

## BAB II

### TINJAUAN KEPUSTAKAAN

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

###### a. Pengertian Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, kita tidak terlepas dari sebuah proses yang namanya komunikasi. Komunikasi itu sendiri merupakan hal yang tidak pernah kita lewatkan setiap harinya, bahkan setiap waktu. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia karena dengan berkomunikasi maka seseorang dan orang lainnya dapat saling berhubungan. Dalam komunikasi orang yang menyampaikan pesan disebut dengan komunikator sedangkan yang menerima pesan disebut dengan komunikan. Sehingga pengertian dasar dari komunikasi adalah proses dari penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan.

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *comunication* yang bersumber pada kata *comunise* yang berarti sama, maksudnya adalah komunikasi akan terjadi apabila terdapat kesamaan makna terhadap pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan dan sebaliknya. Dijelaskan Marry B. Cassata dan Molefi Asante dalam Mulyana (2009:69) komunikasi adalah Transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.

Kemudian dalam Cangara (2012:25) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh pengirim (*source*) pesan (*message*), saluran atau media (*channel*), penerima (*receiver*) dan pengaruh (*effect*).

Berdasarkan beberapa pendapat tokoh diatas maka penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang meliputi penyampaian atau penerimaan pesan sehingga tercapai kesamaan makna diantara orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan dapat berubah sesuai dengan situasi yang berlaku. Karena dari komunikasi seseorang dapat menyatakan apapun ide dan pikirannya sehingga keinginan dan tujuan kedua belah pihak akan tersalurkan, dalam permasalahan ini penyampaian komunikasi yang baik secara persuasif dari guru terhadap siswa dalam proses pembelajaran di kelas.

## **b. Unsur-Unsur Komunikasi**

Terdapat beberapa unsur yang menjadi syarat terjadinya suatu komunikasi. Adapun unsur-unsur komunikasi dalam Cangara (2012:24-30) adalah sebagai berikut :

### **a) Sumber**

Sumber adalah semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim kepada penerima. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga.

### **b) Pesan**

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

### **c) Media**

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media.

### **d) Penerima**

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

e) Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang.

f) Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

g) Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

### c. Hambatan-Hambatan Komunikasi

Memang bukan hal yang mudah untuk melaksanakan komunikasi. Ada beberapa hambatan yang dapat mengganggu jalannya komunikasi tersebut. Menurut David R. Hampton dalam Moekijat (2003:191), menggolongkan rintangan komunikasi menjadi :

- a) Rintangan pada sumber, dapat disebabkan pengirim menyampaikan pesannya dengan tidak jelas sehingga penerima ragu-ragu menafsirkannya.
- b) Rintangan pada penerima, dapat disebabkan karena pesan melalui perantara sehingga pesan yang disampaikan pengertiannya mungkin akan berubah. Dapat disebabkan karena kurangnya perhatian, penilaian sebelum waktunya, lebih banyak memberikan tanggapan sikap-sikap atau perilaku yang tidak penting terhadap pokok pesannya.
- c) Rintangan dalam umpan balik, adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima.

Dalam Hidayat (2012:38-39) proses komunikasi tidak terlepas dari hambatan-hambatan komunikasi tidak berhasil. Oleh karena itu, pada saat merencanakan komunikasi perlu diperhatikan kemungkinan-kemungkinan timbulnya hambatan tersebut. berikut ini hambatan-hambatan komunikasi secara semantik dan fisik sebagai berikut :

- a) Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan.
- b) Hambatan dalam penyajian/symbol, hal ini bisa terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas, sehingga mempunyai arti dari satu.
- c) Hambatan media, hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi.
- d) Hambatan dari penerima pesan, kurang perhatian pada saat mendengar/mendengarkan pesan
- e) Hambatan pada saat memberikan respon, balikan yang diberikan tidak menggambarkan apa adanya, akan tetapi memberikan interaktif, tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya.

Sedangkan dalam Widjaja (2000:100) Problem komunikasi biasanya merupakan suatu gejala bahwa ada sesuatu yang tidak beres. Problem komunikasi menunjukkan adanya masalah yang lebih dalam. Hambatan komunikasi ada berasal dari pengirim (komunikator), transmisi, dan penerima. Hambatan dalam komunikasi antara lain: Kurangnya perencanaan dalam komunikasi, perbedaan persepsi, perbedaan harapan, kondisi fisik atau mental yang kurang baik, pesan yang tidak jelas, prasangka yang buruk, transmisi yang kurang baik,

penilaian/evaluasi yang prematur, tidak ada kepercayaan, ada ancaman, perbedaan status, pengetahuan (bahasa), Distorsi (kesalahan informasi).

Dari pendapat beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa hambatan-hambatan dalam pelaksanaan komunikasi adalah hambatan atau rintangan yang berasal dari sumber, rintangan pada penyampaian, rintangan pada penerima serta rintangan pada umpan balik. Hambatan-hambatan tersebut dapat digolongkan menjadi hambatan pribadi, hambatan fisik serta hambatan semantik.

#### **d. Upaya Mengatasi Hambatan Komunikasi Persuasif**

Dalam Karlinda (2013:15-16). Menurut Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita (2000: 216) Hambatan dalam berkomunikasi pasti ada pula jalan keluar untuk mengatasi hambatan tersebut. Untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam komunikasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Meningkatkan umpan balik, untuk mengetahui apakah pesan atau informasi telah diterima, dipahami dan dilaksanakan atau tidak.
- b) Empati, penyampaian pesan disesuaikan dengan keadaan penerima.
- c) Pengulangan, untuk menjamin bahwa pesan dapat diterima
- d) Menggunakan bahasa yang sederhana agar setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan.

- e) Penentuan waktu yang efektif, pesan disampaikan pada saat penerima siap menerima pesan.
- f) Mendengarkan secara efektif sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik.
- g) Mengatur arus informasi, komunikasi harus diatur mutunya, jumlah dan cara penyampaiannya.

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan selalu belajar untuk menjadi komunikator dan komunikan yang baik, selalu memberikan umpan balik terhadap pesan yang diterima dan meningkatkan empati.

## **2. Strategi Komunikasi**

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi di perlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan berbagai aspek komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi. Definisi lebih spesifik dari strategi dalam Rahmat (2001:90) suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktivitas termasuk di dalamnya kegiatan, pesan dan media yang digunakan. Strategi dibutuhkan untuk mengatur suatu kegiatan berdasarkan arah yang telah di tentukan agar dapat mencapai sasaran atau tujuan dengan cara yang baik dan benar.

Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa setiap organisasi ataupun perusahaan mempunyai strategi untuk mencapai tujuan yang telah

ditetapkan dan setiap anggota yang terlibat harus menjalankan semua tugas yang telah diterima demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Definisi ini juga berpedoman pada teori strategi komunikasi Harlod Laswell maka dapat memberikan pemahaman tentang eratnya hubungan strategi dengan strategi komunikasi, karena dalam prosesnya mencapai efektifnya sebuah komunikasi yang diperlukan strategi matang dan terencana.

Strategi komunikasi yang tepat akan membantu tercapainya tujuan strategi komunikasi itu sendiri ada tiga tujuan strategi komunikasi itu sendiri yang pertama (*to secure understanding*) adalah memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Jika komunikan sudah mengerti dan menerima pesan tersebut maka penerima itu harus di bina (*to establish acceptance*). Dan pada akhirnya kegiatan di motivasikan (*to motivate action*).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya dalam Effendy (2011:32). Seperti dijelaskan sebelumnya untuk menunjang efektifnya sebuah proses komunikasi di perlukannya strategi yang baik agar pesan yang di sampaikan oleh komunikator kepada komunikan dapat tersampaikan dengan baik dan di mengerti.

Strategi komunikasi terdapat perpaduan dari sejumlah kekuatan yang bekerja dalam keseluruhan proses komunikasi. Kekuatan pesan ini dapat didukung oleh metode penyajian, media, dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri. Dalam hal ini, perancangan dan perumusan strategi dalam proses komunikasi jelas diperlukan untuk kesuksesan program kegiatan yang dijalankan.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan faktor-faktor pendukung agar strategi komunikasi berjalan efektif dan lancar. Berikut adalah beberapa faktor-faktor pendukung strategi komunikasi : Mengenal sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi.

### **3. Komunikasi Persuasif**

#### **a. Pengertian Komunikasi Persuasif**

Menurut Devito (2011:506) dalam Riyaldi (2016:13) persuasif berasal dari kata latin *persuasio* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Persuasif adalah setiap usaha untuk mempengaruhi tindakan atau penilaian orang dengan cara berbicara ataupun menulis. DeVito menjelaskan komunikasi persuasif adalah pembicaraan persuasif menyetengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap

dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya.

#### **b. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif**

Dalam Riyaldi (2016:14) Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif dalam Soemirat (2008 :225):

##### a) *Persuader*

*Persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal dan nonverbal. Seorang *persuader* harus memiliki kredibilitas, pengetahuan, serta wawasan yang luas agar memberikan kemudahan bagi *persuader* untuk mempersuasif *persuadee*.

##### b) *Persuadee*

*Persuadee* adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/disalurkan oleh *persuader* /komunikator secara verbal maupun nonverbal.

##### c) Persepsi

Persepsi *persuadee* terhadap *persuader* dan pesan yang disampaikan akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Ma'a dalam Soemirat (2008:228) merupakan proses pengamatan seorang yang berasal

dari komponen kognisi. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala dan pengetahuan seseorang.

d) Pesan Persuasif

Pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif kearah tujuan yang telah ditetapkan. Makna manipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

e) Saluran persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang , secara formal maupun nonformal, secara tatap muka atau bermedia.

f) Umpan Balik dan Efek

Umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampaikannya. Jadi umpan balik internal bersifat koreksi atau pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi yang datang dari komunikan karena

pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginan dan harapannya.

Sedangkan efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi. Perubahan yang terjadi bisa berupa sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada *persuadee* merupakan tujuan utama.

**c. Strategi Komunikasi Persuasif**

Menurut Putra (2014) Strategi adalah pendekatan dengan (cara) umum yang dilakukan suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai dan memperoleh tujuan. Strategi komunikasi persuasif merupakan paduan antara perencanaan komunikasi dalam aspek dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan persuasi

Dalam memilih metode persuasif menyebutkan ada tiga pendekatan yang digunakan berdasarkan media, sifat hubungan antara *persuader* dengan sasarannya, dan pendekatan psikososial. Berdasarkan media yang digunakan, komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan media lisan, media cetak, dan media elektronik. Berdasarkan sifat hubungan *persuader* dengan sasarannya, metode yang digunakan berupa komunikasi langsung maupun tidak langsung, dan berdasarkan keadaan psikososial sasarannya, metode yang

dilakukan berupa pendekatan perorangan, kelompok, dan massal dalam Soemirat (2008:29).

Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rocceach mengemukakan beberapa strategi komunikasi persuasif dalam Soemirat (2008:29-40) :

a) Strategi Psikodinamika

Strategi ini dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif dengan pesan persuasi. Hal ini menggunakan pesan persuasi untuk menyatakan emosional, selain itu dapat pula menghubungkan pembangkit emosional dengan bentuk-bentuk perilaku tertentu. Salah satu asumsinya adalah bahwa faktor-faktor kognitif dapat diubah, maka perilaku pun dapat diubah pula. Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku.

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasif adalah pesan yang efektif mampu mengubah psikologis individual dengan berbagai cara sehingga mereka akan merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan persuader. Asumsi ini akan mengubah struktur internal psikologis individu seperti kebutuhan, rasa takut, sikap dan lain-lain yang hasilnya akan tampak pada perilaku yang nyata.

b) Strategi Persuasi Sosiokultural

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar individu. Esensi strategi ini adalah bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan konsensus (dorongan yang besar) bersama. Oleh karena itu pesan seharusnya ditunjukkan dan didukung oleh kelompok yang relevan. Strategi ini sering kali digunakan bersama dengan tekanan antarpersonal untuk kompromi yang maksudnya kombinasi antarpesan melalui media dan individu dapat bertukar.

c) Strategi *The Meaning Construction*

Berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diingat. Pengetahuan merupakan “pengertian” bagi objek realitas dunia telah membentuk individu melalui sosialisasi. Orang belajar untuk menerima pengertian melalui simbol-simbol untuk berbagai kejadian di alam dan hubungan sosial. Selanjutnya tulisan membawa kesempatan baru bagi tambahan pengertian. Kini media menyediakan saluran yang cepat untuk penduduk dengan tujuan yang disengaja untuk membentuk pengertian.

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif merupakan suatu rencana terpilih yang bersifat teliti dan hati-hati atau serangkaian rencana yang telah dirancang untuk membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan dan mengubah tanggapan yang

diharapkan oleh *persuader*. Strategi komunikasi persuasif memiliki tiga pendekatan yakni : pendekatan berdasarkan sifat hubungan pada faktor emosional antara *persuader* dan sasarannya, pendekatan sosialkultural adalah perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu, pendekatan sosial dan pendekatan *the meaning construction* adalah pendekatan dapat membentuk perilaku.

#### 4. Motivasi

##### a. Pengertian Motivasi

Perilaku manusia ditimbulkan atau dimulai dengan adanya motivasi. Banyak psikolog memakai istilah yang berbeda-beda dalam menyebutkan sesuatu yang menimbulkan perilaku tersebut. Ada yang menyebut sebagai motivasi (*motivation*) atau motif, kebutuhan (*need*), desakan (*ureg*), keinginan (*wish*), dan dorongan (*drive*).

Motivasi dalam Hamzah (2007:1) sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya, hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita, penghargaan dan penghormatan. Terlihat jelas dari pengertian motivasi tersebut bahwa motivasi seseorang itu untuk mendapatkan sesuatu dapat dilihat dari kebutuhan, serta motif apa yang mendorong itu terjadi. Sumber utama munculnya motif adalah rangsangan (stimulasi) perbedaan situasi yang diharapkan. Motivasi dalam pengertian tersebut memiliki dua aspek yaitu adanya dorongan dalam dan dari luar untuk mengadakan

perubahan dari suatu keadaan pada keadaan yang diharapkan dan usaha untuk mencapai tujuan.

Menurut kebanyakan definisi, motivasi mengandung tiga komponen pokok yaitu, menggerakkan, mengarahkan, dan menompang tingkah laku manusia :

- a) Menggerakkan berarti menimbulkan kekuatan pada individu, memimpin seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Misalnya kekuatan dalam hal ingatan, respon-respon efektif, dan kecenderungan mendapat kesenangan.
- b) Motivasi juga mengarahkan atau menyalurkan tingkah laku. Dengan demikian ia menyediakan suatu orientasi tujuan. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu.
- c) Untuk menjaga dan menompang tingkah laku, lingkungan sekitar harus menguatkan (*reinforce*) intensitas dan arah dorongan-dorongan dan kekuatan-kekuatan individu.

Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan motivasi untuk menggerakkan atau menggugah seseorang agar timbul keinginan dan kemauannya untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu. Pengembangan diri termasuk dari komponen dari motivasi psikologi. Pada motivasi memperkuat diri, manusia memiliki kebutuhan untuk mengembangkan kepribadian, berprestasi, menaikan prestasi, mendapat pengakuan dari orang lain

serta memuaskan dirinya. Hal-hal tersebut merupakan alasan utama mengapa manusia perlu untuk mengembangkan dirinya.

Adapun teori-teori motivasi yaitu :

a. Teori Hedonisme

Hedone adalah bahasa Yunani yang berarti kesukaan, kesenangan, atau kenikmatan. Hedonisme adalah suatu aliran dalam filsafat yang memandang bahwa tujuan hidup yang utama pada manusia adalah mencari kesenangan yang bersifat duniawi. Menurut pandangan pada hedonisme pada hakikatnya adalah makhluk yang mementingkan kehidupan yang penuh kesenangan dan kenikmatan. Oleh karena itu, setiap menghadapi persoalan yang perlu pemecahan, manusia cenderung memilih alternatif pemecahan yang mendatangkan kesenangan dari pada mengakibatkan kesukaran, kesulitan, penderitaan dan sebagainya.

b. Teori Naluri

Teori naluri pada dasarnya manusia memiliki tiga dorongan yaitu :

- a) Dorongan nafsu (naluri) mempertahankan diri.
- b) Dorongan nafsu (naluri) mengembangkan diri.
- c) Dorongan nafsu (naluri) mengembangkan dan mempertahankan jenis.

Dengan dimilikinya ketiga naluri pokok itu, maka kebiasaan-kebiasaan ataupun tindakan-tindakan dan tingkah laku manusia

yang diperbuatnya sehari-hari mendapat dorongan atau digerakkan oleh ketiga naluri tersebut. Oleh karena itu, untuk memotivasi seseorang harus berdasarkan naluri mana yang akan dituju dan perlu dikembangkan.

c. Teori Reaksi yang di pelajari

Teori ini berpandangan bahwa tindakan atau perilaku manusia tidak berdasarkan naluri-naluri tetapi berdasarkan pola-pola tingkah laku yang dipelajari dari kebudayaan di tempat orang itu hidup.

Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku kearah tujuan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa motivasi itu memiliki tiga aspek, yaitu :

- a) Keadaan terdorong dalam diri organism (*a driving state*), kesepian bergerak karena kebutuhan misalnya kebutuhan jasmani, karena keadaan lingkungan atau karena keadaan mental seperti berfikir dan ingatan.
- b) Perilaku yang timbul dan terarah karena keadaan.
- c) Tujuan yang ditujui oleh prilaku tersebut.

Dalam Sadirman (2012:89) menyatakan bahwa Motivasi dibagi menjadi dua macam yaitu:

a) Motivasi *Intrinsik*

Motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan yang melakukan sesuatu.

Contohnya : seseorang yang membaca, tidak perlu ada yang menyuruh atau mendorongnya ia sudah rajin mencari buku-buku untuk dibacanya.

b) Motivasi *Ekstrinsik*

Motif-motif yang aktif dan berfungsi karena adanya perangsang dari luar.

Contohnya : seseorang tersebut ingin belajar karena besok paginya akan ujian dengan harapan mendapatkan nilai yang baik, sehingga akan dipuji oleh pacar atau temannya.

**b. Motivasi Belajar**

Motivasi dalam Hamzah (2007:9) adalah dorongan yang timbul oleh adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar sehingga seseorang berkeinginan untuk mengadakan perubahan tingkah laku atau aktivitas tertentu lebih baik dari keadaan sebelumnya. Pendapat diatas menunjukan bahwa seseorang melakukan sesuatu karena adanya

dorongan yang dalam dari dirinya maupun dari luar dirinya untuk mencapai sesuatu.

Sedangkan menurut Mc.Donald dalam Sardiman (2011:73) motivasi adalah perubahan energi pada diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *Feeling* dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan.

Dalam belajar, motivasi sangatlah penting. dalam Hamzah, (2007:60) motivasi adalah syarat mutlak untuk belajar, di sekolah sering kali terdapat anak yang malas, tidak menyenangkan, suka membolos, dan sebagainya. Dalam hal demikian berarti guru tidak berhasil dalam memberikan motivasi yang tepat untuk mendorong agar ia bekerja dengan segenap tenaga dan pikirannya.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli bahwa motivasi adalah suatu perubahan yang terdapat pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan. Sehingga disimpulkan bahwa motivasi sebagai suatu perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya perasaan dan didahului dengan adanya tujuan. Pendapat diatas menunjukkan bahwa seseorang melakukan sesuatu karena dorongan yang ada pada dalam dirinya maupun dari luar dirinya untuk mencapai tujuan sesuatu.

### c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Belajar

Dalam Sardiman (2011:87) mengatakan ada beberapa unsur-unsur yang mempengaruhi motivasi belajar diantaranya :

a) Cita-cita atau aspirasi siswa

Motivasi belajar tampak pada keinginan anak sejak kecil. Keberhasilan mencapai keinginan tersebut menumbuhkan kemauan bergiat, bahkan kemudian hari cita-cita dalam kehidupan. Dari segi emansipasi kemandirian, keinginan yang terpuaskan dapat memperbesar kemauan dan semangat belajar. Dari segi pembelajaran, penguatan dengan hadiah atau juga hukuman akan dapat mengubah keinginan menjadi kemauan dan kemudian kemauan menjadi cita-cita.

b) Kemampuan siswa

Keinginan seorang anak perlu disertai dengan kemampuan atau kecakapan mencapainya. Kemampuan akan memperkuat motivasi anak untuk melaksanakan tugas-tugas perkembangan.

c) Kondisi siswa

Kondisi siswa yang meliputi kondisi jasmani dan rohani sangat mempengaruhi motivasi belajar.

d) Kondisi lingkungan siswa.

Lingkungan siswa berupa keadaan alam lingkungan tempat tinggal pergaulan sebaya, kehidupan kemasyarakatan. Dengan

kondisi lingkungan tersebut yang aman, tentram, tertib dan indah maka semangat dan motivasi belajar muda di perkuat.

## 5. Guru

Menurut Amnetembun dalam Djamarah (2005:31-32) Guru adalah orang yang memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik. Guru dalam pandangan masyarakat adalah orang yang melaksanakan pendidikan di tempat-tempat tertentu, tidak mesti di lembaga pendidikan formal, tetapi bisa juga di masjid, di rumah dan sebagainya. Bahwa disimpulkan guru orang yang berwenang dan bertanggung jawab untuk membimbing dan membina anak didik, baik secara individual maupun klasikal, di sekolah maupun luar sekolah.

Dalam undang-undang No. 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, pasal 2, dinyatakan bahwa “Guru mempunyai kedudukan sebagai tenaga profesional pada jenjang pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan anak usia dini pada jalur pendidikan formal yang diangkat sesuai dengan peraturan perundang-undangan,”

Pernyataan pasal 2 ini, sesungguhnya merupakan penegasan dari definisi guru yang dianut oleh UU yang dimaksud. Pada UU tersebut, dinyatakan bahwa “Guru adalah pendidik profesional dengan tugas utama mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai, dan mengevaluasi peserta didik pada pendidikan anak usia dini jalur pendidikan formal, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah.”

Menurut Soetcipto dan Raflis Koasi dalam Djamarah (2005:62), mengatakan bahwa profesi adalah jabatan atau pekerjaan yang menuntut keahlian dan etika khusus serta baku (standar) layanan. Secara rinci, kedua pemikir ini merujuk pandangan dari *Nation Education* disebut sebuah profesi, yakni :

- a) Jabatan yang melibatkan kegiatan intelektual.
- b) Jabatan yang menggeluti batang tubuh ilmu yang khusus.
- c) Jabatan yang memerlukan persiapan latihan yang lama.
- d) Jabatan yang memerlukan latihan dalam jabatan yang sinambung.
- e) Jabatan yang menjanjikan karir hidup dan keanggotaan yang permanen.
- f) Jabatan yang menentukan standar etika (baku) oleh kelompok sendiri.
- g) Jabatan yang mementingkan tatanan di atas keuntungan pribadi.
- h) Jabatan yang mempunyai organisasi profesi yang kuat dan terjalin rapat.

## 6. Siswa/Anak Didik

Dalam Djamarah (2005:47) Siswa atau anak didik adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar-mengajar, siswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Siswa akan menjadi

faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Djamarah (2005:48) pengertian siswa berarti orang, anak yang sedang berguru (belajar,bersekolah). Sedangkan menurut pasal 1 ayat 4 UU RI No. 20 tahun 2013. Mengenai sistem pendidikan nasional, dimana siswa adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan diri mereka melalui proses pendidikan pada jalur dan jenjang dan jenis pendidikan tertentu.

Dari pendapat di atas bisa dijelaskan bahwa siswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan dunia pendidikan yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual untuk menjadi generasi penerus bangsa.

## **7. SMK Negeri 2 Pekanbaru**

SMK Negeri 2 Pekanbaru merupakan SMK kelompok teknologi tertua di Provinsi Riau, yang telah berdiri sejak tahun 1959 sebagai sekolah swasta, dengan nama STM Karta Bakti. Pada tahun 1967 sekolah ini di jadikan sekolah negeri dengan nama STM Negeri Pekanbaru. Nama STM Negeri Pekanbaru bertahan sampai beberapa dekade, hingga diganti dengan SMK Negeri 2 Pekanbaru di era 90-an.

Tahun 1996 sekolah ini dipecah menjadi 2 sekolah, yakni SMK Negeri 2 Pekanbaru yang beralamat di Jalan Pattimura No. 14 dengan 3 Jurusan, yaitu Teknik Mesin, Otomotif, dan Bangunan, sementara SMK

Negeri 5 Pekanbaru yang beralamat di rumbai dengan 2 Jurusan yaitu Teknik Listrik dan Elektronika. Hingga sekarang SMK Negeri 2 memiliki 8 Program Keahlian dan 16 Kosentrasi.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktivitas termasuk di dalamnya kegiatan, pesan dan media yang digunakan. Strategi dibutuhkan untuk mengatur suatu kegiatan berdasarkan arah yang telah di tentukan agar dapat mencapai sasaran atau tujuan dengan cara yang baik dan benar.

Strategi komunikasi dapat dilihat bahwa guru mempunyai strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan setiap siswa yang terlibat harus menjalankan semua tugas yang telah diterima demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

### **2. Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mempengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan prilaku seseorang (komunikan) dengan cara membujuk. Dalam penelitian ini komunikasi yang dimaksud adalah untuk meningkatkan motivasi belajar siswa dari

strategi yang digunakan, hambatan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif, serta upaya dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif.

### 3. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan yang timbul oleh adanya rangsangan dari internal maupun eksternal dari kebutuhannya sehingga seseorang berkeinginan untuk mengadakan perubahan tingkah laku atau aktivitas tertentu lebih baik dari sebelumnya. Dalam motivasi ini sangat penting bagi siapa saja, terutama siswa. Karena sesuatu upaya yang diharapkan oleh siswa akan terwujud apabila ada dorongan dari dalam dirinya sendiri maupun dari orang tua atau guru yang dilindasi hasrat dan niat, kebutuhan, harapan dan cita-cita, penghargaan dan penghormatan sesuai apa yang dibutuhkannya.

### 4. Guru

Guru adalah seseorang yang berwenang dan bertanggung jawab terhadap pendidikan murid-murid, baik secara individual maupun klasikal, baik di sekolah maupun luar sekolah. Ini berarti bahwa seorang guru, minimal harus memiliki dasar-dasar kompetensi sebagai wewenang dan kemampuan dalam menjalankan tugasnya. Bahwa kompetensi guru merupakan suatu kemampuan yang mutlak dimiliki oleh seorang guru, baik dari segi pengetahuan, keterampilan dan kemampuan serta tanggung

jawab terhadap murid-murid yang di asuhnya, sehingga tugasnya sebagai seorang pendidik dapat terlaksana dengan baik.

#### 5. Siswa

Siswa atau anak didik adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar-mengajar, siswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Siswa akan menjadi faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya.

Dari hal tersebut siswa juga mengikuti perintah atau peraturan pembelajaran yang telah ditetapkan oleh sekolah maupun guru. sehingga status yang disandang oleh seorang siswa tersebut karena ada hubungannya dengan dunia pendidikan yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual untuk menjadi generasi penerus bangsa.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Teori yang dipakai untuk menjelaskan logika penelitian ini diambil dari penelitian terdahulu. Beberapa topik penelitian mengenai kinerja yang telah ada di daerah-daerah lain, serta katakteristik informan yang berbeda pula. Penelitian tersebut adalah :

**Table 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama dan Universitas</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Meinar Aji Rivaldi Universitas Islam Negeri Yogyakarta 2016	Teknik Komunikasi Persuasif dalam Membangun Motivasi Belajar Anak	1. Teknik Komunikasi yang dilakukan oleh pendamping pada anak asuh di rumah anak asuh mandiri Yogyakarta dalam membangun motivasi belajar anak. 1) <i>Fear Appeal</i> Teknik ini dilakukan dengan cara membuat anak asuh merasa takut akan sebuah akibat-akibat jika tidak menuruti perintah pendamping atau melakukan tindakan yang negatif. 2) <i>Emotional Appeal</i> Pendamping melakukan pendekatan dengan anak asuh dengan tujuan untuk membangun sebuah ikatan emosional sehingga menjadi lebih dekat dan terbuka. 3) <i>Motivation Appeal</i> Cara ini sangat penting karena pendamping juga adalah sebagai moivator unuk anak asuh 4) <i>Rewad Appeal</i> Teknik ini sangat membantu anak dalam memotivasi belajar.
Elizabeth Lingga Universitas Riau 2017	Strategi Komunikasi Persuasif Kepolisian Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Program <i>Save House</i> di kecamatan Sekuntum Pekanbaru	Strategi komunikasi Persuasif 1. Pendekatan Sosiokuktural Strategi yang dilakukan oleh pihak kepolisian dalam pendekatan dengan menyentuh emosional masyarakat, menceritakan apa yang terjadi dan mengubah prilaku masyarakat agar masyarakat ikut terlibat untuk mengikuti program polisi dengan tujuan menjaga keamanan dan kenyamanan. 2. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak kepolisian dengan pendekatan melakukan kegiatan bersama-sama, seperti gotong royong, pengajian dan kegiatan polmas lainnya,
Diastu Karlinda	Teknik Komunikasi Persuasif untuk	1. Teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh para guru dalam meningkatkan motivasi belajar

Universitas Negeri Yogyakarta 2013	Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas X di SMK Muhammadiyah 2 Yogyakarta	siswa adalah teknik asosiasi , teknik integrasi teknik ganjaran. 2. Hambatan yang muncul dalam pelaksanaan komunikasi persuasif berasal dari pihak guru, siswa maupun lingkungan. 3. Upaya mengatasi hambatan dalam komunikasi persuasif dilakukan oleh guru dan siswa.
------------------------------------	--	---

Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah:

a. Persamaan Peneliti Terdahulu

Adapun persamaan peneliti terdahulu yang relevan dengan penulis adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian terdahulu yang relevan dari ketiga terdahulu dengan penulis sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teori komunikasi persuasif.
2. Penelitian Diatsu Karlinda Universitas Negeri Yogyakarta (2013) persamaan dengan penulis yaitu sama sama membahas tentang komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa.
3. Penelitian Elizabeth Lingga Universitas Riau (2017) persamaan dengan penulis sama sama memfokuskan tentang strategi komunikasi persuasif.

b. Perbedaan Peneliti Terdahulu

1. Perbedaan dari ketiga penelitian yang relevan dengan penulis terdapat pada rumusan masalah, tujuan masalah, objek dan subjek penelitian.
2. Perbedaan penelitian dari Meinar Aji Rivaldi (2016) dengan penulis adalah Meinar Aji Rivaldi membahas fokus masalah bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam membangun motivasi belajar anak, sedangkan penulis memfokuskan masalah tentang strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan motivasi belajar.
3. Perbedaan Penelitian dari Elizabeth Lingga Universitas Riau (2017), penelitian terdahulu membahas tentang strategi komunikasi persuasif kepolisan dalam partisipasi masyarakat dalam program *save house* sedangkan penulis strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa.