

**GAMBARAN KOMUNIKASI PERSUASIF PEMIMPIN PADA
KELOMPOK USAHA KETERAMPILAN BORDIR
DI KECAMATAN ULAKAN TAPAKIS**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Luar Sekolah*



Oleh

**RINI SEPTIANA
NIM. 1105496/2011**

**JURUSAN PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

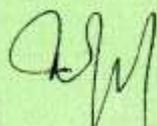
**GAMBARAN KOMUNIKASI PERSUASIF PEMIMPIN PADA
KELOMPOK USAHA KETERAMPILAN BORDIR
DI KECAMATAN ULAKAN TAPAKIS**

Nama : Rini Septiana
NIM/BP : 1105496/2011
Jurusan : Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Padang, April 2016

Disetujui Oleh,

Pembimbing I



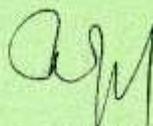
Dra. Wirdatul Aini, M.Pd
NIP 19610811 198703 2 002

Pembimbing II



Drs. Julius, M.Pd
NIP 19591222 198602 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Luar Sekolah



Dra. Wirdatul Aini, M.Pd.
NIP. 19610811 198703 2 002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama: Rini Septiana
Nim : 1105496/2011

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi di depan Tim Penguji
Jurusan Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Padang
dengan judul

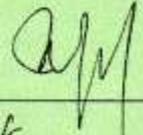
Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin pada Kelompok Usaha
Keterampilan Bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis

Padang, April 2016

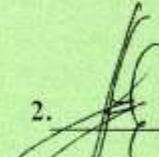
Tim Penguji

Tanda Tangan

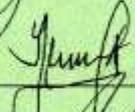
1. Ketua : Dra. Wirdatul 'Aini, M. Pd.

1. 

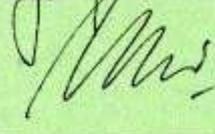
2. Sekretaris : Drs. Jalius, M. Pd.

2. 

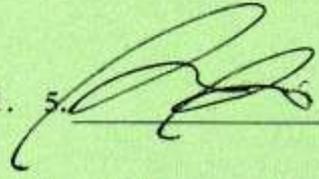
3. Anggota : Dra. Yuhelmi, M. Pd.

3. 

4. Anggota : Drs. Wisroni, M. Pd.

4. 

5. Anggota : Alim Harun Pamungkas, S. Pd., M. Pd.

5. 

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin Pada Kelompok Usaha Keterampilan Bordir Di Kecamatan Ulakan Tapakis”
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali pembimbing,
3. Didalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan didalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan dicantumkan pada kepustakaan,
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila terdapat penyimpangan didalam pernyataan ini saya menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, April 2016



Rini Septiana
1105496/2011

ABSTRAK

RINI SEPTIANA : Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin pada Kelompok Usaha Keterampilan Bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberhasilan kelompok Usaha Keterampilan Bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan (1) Komunikasi persuasif pemimpin sebagai komunikator pada kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis, (2) Komunikasi persuasif pemimpin dalam isi pesan pada kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis, (3) Komunikasi persuasif pemimpin dalam sasaran/ target pada kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis.

Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 300 orang dan sampel diambil 10% dari populasi dengan jumlah sampel 30 peserta dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan alat pengumpul data dengan daftar pertanyaan. Teknik analisis data menggunakan rumus persentase.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa (1) Komunikasi persuasif pemimpin sebagai komunikator sudah baik yang ditandai dengan sikap berbicara, pemahaman pesan dan penguasaan pesan. (2) Isi pesan yang disampaikan komunikator sudah dilakukan dengan sangat baik yang ditandai berupa pesan moril, memberikan dorongan, motivasi, partisipasi, serta pemimpin mampu mengajak peserta mengikuti kegiatan. (3) Sasaran/target yang jelas dan baik ditandai dari adanya keterikatan, perubahan sikap dan perubahan kepribadian. Bagi pemimpin agar mempertahankan fungsinya sebagai komunikator yang sudah berjalan dengan baik, serta penyampaian isi pesan, dan mempertahankan sasaran/target yang sudah dicapai. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian agar dapat melihat faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin Terhadap Kelompok Usaha Keterampilan Bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis”.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) di Jurusan Pendidikan Luar Sekolah FIP UNP. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Alwen Bentri, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra.Wirdatul ‘Aini, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Mhd. Natsir, S.Sos.I, S.Pd. M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Dra.Wirdatul ‘Aini, M.Pd. Selaku Pembimbing I, yang telah membimbing dan memberikan keyakinan serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs. Jalius, M.Pd. Selaku Pembimbing II, yang telah membimbing dan memberikan keyakinan serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Dra. Yuhelmi, M.Pd. Selaku pembimbing akademik yang telah membantu memberikan motivasi serta bimbingan selama ini.
7. Seluruh dosen Jurusan Pendidikan Luar Sekolah serta staf pegawai yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Arlaeli selaku Ketua Kelompok Usaha Bordir Maju Bersama Putri Ulakan di Kecamatan Ulakan Tapakis yang telah memberikan izin melakukan penelitian.
9. Keluarga yang telah memberi semangat dan dukungan baik moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman sejurusan Pendidikan Luar Sekolah angkatan 2011 yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan masukan baik selama perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi.
11. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan selama penulisan skripsi ini.

Semoga segala bantuan, bimbingan dan petunjuk yang telah diberikan kepada penulis menjadi berkat dan mendapat imbalan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhirnya penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, April 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Pertanyaan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Definisi Operasional.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	13
1. Kelompok Usaha Keterampilan Bordir Merupakan Bagian Dari Pendidikan Luar Sekolah	13
a. Konsep Pendidikan Luar Sekolah.....	13
b. Kelompok Usaha Keterampilan Bordir Merupakan Bagian Dari Pendidikan Luar Sekolah	14
2. Komunikasi Persuasif	16
a. Pengertian dan Tujuan Komunikasi.....	16
b. Komunikasi Persuasif	19
c. Prinsip-prinsip Persuasif.....	22
d. Tahap-tahap dan Teknik-teknik Persuasif	24
e. Model Proses Persuasif.....	27
f. Faktor Penting pada Proses Komunikasi Persuasif.....	29
3. Pengertian Pemimpin Sebagai Komunikator.....	37
4. Hubungan Komunikasi Persuasif Pemimpin dengan Keberhasilan Kelompok Usaha Keterampilan Bordir	39
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Konseptual	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Jenis dan Sumber Data	45
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	45

E. Prosedur Penelitian.....	46
F. Uji Reliabilitas.....	47
G. Teknik Analisis data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR RUJUKAN	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Anggota Peserta Kelompok Usaha Keterampilan Bordir	6
2. Banyak Populasi Dalam Penelitian	43
3. Gambaran Komunikasi Persuasif komunikator Pada Kelompok Usaha Keterampilan Bordir.....	50
4. Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin dalam isi pesan Pada Kelompok Usaha Keterampilan Bordir.....	52
5. Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin Dalam Sasaran/target Pada Kelompok Usaha Keterampilan Bordir	54
/	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual	41
2. Histogram Gambaran Komunikasi Persuasif komunikator Terhadap Kelompok Usaha Keterampilan Bordir.....	51
3. Histogram Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin dalam isi pesan Terhadap Kelompok Usaha Keterampilan Bordir..	53
4. Histogram Gambaran Komunikasi Persuasif Pemimpin pada sasaran/target Terhadap Kelompok Usaha Keterampilan Bordir.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kisi-kisi Penelitian	66
2. Angket/ Koesioner	67
3. Instrumen Angket Penelitian.....	69
4. Tabel Uji Coba Instrumen.....	72
5. Tabel Reliability.....	73
6. Tabel Rekapitulasi Data Hasil Penelitian.....	77
7. Tabel Frekuensi Penelitian.....	78
8. Tabel Harga Kritik dari r tabel.....	86

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan suatu bangsa tidak terlepas dari masalah pendidikan. Pendidikan menduduki posisi sentral dalam pembangunan karena salah satu sasarannya adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) agar mereka mampu berfungsi sebagai penggerak pembangunan.

Mencerdaskan kehidupan bangsa merupakan salah satu tugas pemerintah sebagaimana termuat dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 dan dilakukan melalui pendidikan. Dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2003 BAB IV Pasal 13 yang berbunyi "Jalur pendidikan terdiri atas pendidikan formal, pendidikan non formal dan pendidikan informal yang saling melengkapi dan memperkaya". Sejalan dengan itu pada Pasal 26 ayat 1 menjelaskan tentang "Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah dan pelengkap dari pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat".

Pemerintah telah melaksanakan pendidikan melalui jalur pendidikan yang terdiri dari pendidikan Formal, Informal dan Nonformal yang saling melengkapi dan memperkaya dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dalam hal ini Pendidikan Luar Sekolah (PLS) merupakan pendidikan yang diselenggarakan di luar sekolah (nonformal) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan belajar masyarakat yang tidak dapat dipenuhi dalam pendidikan formal (persekolahan).

Suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan. Salah satu usaha untuk meningkatkan sumber daya manusia adalah melalui pendidikan. Pendidikan dalam kehidupan manusia diarahkan kepada perubahan tingkah laku dimana perubahan ini menyangkut aspek pengetahuan, keterampilan dan manusia.

Jadi dengan demikian, seseorang yang bisa memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diberikan dalam pendidikan nonformal tersebut sehingga nantinya bisa dimanfaatkan di dalam kehidupan dalam arti bisa dimanfaatkan untuk mencari nafkah dan juga dapat menambah pendapatan keluarga. Sistem selanjut di dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 26 ayat 3 ditegaskan bahwa:

Pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja, pendidikan kesetaraan, serta pendidikan lain yang ditunjukkan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik.

Pada zaman sekarang ini masa depan generasi bangsa ada pada generasi mudanya dalam arti bahwa suatu bangsa menginginkan kemajuan, masyarakat yang sehat, mandiri, beriman, bertaqwa, berakhlak mulia, cinta tanah air, berkesadaran hukum dan lingkungan, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, memiliki etos kerja yang tinggi serta disiplin.

Salah satu peningkatan sumber daya manusia dapat ditempuh melalui pendidikan, pendidikan bagi masyarakat khususnya masyarakat yang tidak pernah mengenal pendidikan formal dapat difasilitasi dengan program-program yang diselenggarakan pada jalur pendidikan luar sekolah, yang dinaungi melalui satuan-satuan pendidikan luar sekolah yang menyelenggarakan kegiatan

keaksaraan pelatihan dan kecakapan hidup dan salah satu kegiatan yang diselenggarakan dalam penelitian ini adalah program kelompok usaha keterampilan bordir, dimana muatannya adalah peningkatan keterampilan pada masyarakat yang membentuk kelompok dan mendirikan sebuah usaha dari hasil keterampilan tersebut hasilnya dapat diperoleh untuk kesejahteraan peserta kelompok usaha tersebut.

Usaha pemberian keterampilan dalam pembelajaran adalah melalui kelompok usaha keterampilan bordir yang berada di Ulakan Tapakis, yang mana salah satu program keterampilannya adalah keterampilan bordir. Sesuai dengan uraian di atas maka program pemberdayaan warga belajar berupa keterampilan bordir yang diadakan oleh kelompok usaha keterampilan bordir Ulakan Tapakis termasuk pada jenis pendidikan non formal. Pendidikan non formal merupakan pendidikan yang dilakukan diluar pendidikan di sekolah yang mencakup pada bidang keterampilan dan pelatihan. Dalam keterampilan bordir pada kelompok usaha ini yaitu pendidikan keterampilan produktif.

Pada program kelompok usaha keterampilan bordir, peserta kelompok mengikuti program ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan, peningkatan taraf hidup masyarakat. Kelompok usaha keterampilan bordir tersebut dilakukan dengan muatan-muatan lokal dan menggunakan bahan-bahan yang tersedia di wilayah sekitar, Dan di sinilah peran komunikasi persuasif sangat berpengaruh pada peserta pelatihan keterampilan bordir, baik antara pemimpin dan peserta, peserta dengan peserta.

Komunikasi persuasif adalah berasal dari istilah *persuasion* (inggris), sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahasa latin: “*persuasio*”, kata kerjanya “*to persuade*”, yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya. Pada umumnya situasi komunikasi sudah mencakup persuasi, sebab sebagaimana dinyatakan oleh House dalam Widjaja (2002: 66) bahwa “suatu situasi komunikasi harus mencakup upaya seseorang yang dengan sadar mengubah tingkah laku orang lain atau sekelompok orang lain melalui penyampaian beberapa pesan.

Dalam komunikasi yang baik dengan peserta kelompok usaha keterampilan bordir, pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemimpin kelompok usaha keterampilan bordir dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh peserta kelompok, sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa yang memuaskan seperti halnya yang ada di kelompok usaha keterampilan bordir Ulakan Tapakis.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Bu Arlaeli pada tanggal satu sampai lima agustus, peneliti mendapatkan informasi bahwa keterampilan bordir ini sudah berdiri sejak tahun 1992 di Payakumbuh dengan satu mesin jahit. Pada tahun 1995 Ibu Arlaeli selaku pemilik usaha bordiran ini pindah ke Pariaman, tepatnya di Kecamatan Ulakan Tapakis. Dengan menggunakan mesin bordiran besar Ibu Arlaeli mulai merintis usahanya dengan modal sendiri.

Melihat besarnya angka anak putus sekolah di daerah tempat tinggalnya, maka muncul keinginan untuk membuka pelatihan bordiran bagi warga sekitar

tempat tinggal. Maka pada tahun 1998 Ibu Arlaeli membuka pelatihan bordiran dengan lima orang peserta secara gratis. Ibu Arlaeli memodali semua hal-hal yang diperlukan dalam pelatihan tersebut. Dari lima orang tersebut diajar sampai mahir sehingga hasilnya sangat memuaskan dari hasil keterampilan itu, banyak warga yang ingin belajar keterampilan bordir. Karena banyaknya minat warga, ibu Arlaeli membuka kursus keterampilan bordir dengan biaya satu emas pada tahun 1998. Dari biaya tersebut, ibu Arlaeli membeli mesin bordir baru dan keperluan lainnya. Peserta diajarkan sampai mahir. Setelah mahir, peserta tidak dilepas begitu saja. Peserta dijadikan anggota atau karyawan. Mulai saat itu Ibu Arlaeli merintis usaha bordiran Putri Ulakan dan membentuk sebuah kelompok usaha bersama keterampilan bordir.

Hasil bordiran sangat diminati konsumen sehingga usaha semakin berkembang pesat. Komunikasi yang baik dengan karyawan membuat usaha ini jauh lebih maju. Ibu Arlaeli semakin banyak merekrut karyawan dan melatihnya hingga mahir. Sekarang ibu Arlaeli mempunyai 15 orang sebagai agen dan setiap agen mempunyai 20 orang peserta pelatihan, jadi peserta yang dimiliki oleh ibu Arlaeli lebih kurang 300 peserta yang tersebar diseluruh Kab. Padang Pariman.

Tabel 1. Daftar Anggota Peserta Kelompok Usaha Keterampilan Bordir

No	Wilayah	Banyak Agen	Banyak anggota
1.	Ulakan Tapakis	3	60
2.	Sungai Limau	1	20
3	Sungai Geringging	1	20
4	Sintuk Toboh Gadang	2	40
5	Batang Anai	1	20
6	2x11 Enam Lingkung	1	20
7	V Koto Kp. Dalam	2	40
8	Nan Sabaris	1	20
9	IV Koto Aur Melintang	1	20
10	IV Koto Sungai Sariak	2	40
Jumlah		15	300

(Sumber: Buku Peserta Kelompok Usaha Keterampilan Bordir)

Peserta kelompok usaha keterampilan bordir sebanyak 300 orang, ada peserta yang menjual hasil jahitan kepada ibu Arlaeli dengan modal sendiri dan ada juga yang hanya mengambil upah jahitan. Dengan peserta sebanyak itu, hubungan ibu Arlaeli dengan peserta kelompok usaha keterampilan bordir tidak pernah ada masalah bahkan sudah dianggap seperti keluarga sendiri. Dalam melaksanakan usahanya, bu Arlaeli selalu terbuka terhadap semua anggotanya. Ini terlihat dari sikap bu Arlaeli yang dengan senang menerima gagasan serta ide-ide baru dari peserta yang berkaitan dengan keterampilan bordir.

Fenomena di atas terlihat bahwa keberhasilan pada kelompok usaha Keterampilan Bordir Kabupaten Padang Pariaman ini diduga adanya komunikasi persuasif yang terjadi antara pemimpin terhadap peserta. Sehingga dengan demikian peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dalam tentang

“Komunikasi persuasif pemimpin pada kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang di atas maka beberapa masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Berhasilnya kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis
2. Komunikasi persuasif yang dilakukan pemimpin atau pengelola kepada peserta kelompok usaha keterampilan bordir sangat baik.
3. Tingginya minat peserta dalam mengikuti usaha keterampilan bordir.
4. Sarana dan prasarana yang mendukung keberhasilan program
5. Pemimpin yang bersifat terbuka mau menerima gagasan dari peserta keterampilan bordir.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah komunikasi persuasif pemimpin pada peserta dalam hal sikap komunikator, isi pesan, dan sasaran/target Kelompok Usaha Keterampilan Bordir di Kecamatan ulakan tapakis.

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimanakah komunikasi persuasif pemimpin pada kelompok usaha Keterampilan Bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis?”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti tentang komunikasi persuasif pemimpin pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis adalah untuk memperoleh gambaran tentang:

1. Gambaran komunikasi persuasif pemimpin sebagai komunikator pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir.
2. Gambaran komunikasi persuasif pemimpin dalam isi pesan pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir.
3. Gambaran komunikasi persuasif pemimpin dalam sasaran/target pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir.

F. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah gambaran komunikasi persuasif pemimpin sebagai komunikator pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir?
2. Bagaimanakah gambaran komunikasi persuasif pemimpin dalam isi pesan pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir?

3. Bagaimanakah gambaran komunikasi persuasif pemimpin dalam sasaran/target pada peserta kelompok usaha keterampilan bordir?

G. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dalam dunia pendidikan dalam rangka mengembangkan khasanah ilmiah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi pemimpin sebagai komunikator hendaknya selalu berkomunikasi dengan peserta agar tetap terjalin hubungan yang baik.
- b. Pemimpin sebagai komunikator hendaknya terus meningkatkan kualitas komunikasi yang mendukung lancarnya kelompok usaha keterampilan bordir kedepannya.
- c. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian, diharapkan pada peneliti lain agar melihat faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

H. Defenisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda terhadap penelitian ini maka perlu diberikan beberapa defenisi yang kongkrit dan spesifik terhadap semua objek yang diteliti.

1. Komunikasi Persuasif.

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang verbal) untuk mempengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan perilaku orang lain/kelompok orang (komunikan) dengan cara membujuk. Persuasi sebagai proses komunikasi bertujuan untuk memperoleh respon dengan pesan-pesan verbal dan non verbal dilakukan secara halus dan manusiawi agar komunikan melaksanakan sesuatu dengan senang hati.

Hutagalung (2015) dalam buku teori-teori komunikasi dalam pengaruh psikologi menjelaskan faktor-faktor berperan dalam komunikasi persuasif sebagai berikut:

a. komunikator

Dalam hal ini komunikator menyanggah pendapat tertentu dan berupaya meyakinkan orang/kelompok lain untuk menerima dan mendukung pendapatnya. Semakin baik penilaian seseorang terhadap komunikator, maka akan semakin besar kemungkinan orang akan mengubah sikapnya mengikuti pendapat dari komunikator.

Komunikator dalam hal ini diharapkan memahami dan menguasai pesan yang akan disampaikan dengan cara sedemikian rupa sehingga peserta sedikit demi sedikit mengerti pesan yang dimaksud dan melaksanakannya. Hal ini dimaksudkan agar komunikator menggunakan faktor-faktor dalam memperkuat kegiatan komunikasi

persuasif yang dilakukan sehingga peserta dapat mengikutinya. Adapun komunikator dalam penelitian ini adalah bagaimana sikap komunikator dalam berkomunikasi kepada peserta dalam hal ini sikap komunikator sangat menentukan keberhasilan kelompok usaha, komunikator memahami dan menguasai pesan yang disampaikan.

b. Isi pesan

Isi pesan merupakan kemampuan untuk menimbulkan rasa takut pada penerima pesan juga merupakan unsur yang tak kalah penting dalam komunikasi persuasif. Membangkitkan rasa takut merupakan salah satu cara untuk meyakinkan seseorang agar berbuat sesuatu.

Hovland (dalam Azwar 1997:62) menyatakan bahwa persuasi adalah komunikasi intensional dengan pendekatan satu-arah (*one-way*) dimana sumber berusaha mempengaruhi kepada penerima. Adapun isi pesan dalam penelitian ini adalah dalam berkomunikasi pemimpin mampu memberikan pesan moral, memberikan dorongan dan motivasi, partisipasi pemimpin kepada peserta, mampu mengajak peserta dalam mengikuti kegiatan.

c. Sasaran/target

Merupakan reaksi terhadap sebuah pesan tergantung pada tiga hal, diantaranya :

- 1) Keterikatan target terhadap suatu sikap. Semakin besar keterikatan, semakin sulit mengubah sikap seseorang.

- 2) Kekebalan yaitu ketahanan lain dari target untuk menghadapi perubahan berupa pengalaman masa lalu terkait masalah yang dikomunikasikan oleh komunikator.
- 3) Faktor kepribadian yaitu mudah dipengaruhi untuk merubah diri menjadi lebih baik sesuai keinginan komunikator.

Adapun sasaran target dalam penelitian ini adalah melihat keterikatan antara pemimpin dan peserta, melihat sejauh mana peserta bisa merubah sikap, serta perubahan kepribadian peserta.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kelompok Usaha Keterampilan Bordir Sebagian Dari Pendidikan Luar Sekolah

a. Konsep pendidikan luar sekolah

Pendidikan merupakan sektor penting yang berperan aktif dalam meningkatkan pembangunan bangsa, apabila melihat dari kondisi masyarakat Indonesia sekarang ini masih banyak yang belum mendapatkan pelayanan pendidikan terutama untuk masyarakat ekonomi menengah ke bawah, mahal biaya pendidikan menjadi faktor utama bagi masyarakat sehingga mereka tidak dapat mendapatkan kesempatan untuk mengenyam pendidikan bahkan sampai sekolah dasar sekalipun.

Sesuai dengan Undang-Undang tentang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 menyatakan bahwa “Pendidikan luar sekolah adalah pendidikan yang dilaksanakan di luar sistem persekolahan”. Sejalan dengan itu pada Pasal 26 ayat 1 menjelaskan tentang ”Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah dan pelengkap dari pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat”.

Pendapat lain dikemukakan oleh Coombs dalam Joesoef (1999:50) yang menyatakan:

Pendidikan Luar Sekolah adalah Setiap kegiatan pendidikan yang diselenggarakan di luar sistem pendidikan formal, baik tersendiri maupun merupakan bagian dari suatu kegiatan yang luas maksudnya untuk memberikan layanan kepada peserta masyarakat tertentu dalam rangka mencapai tujuan pendidikan.

Jadi dapat disimpulkan pendidikan luar sekolah merupakan pendidikan di luar jalur pendidikan formal baik tersendiri maupun merupakan bagian dari suatu kegiatan yang luas maksudnya untuk memberikan layanan kepada peserta masyarakat tertentu dalam rangka mencapai tujuan pendidikan.

Dengan tujuan dari PLS tersebut merupakan program yang diberikan kelompok usaha keterampilan bordir. Oleh karena itu, dengan ini diharapkan dapat membantu masyarakat akan mengembangkan usahanya dalam menjahit bordiran dan untuk mensejahterakan kehidupan mereka baik melalui pendidikan dan keluarga mereka

b. Kelompok Usaha Keterampilan Bordir Bagian dari Pendidikan Luar Sekolah

UU RI No. 20 Tahun 2003 bab V pasal (26) ayat 4 yang menyatakan bahwa satuan pendidikan nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, majelis taklim, dan pesantren serta satuan pendidikan yang sejenis.

Menurut Soekanto (2012: 25) kelompok adalah himpunan atau kesatuan manusia yang hidup bersama karena saling berhubungan diantara mereka secara timbal balik dan saling mempengaruhi.

Devito (2010:73) mengatakan bahwa kelompok merupakan sekumpulan individu yang cukup kecil bagi semua anggota untuk berkomunikasi secara relatif

mudah. Para anggota saling berhubungan satu sama lain dengan beberapa tujuan yang sama dan memiliki semacam organisasi atau struktur diantara mereka. Kelompok mengembangkan norma-norma, atau peraturan yang mengidentifikasi tentang apa yang dianggap sebagai perilaku yang diinginkan bagi semua pesertanya.

Harmaizar mengatakan bahwa, usaha merupakan bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus agar mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, didirikan dan berkedudukan disuatu tempat. Kelompok usaha merupakan kumpulan orang-orang yang saling berinteraksi dan saling bergantung dengan mengarahkan tenaga (pikiran dan badan) yang saling mempengaruhi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Jadi dari penjelasan diatas, kelompok usaha adalah suatu kelompok yang dibentuk oleh warga yang ahli dalam menjahit bordiran atau keluarga-keluarga binaan sosial yang terdiri dari orang-orang atau keluarga kurang mampu (prasejahtera) yang menerima pelayanan sosial melalui kegiatan program pemberdayaan masyarakat kurang mampu.

Fauzi (2010: 7) keterampilan dapat menunjukkan pada aksi khusus yang ditampilkan atau pada sifat dimana keterampilan itu dilaksanakan. Banyak kegiatan dianggap sebagai suatu keterampilan, terdiri dari beberapa keterampilan dan derajat penguasaan yang dicapai oleh seseorang menggambarkan tingkat keterampilannya.

Bordir atau sulaman adalah hiasan yang dibuat di atas kain atau bahan-bahan lain dengan jarum jahit dan benang. Selain benang, hiasan untuk sulaman atau bordir dapat menggunakan bahan-bahan seperti potongan logam, mutiara, manik-manik, bulu burung, dan payet.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keterampilan bordir adalah suatu aktivitas khusus yang ditampilkan atau pada sifat dimana keterampilan itu dilaksanakan sesuai dengan kemampuannya membuat manik-manik, payet dan lainnya. Kelompok Usaha dalam penelitian ini adalah suatu keterampilan bordir di Kecamatan ulakan tapakis yang dikelola pemimpin dan yang menjalankan peserta tersebut.

2. Pengertian Komunikasi persuasif

a. Pengertian dan Tujuan Komunikasi

1) Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya masyarakat masyarakat atau komunitas yang terintergrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi mempunyai banyak definisi sesuai dengan pendapat para ahli-ahli komunikasi. Hal ini ditegaskan oleh Everett M. Rogers (dalam Suranto 2005: 15), bahwa "komunikasi ialah proses yang di dalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah perilakunya". Definisi tersebut mengatakan bahwa

tujuan dari komunikasi adalah merubah perilaku, dalam konteks ini adalah perilaku siswa yang berhubungan dengan keterampilan dan ilmu pengetahuan.

Suwardi (dalam Rohim 2009;8) menyatakan bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin "*communis*" atau dalam bahasa Inggris "*commun*" yang artinya sama. Apabila berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan.

Moor (dalam Rohim 2009: 8) menyatakan bahwa komunikasi adalah penyampaian pengertian antara individu. Pada pokoknya komunikasi adalah pusat minat dan situasi perilaku dimana suatu sumber menyampaikan pesan kepada seorang penerima dengan berupaya mempengaruhi perilaku tersebut. Edward Depari mengemukakan pendapatnya yang dikutip oleh Suranto (2005: 15), bahwa komunikasi adalah penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan". Sedangkan Widjaja (2002: 8) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan penerima informasi dapat memahami.

Dari kutipan-kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu informasi, baik berupa pesan, simbol, ide atau gagasan yang dilakukan oleh komunikator atau pengirim pesan kepada komunikan atau penerima pesan.

2) Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan manusia, maka agar setiap kegiatan berkomunikasi tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar, maka kegiatan komunikasi harus mempunyai tujuan. Menurut Widjaja (2002: 21) pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan, antara lain yaitu:

- a) Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
- b) Memahami orang lain, kita sebagai pimpinan dari suatu lembaga harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya.
- c) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

Sedangkan menurut Effendy (2007: 55) menyatakan tujuan komunikasi sebagai berikut:

- a) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b) Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
- c) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- d) Mengubah masyarakat (*to change the society*).

Dari pendapat Widjaja(2002) dan Effendy (2007) dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi pada dasarnya adalah untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan agar setelah mendapatkan pesan atau informasi tersebut komunikan akan mengerti apa yang diinginkan komunikator, mampu mengubah sikap, pendapat dan perilaku atau menggerakkan komunikan untuk melakukan sesuatu dan tujuan yang lainnya.

b. Komunikasi persuasif

Organisasi sebagai kerangka kerja (*frame of work*) dari suatu manajemen yang menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas antara pimpinan dan bawahan dalam suatu sistem manajemen modern. Ada yang diklasifikasikan sebagai pemimpin dan ada pula yang bertindak sebagai bawahan dimana anatara keduanya saling berhubungan dalam rangka mencapai tujuan bersama. Interaksi yang harmonis antara para peserta suatu organisasi baik dalam hubungannya secara timbal balik maupun secara horizontal antara para peserta secara timbal balik pula disebabkan oleh komunikasi.

Komunikasi dapat berjalan baik bila pemimpin mampu mempengaruhi bawahan agar melakukan kegiatan yang diinginkan dengan kesadaran sendiri. Pemimpin harus bersifat persuasif dalam berkomunikasi.

Komunikasi persuasif adalah berasal dari istilah *persuasion* (inggris), sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahasa latin: "*persuasio*", kata kerjanya "*to persuade*", yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya. Pada umumnya situasi komunikasi sudah mencakup persuasi, sebab sebagaimana dinyatakan oleh House bahwa "suatu situasi komunikasi harus mencakup upaya seseorang yang dengan sadar mengubah tingkah laku orang lain atau sekelompok orang lain melalui penyampaian beberapa pesan (dalam Widjaja, 2002: 66).

Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu faham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan, kegiatan dan lain-lain.

Hal ini ditegaskan oleh Widjaja (2002: 67) yang mengatakan bahwa: Komunikasi persuasi ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan. Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan.

Menurut Gibson, Ivancevich & Donnelly (dalam Suparno 2009), komunikasi dapat diartikan sebagai pemindahan informasi dan pemahaman dengan menggunakan simbol-simbol verbal atau non verbal yang mencakup lima elemen yakni; 1) komunikator, nasihat, larangan, (2) pesan, (3) media, (4) penerima pesan, dan (5) tanggapan balik. Komunikasi persuasif terdapat unsur-unsur sebagai berikut: adanya bentuk/model, penguatan dan perubahan tanggapan serta termasuk didalamnya adalah sikap, emosi, kehendak dan prilaku.

Beberapa para ahli komunikasi defenisi yang beragam terkait persuasi dalam Hutagalung (2015: 17) antara lain:

- 1) Sebuah proses komunikasi dimana komunikator berupaya untuk menimbulkan respon dari penerima pesan/komunikan (Andersen, 1971:6)
- 2) Sebuah usaha secara cermat dari seseorang atau suatu kelompok untuk mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku orang lain atau kelompok lain pada arah tertentu (Bettinghaus & Cody, 1987:3)
- 3) Perubahan sikap akibat paparan informasi dari pihak lain (Werner & Tankard, 2005:177)

- 4) Sebuah usaha yang disengaja untuk mempengaruhi kondisi mental melalui proses komunikasi (O'Keefe, 1990:17)

Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan. Hal tersebut diungkapkan Suranto (2005: 116) bahwa “dalam kegiatan persuasif tersebut, seseorang atau sekelompok orang yang dibujuk diharapkan sikapnya berubah secara suka rela dengan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterimanya”.

Persuasi sebagai proses komunikasi bertujuan untuk memperoleh respon dengan pesan-pesan verbal dan non verbal dilakukan secara halus dan manusiawi agar komunikan melaksanakan sesuatu dengan senang hati. Hal tersebut ditegaskan Ronald L. A. & Karl W. E. Anatol yang dikutip dan diterjemahkan oleh Malik (1994: 51) ”Persuasi adalah sebuah proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk memperoleh (secara sengaja atau tidak sengaja) suatu respon tertentu dan individu atau kelompok lain secara verbal dan non verbal serta dilakukan secara halus dan manusiawi sehingga komunikan bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati”.

Hal ini senada dengan Suranto (2005: 116) yang mengungkapkan bahwa: persuasi merupakan proses komunikasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal maupun non-verbal, yang dilakukan dengan cara membujuk.

Keberhasilan persuasi sangat tergantung oleh hubungan antara sasaran persuasi dan faktor motivasional. Hal ini ditegaskan oleh Malik (1994:52) yang

menyatakan bahwa “keberhasilan persuasi ditentukan oleh terbentuknya hubungan antara sasaran persuasi dan faktor motivasional, yaitu: hubungan kontigensi (argumentasi sebab-akibat), hubungan kategorisasi (bagian dari keseluruhan argumentasi), persamaan (argumentasi dengan analogi), dan konsidental (hubungan yang dipandang dari kebiasaan)”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat dikemukakan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang verbal) untuk mempengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan perilaku orang lain/kelompok orang (komunikan) dengan cara membujuk. Dengan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri.

Seperti halnya ketika seorang pemimpin meyakinkan peserta kelompok usaha bahwa dalam menjalankan usaha ketempilan bordir dengan baik dan bagus maka hasil bordiran tersebut dijual keluar daerah dengan harga yang sangat tinggi. Hal ini akan memacu para peserta untuk termotivasi mendapatkan hasil yang bagus dan baik.

c. Prinsip-prinsip Persuasif

Menurut Littlejohn & Jabusch yang dikutip oleh Devito (2010:447) mengungkapkan bahwa prinsip persuasif terdiri dari:

- 1) Prinsip Pemaparan Selektif (*Selective Exposure Principle*) Para pendengar (seluruh khalayak) mengikuti hukum pemaparan selektif. Hukum ini setidaknya memiliki dua bagian.

- a) Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.
- b) Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

2) Prinsip Partisipasi Khalayak

Persuasi akan berhasil bila khalayak berpartisipasi secara aktif dalam presentasi. Implikasinya, persuasif adalah proses transaksional. Proses ini melibatkan baik pembicara maupun pendengar.

3) Prinsip Inokulasi

Persis seperti menyuntikkan sejumlah kecil kuman ke dalam tubuh yang akan membuat tubuh mampu membangun sistem kekebalan, menyajikan kontra-argumen dan kemudian menjelaskan kelemahannya akan memungkinkan khalayak mengebalkan diri mereka sendiri terhadap kemungkinan serangan atas nilai dan kepercayaan mereka.

4) Prinsip Besaran Perubahan

Makin besar dan makin penting perubahan yang ingin dihasilkan atas diri khalayak, makin sukar tugasnya. Manusia berubah secara berangsur. Persuasi, karenanya, paling efektif bila diarahkan untuk melakukan perubahan kecil dan dilakukan untuk periode waktu yang cukup lama.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikator dalam mengubah sikap dan dalam mengajak komunikan untuk berbuat sesuatu akan bergantung pada pemanfaatan prinsip-prinsip persuasif.

d. Tahap-tahap dan Teknik-teknik Persuasif

Komunikasi persuasif mempunyai tahap-tahap dan teknik-teknik. Tahap-tahap teknik persuasi adalah sebagai berikut;

1) Tahap-tahap Persuasif

Komunikasi persuasif dilakukan dengan menggunakan cara-cara halus dan manusiawi sehingga komunikan dapat menerima dan melaksanakan dengan sukarela sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, seorang guru dalam berkomunikasi harus menggunakan cara-cara yang luwes dengan pendekatan kemanusiaan. Untuk keberhasilan komunikasi persuasif terdapat tahap-tahap yang harus diperhatikan. Hal ini ditegaskan Effendy (2004: 25) yang mengatakan bahwa: Tahapan tersebut dikenal dengan *A-A procedure* atau *from attention to action procedure* melalui formula AIDDA singkatan dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan). Effendy (2004: 25-26) mengungkapkan bahwa: Berdasarkan formula AIDDA tersebut komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Cara yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian komunikan misalnya pemilihan kata-kata yang menarik serta gaya penampilan fisik yang simpatik.

Setelah komunikator berhasil membangkitkan perhatian komunikan langkah selanjutnya adalah tahap menumbuhkan minat komunikan. Setelah komunikator berhasil menumbuhkan minat, tahap selanjutnya diikuti dengan upaya memunculkan hasrat dengan alternatif cara yang dilakukan diantaranya dengan melakukan ajakan atau bujukan. Pada tahap ini imbauan emosional

perlu ditampilkan komunikator sehingga pada tahap-tahap selanjutnya komunikator dapat langsung mengambil keputusan untuk melakukan suatu tindakan sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator. Dari tahapan-tahapan tersebut akan tampak bahwa pentahapan dalam komunikasi persuasif dimulai dari upaya membangkitkan perhatian, menumbuhkan minat, memunculkan hasrat, mengambil keputusan sampai melakukan tindakan.

2) Teknik-teknik persuasif

Effendy (2004: 21) mengungkapkan bahwa: Persuasif merupakan kegiatan psikologis yang bertujuan untuk merubah sikap, perbuatan dan tingkah laku dengan kesadaran, kerelaan dan disertai dengan perasaan senang. Agar komunikasi tersebut mencapai sasaran dan tujuan, perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi yang mencakup: pesan, media, dan komunikan. Hal yang perlu diperhatikan komunikator adalah sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan pesan (*message management*). Untuk itu diperlukan teknik-teknik tertentu dalam melakukan komunikasi persuasif. Effendy (2004: 6) mengungkapkan bahwa: "cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan disebut teknik berkomunikasi". Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif itu, Effendy (2004: 23) mengungkapkan teknik-teknik yang dapat dipilih dalam proses komunikasi persuasif yaitu:

a) Teknik Asosiasi

Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpang pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

b) Teknik Integrasi

Ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun non verbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

c) Teknik Ganjaran

Adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara memberikan hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.

d) Teknik Tataan

Teknik tataan (*icing technique*) dalam kegiatan persuasi ialah seni penataan pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

e) Teknik *Red-Herring*

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif teknik *red herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif memiliki teknik-teknik tertentu dalam proses penyampaian. Teknik-teknik tersebut antara lain teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring*.

e. Model proses persuasi

Model proses persuasi ada beberapa bentuk, menurut Severin (2005:203) ada Model Greenwald (dalam Severin 2005:203) menyebutkan bahwa respon kognitif terhadap sebuah pesan itu merupakan sebuah bagian penting proses persuasif yang seharusnya tidak diabaikan. Model-model utama proses persuasi yaitu:

- 1) Teori pemrosesan-informasi McGuire (dalam Severin 2005:204) menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, yang masing-masing tahap kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahap selanjutnya. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:
 - a) Pesan persuasif harus dikomunikasikan
 - b) Penerima akan memperhatikan pesan
 - c) Penerima akan memahami pesan
 - d) Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan
 - e) Tercapai posisi adopsi baru
 - f) Terjadi perilaku yang diinginkan
- 2) Teori pemrosesan-informasi McGuire (dalam Severin 2005:204) menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, yang masing-

masing tahap kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahap selanjutnya.

Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Pesan persuasif harus dikomunikasikan
 - b) Penerima akan memperhatikan pesan
 - c) Penerima akan memahami pesan
 - d) Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan
 - e) Tercapai posisi adopsi baru
 - f) Terjadi perilaku yang diinginkan
- 3) Model sistematik-heuristik (Chaiken, Liberman & Eagly dalam Severin 2005:205) mendeskripsikan dua cara pemrosesan pesan-pesan persuasif-sistematik dan heuristik . pemrosesan Sistematik merefleksikan pengamatan yang hati-hati, analitis, dan sungguh-sungguh terhadap pesan. Pemrosesan Heuristik adalah cara yang lebih sederhana yng menggunakan aturan-aturan atau skema prediksi untuk membentuk penilaian atau membuat keputusan.
- 4) Model kemungkinan elaborasi
- Model kemungkinan elaborasi menyebutkan bahwa terdapat dua rute menuju perubahan sikap-rute sentral dan rute eksternal (Petty & Cacioppo dalam Severin 2005: 206). Rute sentral dipakai ketika penerima secara aktif memproses informasi dan terbujuk oleh rasionalitas argumen. Rute eksternal dipakai ketika penerima tidak mencurahkan energi kognitif untuk mengevaluasi argumen dan memproses informasi didalam pesan dan lebih

dibimbing oleh isyarat-isyarat eksternal, diantaranya kredibilitas sumber, gaya, dan format pesan, suasana, hati penerima, dan sebagainya.

f. Faktor penting pada proses komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi paling penting diperhatikan dalam keberhasilan komunikasi untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang. Setelah kita memahami pengertian komunikasi persuasif, dalam perjalanannya antara komunikasi persuasif kepada sebuah konsep diri sebaiknya kita memberikan sedikit penerapan tentang faktor komunikasi persuasif yang berhasil menurut Hutagalung (2015:75) menjelaskan faktor penting dalam komunikasi persuasif sebagai berikut:

1) Komunikator

Dalam hal ini komunikator menyanggah pendapat tertentu dan berupaya meyakinkan orang/kelompok lain untuk menerima dan mendukung pendapatnya. Semakin baik penilaian seseorang terhadap komunikator, maka akan semakin besar kemungkinan orang akan mengubah sikapnya mengikuti pendapat dari komunikator.

Komunikator dalam hal ini diharapkan memahami dan menguasai pesan yang akan disampaikan dengan cara sedemikian rupa sehingga peserta sedikit demi sedikit mengerti pesan yang dimaksud dan melaksanakannya. Hal ini dimaksudkan agar komunikator menggunakan faktor- faktor dalam memperkuat kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan sehingga peserta dapat mengikutinya.

Ditinjau dari komponen komunikator, untuk melaksanakan komunikasi efektif, terdapat dua faktor penting pada diri komunikator, yakni kepercayaan pada komunikator dan daya tarik komunikator. Kedua hal ini berdasarkan posisi peserta yang akan menerima pesan :

- a) Hasrat seseorang untuk memperoleh suatu pernyataan yang benar, jadi komunikator mendapat kualitas komunikasinya sesuai dengan kualitas sampai dimana ia memperoleh kepercayaan dari komunikan, dan apa yang dinyatakannya.
- b) Hasrat seseorang untuk menyamakan dirinya dengan komunikator atau bentuk hubungan lainnya dengan komunikator yang secara emosional memuaskan, jadi komunikator akan sukses dalam komunikasinya, bila ia berhasil memikat perhatian komunikan.

Komunikator sangat berperan penting dalam terciptanya komunikasi yang baik. Keefektifan komunikasi tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi tetapi juga oleh diri si komunikator. Menurut pendapat Effendy (2008:17) ada beberapa peranan komunikator diantaranya:

- a) Etos komunikator

Etos adalah nilai diri seseorang yang merupakan paduan dari kognisi (cognition), afeksi (affection), dan konasi (conation). Kognisi adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pikiran, afeksi adalah perasaan yang ditimbulkan oleh perangsang dari luar dan konasi adalah aspek psikologi yang berkaitan dengan upaya atau perjuangan.

Suatu informasi atau pesan yang disampaikan komunikator akan komunikatif apabila terjadi proses psikologis yang sama antar insan-insan yang terlibat dalam proses tersebut. adapun faktor-faktor penentu etos komunikator yaitu:

i. Kesiapan (*preparedness*)

Seorang komunikator yang tampil harus menunjukkan kepada khalayak bahwa ia muncul di depan peserta dengan persiapan yang matang.

ii. Kesungguhan (*seriousness*)

Seorang komunikator yang berbicara dan membahas suatu topik dengan menunjukkan kesungguhan, akan menimbulkan kepercayaan pihak komunikan kepadanya.

iii. Ketulusan (*sincerity*)

Seorang komunikator harus membawakan kesan kepada khalayak bahwa dia berhati serius dalam niat dan perbuatannya.

iv. Kepercayaan (*confidence*)

Seorang komunikator harus senantiasa memancarkan kepastian. Ini harus muncul dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna. Ia harus selamanya siap menghadapi segala situasi.

v. Ketenangan (*poise*)

Khalayak cenderung akan menaruh kepercayaan kepada komunikator yang tenang dalam penampilan dan tenang dalam mengutarakan kata-kata.

vi. Keramahan (*friendship*)

Keramahan komunikator akan menimbulkan rasa simpati komunikan kepadanya. Keramahan tidak berarti kelemahan, tetapi pengekspresian sikap etis.

vii. Kesederhanaan (*moderation*)

Kesederhanaan tidak hanya menyangkut hal-hal yang tidak bersifat fisik, tetapi juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dalam gaya mengkomunikasikannya.

b) Sikap komunikator

Sikap adalah suatu kesiapan kegiatan, suatu kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan menuju atau menjauhi nilai-nilai sosial. Sikap komunikator terdiri dari lima jenis sikap, yakni:

i. Reseptif (*receptive*)

Sikap reseptif berarti kesediaan untuk menerima gagasan dari orang lain, dari staf pimpinan, karyawan,teman, bahkan tetangga, mertua, dan istri.

ii. Selektif (*selective*)

Komunikator yang baik harus menjadi komunikan yang terampil. Dalam menerima pesan dari orang lain dalam bentuk gagasan atau informasi, ia harus selektif dalam rangka pembinaan profesinya untuk diabdikan kepada masyarakat.

iii. Dijestif (*digestive*)

Digestif ialah kemampuan komunikator dalam mencernakan gagasan atau informasi dari orang lain sebagai bahan bagi pesan yang akan dikomunikasikan.

iv. Asimilatif (*assimilative*)

Asimilatif berarti kemampuan komunikator dalam mengorelasikan gagasan atau informasi yang ia terima dari orang lain secara sistematis dengan apa yang telah ia miliki dalam benaknya, merupakan hasil pendidikan dan pengalamannya.

v. Transmisif (*transmissive*)

Transmisif menandung makna kemampuan komunikator dalam menstransmisikan konsep yang telah ia formulasikan secara kognitif, efektif dan konatif kepada orang lain.

2) Isi pesan

Isi pesan merupakan kemampuan untuk menimbulkan rasa takut pada penerima pesan juga merupakan unsur yang tak kalah penting dalam komunikasi persuasif. Membangkitkan rasa takut merupakan salah satu cara untuk meyakinkan seseorang agar berbuat sesuatu.

Hovland (dalam Azwar 1997:62) menyatakan bahwa persuasi adalah komunikasi intensional dengan pendekatan satu-arah (*one-way*) dimana sumber berusaha mempengaruhi kepada penerima.

Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicatee*). Untuk

tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan, kedua lambang. Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, selalu menyatu secara terpadu, secara teoritis tidak mungkin hanya pikiran saja atau perasaan saja. Masalahnya mana diantara pikiran dan perasaan itu yang dominan. Yang paling sering adalah pikiran yang dominan, jika perasaan yang mendominasi pikiran hanyalah dalam situasi tertentu. Misalnya pemimpin sebagai komunikator ketika sedang marah mengucapkan kata-kata yang menyakitkan terhadap pesertanya.

Dalam penulisan pesan persuasif harus mempunyai perencanaan yang matang dalam melaksanakannya, menurut Purwanto (2003:125) persuasi merupakan suatu usaha untuk merubah sikap, kepercayaan atau tindakan audiens untuk mencapai suatu tujuan. Secara sederhana persuasi yang efektif adalah kemauan untuk menyampaikan suatu pesan didalam suatu cara yang membuat audiens (pembaca/pendengar) merasa mempunyai pilihan dan membuat mereka setuju.

Rakhmat (2005: 297) mengemukakan langkah-langkah dalam penyusunan pesan komunikasi agar lebih efektif dalam mempengaruhi orang lain diantaranya yaitu:

- a) *Attention* (perhatian)
- b) *Need* (kebutuhan)
- c) *Satisfaction* (pemuasan)
- d) *Visualisation* (visualisasi)

e) *Action* (tindakan)

Sedangkan Widjaja (2002: 15) mengatakan bahwa: Pesan yang mengenai harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- a) Pesan harus direncanakan/dipersiapkan secara baik, serta sesuai dengan kebutuhan kita.
- b) Pesan itu dapat menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak (komunikator dan komunikan).
- c) Pesan itu harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.

Kertapati (Widjaja 2002: 69) mengatakan bahwa: Persuasi adalah merupakan salah satu bentuk komunikasi, oleh karena itu dengan sendirinya secara teoritis harus memiliki persyaratan tertentu:

- a) Pesan-pesan/ajakan-ajakan yang disampaikan kepada masyarakat atau pihak-pihak tertentu harus dapat menstimulir sesuatu pada sasaran.
- b) Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan itu tentunya harus berisi lambang-lambang atau tanda-tanda komunikasi yang sesuai dengan daya tangkap, daya serap dan daya tafsir dari sebagian besar masyarakat atau golongangolongan tertentu.
- c) Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan harus dapat membangkitkan keperluan atau kepentingan (*needs*) tertentu pada sasarannya dan kemudian menyarankan usaha dan upaya hendaknya disesuaikan dengan situasi dan norma kelompok dimana sasaran itu berada.

- d) Bahwa pesan-pesan/ajakan harus dapat membangkitkan harapan-harapan tertentu dan sebagainya.

Komunikasi persuasif dimaksudkan untuk mempengaruhi sikap komunikan. Komunikator secara psikologis mengimbau komunikan untuk menerima dan melaksanakan gagasannya. Rakhmat (2005: 298-301) mengemukakan berbagai imbauan pesan dalam mempengaruhi sikap dan perilaku komunikan meliputi: "(1) imbauan irasional, (2) imbauan emosional, (3) imbauan takut, (4) imbauan ganjaran, (5) imbauan motivasional". Imbauan pesan terdiri dari imbauan eksplisit dan implisit. Imbauan pesan secara eksplisit berarti komunikator mengemukakan pesan dan kesimpulan secara jelas atau secara tersurat. Maksud pesan adalah sama seperti bunyi pesan itu sendiri. Sedangkan imbauan implisit berarti tidak menunjukkan kesimpulan yang jelas. Makna pesan secara tersirat saja tergambar dalam uraian pesan. Dengan demikian imbauan eksplisit lebih cocok diberikan kepada komunikan yang tingkat pendidikannya relatif rendah sedangkan imbauan implisit dapat diberikan kepada komunikan dengan tingkat pendidikan relatif tinggi. Oleh karena itu untuk memperoleh pesan yang tepat dan mengena, sebelum disampaikan pesan terlebih dahulu dirumuskan untuk memenuhi syarat-syarat tertentu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa melalui berbagai cara imbauan pesan, komunikator diharapkan dapat mempengaruhi sikap dan kecenderungan perilaku komunikan sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan komunikan

Purwanto juga mengatakan bahwa di dalam suatu organisasi, seorang menulis pesan persuasif dimaksudkan untuk menjual ide atau gagasan pada orang lain, memberi saran agar prosedur operasional lebih efisien, mengumpulkan suatu dukungan untuk kegiatan tertentu, dan dalam kaitannya dengan permohonan bantuan dana bagi pembiayaan suatu proyek tertentu. Pesan-pesan persuasif bertujuan untuk mempengaruhi audiens yang cenderung mempertahankan ide atau gagasannya. Sebagai akibatnya, pesan-pesan persuasif umumnya lebih lama, lebih rinci, dan tergantung pada perencanaan strategis yang cukup ketat.

3) Sasaran / Target

Merupakan reaksi terhadap sebuah pesan tergantung pada tiga hal, diantaranya :

- a) Keterikatan target terhadap suatu sikap. Semakin besar keterikatan, semakin sulit mengubah sikap seseorang.
- b) Kekebalan yaitu ketahanan lain dari target untuk menghadapi perubahan berupa pengalaman masa lalu terkait masalah yang dikomunikasikan oleh komunikator.
- c) Faktor kepribadian yaitu mudah dipengaruhi untuk merubah diri menjadi lebih baik sesuai yang diinginkan komunikator.

3. Pengertian Pemimpin Sebagai Komunikator

Menurut Thoha (2003: 9) tugas seorang pemimpin pada dasarnya adalah menggerakkan, membimbing dan mengawasi jalannya pekerjaan yang dilakukan oleh para pegawai. Sedangkan fungsi kepemimpinan yang harus dilaksanakan oleh seorang pemimpin antara lain memandu, menuntun, membimbing,

memberikan motivasi kerja, mengemudikan organisasi, menjalin jaringan komunikasi yang baik, melaksanakannya secara efisien serta membawa pegawainya pada tujuan yang telah ditentukan.

Pemimpin adalah orang – orang yang menentukan tujuan, motivasi dan tindakan kepada orang lain. Pemimpin adalah orang yang memimpin. Pemimpin dapat bersifat resmi (formal) dan tidak resmi (non formal). Pemimpin resmi diangkat atas dasar surat keputusan resmi dari orang yang mengangkatnya dan biasanya mendapat gaji, sedangkan pemimpin tidak resmi diangkat tanpa surat keputusan dan biasanya tanpa gaji. Seseorang dapat diangkat sebagai pemimpin karena mempunyai kelebihan dari anggota lainnya. Kelebihan itu ada yang berasal dari dalam dirinya dan ada pula yang berasal dari luar dirinya. Kelebihan dari dalam dirinya ia memiliki bakat sebagai pemimpin dan memiliki sifat- sifat pemimpin yang efektif . Kelebihan dari luar diri karena ia dikenal dan hubungan baik dengan yang sedang berkuasa, punya banyak teman, dari keturunan orang yang kaya atau turunan bangsawan atau penguasa.

Setiap kelompok mempunyai pemimpin, pemimpin berperan juga sebagai komunikator. Fungsi dari pemimpin ini tidak lepas dari bentuk, sifat dan ciri-ciri yang dipimpinya. Persamaannya terletak pada operasionalnya yaitu bentuk pemimpin yang mempunyai kewajiban untuk memajukan kelompoknya untuk membawa dan mengerahkan anggota mencapai tujuan, mengaktifkan anggotanya dan memperhatikan kesejahteraan anggotanya.

4. Hubungan Komunikasi Persuasif Pemimpin dengan Keberhasilan Kelompok Usaha Keterampilan bordir.

Komunikasi adalah proses yang di dalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah perilakunya. Komunikasi dapat berjalan baik bila pemimpin mampu mempengaruhi bawahan agar melakukan kegiatan yang diinginkan dengan kesadaran sendiri. Pemimpin harus bersifat persuasif dalam berkomunikasi. Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal maupun non-verbal, yang dilakukan dengan cara membujuk. Keberhasilan komunikasi persuasif tergantung dari komunikator, isi pesan yang disampaikan kepada pendengar serta sasaran/ target yang akan dituju.

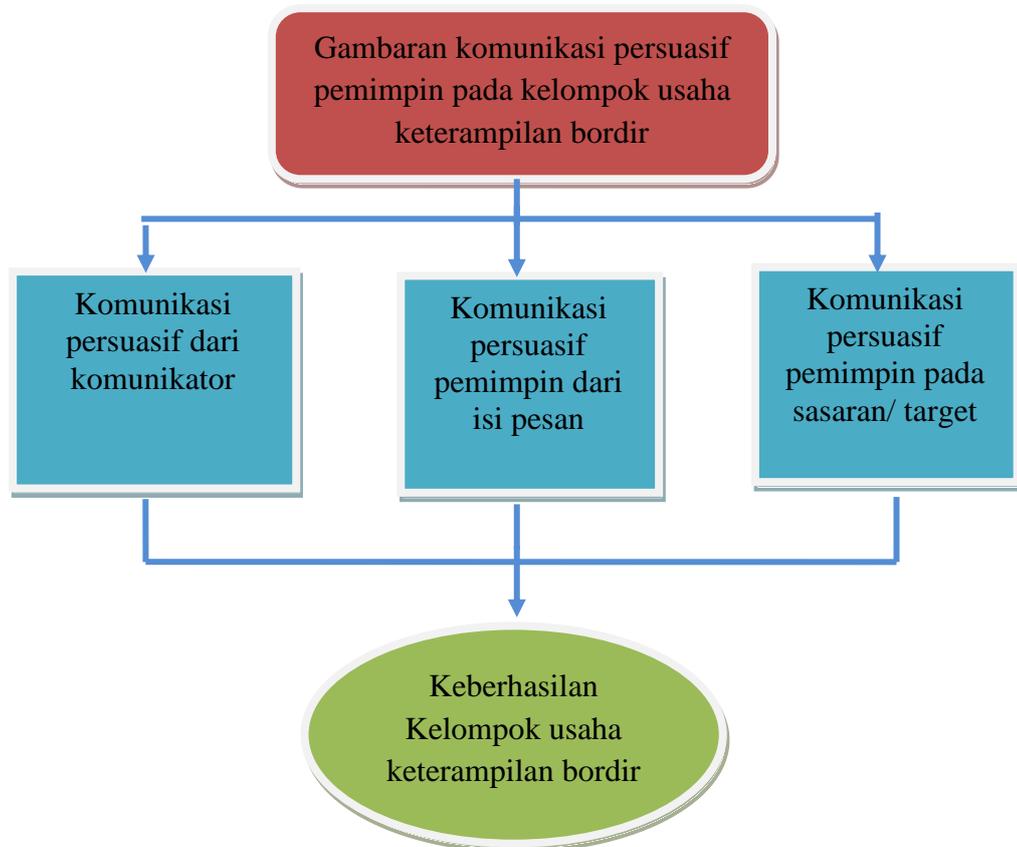
Dalam kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis sudah menerapkan komunikasi persuasif antara pemimpin dan pesertanya. Dapat dilihat dari banyaknya peserta yang bergabung dalam kelompok usaha ini. Hasil penjualan yang mempunyai pemasaran meliputi wilayah dalam dan luar negeri. Dalam hal ini tidak terlepas dari komunikasi yang baik antara pemimpin dan peserta yang mengikuti kelompok usaha ini. Sikap pemimpin sebagai komunikator yang baik dalam berbicara, pemimpin memberikan pesan yang baik saat berbicara dan mempunyai sasaran/target yang jelas. Penjelasan diatas terlihat bahwa terdapat hubungan komunikasi persuasif dengan kelompok usaha di Kecamatan Ulakan Tapakis.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa NIM. 1105491/2011 dengan judul Gambaran Komunikasi Interpersonal Pengasuh Terhadap Santri Di Pondok Pesantren Thawalib Kota Padang, adapun variabel dalam penelitian ini adalah melihat komunikasi dari keterbukaan, dukungan serta kesetaraan dalam komunikasi. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan adalah meneliti tentang komunikasi persuasif pemimpin kelompok usaha keterampilan bordir di Kecamatan Ulakan Tapakis. Variabel penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah komunikasi persuasif yang dilihat dari komunikator, isi pesan serta sasaran/target. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan di atas.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ataupun kerangka berfikir adalah bagaimana teori hubungan beberapa faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang menjelaskan secara teoritis pertautan variabel. Jadi kerangka konseptual merupakan alur berfikir didalam penelitian ini. Kerangka konseptual dalam melaksanakan penelitian ini diawali dengan komunikasi persuasif pemimpin sebagai variabel (x) sedangkan kelompok usaha keterampilan bordir adalah variabel terikatnya (y). Maka dapat dilihat dari kerangka konseptual dibawah ini mengungkapkan komunikasi persuasif pemimpin (X), kelompok usaha keterampilan bordir (y) kemudian dilihat bagaimana gambaran antar komunikasi persuasif pemimpin terhadap kelompok usaha keterampilan bordir.



Gambar 1. Kerangka konseptual Gambaran komunikasi persuasif pemimpin pada kelompok usaha keterampilan bordir

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Gambaran komunikasi persuasif pemimpin sebagai komunikator pada kelompok usaha keterampilan bordir di Ulakan Tapakis sudah dilakukan oleh komunikator dengan sangat baik, yang dilihat dari sikap komunikator dalam berbicara serta komunikator memahami dan menguasai pesan yang disampaikan.
2. Gambaran komunikasi persuasif pemimpin pada kelompok usaha keterampilan bordir dalam isi pesan sudah dilakukan dengan sangat baik saat berbicara. Terlihat dari pemimpin dalam berbicara berisi pesan moril, memberikan dorongan dan motivasi, adanya partisipasi pemimpin kepada peserta, pemimpin mampu mengajak peserta dalam mengikuti kegiatan.
3. Gambaran komunikasi persuasif pemimpin pada kelompok usaha keterampilan bordir dalam sasaran/ target di Ulakan Tapakis yang mempunyai sasaran/ target yang baik dan jelas. Terlihat adanya keterikatan hubungan antar pemimpin dan peserta, adanya perubahan sikap peserta dan adanya perubahan kepribadian peserta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemimpin sebagai komunikator hendaknya selalu berkomunikasi dengan peserta agar tetap terjalin hubungan yang baik .
2. Pemimpin sebagai komunikator hendaknya terus meningkatkan kualitas komunikasi yang mendukung lancarnya kelompok usaha keterampilan bordir kedepannya.
3. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian, diharapkan pada peneliti lain agar dapat melihat faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, S. 1997. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Devito, A. J. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Effendy, O. U. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Effendy, O. U. 2007. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O, U. 2008. *Dinamika Komunikasi. (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hutagalung, I. 2015. *Teori-teori Komunikasi: Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks
- Joesoef, S. 1999. *Pendidikan Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Joesoef, S. 2004. *Konsep Dasar Pendidikan Luar Sekolah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Malik, D. D. dkk. (1994). *Komunikasi Persuasif*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- Thoha, M. 2003. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Purwanto, D. 2003. *Komunikasi Bisnis. (Edisi Kedua)*. Jakarta: Erlangga
- Rakhmat, J. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya
- Rohim, S. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Severin, W. J. dkk. 2005. *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di di Dalam Media Massa)*. Jakarta: Prenada Media.
- Soekanto, S. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers

- Sudjana. 2001. *Pendidikan Luar Sekolah*. Bandung: Fallah Production.
- Sudjana, N. 1997. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah: Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung. Alfabeta.
- Suranto, A. W. 2005. *Komunikasi Perkantoran : Prinsip Komunikasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.
- Sutarno. 2004. *Manajemen Sekolah dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Suparno. 2009. Hubungan Komunikasi Persuasif: Motivasi Berprestasi, dan Pengetahuan Manajerial Dengan Kepemimpinan Transformasional Kepala SMP Negeri Propinsi Banten. UNIMED-Article-26403-suparno-pdf.
- Taqiyuddin. 2008. *Pendidikan Untuk Semua*. Bandung: Mulia Press
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta : Dharma Bhakti
- Wardoyo. 1980. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Widjaja, H. A. W. 2002. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Zuriah, N. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Malang: Bumi Aksara