

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang**

Komunikasi dalam kehidupan manusia adalah hal yang sangat penting karena tanpa komunikasi manusia tidak dapat memberikan atau menyampaikan pesan kepada orang lain. Dengan adanya komunikasi memudahkan manusia untuk berinteraksi. Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang itu dalam bentuk bahasa.

Ketika berkomunikasi manusia memiliki cara tersendiri untuk membuat orang lain ikut dengan apa yang disampaikan, salah satu bentuk komunikasi itu adalah dengan menggunakan komunikasi yang mampu membuat orang lain terpengaruh yaitu dengan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif sebagai suatu proses, yakni proses mempengaruhi sikap, pendapat, pikiran dan perilaku orang lain tanpa dengan cara paksaan baik fisik atau non fisik.

Persuasif 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 komunikasi bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati.<sup>1</sup>

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Yang dikehendaki dalam komunikasi persuasif adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru kehendak komunikannya sendiri.<sup>2</sup>

Menurut K. Adeerson sebagaimana dikutip oleh Onong Uchajana dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Teori Praktik* bahwa, ” komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang memiliki tujuan mengubah keyakinan, sikap, atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut R. Bostrom dalam buku S. Djuarsa Senjaya, “komunikasi persuasif adalah perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah, memodifikasi, atau membentuk respon ( sikap atau perilaku ) dari penerima .<sup>4</sup>

Menurut Sendjaja, secara umum akibat atau hasil komunikasi ini dapat mencakup tiga aspek sebagai berikut *pertama* aspek kognitif, yaitu yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan. Misalnya, menjadi sadar atau ingat, menjadi tau atau

---

<sup>1</sup>Dedy Jamaluddin Malik, “*Komunikasi Persuasif*” , (Bandung: 1994), h. 52.

<sup>2</sup>*Op.cit.*, h. 75

<sup>3</sup>Onong Uchajana Effendi. “*Komunikasi Teori dan Praktik*”, (Bandung PT. Remaja Rosda Karya, 1990), h. 90

<sup>4</sup>S. Djuarsa Senjaya. “*Teori Komunikasi*”, ( Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), h.56

kenal. *Kedua* aspek efektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan. Misalnya, sikap setuju/tidak setuju, perasaan sedih, gembira, perasaan benci, dan menyukai. *Ketiga* aspek kognitif, yaitu menyangkut perilaku. Misalnya, berbuat seperti apa yang disarankan, atau berbuat sesuatu yang tidak disarankan (menentang).<sup>5</sup>

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 A.W 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".<sup>6</sup>

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. "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".<sup>7</sup>

Partisipasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu dari kata "Participation" yang dapat diartikan suatu kegiatan untuk membangkitkan perasaan dan diikuti sertakan atau ambil bagian dalam kegiatan suatu organisasi. Partisipasi berarti peran serta

---

<sup>5</sup>Muhammad Jamaluddin, "*Komunikasi Persuasif*", (Jakarta: PT Indeks, 2005), h.13-16.

<sup>6</sup>Suranto A. W, "*Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*", (Yogyakarta: Media Wacana, 2005), h. 116

<sup>7</sup>H. A. W. Widjaja, "*Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*", (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 67.

seseorang atau kelompok masyarakat dalam proses pembangunan baik dalam bentuk pernyataan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, waktu, keahlian, modal atau materi, serta ikut memanfaatkan dan menikmati hasil-hasil pembangunan.<sup>8</sup>

Partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan anggota masyarakat dalam pembangunan dan pelaksanaan (implementasi) program atau proyek pembangunan yang dilakukan dalam masyarakat lokal. Partisipasi masyarakat memiliki ciri-ciri bersifat proaktif dan bahkan reaktif (artinya masyarakat ikut menalar baru bertindak), ada kesepakatan yang dilakukan oleh semua yang terlibat, ada tindakan yang mengisi kesepakatan tersebut, ada pembagian kewenangan dan tanggung jawab dalam kedudukan yang setara.

Permasalahan lingkungan hidup sampai saat ini masih menjadi bahan kajian yang tiada henti dibicarakan. Upaya pengendalian dampak lingkungan hidup sebagai akibat dari kerusakan/pencemaran sistem ekologi memerlukan perhatian yang khusus. Lingkungan yang bersih dan sehat, merupakan kebutuhan hidup yang tidak dapat diabaikan.

Untuk menanamkan perilaku bersih pada masyarakat antara lain dengan membudayakan hidup bersih, sehingga pemerintah selalu mengingatkan masyarakat tentang perlunya perilaku bersih. Disebutkan bahwa : Sasaran dalam budaya bersih

---

<sup>8</sup>Sumaryadi, "*Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*", (Jakarta: CV Citra Utama, 2005), h. 46.

adalah terwujudnya budaya bersih bagi seluruh masyarakat Indonesia dengan cara tidak membuang sampah sembarangan.<sup>9</sup>

Kebersihan lingkungan merupakan salah satu aspek dari kesehatan masyarakat, yang menitik beratkan kepada lingkungan kehidupan disekitar manusia yang mempengaruhi kesehatan dan kesejahteraan manusia. Hubungan antara manusia dan lingkungannya selanjutnya dapat meningkatkan kualitas lingkungan dapat pula menghasilkan sesuatu yang merugikan lingkungan.<sup>10</sup>

Kebersihan lingkungan pada hakikatnya adalah suatu kondisi atau keadaan lingkungan yang optimum sehingga berpengaruh positif terhadap terwujudnya status kesehatan yang optimum pula. Ruang lingkup kesehatan lingkungan tersebut mencakup : perumahan, pembuangan kotoran manusia (tinja), penyedia air bersih, pembuangan sampah, pembuangan air kotor (limbah), rumah hewan ternak (kandang) dan sebagainya. Adapun yang dimaksud dengan usaha kesehatan lingkungan adalah suatu usaha untuk memperbaiki atau mengoptimalkan lingkungan hidup manusia agar merupakan media yang baik untuk terwujudnya kesehatan yang optimum bagi manusia yang hidup di dalamnya.<sup>11</sup>

Seperti halnya lingkungan AKBP H. UMAR Lr. Samudra Pasai RT.13 RW. 01 yang terletak sangat dekat dengan pasar KM 5 Palembang. Kurangnya keperdulian

---

<sup>9</sup>Endang Jaelani Sukaya dkk., "*PKN Untuk Perguruan Tinggi*",(Jogyakarta:: Paradigma,2002), h.131.

<sup>10</sup>H.J Mukomo, "*Prinsip Dasar Kesehatan Lingkungan*", (Surabaya : Airlangga University Press, 2000) , h. 96.

<sup>11</sup>Soekidjo Notoatmodjo, "*Ilmu Kesehatan Masyarakat* ", (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2017), h.147.

masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya membuat lingkungan jalan AKBP H. UMAR sering mengalami banjir ketika musim hujan. Peran ketua RT sangat dibutuhkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan.

Ketidak ikutan masyarakat dalam memelihara lingkungannya akan mengakibatkan lingkungan itu menjadi kurang bersih dan kurang sehat. Demikian juga masyarakat yang ada di lingkungannya akan mengakibatkan lingkungan menjadi lingkungan yang kotor. Selain itu partisipasi masyarakat luas juga berperan serta dalam menjaga pelestarian lingkungan, karena hal ini saling terkait antara satu dengan yang lainnya.

Maka dari itu dibutuhkan cara penyampaian pesan yang tepat dan efektif agar masyarakat dapat ikut berpartisipasi dalam menjaga kebersihan lingkungan. Peran persuader yang merupakan Ketua RT.13 Kelurahan Ario Kemuning diperlukan untuk melakukan pengarahan kepada masyarakat dengan memberikan solusi betapa pentingnya menjaga kebersihan dan tidak membuang sampah sembarangan, serta mencegah banjir ketika musim hujan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan Di Jalan AKBP H. Umar Lr. Samudra Pasai Rt.13 Rw.01 Kel. Ario Kemuning”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi komunikasi persuasif dalam mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam menjaga kebersihan lingkungan di JL. AKBP H. Umar Lr. Samudra Pasai RT.13 RW.01 Kelurahan Ario Kemuning?”
2. Bagaimana partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan di JL. AKBP H. Umar RT.13 RW.01 Kelurahan Ario Kemuning?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif dalam mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam menjaga kebersihan lingkungan di JL. AKBP H. Umar RT.13 RW.01 Kelurahan Ario Kemuning.
- b. Untuk mengetahui partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan di JL. AKBP H. Umar RT.13 RW.01 Kelurahan Ario Kemuning.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis :

- a. Kegunaan teoritis dalam penelitian ini agar dapat berguna bagi kalangan akademisi dalam menyumbangkan suatu pemikiran mengenai strategi komunikasi persuasif.

- b. Kegunaan raktis dalam penelitian ini ialah agar dapat berguna bagi para pembaca untuk dijadikan sebagai referensi untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Berikut beberapa penelitian yang digunakan peneliti sebagai tinjauan pustaka:

1. Vanny Septiani, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang Banten 2011 dengan judul skripsi Teknik Komunikasi Persuasif Dosen dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa (Studi Deskriptif di Kelas Non Reguler Angkatan 2008 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). Skripsi ini berfokus pada teknik komunikasi persuasif dosen dalam meningkatkan prestasi belajar mahasiswa. Subjek penelitian ini adalah dosen yang mengajar di kelas non reguler di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan objek penelitian ini adalah teknik persuasif yang dilakukan dosen dalam meningkatkan prestasi belajar mahasiswa. Jenis metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan menggunakan metode Key Informan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para dosen dalam meningkatkan prestasi belajar menggunakan lima teknik komunikasi persuasif diantaranya adalah : Teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik herring. Demi berhasilnya komunikasi



persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Formula AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*) dijadikan landasan pelaksanaan. Setelah dosen melakukan teknik tersebut secara sistematis, maka prestasi belajar mahasiswa non reguler akan meningkat.<sup>12</sup>

2. Evavasaro Totonavo, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta 2013 dengan judul skripsi Komunikasi Persuasif Agen Asuransi PT. Equity Life Indonesia Terhadap Calon Nasabah (Penelitian Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasif Agen Asuransi MDRT PT. Equity Life Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta). Penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh para agen asuransi untuk menawarkan sebuah asuransi kepada calon nasabah. Subjek penelitian ini adalah para agen asuransi dan objek penelitian ini adalah komunikasi persuasif agen asuransi terhadap 11 calon nasabah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dengan metode deskriptif.<sup>13</sup>
3. Ryan Afranata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015 dengan judul skripsi Komunikasi dalam Pembentukan Karakter (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Anggota Rohis SMA Negeri 1 Yogyakarta). Skripsi ini membahas tentang bagaimana komunikasi persuasif

---

<sup>12</sup>Vanny Septiani, 2011, "*Teknik Komunikasi Persuasif Dosen dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa*" Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang Banten.

<sup>13</sup>Evavasaro Totonavo, 2013, "*Komunikasi Persuasif Agen Asuransi PT. Equity Life Indonesia Terhadap Calon Nasabah (Penelitian Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasif Agen Asuransi MDRT PT. Equity Life Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta)*" Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

dalam pembentukan karakter pada aktifis Rohis SMA Negeri 1 Yogyakarta. Metode yang digunakan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Anggota Rohis SMA Negeri 1 Yogyakarta, dan objek penelitian ini adalah komunikasi persuasif dalam pembentukan karakter anggota Rohis SMA Negeri 1 Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dengan cara *In-depth interview* dan studi pustaka.<sup>14</sup>

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Komunikasi Persuasif**

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>15</sup>

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

---

<sup>14</sup>Ryan Afranata, 2015, "*Komunikasi dalam Pembentukan Karakter (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Anggota Rohis SMA Negeri 1 Yogyakarta)*" Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<sup>15</sup>Soleh Soemirat, dkk, "*Komunikasi Persuasif*", (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), h.29.

a. 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.

Strategi persuasi psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kongnitif. Salah satu dasarnya bahwa factor-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>16</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

---

<sup>16</sup>*ibid.*, h. 31

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>17</sup>

b. Strategi Persuasi Sosiokultural

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>17</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 (Riau: Universitas Negeri Riau, 2016), h. 9.

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>18</sup>

c. Strategi *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 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, disosiasi kognitif atau kejadian sosial yang rumit dan pengharapan kultural.

Asumsi dasar strategi persuasi *the meaning construction* adalah bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn-do*).<sup>19</sup>

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok. Hal ini disebabkan oleh identitas manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri-sendiri melainkan

---

<sup>18</sup>Soleh Soemirat, dkk, *Op.cit.*, h. 36

<sup>19</sup>*ibid*

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>20</sup>

## 2. Teori Partisipasi

Banyak ahli memberikan pengertian mengenai konsep partisipasi. Bila dilihat dari asal katanya, kata partisipasi berasal dari kata bahasa Inggris “participation” yang berarti pengambilan bagian, pengikutsertaan.<sup>21</sup>

Partisipasi berarti peran serta seseorang atau kelompok masyarakat dalam proses pembangunan baik dalam bentuk pernyataan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, waktu, keahlian, modal dan atau materi, serta ikut memanfaatkan dan menikmati hasil -hasil pembangunan.<sup>22</sup>

Pengertian tentang partisipasi dikemukakan oleh Fasli Djalal dan Dedi Supriadi, (2001: 201-202) dimana partisipasi dapat juga berarti bahwa pembuat keputusan menyarankan kelompok atau masyarakat ikut terlibat dalam bentuk penyampaian saran dan pendapat, barang, keterampilan, bahan dan jasa. Partisipasi dapat juga berarti bahwa kelompok mengenal masalah mereka

---

<sup>20</sup>Yanie Pratiwi Firdaus, *Op.cit*, h. 12.

<sup>21</sup>John M. Echols dan Hassan Shadily, “*Kamus Inggris Indonesia An EnglishIndonesia Dictionary*”, (Jakarta : PT. Gramedia, 2000), h.19.

<sup>22</sup>Nyoman Sumaryadi, “*Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*”, ( Jakarta: Penerbit Citra Utama, 2010), h. 49.

sendiri, mengkaji pilihan mereka, membuat keputusan, dan memecahkan masalahnya.<sup>23</sup>

H.A.R.Tilaar, mengungkapkan partisipasi adalah sebagai wujud dari keinginan untuk mengembangkan demokrasi melalui proses desentralisasi dimana diupayakan antara lain perlunya perencanaan dari bawah (bottom-up) dengan mengikutsertakan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembangunan masyarakatnya.

Menurut Sundariningrum mengklasifikasikan partisipasi menjadi 2 (dua) berdasarkan cara keterlibatannya, yaitu<sup>24</sup> :

- a. Partisipasi Langsung Partisipasi yang terjadi apabila individu menampilkan kegiatan tertentu dalam proses partisipasi. Partisipasi ini terjadi apabila setiap orang dapat mengajukan pandangan, membahas pokok permasalahan, mengajukan keberatan terhadap keinginan orang lain atau terhadap ucapannya.
- b. Partisipasi tidak langsung Partisipasi yang terjadi apabila individu mendelegasikan hak partisipasinya. Cohen dan Uphoff yang dikutip oleh Siti Irene Astuti D membedakan partisipasi menjadi empat jenis, yaitu pertama, partisipasi dalam pengambilan keputusan. Kedua, partisipasi dalam pelaksanaan. Ketiga, partisipasi dalam pengambilan pemanfaatan. Dan Keempat, partisipasi dalam evaluasi.

---

<sup>23</sup> Fasli Jalal dan Dedi Supriadi, *“Reformasi Pendidikan Dalam Konteks Otonomi Daerah”*, (Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2001), h. 201.

<sup>24</sup> Sundariningrum, *“Klasifikasi Partisipasi”*, (Jakarta: Grasindo, 2001), h. 38.

*Pertama*, partisipasi dalam pengambilan keputusan. Partisipasi ini terutama berkaitan dengan penentuan alternatif dengan masyarakat berkaitan dengan gagasan atau ide yang menyangkut kepentingan bersama. Wujud partisipasi dalam pengambilan keputusan ini antara lain seperti ikut menyumbangkan gagasan atau pemikiran, kehadiran dalam rapat, diskusi dan tanggapan atau penolakan terhadap program yang ditawarkan.

*Kedua*, partisipasi dalam pelaksanaan meliputi menggerakkan sumber daya dana, kegiatan administrasi, koordinasi dan penjabaran program. Partisipasi dalam pelaksanaan merupakan kelanjutan dalam rencana yang telah digagas sebelumnya baik yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan maupun tujuan.

*Ketiga*, partisipasi dalam pengambilan manfaat. Partisipasi dalam pengambilan manfaat tidak lepas dari hasil pelaksanaan yang telah dicapai baik yang berkaitan dengan kualitas maupun kuantitas. Dari segi kualitas dapat dilihat dari output, sedangkan dari segi kuantitas dapat dilihat dari presentase keberhasilan program.

*Keempat*, partisipasi dalam evaluasi. Partisipasi dalam evaluasi ini berkaitan dengan pelaksanaan program yang sudah direncanakan sebelumnya. Partisipasi dalam evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui ketercapaian program yang sudah direncanakan sebelumnya.



Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa partisipasi adalah keterlibatan suatu individu atau kelompok dalam pencapaian tujuan dan adanya pembagian kewenangan atau tanggung jawab bersama.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini lokasi yang dijadikan penelitian adalah Jl. AKBP H. Umar Lorong Samudra Pasai RT.13 RW.01 Kel. Ario Kemuning. Karena penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat tentang kebersihan di Jl. AKBP H. Umar Lorong Samudra Pasai RT.13 RW.01 Kel. Ario Kemuning yang dekat dengan lingkungan pasar KM 5.

### **2. Jenis Penelitian**

Menurut Arikunto pendekatan kualitatif pada data-data penelitian yang akan dihasilkan berupa kata-kata melalui pengamatan dan wawancara. Pendekatan penelitian kualitatif ini adalah pendekatan yang datanya tidak menggunakan data statistik, namun lebih dalam bentuk narasi atau gambar-gambar.<sup>25</sup> Penulisan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, pada penulisan ini digambarkan sebuah fenomena lapangan melalui pengamatan langsung dan dilakukan wawancara pada subyek yang telah ditentukan. Kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil tujuan penelitian.

---

<sup>25</sup>Ronny Kountur, *“Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis”*, (Jakarta: CV. Teruna Grafica, 2005), cet. Ke-3 h.16.

Data kualitatif dijelaskan berbentuk kata-kata, yang diperoleh dari hasil dokumen, wawancara dan observasi, yang biasanya dituangkan dalam catatan lapangan. Catatan lapangan adalah catatan atau rekaman kata-kata, kalimat, atau paragraf.<sup>26</sup>

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan penulis untuk mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan sebagai berikut:

#### a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah secara langsung dengan menggunakan teknik "*probing*" oleh seorang pewawancara yang ahli. Tujuannya adalah untuk mengetahui hal-hal yang tersembunyi mengenai responden seperti motivasi, kepercayaan, perilaku, perasaan mengenai suatu topik tertentu. Wawancara mendalam bisa berlangsung 30 menit sampai lebih dari 1 jam.<sup>27</sup>

Pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden, merangsang responden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki mencatatnya. Bila semua tugas ini tidak

---

<sup>26</sup>Mohammad Ali, "*Memahami Riset Perilaku dan Sosial*", (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 440.

<sup>27</sup>Freddy Rangkuti, "*Riset Pemasaran*", ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h.39

dilaksanakan sebagaimana mestinya maka hasil wawancara menjadi kurang bermutu.<sup>28</sup>

#### b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karna itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatanya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya. Jadi observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.<sup>29</sup>

#### c. Teknik Analisa Data

Teknik dan analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif dimana jenis data yang terbentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang sifatnya bukan angka. Data dikelompokkan agar lebih mudah dalam menyaring mana data yang dibutuhkan dan mana yang tidak. Setelah dikelompokkan, data tersebut penulis jabarkan dengan bentuk teks agar lebih dimengerti.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup>Indrayanto, "*Metodologi Penelitian*", (Palembang: CV. Amanah, 2017), h. 154

<sup>29</sup>H.M Burhan Bungin, "*Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*", (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007), h. 111.

<sup>30</sup>Juliyansah Noor, "*Metodologi Penelitian*", (Jakarta: Kencana, 2010), h. 62.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II merupakan penjelasan umum tentang persepsi, kerangka pemikiran teoritis serta tinjauan umum tentang strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat tentang kebersihan lingkungan di JL.AKBP H. Umar RT.13 RW.01 Kelurahan Ario Kemuning.

Bab III yaitu menjelaskan terkait dengan gambaran umum daerah penelitian, meliputi letak geografis, dan keadaan sosial di JL. AKBP H. Umar RT.13 RW.01 Kelurahan Ario Kemuning serta strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat tentang kebersihan.

Bab IV merupakan pembahasan dari keseluruhannya. Dari itu pada bab ini peneliti mencoba mengambil beberapa kesimpulan, dilanjutkan dengan beberapa saran dan diakhiri dengan kata penutup, mengenai daftar pustaka, lampiran, serta riwayat pendidikan akan dimasukkan dalam lampiran.

BAB V merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran.