals Tactics*, 5) *Exchange Tactics*, 6) *Coalition Tactics*, 7) *Legitimizing Tactics*. Selain ketujuh teknik pendekatan komunikasi persuasif yang diterapkan yayasan juga mengalami beberapa faktor penghambat *dogmatisme* dan hambatan lain yang berasal dari lingkungan luar seperti dari donatur yang tidak tetap dalam pemberian sumbangannya. Dari ketujuh teknik komunikasi persuasif tersebut peneliti mendapatkan simpulan bahwa yayasan memiliki tujuan tak hanya dapat membantu dari segi finansial masyarakat dhuafa, seperti kekurangan biaya untuk sekolah bagi sekolah anak – anaknya namun yayasan juga ingin adanya perubahan pola pikir dari masyarakat dhuafa tersebut dengan mengutamakan pendekatan secara pembinaan, kekeluargaan, agama dan ketenangan yang bertujuan bisa merubah kehidupan, sikap dan akhlak mereka kedepannya. Pihak yayasan ingin masyarakat dapat berubah hidupnya secara kualitas dan kuantitas dan juga ingin sebagai jembatan untuk masyarakat yang mampu agar dapat bisa membantu pihak masyarakat dhuafa dan agar bisa menumbuh rasa kesadaran pendidikan serta nilai positif dari semangat hidup yang berguna untuk menaikkan derajat kehidupannya.

B. Saran

Saran yang peneliti rekomendasikan untuk menunjang penerapan teknik pendekatan komunikasi persuasif Yayasan Berkah Sauryunan dalam mensosialisasikan kesadaran pendidikan bagi anak -anak dan keluarga dhuafa pada Program Beasiswa Anak Asuh, yaitu dengan adanya penambahan teknik pendekatan dengan metode *inspiration appeals tactics* atau pendekatan dengan membiarkan para anggota atau pihak yayasan lainnya seperti relawan untuk ikut dalam memberikan ide - ide atau saran dalam membuat berbagai kegiatan yang baru yang bisa membuat para penerima semakin semangat untuk gabung dalam kegiatan yang diagendakan oleh yayasan. Dengan begitu maka akan banyak program - program baru yang mungkin dapat memberikan pembelajaran - pembelajaran baru kepada para penerima. Selain itu lebih luas lagi dalam menyebarkan mengenai info program beasiswa anak asuh ini ke berbagai daerah dan beberapa media seperti pada sosial medianya lebih aktif lagi, hal tersebut dapat berdampak menambahnya donatur dari berbagai pihak yang bisa membantu kebutuhan yayasan dan juga menambah masyarakat dhuafa di daerah lain agar bisa ikut merasakan manfaat dari program ini.

REFERENSI

- Creswell, John W.; Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among 5 Approaches*. Sage Publication, 778.
- Dignath, C., Fink, J., & Kunter, M. (2022). Reading Persuasive Texts Affects Preservice Teachers' Beliefs About Cultural Diversity in the Classroom. *Journal of Teacher Education*, 73(2), 188–200. <https://doi.org/10.1177/00224871211002460>
- Habe, H., & Ahiruddin, A. (2017). Sistem Pendidikan Nasional. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 2(1), 39–45. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v2i1.48>
- Handoyo, A. D. dan Z. (2019). Faktor-faktor Penyebab Pendidikan Tidak Merata di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, 1(1), 21–24. <https://bimawa.uad.ac.id/wp-content/uploads/Paper-Seminar-Nasional-2.pdf>
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA (UU) NOMOR 16 TAHUN 2001 (16/2001) TENTANG YAYASAN. *Luk.Staff.Ugm.Ac.I*. <https://luk.staff.ugm.ac.id/atur/UU16-2001Yayasan.pdf>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Ibrahim. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif* (E. Kunanto (Ed.)). Alfabeta.
- Jayani, D. H. (n.d.). *Dampak Pandemi, Mayoritas Anak Indonesia Putus Sekolah Karena Ekonomi*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/08/dampak-pandemi-mayoritas-anak-indonesia-putus-sekolah-karena-ekonomi> (Accessed: 18 Mei 2022)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Sadar*. (n.d.). <https://kbbi.web.id/sadar> (Accessed:19 Mei 2022).
- Kemendikbud. (n.d.). *Kemitraan Lembaga*. <https://ditpsd.kemdikbud.go.id/kemitraan> (Accessed:25 Juni 2022).
- Kemendikbud: Kesadaran Pendidikan di Daerah 3T Masih Rendah <https://www.antaraneews.com/berita/808685/kemendikbud-kesadaran-pendidikan-di-daerah-3t-masih-rendah>

- (Accessed: 24 Juni 2022).
- Sinaga, D. Ada Apa Dengan Pendidikan <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20180103112420-445-266335/ada-apa-dengan-pendidikan-di-indonesia> (Accessed: 24 Juni 2022).
- KEMENKUMHAM. (2012). *Kompendium Hukum Yayasan*. 1–80.
- Ladaria, Y. H., Lumintang, J., & Paat, C. J. (2020). Kajian Sosiologi tentang Tingkat Kesadaran Pendidikan pada Masyarakat Desa Labuan Kapelak Kecamatan Banggai Selatan Kabupaten Banggai Laut. *Jurnal Holistik*, 13(2), 1–15.
- Moreno-Camacho, C. A., Montoya-Torres, J. R., Jaegler, A., & Gondran, N. (2019). Sustainability metrics for real case applications of the supply chain network design problem: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 231, 600–618. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.278>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis (Ed.)). PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Parinduri, D. (2021). *Pemerataan Pendidikan di Indonesia*. <https://www.kabarpendidikan.id/2021/06/pemerataan-pendidikan-di-indonesia.html> (Accessed:24 Juni 2022)
- Persuasive language of responsible organisation? A critical discourse analysis of corporate social responsibility (CSR) reports of Nigerian oil companies.* (n.d.). <https://www.emerald.com/insight/site-policies>
- Prilli Prisiska, & Syahril Furqany. (2021). Upaya Membangkitkan Motivasi Belajar Pendidikan Agama Islam Tingkat Anak-anak pada Masa Covid-19 di Gampong Jeulingke dengan Penerapan Komunikasi Persuasif. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 210–225. <https://doi.org/10.22373/jrpm.v1i2.1084>
- profil lulusan.* (2018). pgsd.upy.ac.id/. <https://pgsd.upy.ac.id/index.php/jadwal/profil-lulusan/2-uncategorised/12-pendidikan> (Accessed:18 Mei 2022)
- Profil Yayasan Berkah Sauyunan.* (2018). <https://www.facebook.com/YBS.bandung>
- Putra, N. (2018). *Pendidikan di Indonesia Yang Belum Merata*. <https://www.kabarpendidikan.id/2021/02/pendidikan-di-indonesia-yang-belum.html> (Accessed: 19 Mei 2022)
- Rosadiputri, K. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Mempertahankan Loyalitas Relawan Pada Komunitas Sosial Sebung Bandung. *Openlibrary Telkom University*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/157786/slug/komunikasi-persuasif-dalam-mempertahankan-loyalitas-relawan-pada-komunitas-sosial-sebung-bandung.html%0A%0A>
- Rustanto, B. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Santoso, M. (2020). Strategi Komunikasi Persuasif Yayasan Karya Salemba Empat Dalam Rekrutmen Donatur Beasiswa. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51739>
- SENIORITA, S. (2021). SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN. *Acamedia*. https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK_DAN_OBJEK_PENELITIAN
- Sinaga, D. (2018). *Ada Apa Dengan Pendidikan di Indonesia?* <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20180103112420-445-266335/ada-apa-dengan-pendidikan-di-indonesia>
- Student Indonesia. (2022). *3 Pengertian Kesadaran Menurut Para Ahli, Jenis, dan Fungsinya*. <https://www.indonesiastudents.com/4-pengertian-kesadaran-menurut-para-ahli-dan-jenisnya-lengkap/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Moelono, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya
- Wibowo, A. (2020). Penerapan Komunikasi Persuasif Di Program Buqiet Skate School (Studi Kasus Pada Mentor Di Program Buqiet Skate. *Open Library TelkomUniversity*.<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/165134/slug/penerapan-komunikasi-persuasif-di-program-buqiet-skate-school-studi-kasus-pada-mentor-di-program-buqiet-skate-school-.html%0D%0A>
- Yuih, D. (2019). Komunikasi Persuasif Remaja Pada Orang Tua Dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Pendidikan Tinggi. *Repository. Radenintan.Ac.Id/*.
- Erwin P. Betting Haus & Michael Cody. (1994). *Persuasive Communication*. Carlifornia: Harcourt Brace.
- Damsar. (2011). *Pengantar sosilogi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Devito, Joseph A. (2010). " Komunikasi Antarmanusia". Jakarta: Karisma Publishing Group
- Hotmania, Murlan (2018). Komunikasi Persuasif Satuan Lalu Lintas (Satlantas) Polisi Resort Kota Pekanbaru dalam Meningkatkan Kesadaran Berlalu Lintas Meallui Program Police Goes to School di Kota Pekanbaru, <https://media.neliti.com/media/publications/206793-komunikasi-persuasif-satuan-lalu-lintas.pdf>
- Setiawati, H. (2019) Komunikasi Persuasif Riba Crisis Center Dalam Sosialisasi Gerakan Anti Riba, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47040/1/HERA%20SETIAWATI-FDK.pdf>
- Yukl, Tracey (1992). " Consequences Of Influence Tactics Used With Sibordinates, Peers, and the Boss". Cornell

- University School of Hotel Administration, <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/882> (Diakses pada 7 Januari 2023)
- Yukl, Michel (2006). "Proactive Influence Tactics and Leader Member Exchange". State University of New York, https://www.researchgate.net/publication/265615930_Proactive_Influence_Tactics_and_Leader_Member_Exchange (Diakses pada 7 Januari 2023)
- Ottati Victor, Wilson Chase & Osteen Chad Dkk (2018) " Experimental demonstrations of the earned dogmatism effect using a variety of optimal manipulations: Commentary and response to Calin-Jageman (2018)". Layola University Chicago, United States, <https://www.elsevier.com/locate/jesp> (diakses pada 10 Januari 2023)

