

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi**

##### **1. Pengertian Strategi**

Kata “strategi” mempunyai pengertian yang berkaitan dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, berkaitan dengan mampu atau tidaknya suatu lembaga instansi atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun luar.<sup>1</sup> Menurut James Brian Quinn strategi merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam satu kesatuan.

Strategi adalah cara yang diatur dan di pikir baik-baik untuk mencapai maksud dan tujuan, dan dapat diterjemahkan sebagai cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan agar tercapai tujuan yang ditentukan.<sup>2</sup>

Selain yang disebutkan diatas berikut beberapa definisi mengenai strategi menurut para ahli ialah:

- a) Menurut Supriyono mengatakan bahwa: strategi adalah satu kesatuan rencana dari suatu lembaga instansi atau organisasi yang komprehensif dan terpadu

---

<sup>1</sup>Dr. H Zainal Mukarom, M.si, Muhibudin Wijaya Laksana, S.Sos. M.si, *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 221

<sup>2</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus*, h. 652.

yang diperlukan.

- b) Menurut Pearce dan Robinson mengatakan bahwa: strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan guna mencapai sasaran yang dituju.
- c) Jonson dan Scholes menyatakan bahwa: “*strategy is the direction and scope of an organization over the long term ideally. Which matches its resources to its changing environment, and it particular its marketing, customer organization*”, yang berarti strategi adalah arah dan ruang lingkup organisasi dalam jangka panjang idealnya. Yang mencocokkan sumber dayanya dengan lingkungannya yang berubah, dan khususnya pemasarannya kepada organisasi yang dituju.<sup>3</sup>

Dari pendapat-pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan penentuan tujuan sasaran dan upaya pelaksanaan untuk mencapai tujuan tertentu.

## 2. Model-Model Strategi

Chaffee menguraikan tiga model strategi, berdasarkan sintesis dari literatur manajemen umum: *linear, adaptif, dan interpretif*. Ia membedakannya sebagai berikut<sup>4</sup>:

### a) Strategi *Linear*

Pemimpin organisasi merencanakan, bagaimana mereka menghadapi pesaing untuk mencapai tujuan organisasinya. (metode, pengarahan, rangkaian tindakan

---

<sup>3</sup>Irene Diana Sari Wijayanti, “*Manajemen*”, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012), h. 62.

<sup>4</sup>*Ibid*, h. 63.

yang terlibat pada perencanaan).

b) Strategi *Adaptif*

Lembaga/organisasi bagian-bagiannya berubah, secara proaktif atau reaktif, untuk diluruskan dengan kesukaan konsumen (pengkajian keadaan internal dan eksternal, menimbulkan ‘penyesuaian organisasi atau lingkungan yang relevan yang akan menimbulkan penjajaran kesempatan lingkungan dan ancaman dengan kemampuan dan sumber-sumber organisasi).

c) Strategi yang *Interpretif*

Wakil organisasi menyampaikan pengertian yang dimaksudkan untuk memotivasi para pihak yang terkait dalam organisasi.

Pada dasarnya ketiga model strategi di atas bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan serta misi organisasi berjalan sesuai yang diharapkan. semuanya dapat diimplementasikan dalam organisasi/lembaga.

### **3. Menetapkan Perumusan Strategi**

Suatu strategi hendaknya mampu memberi informasi kepada pembacanya yang sekaligus berarti mudah dipahami dan diperbaharui oleh setiap anggota manajemen di suatu organisasi atau golongan masyarakat tersebut.

Goldworthy dan Ashley mengusulkan lima aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sebagai berikut:

- a) Ia harus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang.

- b) Arah strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya.
- c) Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan.
- d) Strategi harus mempunyai orientasi eksternal.
- e) Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang<sup>5</sup>

## **B. Komunikasi**

### **1. Pengertian Komunikasi**

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri sama juga halnya bagi suatu organisasi/lembaga. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi/lembaga dapat berjalan lancar dan berhasil. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi/lembaga. Oleh karena itu, para pemimpin suatu organisasi/lembaga dan para komunikator perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.

Rogers bersama D. Lawrence Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.<sup>6</sup>

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “Sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare*

---

<sup>5</sup>Sondang Siagian, “*Manajemen Strategi*”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 45.

<sup>6</sup>Hafied Cangara, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h.22.

yang berarti “membuat sama”. Istilah pertama komunis paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata lainnya yang mirip. Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas.<sup>7</sup>

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikand dengan menggunakan media untuk menghasilkan efek atau tujuan dengan mengharapkan umpan balik atau *feed back*. Jadi, komunikasi berlangsung bila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai makna suatu hal yang dikomunikasikan, sehingga hubungan mereka itu bersifat komunikatif.

Pengertian komunikasi secara etimologi memberi pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambang-lambang atau bahasa yang mempunyai kesamaan arti antara orang yang memberi pesan dengan orang yang menerima pesan.<sup>8</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah inti semua hubungan sosial, apabila orang telah mengadakan hubungan tetap, maka sistem komunikasi yang mereka lakukan akan menentukan apakah sistem tersebut dapat mempererat atau mempersatukan mereka, mengurangi ketegangan atau

---

<sup>7</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 46.

<sup>8</sup>Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2019), h. 22

melenyapkan apabila muncul.<sup>9</sup>

## **2. Tujuan Komunikasi**

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering berkomunikasi dengan orang tua atau dengan guru bahkan kita sering bergabung dengan masyarakat. Dalam hal ini kita bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada mereka, apa yang kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

- a. Supaya apa yang kita sampaikan itu dapat dimengerti.
- b. Memahami orang lain.
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.<sup>10</sup>

## **3. Hambatan Komunikasi**

Hambatan mengandung arti halangan atau rintangan, begitu juga dengan gangguan. Gangguan memiliki arti yang sama dengan hambatan. Dalam konteks komunikasi, hambatan adalah segala hal sesuatu yang menghalangi kelancaran komunikasi.

Pada hakikatnya, kebanyakan hambatan yang timbul bukan berasal dari

---

<sup>9</sup>Saiful Bahri Djamarah, *“Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak Dalam Keluarga”*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2014), h. 11.

<sup>10</sup>*Ibid*, h. 10-11.

sumber atau salurannya, melainkan dari penerimanya. Hal ini disebabkan manusia sebagai komunikan memiliki kecenderungan untuk bersikap acuh tak acuh, meremehkan sesuatu, salah menafsirkan, tidak mampu mengingat dengan jelas apa yang diterimanya dari komunikator.

Hambatan yang sangat kecil mungkin dapat diabaikan, tetapi terlalu banyak hambatan dapat mengganggu atau mengacaukan pesan untuk mencapai tujuannya. Berikut terdapat empat hambatan yang dapat mengganggu kelancaran komunikasi<sup>11</sup>:

a. Hambatan dari proses komunikasi

- 1) Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang disampaikan belum terlalu jelas bagi dirinya atau penerima pesan. Hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional.
- 2) Hambatan dalam penyandian/symbol, hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, symbol yang dipergunakan antara pengirim dan penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.
- 3) Hambatan media, yaitu hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan jelas.
- 4) Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan

---

<sup>11</sup>Zainal Mukarom “*Manajemen Public Relation Paduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*”, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), h. 90.

tidak mencari informasi lebih lanjut.

b. Hambatan fisik

Hambatan fisik dapat mengganggu komunikasi yang efektif. Misalnya, cuaca yang berujung pada gangguan alat komunikasi selain itu juga gangguan kesehatan fisik, dan lain sebagainya.

c. Hambatan semantik

Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti mendua yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima.

Dalam melaksanakan kegiatan apapun khususnya dalam hal berkomunikasi pastinya terdapat hambatan, maka dari itu peneliti menyarankan bahwa sebelum akan melakukan suatu kegiatan komunikasi, seorang komunikator harus cermat membaca kondisi dan menanggulangi gangguan yang mungkin terjadi. Demi tercapainya kelancaran kegiatan komunikasi dan tujuan yang diharapkan.

## **C. Komunikasi Persuasif**

### **1. Pengertian Komunikasi Persuasif**

Istilah “persuasi” atau dalam bahasa Inggris persuasion, berasal dari kata Latin persuasion, yang secara harfiah berarti hal membujuk, mengajak, atau meyakinkan.<sup>12</sup>

Dalam ilmu komunikasi, kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

---

<sup>12</sup>Deddy Mulyana, *Op.cit*, h.77.

De Vito menjelaskan dalam buku antar manusia sebagai berikut : Pembicaraan persuasif mempertengahan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khlayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya.<sup>13</sup>

Menurut K. Anderson, komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Yang dikehendaki dalam komunikasi persusif adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri.

Komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi atau mengajak komunikan untuk melakukan suatu tujuan sehingga bertindak sesuai dengan apa yang dikehendaki komunikator.

## **2. Hal yang perlu di Perhatikan dalam Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasi menggunakan informasi tentang situasi psikologis dan sosiologis serta kebudayaan dari komunikan untuk mempengaruhinya dan mencapai perwujudan dari yang diinginkan oleh message. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi kita menjadi persuasif atau biasa mempengaruhi orang lain, yaitu :

---

<sup>13</sup>*Ibid*, h.78.

a) Komunikator

Agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator menjadi persuasif, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang dimaksud dengan kredibilitas disini adalah komunikator yang mempunyai pengetahuan, terutama tentang apa yang disampaikannya.

b) Pesan

Hal-hal yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, yang bertujuan agar komunikan melakukan hal-hal yang disampaikan dalam pesan tersebut.

c) Saluran

Media atau sarana yang digunakan supaya pesan dapat disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Supaya komunikasi bisa persuasif, maka media atau saluran yang digunakan harus tepat. Saluran atau media harus dipertimbangkan karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain.

d) Penerima

Orang-orang yang menerima pesan dari komunikator, yang biasa disebut dengan komunikan. Dalam berkomunikasi, khalayak sasaran komunikan juga perlu menjadi perhatian. Bagaimana karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain, sangat dibutuhkan dalam memformulasikan pesan yang akan disampaikan.<sup>14</sup>

### 3. Ciri- Ciri Komunikasi Persuasif

---

<sup>14</sup>*Ibid*, h.80.

Komunikasi persuasi sebagai suatu jalan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta *psycolos* dan sosiologi dari komunikasi yang hendak dipengaruhi.

Adapun ciri-ciri komunikasi persuasif adalah sebagai berikut :

- a. Kejelasan tujuan. Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat , dan perilaku.
- b. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi. Sasaran persuasi memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku bangsa hingga gaya hidup.
- c. Memilih strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi.<sup>15</sup>

Dari penjeasan diatas dapat dijeaskan bahwa komunikasi persuasif memiliki kejelasan tujuan dimana tujuanya adalah untuk mengubah sikap, prilaku, dan pendapat. Oleh karena itu sasaran persuasif memiliki keragaman yang cukup kompleks. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik, jenis kelamin level pekerjaan, hingga gaya hidup. Memilih strategi komunikasi yang tepat juga dapat memudahkan komunikator menyampaikan pesan atau tujuan dengan mudah kepada kounikan.

#### **4. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif**

Dalam sebuah komunikasi tentulah terdapat faktor-faktor pendukung komunikasi sehingga berjalan efektif, akan tetapi ada juga beberapa faktor

---

<sup>15</sup>*Ibid*, h.40.

penghambat komunikasi yang menyebabkan komunikasi persuasif tersebut tidak dapat berjalan dengan baik.

Adapun faktor pendukung komunikasi persuasif antara lain ialah : (a) mendengarkan (b) pernyataan (c) keterbukaan (d) kepekaan (e) umpan balik

a. Mendengarkan

Mendengarkan komunikasi harus dilakukan dengan pikiran dan hati serta segenap indra yang diarahkan kepada si pendengar

b. Pernyataan

Komunikasi pada hakikatnya kegiatan menyatakan suatu gagasan (isi hati dan pikiran) dan menerima umpan balik yang berarti menafsirkan pernyataan tentang gagasan orang lain.

c. Keterbukaan

Orang yang senantiasa tumbuh, sesuai dengan zaman adalah orang yang terbuka untuk menerima masukan dari orang lain, mernungkan dengan serius, dan mengubah diri bila perubahan dianggap sebagai pertumbuhan kearah tujuan.

d. Kepekaan

Kepekan adalah kemahiran membaca badan, komunikasi yang tidak diucapkan dengan kata-kata.

e. Umpan balik

Sebuah komunikasi baru bernama timbal balik lalu pesan yang dikirim

berpantulan, yakni mendapat tanggapan yang dikirim kembali.<sup>16</sup>

Faktor penghambat komunikasi sehingga tidak berjalan dengan baik antara lain (a). Kurangnya perencanaan dalam komunikasi, (b). Perbedaan persepsi, (c). Perbedaan harapan, (d). Kondisi fisik atau mental yang kurang baik, (e). Pesan yang tidak jelas, (f). Prasangka yang buruk, (g). Transmisi yang kurang baik, (h). Penilaian atau evaluasi yang premature, (i). Tidak adanya kepercayaan, (j). Adanya ancaman, (k). Perbedaan status, pengetahuan Bahasa, (l). Distorsi.<sup>17</sup>

Faktor penghambat komunikasi ini mungkin dapat dikatakan sebagai lawan dari faktor pendukung komunikasi diatas. Bilamana di dalam komunikasi ini kurang adanya perencanaan, perbedaan persepsi dan harapan yang samar serta ada ancaman menyebabkan komunikasi tersebut menjadi rusak dan tidak dapat berjalan dengan efektif sesuai dengan yang diharapkan oleh kedua pihak.

Berdasarkan beberapa faktor penghambat di atas sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, intinya dapat dikatakan bahwa jika disebut sebagai faktor penghambat maka ada pula faktor pendukung. Bilamana dalam komunikasi ini terdapat perbedaan-perbedaan baik itu persepsi, status, budaya, bahasa, dan sebagainya menyebabkan komunikasi itu menjadi rusak dan tidak dapat berlangsung secara efektif sebagaimana diharapkan oleh komunikator dan komunikan.

#### **D. Teori Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach**

---

<sup>16</sup>*Ibid*, h.41.

<sup>17</sup>*Ibid*, h.42.

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang/audiens. Oleh karena itu, dalam strategi yang dibuat, harus mencerminkan operasional taktis. Jadi, yang harus ditentukan adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian, di mana lokasi penyampaian pesan tadi, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.<sup>18</sup>

Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach memberikan beberapa Strategi komunikasi persuasif, antara lain:

#### 1. Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamika didasari oleh asumsi bahwa ciri-ciri biologis manusia itu merupakan hal yang diwariskan, terdapat sekumpulan faktor lain yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosioal, terdapat sekumpulan faktor yang diperoleh atau dipelajari yang membentuk struktur kongnitif individu.

Berasal dari Sigmund Freud, asal kata Psiche: pikiran, namun mencakup perasaan, pengalaman masa lalu, roh dan jiwa. Kata Dinamic: mengacu pada pandangan bahwa psikis individu bersifat dinamis, tidak statis. Teori dasar Freud menekankan pada dorongan insting dari individu untuk melakukan hubungan, baik internal maupun eksternal.

---

<sup>18</sup>Soleh Soemirat, dkk, "*Komunikasi Persuasif*", (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), h.29

Strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamika. Oleh karenanya, harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif, dan rasanya sangat tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor biologis (seperti tinggi, berat, sex, ras, dan lain-lain) dengan pesan persuasif. Hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, seperti marah dan takut.

Asumsi berikutnya bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Oleh karena itu, faktor-faktor kognitif dapat diubah maka tentunya perilaku pun dapat diubah.

Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan struktur internal jiwa sebagai hasil dari belajar. Dalam penekanan ini memungkinkan menggunakan media massa untuk mengubah struktur tersebut, seperti perubahan perilaku.

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai cara, dimana mereka akan merespons secara terbuka dengan bentuk perilaku, seperti yang diinginkan atau sesuai dengan yang dinyatakan persuader. Komunikasi persuasif yang efektif dapat dikatakan terletak dalam belajar hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh persuader. Asumsi tersebut akan mengubah struktur internal psikologis individu, seperti kebutuhan, rasa takut, sikap dan lain-lain hasilnya tampak pada perilaku yang tampak.

Strategi persuasi psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kongnitif. Salah satu dasarnya bahwa faktor-faktor kongnitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Esensinya bahwa pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individu dengan berbagai cara, dimana sasaran akan merespons secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan persuader.<sup>19</sup>

Dalam perkembangan perkembangan kepribadian manusia, tercatat ada 3 hal, yaitu Id (insting dan dorongan kepuasan), Ego (daya nalar, proses mental, pikiran sehat, dan realitas), dan Super ego (nilai- nilai sosial). Mekanisme pertahanan dalam seorang individu saat menerima stimulant dari luar adalah *repression* (penekanan) berkenaan dengan dorongan hati yang tidak pantas dikeluarkan sehingga didesak kedalam pikiran bawah sadar. *Regression* (kemunduran) kembali ke bentuk-bentuk perilaku awal perkembangan. *Sublimation* mengganti perilaku yang tidak wajar dengan perilaku yang lebih baik. *Displacement* (penggantian) mengubah sasaran pelampiasan dari emosi kepada sebuah objek lain. *Reaction formation* (pembentukan reaksi) bertindak yang berlawanan dengan apa yang dirasakan atau diinginkan.<sup>20</sup>

## 2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar individu. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasi menegaskan terhadap individu aturan-aturan bagi

---

<sup>19</sup>*Ibid.*, h. 31.

<sup>20</sup>Yanie Pratiwi Firdaus, “Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru,” *JOM FISIP* Vol. 3, No. 2 (Ruai: Universitas Negeri Riau, 2016), h. 9.

pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak yang akan mengatur aktivitas, dimana komunikator mencoba untuk memperolehnya atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut.

Strategi persuasi sosiokultural sering sekali digunakan bersama dengan tekanan antarpersona untuk kompromi. Artinya, kombinasi antarpersona melalui media dan individu dapat ditukarkan. Strategi multistap ini dapat diilustrasikan dalam pengertian yang kongkret jika kita memeriksa taktik kampanye yang sangat sukses, dimana hampir setiap orang mengenalnya.

Strategi sosiokultural banyak digunakan dalam promosi produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi pengendalian pendanaan. Oleh karena itu, dalam strategi ini sering kali pengertian tentang kultur, pengharapan sosial, serta semua komponen organisasi sosial ditetapkan sebagai dasar konseptual untuk merancang strategi yang efektif bagi penjualan barang-barang.

Strategi persuasif sosiokultural menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan persuader di dalam meningkatkan orang yang dipersuasif. Perilaku dari orang yang dipersuasi dipengaruhi faktor lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan kerja. Faktor lingkungan seperti ini harus dapat diperhatikan pemasar sebelum mempersuasif calon orang yang dipersuasif tersebut. Strategi ini dapat dikatakan referensi, dimana biasanya pemasar

mendapatkan referensi dari teman maupun keluarganya.<sup>21</sup>

Faktor lingkungan memang sangat membantu persuader untuk merubah perilaku persuadee, karena rata-rata persuader pasti mendekati orang-orang yang memang dikenal. Seseorang dalam kategori ini pasti akan lebih mudah dipersuasif selain itu kepercayaan telah ada di dalam hubungan keluarga.

Kepercayaan merupakan produk yang dihasilkan di antara kedua pelaku dalam suatu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya dan manfaat dari perilaku tertentu sebagaimana diatur dalam kontrak. Dengan adanya kepercayaan antara dua pelaku akan mempermudah dalam mempersuasif seseorang untuk mengikuti apa yang diinginkan.

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dirinya. Esensi strategi ini bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan konsensus bersama.<sup>22</sup>

### 3. Startegi *The Meaning Construction*

Strategi yang dikemukakan oleh Melvin I. DeFluer dan Sandra J. Ball Rokeach adalah dengan memanipulasi pengertian. Hal ini berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat.

Berdasarkan pemikiran DeFluer dan Rokeach tersebut, tampak bahwa yang

---

<sup>21</sup>Firdaus, “*Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru,*” h. 10.

<sup>22</sup>Soleh Soemirat, dkk, *Op.cit.*, h. 36.

menjadi asumsi utama strategi *The Meaning Construction* bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Apa yang luput merupakan elaborasi asumsi tentang predisposisi dan proses internal, seperti perubahan sikap, disonasi kognitif atau kejadian sosial yang rumit dan pengharapan kultural.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan oleh “belajar-berbuat” (*learn-do*), seperti yang dilawankan dengan belajar-merasa-berbuat (*learn-feel-do*) dan pendekatan belajar- penyesuaian-diri. Asumsi dasar strategi persuasi *the meaning construction* adalah bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn-do*).<sup>23</sup>

Strategi ini berawal dari konsep di mana hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Persuader berupaya memberikan pengetahuan-pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon orang yang dipersuasif. Selain itu dengan adanya pengetahuan yang diterima orang yang dipersuasif melalui lingkungan sekitar maupun berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pemahaman di benak masyarakat inilah harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh persuader.

Pada strategi ini persuader berupaya memanipulasi suatu makna, untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasi. Persuader memberikan perumpamaan- perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, baik sebagai individu maupun

---

<sup>23</sup>*Ibid.*

sebagai kelompok. Hal ini disebabkan oleh identitas manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri-sendiri melainkan saling membutuhkan satu sama lain. Melalui interaksi setiap hari dengan sesama, manusia berhubungan satu sama lain dengan berbagai tujuan. Menurut George Herbert Mead yang dikutip oleh Dedy Mulyana, setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi.<sup>24</sup>

## **E. Partisipasi**

### **1. Pengertian Partisipasi**

Dalam sebuah pembangunan, partisipasi masyarakat merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan. Pembangunan masyarakat diarahkan pada perbaikan kondisi hidup masyarakat. Pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mengubah keadaan dari yang kurang dikehendaki menuju keadaan yang lebih baik. Oleh karena itulah partisipasi masyarakat merupakan salah satu aspek yang dapat menentukan keberhasilan suatu pembangunan tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep-konsep partisipasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli di bawah ini.

Bornby mengartikan partisipasi sebagai tindakan untuk “mengambil bagian” yaitu kegiatan atau pernyataan untuk mengambil bagian dari kegiatan dengan maksud memperoleh manfaat.<sup>25</sup> Sementara itu, Adisasmita mengatakan bahwa partisipasi anggota masyarakat adalah keterlibatan anggota masyarakat dalam pembangunan, meliputi kegiatan dalam perencanaan dan pelaksanaan (implementasi)

---

<sup>24</sup> Yanie Pratiwi Firdaus, *Op.cit*, h. 12.

<sup>25</sup> Aprilia Theresia dkk., “*Pembangunan Berbasis Masyarakat*”. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 196.

program/proyek pembangunan yang dikerjakan di dalam masyarakat lokal.<sup>26</sup> Hal senada juga dikemukakan oleh Chandra yang menjelaskan bahwa partisipasi sebagai pengetahuan dan teknik yang ditujukan sebagai alat penyelesaian masalah-masalah pembangunan, berjalan dan tidaknya, tergantung pada konteks-konteks spesifik yang terkait dengan faktor-faktor struktural, norma-norma yang berlaku, organisasi sosial, pola-pola hubungan kekuatan, pola-pola tindakan bersama, serta institusi-institusi politik yang telah digunakan sebelumnya dalam komunitas.<sup>27</sup>

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa partisipasi dapat diartikan sebagai keikutsertaan atau keterlibatan individu atau kelompok dalam suatu aktivitas untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, dengan harapan adanya partisipasi ini suatu tujuan yang telah ditentukan akan tercapai dengan maksimal.

## **2. Bentuk-Bentuk Partisipasi**

Partisipasi adalah suatu keterlibatan seseorang untuk mencapai tujuan dan ikut bertanggung jawab di dalamnya. Ndraha menguraikan beberapa bentuk partisipasi (1990: 103) meliputi:

- a. Peran serta dalam/melalui kontak dengan pihak lain (contact change) sebagai suatu titik awal dalam perubahan sosial.

---

<sup>26</sup> Rahardjo Adisasmita, *"Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan"*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 34.

<sup>27</sup>Eka Chandra, dkk, *"Membangun Forum Warga Implementasi Partisipasi dan Penguatan Masyarakat Sipil"*, (Bandung: Yayasan AKATIGA, 2003), h. 5.

- b. Peran serta dalam memperhatikan atau menyerap dan memberikan tanggapan terhadap informasi, baik dalam arti menerima (menaati, memenuhi, dan melaksanakan) menerima dengan syarat maupun dalam arti menolaknya.
- c. Peran serta dalam pelaksanaan operasional pembangunan.
- d. peran serta dalam menerima, memelihara, dan mengembangkan hasil pembangunan.
- e. Peran serta dalam menilai pembangunan yaitu keterlibatan masyarakat dalam menilai sejauhmana pelaksanaan pembangunan sesuai dengan rencana dan sejauhmana hasilnya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

### **3. Faktor Penghambat Partisipasi**

Soetrisno mengidentifikasi beberapa masalah kaitanya dengan pengembangan partisipasi masyarakat dalam pembangunan yakni:

- a. Masalah pertama dan terutama dalam pengembangan partisipasi masyarakat adalah belum dipahaminya makna sebenarnya tentang partisipasi oleh pihak perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.
  - 1) Pada tataran perencanaan pembangunan, partisipasi didefinisikan sebagai kemauan masyarakat untuk secara penuh mendukung pembangunan yang direncanakan dan ditetapkan sendiri oleh (aparatus) pemerintah, sehingga masyarakat bersifat pasif dan hanya sebagai sub-ordinasi pemerintah.
  - 2) Pada pelaksanaan pembangunan di lapangan, pembangunan yang dirancang dan ditetapkan oleh pemerintah didefinisikan sebagai kebutuhan masyarakat,

sedangkan yang dirancang dan ditetapkan masyarakat didefinisikan sebagai keinginan masyarakat yang memperoleh prioritas lebih rendah.

3) Partisipasi masyarakat, sering didefinisikan sebagai kerjasama pemerintah dan masyarakat yang tidak pernah memperhatikan adanya sub-sistem yang disubordinasikan oleh supra-sistem, dan aspirasi masyarakat cukup diakomodasikan dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.

b. Masalah kedua adalah, dengan dikembangkannya pembangunan sebagai ideologi baru yang harus diamankan dengan dijaga ketat, yang mendorong aparat pemerintah bersifat otoriter

c. Masalah ketiga adalah banyaknya peraturan yang meredam keinginan masyarakat untuk berpartisipasi.<sup>28</sup>

## **F. Kebersihan Lingkungan**

### **1. Kebersihan**

Kebersihan merupakan keadaan yang higienis, terbebas dari kotoran, kebersihan merujuk pada keimanan. Kebersihan ialah upaya manusia untuk memelihara diri dan lingkungan dari segala yang kotor dan keji dalam rangka mewujudkan dan melestarikan kehidupan yang sehat dan nyaman. Kebersihan merupakan syarat bagi terwujudnya kesehatan, kemudian ini salah satu faktor yang dapat memberikan kebahagiaan. Sebaliknya, kotor tidak hanya merusak keindahan tetapi, juga menyebabkan timbulnya berbagai penyakit.

Kebersihan merupakan hal pokok dalam memelihara kelangsungan

---

<sup>28</sup>Aprilia Theresia dkk, *Op.cit*, h. 211.

eksistensinya, sehingga tidak ada satupun makhluk kecuali berusaha untuk membersihkan dirinya, walaupun makhluk tersebut dinilai kotor. Pembersihan diri tersebut, secara fisik misalnya, ada yang menggunakan air, tanah, air dan tanah. Bagi manusia membersihkan diri tersebut dengan tanah dan air tidak cukup, tetapi ditambah dengan menggunakan dedaunan pewangi, malahan pada zaman modern sekarang menggunakan sabun mandi, bahkan untuk pembersih wajah ada sabun khusus dan lain sebagainya.

Pada manusia konsep kebersihan, bukan hanya secara fisik, tetapi juga psikhis, sehingga dikenal istilah kebersihan jiwa, kebersihan hati, kebersihan spiritual dan lain sebagainya. Prof .Dr. M. Aburrahman MA, kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk diantaranya debu,sampah, dan bau. Kebersihan iyalah salah satu tanda dari keadaan higienis yang baik. Dalam hal ini terdapat beberapa kategori kebersihan sebagai berikut :

a. Kebersihan sebagian dari iman

Kebersihan adalah sebagian dari iman, itulah motto yang terus didengungkan didalam dunia pendidikan maupun tempat umum.Tapi kadang kita selalu bertanya dengan motto tersebut,jika kita menjumpai kehancuran lingkungan hidup dan juga menemukan sampah berserakan di mana-mana.

Dengan prinsip kebersihan sebagian dari iman sebenarnya sudah bisa diterapkan dalam prilaku manusia orang perorangan. Untuk memulai prilaku kebersihan sebagian dari iman memang perlu bekerjasama dengan berbagai pihak

untuk menerapkan perilaku ini.

#### b. Kebersihan Rohani dan Jasmani

Kebersihan jasmani ialah kebersihan yang berkenaan kebersihan tubuh (*physic*) dan kebersihan lingkungan secara internal tempat tinggal, sekolah, dan lain sebagainya. Kemudian secara external jalan raya, drainase, sungai, pantai, udara dan air. Kebersihan rohani merupakan kebersihan secara spiritualitas yang ada pada diri seseorang dari pola pikirnya, kesadarannya, sikap atau perilaku, jiwanya dan mentalnya tidak ternodai dari hal-hal yang dilarang oleh Islam baik secara Abstract maupun secara Transparant.

Untuk menjaga kebersihan, hal pertama yang harus dilakukan adalah jangan membuang sampah dilingkungan sekitar kita. Sasaran dalam budaya bersih adalah terwujudnya budaya bersih bagi seluruh masyarakat Indonesia dengan cara tidak membuang sampah sembarangan.<sup>29</sup>

## 2. Lingkungan

Adapun definisi lingkungan secara bahasa Yunani yaitu *oikos* artinya habitat tempat tinggal atau rumah tempat tinggal. Secara istilah lingkungan berarti suatu tempat tinggal seluruh alam semesta sehingga terjadi hubungan timbal balik atau interaksi. Lingkungan merupakan tempat seluruh ekosistem atau habitat yang dapat berhubungan timbal balik antara makhluk hidup satu dengan yang lainnya. Lingkungan terdiri dari dua golongan, yaitu lingkungan biotik (hidup) dan abiotik

---

<sup>29</sup> Endang Jaelani Sukaya dkk, "*PKn Untuk Perguruan Tinggi*", (Jogyakarta: Paradigma, 2002), h.131.

(benda mati).<sup>30</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kebersihan merupakan keadaan yang higienis, terbebas dari kotoran, kebersihan merujuk pada keimanan. Kebersihan ialah upaya manusia untuk memelihara diri dan lingkungan dari segala yang kotor dan melestarikan kehidupan yang sehat dan nyaman. Kebersihan lingkungan merupakan keadaan bebas dari kotoran, termasuk didalam nya, debu, sampah, dan bau. Manfaat dari kebersihan lingkungan salah satu nya terhindari penyakit yang disebabkan lingkungan yang tidak sehat.

### **3. Manfaat Kebersihan Lingkungan**

Manusia perlu menjaga kebersihan lingkungan dan kebersihan diri agar sehat. Setiap orang harus pandai-pandai menjaga kebersihan. Tidak sulit menjaga kebersihan lingkungan ada banyak macam cara untuk menjaga kebersihan lingkungan misalnya dengan membuang sampah pada tempatnya, selalu membersihkan selokan air, memisahkan sampah kering dan sampah basah, rajin menyapu halaman rumah, mendaur ulang barang yang tidak terpakai dan masih banyak lagi.

Kebersihan lingkungan memberikan manfaat bagi lingkungan terhadap tempat, air, udara, dan sampah. Lingkungan menjadi nyaman untuk ditempati, terhindar dari berbagai macam penyakit, bebas polusi udara sehingga udara menjadi bersih dan segar. Air yang bersih akan bermanfaat khususnya untuk air minum, terbebas dari sampah yang bau, dan menjadikan lingkungan yang hijau sehingga enak

---

<sup>30</sup> Siti Asdiqoh, *"Etika Islam Terhadap Lingkungan Hidup"*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2011), h. 3.

dipandang mata.

#### **4. Dampak Tidak Menjaga Kebersihan Lingkungan**

Lingkungan yang bersih akan membawa pengaruh yang baik bagi lingkungannya, akan tetapi kalau tidak dijaga dengan baik juga akan menimbulkan masalah yang berkepanjangan. Permasalahan tentang tidak menjaga kebersihan lingkungan mulai ramai diperbincangkan, karena timbulnya pencemaran air, tanah, udara oleh limbah industri, asap mobil dan pabrik serta zat kimia yang beracun, misalkan pestisida.

Karena adanya pencemaran tersebut kebutuhan dasar orang untuk mendapatkan udara dan air yang bersih, makanan yang sehat dan menikmati alam sebagai rekreasi, tidak dapat lagi terpenuhi. Oleh karena itu, banyak orang yang menyangka, masalah ini hanyalah sebatas pencemaran saja dan timbul karena ulah manusia. Sementara itu masalah lingkungan lebih luas daripada pencemaran dan dapat terjadi karena tindakan manusia atupun secara ilmiah.

Mendefinisikan masalah lingkungan tersebut juga tidak boleh berpacu bahwa segala macam persoalan lingkungan ini terjadi karena ulah manusia saja dan tidak boleh beranggapan bahwa apa yang asli atau alamiah selalu mempunyai kualitas lingkungan yang tinggi. Seperti contoh banyak lalat yang berterbangan yang hinggap pada makanan yang akan dikonsumsi manusia, lalat merupakan hewan yang jijik yang dapat menaburkan benih-benih penyakit pada makanan. Kejadian itu merupakan masalah lingkungan alami. Tugas manusia harus memberantasnya supaya tidak menyebarkan penyakit yang akan masuk kedalam tubuh manusia.

Dampak yang disebabkan oleh manusia, salah satunya seperti membuang sampah di sungai yang mengakibatkan pencemaran air. Awalnya air sungai bersih dan tak berbau. Akibat ulah manusia yang membuang sampah di sungai, maka banyak sekali akibatnya yaitu kualitas air yang tidak memungkinkan untuk kebutuhan sehari-hari karena sudah tercemar banyak sampah. Menyebabkan banjir karena aliran sungai tersumbat oleh sampah yang mengakibatkan air tidak dapat mengalir. Air menjadi keruh dan ekosistem yang ada di air akan mati.

## **5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebersihan Lingkungan**

Faktor persoalan kebersihan lingkungan terkadang dianggap sepele oleh masyarakat, Karena belum tahu dampak yang akan terjadi. Faktor yang mempengaruhi kebersihan lingkungan yang terjadi di sekitar masyarakat, antara lain gangguan sampah, air kotor, dan udara.

### **a. Gangguan Sampah**

Sampah merupakan problem yang mungkin akan terus berlangsung di tengah masyarakat dalam kesehariannya. Apalagi jenis sampah yang semakin hari semakin beragam, sehingga proses penanganannya juga beragam pula.<sup>31</sup> Munculnya produk-produk pembungkus makanan yang bervariasi ada yang menggunakan kertas, plastik, yang beraneka ragam dan terkadang dibuang ke sembarang tempat maka menimbulkan lingkungan banyak sampah yang berserakan dimana-mana.

---

<sup>31</sup>Fachruddin Mangunjaya, “*Menanam Sebelum Kiamat*”, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007), h. 11.

Di sekitar pedesaan sampah relatif mudah ditangani karena lahan pembuangan masih mudah dihasilkan, namun terkadang kecerobohan masyarakat membuat masalah ini menjadi serius. Hingga selain menimbulkan bau yang tidak sedap, berbagai penyakit pun akan timbul karena banyaknya tumpukan sampah yang akhirnya menjadi sarang nyamuk. Lain halnya masalah yang dihadapi oleh perkotaan mengenai sampah. Selain pembuangan yang sulit didapatkan, minimnya daerah resapan air membuat sampah-sampah menggunung menyumbat saluran air, mengakibatkan air menggenang dan terjadinya banjir.

#### b. Air Kotor

Genangan air bisa timbul karena macam sebab, mungkin disebabkan kecerobohan masyarakat yang minim tempat pembuangan.<sup>32</sup> Masih banyak masyarakat yang tidak peduli akan genangan air yang diakibatkan oleh pembuangan air yang tidak bisa mengalir dengan lancar. Padahal genangan tersebut menjadi tempat bersarangnya banyak penyakit dan akan menimbulkan bau yang tidak sedap.

Genangan air sangat berpotensi menjadi tempat perindukan nyamuk-nyamuk pembawa penyakit, mungkin hampir tiap tahun direpotkan dengan penyakit demam berdarah. Penyakit yang kerap sekali merenggut penderitanya.

Jangan menyepelekan genangan air walaupun sedikit saja. Untuk mengatasi hal-hal yang tidak diinginkan, supaya rutin memeriksa saluran air dan tempat penampungan air. Pastikan air yang mengalir pada saluran air, mengalir dengan

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, h. 12.

lancar dan tidak menjadi genangan. Sehingga sarang-sarang nyamuk tidak akan bersarang pada tempat pembuangan air.

c. Udara

Udara merupakan campuran berbagai gas, uap air, dan debu. gas oksigen diperlukan untuk pernafasan dan pada umumnya memiliki kadar yang mencukupi.<sup>33</sup> Udara merupakan kumpulan dari berbagai gas, uap air, dan debu yang selama ini dihirup. Kualitas udara yang tidak baik mempunyai efek merugikan kesehatan manusia. Menjaga kebersihan udara harus dilakukan dengan cara penghijauan.

Penghijauan merupakan sarana alternatif yang dapat meminimalisir udara kotor. Semakin banyak pepohonan yang ditanam, akan membuat udara semakin bersih dan rindang. Orang-orang akan nyaman berjalan maupun berteduh di bawah pohon karena terhindar dari udara yang tercemar serta pemanasan global.

---

<sup>33</sup>Ono Soemarwoto,. “*Atur Diri Sendiri Paradigma Baru Pengelolaan Lingkungan Hidup*”, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2001), h. 53.