# BAB II

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

## Kajian Literatur

### Review Penelitian Sejenis

Peneleti mendapatkan rujukan penelitian dan pengkajian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh para pendidik dengan berbagai fenomena, diantaranya sebagai berikut:

Pertama yaitu penelitian yang berjudul ‘Strategi Komunikasi Guru Pendidikan Agama Islam Untuk Membentuk Akhlak Terpuji Pada Siswa Di SMPN 1 Kalidawir Tulungagung’ yang disusun pada tahun 2018 oleh Elly Sulisningtyas dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi informatif, persuasive, dan koersif guru PAI guna membentuk akhlak terpuji pada siswa SMPN 1 Kalidawir Tulungagung.

Adapun yang membedakan penelitian peneliti dengan penelitian tersebut yaitu menjelaskan mengenai Strategi Komunikasi yang menitikberatkan pada Pembentukan Akhlak Siswa SMPN 1 Kalidawir Tulungagung. Sedangkan persamaannya yaitu membahas mengenai Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Guru guna prngembangan pada siswa.

Kedua, Penelitian Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Guru Dalam Meningkatkan Semangat Belajar Siswa Di Mis Aisyiyah Percut Sei Tuan yang disusun oleh Siti Sartika tahun 2019 menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh guru untuk meningkatkan semangat belajar siswa kelas II di Madrasah Ibtida’iyah Swasta Aisyiyah Percut Sei Tuan. Perbedaan penelitian peneliti dengan ini adalah objek dan lokasi penelitiannya. Sedangkan persamaannya yaitu terletak pada segi hal yang diteliti yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh guru.

Ketiga, penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Guru Dalam Penanaman Nilai-Nilai Pendidikan Agama Pada Anak Penyandang Tunagrahita Di SLB-C Tunas Kasih I Kabupaten Bogor ysng disusun oleh Rizqi Nurul Ilmi pada tahun 2013, menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif. Pembeda antara penelitian peneliti dengan penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitiannya. Sedangkan persamaannya yaitu dari segi yang diteliti merupakan strategi komunikasi.

Sehubungan dengan topik yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka perlu didukung dengan penelitian-penelitian sejenis yang mengawali penelitian ini sebagai penelitian terdahulu yang merujuk sebagai pendukung, pembanding, dan juga pelengkap yang memadai sehingga penelitian ini dapat memperkuat kajian pustaka penelitian yang ada.

**Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Nama Tahun Penelitian | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Perbedaan Penelitian | Persamaan Penelitian |
|  | Elly Sulisningtyas2018Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung | Strategi Komunikasi Guru Pendidikan Agama Islam Untuk Membentuk Akhlak Terpuji Pada Siswa Di SMPN 1 Kalidawir Tulungagung | Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif | Menjelaskan mengenai objek, subjek penelitian yang berbeda | Membahas tentang strategi komunikasi guru |
|  | Siti Sartika2019Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara | Strategi Komunikasi Guru Dalam Meningkatkan Semangat Belajar Siswa Di Mis Aisyiyah Percut Sei Tuan | Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif | Subjek, Objek, dan Lokasi penelitian yang berbeda | Membahas tentang strategi komunikasi guru |
|  | Rizqi Nurul Ilmi2013Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta | Strategi Komunikasi Guru Dalam Penanaman Nilai-Nilai Pendidikan Agama Pada Anak Penyandang Tunagrahita Di SLB-C Tunas Kasih I Kabupaten Bogor | Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif | Subjek, Objek, dan Lokasi penelitian yang berbeda | Membahas tentang strategi komunikasi guru |

## Kerangka Konseptual

### Komunikasi

Pada dasarnya manusia diciptakan sebagai mahluk sosial dalam artian tidak dapat hidup sendiri dan sangat membutuhkan orang lain untuk berinteraksi satu sama lain. Di manapun dan bagaimana pun, manusia senantiasa akan membutuhkan kerja sama dengan orang lain. Interaksi yang dilakukan setiap individu maupun kelompok tidak bisa dipisahkan dengan proses komunikasi, karena dalam hidup bermarsyarakat, manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain akan terisolasi dari kehidupan masyarakat tersebut. Oleh karena itu, komunikasi sudah jelas merupakan bagian pasti dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas, karena sepanjang hidupnya manusia akan membutuhkan komunikasi.

Komunikasi merupakan kebutuhan fundamental yang dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia siapapun dan di manapun. Dengan berkomunikasi, setiap maksud dan tujuan akan tersampaikan dan juga dapat tercapai. Komunikasi tidak hanya dengan menggunakan kata-kata yang terucap dari mulut saja, melainkan dapat dilakukan dengan aspek dan media lainnya di luar kata-kata. Melalui komunikasi juga kita bisa mengerti dan menyampaikan banyak hal seperti halnya berbagi pengetahuan, pengalaman, sikap dan perasaan seseorang agar dapat dipahami oleh individu lainnya.

Untuk mencapai keberhasilan dan kegagalan dalam berkomunikasi ditentukan juga dengan kemampuan berkomunikasi, bagaimana proses penyampaian pesan, gagasan, informasi, maupun ide yang disampaikan komunikator kepada komunikan melalui media baik secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun non verbal, hingga menghasilkan *feedback* dan juga efek kepada orang lain maupun diri kita sendiri.

#### Pengertian Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *“Communication”*yang berasal dari kata *“Communis”* yang berarti sama (makna). Jadi komunikasi akan terjadi bila di dalamnya terdapat kesamaan makna mengenai pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima komunikan.

Menurut **Rogers** dan **D.Lawrence Kincaid** yang dikutip oleh **Hafied Cangara** dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi berpendapat bahwa:

Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Cangara P. , 2016).

Dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, **Deddy Mulyana** mengutip salah satu model komunikasi yang dikemukakan oleh **Harold Lasswell**. Lasswell menyatakan lima pertanyaan terbaik untuk menggambarkan komunikasi dengan menjawab “*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*?” (Siapa, Mengatakan Apa, Dengan Media Apa, Kepada Siapa, Apa Efeknya?) (Mulyana P. , 2005).

Jawaban dari pradigma yang dikemukakan oleh Lasswell menjelaskan mengenai lima unsur komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikator, merupakan sumber siapa yang menyampaikan pesan, pihak yang memulai suatu komunikasi baik seorang individu maupun kelompok seperti persatuan atau organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.
2. Pesan, mengenai apa isi atau informasi yang disampaikan kepada pihak yang menerima (komunikan). Pesan tersebut merupakan seperangkat symbol baik dalam bentuk verbal maupun non verbal untuk mewakili gagasan, nilai, perasaan yang mau disampaikan.
3. Media, merupakan alat atau saluran yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, baik secara langsung seperti melalui perkataan, gerakan badan, kontak mata, maupun secara tidak langsung seperti melalui media cetak, televisi, radio, buku, dan gambar.
4. Komunikan, merupakan pihak yang menerima pesan dari komunikator, baik individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara.
5. Efek, merupakan dampak atau hasil yang terjadi dari suatu komunikasi yang berlangsung setelah menerima pesan, seperti mengalami perubahan sikap, perilaku, bertambahnya pengetahuan dan lainnya.

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi terjadi pada dua orang atau lebih yaitu merupakan kegiatan pertukaran informasi atau pesan antara pengirim dan penerima pesan yang disampaikan dengan maksud dan tujuan sehingga membentuk adanya persamaan perngertian dan makna dari pesan yang disampaikan tersebut. Proses komunikasi tersebut bukan hanya satu arah melainkan dua arah, dalam artian pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima dan juga memberikan feedback kepada komunikator. Komunikasi akan lebih efektif bila pesan yang disampaikan dapat dipahami dan ditafsirkan dengan sama baiknya oleh penerima pesan atau komunikan.

#### Proses Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi dan Praktik, Onong Effendy mengemukakan mengenai proses komunikasi yang terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Secara primer, proses komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (simbol) sebagai media. Lambang media primer dalam berkomunikasi yaitu, bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lainnya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.

1. Proses komunikasi sekunder

Secara sekunder yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertamanya. Komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatf jauh atau jumlahnya banyak, contohnya komunikator menggunakan surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy P. , 2009)

Suatu proses komunikasi terjadi karena didukung oleh beberapa unsur elemen, tanpa adanya salah satu unsur dari unsur-unsur komunikasi ini, maka proses komunikasi tidak akan efektif dalam upaya mewujudkan tujuan dari proses komunikasi tersebut. Maka dari itu unsur-unsur ini sangatlah penting, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source, sender* atau *encoder.*
2. Pesan, isi berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.
3. Media, alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator pada penerima atau komunikan. Media dalam pengertian di sini dapat berupa media massa seperti surat kabar, radio, televisi dan internet. Dan dapat pula berupa saluran seperti organisasi masyarakat, rumah rumah ibadah, maupun kelompok lainnya.
4. Penerima, pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, disebut juga sebagai komunikan.
5. Efek atau Pengaruh, merupakan perubahan atau pengutan keyakinan pada sikap, pengetahuan, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.
6. Umpan Balik, merupakan salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima, namun bisa juga merupakan unsur lain seperti pesan dan media, meski belum sampai pada penerima.
7. Lingkungan atau Situasi, merupakan faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.

#### Bentuk-bentuk Komunikasi

Komunikasi muncul dalam berbagai situasi dan konteks, dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**, **Effendy** mengemukakan bahwa komunikasi dapat digolongkan menjadi empat bentuk, yaitu komunikasi priadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan komunikasi medio. (Effendy O. , Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, 2007)

1. Komunikasi Pribadi (*Personal Communication*)

Komunikasi pribadi ini dibagi lagi menjadi dua, yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal

Dikutip oleh Phil. Astrid S. Susanto, Wilbur Schrarmm berpendapat bahwa manusia apabila dihadapi dengan suatu pesan untuk mengambil keputusan menerima ataupun menolaknya akan mengadakan terlebih dahulu suatu “komunikasi dengan dirinya”. Khususnya menimbang untung rugi yang diajukan oleh komunikator. (Susanto, 1974)

Komunikasi akan dinyatakan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi gagal bila saat menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol.

1. Komunikasi Interpersonal

Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa komunikasi antarpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap sebagai komunikasi paling efektif dalam mengubah perilaku, sikap, dan pendapat seseorang karena sifatnya dialogis yaitu berupa percakapan. Dampak dari komunikasi interpersonal ini dapat dirasakan saat itu juga oleh pihak yang terlibat.

Hubungan interpersonal merupakan hubungan yang terjadi secara langsung, karena itu keuntunganya dapat memperoleh reaksi atau arus balik sesegera mungkin kepada komunikator. Dalam hubungan komunikasi interpersonal, komunikasi akan terlihat dan terasa sangat jelas.

1. Komunikasi Kelompok

Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi mengemukakan komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seseorang (komunikator) dengan sejumlah orang (komunikan) yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok. (Effendy O. , Dimensi-dimensi Komunikasi, 1986)

Komunikasi kelompok terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil merupakan kelompok komunikan yang dalam situasi komunikasi terdapat kesempatan untuk memberi tanggapan secara verbal dengan lain perkataan dalam komunikasi kelompok kecil. Komunikator dapat melakukan komunikasi interpersonal dengan salah satu anggota kelompok. (Effendy O. , Kepemimpinan dan Komunikasi, 1975)

Banyak yang berpendtm ggapat bahwa komunikasi kelompok kecil ini merupakan tipe komunikasi interpersonal karena anggota-anggota yang terlibat dalam suatu proses komunikasi, berlangsung secara tatap muka dan semua perseta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi situasi karena semua anggota bisa menjadi sumber dan juga sebagai penerima.

1. Komunikasi Kelompok Besar

Komunikasi kelompok besar ini merupakan proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh sumber atau pembicara dalam situasi tatap muka namun di depan khalayak yang lebih besar.

Komunikasi kelompok besar ini memiliki ciri-ciri yaitu: penyampaian pesan berlangsung secara *continue,* sikap pembiacara dan siapa pendengarnya dapat diidentifikasi, interaksi antara sumber dan penerima pesan sangat terbatas, jumlah khalayak relatif besar, dan pendengarnya tidak dapat diidentifikasi satu persatu.

1. Komunikasi Medio

**Hafied Cangara** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** menjelaskan bahwa komunikasi medio adalah komunikasi yang maknanya sama dengan media umum yaitu media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi. Contohnya surat, telepon, dan lain sebagainya. (Cangara H. , 2002)

#### Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Tujuan suatu pesan disampaikan oleh seseorang kepada orang lain yaitu agar pesan tersebut dapat dimengerti dan bahkan mampu mengubah orang lain. Dengan kata lain, proses komunikasi tidak dengan mudah diterima oleh komunikan dan menghasilkan efek sesuai dengan keinginan komunkator. Adapapun tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh **Onong U. Effendy** sebagai berikut

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Mengubah sikap di sini yaitu mengubah sikap komunikan dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

1. Mengubah pendapat atau opini (to change the opinion)

Yaitu adanya perubahan pendapat atau pandangan mengenai suatu hal yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

1. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

Dengan adanya pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi diharapkan dapat merubah perilaku seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

1. Mengubah masyarakat (*to change society*)

Komunikasi diharapkan dapat merubah pola hidup dari masayarakat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. (Effendy O. , Dimensi-dimensi Komunikasi, 2009)

Sedangkan fungsi komunikasi dalam arti luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran pesan dan berita, tetapi juga sebagai kegiatan individu maupun kelompok mengenai pertukaran fakta, ide, dan data. Menurut Effendy, fungsi kegiatan komunikasi tersebut dibagi atas empat fungsi, yaitu:

1. Menyampaikan informasi (*to inform)*
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain)*
4. Mempengaruhi (*to influence)*

#### Hambatan Komunikasi

Komunikasi bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan, ada beberapa hambatan yang bisa mengganggu jalannya komunikasi. Menurut pendapat dari David R. Hampton yang dikutip oleh Moekijat dalam buku Teori Komunikasi, menggolongkan rintangan komunikasi menjadi:

1. Rintangan pada sumber, dapat disebabkan karena pengirim menyampaikan pesan yang tidak jelas sehingga penerima ragu-ragu dalam menafsirkan.
2. Rintangan dalam penyampaian, dapat disebabkan karena pesan melalui perantara sehingga maksud pesan yang disampaikan pengertiannya mungkin akan berubah.
3. Rintangan pada penerima, dapat disebabkan karena kurangnya perhatian, penilaian sebelum waktunya, lebih banyak memberikan tanggapan sifat atau perilaku yang tidak penting terhadap pokok pesannya.
4. Rintangan dalam umpan balik, disebabkan karena adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima.

Sedangkan menurut William B. Wether dan Keith Davis Bariers yang dikutip oleh Moekijat, hambatan dalam komunikasi yaitu:

1. Rintangan pribadi, gangguan yang timbul karena emosi, nilai, dan pembatasan manusia.
2. Rintangan fisik, merupakan gangguan-gangguan komunikasi dalam lingkungan terjadinya komunikasi (misalnya: jenis suara, udara, dan faktor lainnya).
3. Rintangan semantik, rintangan komunikasi yang disebabkan oleh pengertian simbol-simbol yang digunakan. (Moekijat, 2003)

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hambatan-hambatan dalam pelaksanaan komunikasi merupakan hambatan atau rintangan yang berasal dari sumber, rintangan penyampaian, rintangan penerima, dan juga rintangan pada umpan balik. Hambatan-hambatan tersebut juga dapat digolongkan menjadi hambatan pribadi, hambatan fisik, dan hambatan semantik.

#### Upaya Mengatasi Hambatan Komunikasi

Berbicara mengenai hambatan dalam komunikasi, maka pasti ada pula usaha untuk mencari jalan keluar dalam mengataasi hambatan tersebut. Menurut Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita dalam bukunya Perilaku Keorganisasian, untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam komunikasi dapat dilakukan dengan cara berikut:

1. Meningkatkan umpan balik, untuk mengetahui apakah pesan atau informasi telah diterima, dipahami dan dilaksanakan atau tidak.
2. Empati, penyampaian pesan disesuaikan dengan keadaan penerima.
3. Pengulangan, untuk menjamin bahwa pesan dapat diterima.
4. Menggunakan bahasa yang sederhana agar setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan.
5. Penentuan waktu yang efektif, pesan disampaikan pada saat penerima siap menerima pesan.
6. Mendengarkan secara efektif sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik.
7. Mengatur arus informasi, komunikasi harus diatur mutunya, jumlah dan cara penyampaiannya.

Maka dari pendapat yang dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan selalu belajar untuk menjadi komunikator dan komunikan yang baik, juga selalu memberikan umpan balik terhadap pesan yang diterima dan meningkatkan empati diharapkan mampu mengatasi hambatan komunikasi.

### Komunikasi Pendidikan

#### Pengertian Komunikasi Pendidikan

Redja mengemukakan bahwa pendidikan merupakan pengajaran yang diselenggarakan di sekolah sebagai lembaha pendidikan formal. Pendidikan merupakan segala pengaruh yang diupayakan sekolah terhadap anak dan remaja yang diserahkan kepadanya agar memiliki kemampuan yang sempurna dan kesadaran penuh terhadap hubungan-hubungan dan tugas-tugas sosial mereka.

Dapat disimpulkan secara sederhana bahwa makna komunikasi pendidikan adalah komunikasi yang terjadi dalam suasana pendidikan, komunikasi di sini tidak lagi komunikasi bebas, melainkan dikendalikan dan dikondisikan guna tujuan pendidikan. Oleh sebab itu, komunikasi pendidikan merupakan suatu tindakan yang memberikan kontribusi sangat penting dalam memberikan pemahaman dan praktik interaksi, serta tindakan individu yang terlibat dalam dunia pendidikan tersebut.

Ngainun dalam bukunya menjelaskan bahwa di dunia pendidikan, komunikasi menjadi kunci yang cukup determinan dalam mencapai tujuan. Sebagaimana pandai dan luas pengetahuan seorang guru, kalau tidak mampu mengkomunikasikan pengetahuan, pikiran, dan wawasannya dengan baik, tentu tidak akan mampu memberikan transformasi pengetahuan pada siswanya. Oleh sebab itulah komunikasi dalam dunia pendidikan merupakan hal yang sangat penting.

#### Fungsi Komunikasi dalam Pendidikan

Di dalam dunia pendidikan, Affandi mengemukakan fungsi komunikasi itu sendiri sebagai berikut:

1. Fungsi Informatif

Komunikasi untuk mengampaikan atau informasi mengenai keterangan, data, maupun informasi yang berguna bagi kehidupan manusia. Seorang pendidik harus bisa menyampaikan apa saja yang mau disampaikan kepada peserta didiknya melalui komunikasi baik lisan maupun tulisan.

1. Fungsi Edukatif

Komunikasi juga memiliki fungsi mendidik masyarakat menuju pencapaian kedewasaan mandiri. Seseorang dapat memiliki banyak informasi dan pengetahuan karena banyak membaca, mendengar, dan juga banyak berkomunikasi.

1. Fungsi Persuasif

Komunikasi juga berfungsi guna mempengaruhi dan dipengaruhi oleh orang lain. Dengan artian komunikasi dapat membujuk orang untuk berperilaku sesuai dengan kehendak yang diinginkan komunikator. Dengan membangkitkan kesadaran dan pengertian komunikan, baik bersifat motivasi maupun bimbingan, mempengaruhi bahwa apa yang disampaikan akan memberikan perubahan sikap, namun perubahan sikap tersebut atas kehendak diri sendiri bukan hasil dari pemaksaan.

1. Fungsi Rekreatif

Komunikasi bisa juga sebagai alat untuk menghibur orang di saat yang memungkinkan. Seperti membaca cerita menarik, mendengarkan dongeng, dan lain sebagainya. Hal ini dapat memberikan refleksi terhadap pikiran peserta didik yang sedang jenuh terhadap pelajaran yang dianggap berat.

#### Komunikasi Satu Arah

Dalam dunia pendidikan, komunikasi satu arah disebut dengan metode ceramah. Ceramah itu sendiri merupakan metode belajar yang paling klasik digunakan hingga saat ini. Metode ceramah ini adalah metode mengajar dengan penyampaian pengetahuan dan informasi secara lisan kepada peserta didik yang pada umumnya mengikuti secara pasif.

Metode ceramah ini melakukan pengajaran oleh guru dengan cara monolog yaitu hubungan satu arah (*one way communication).* Ditinjau dari segi perspektif komunikasi pendidikan, pihak yang memiliki peran dominan adalah pendidik atau guru dengan menyampaikan materi dan berbicara di sebagian besar waktu, sementara peserta didik atau siswa cenderung pasif. (Ngainun, 2011)

#### Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah (*two ways communication)* dalam bidang pendidikan merupakan pola komunikasi yang terjadi antara pendidik dan peserta didiknya di mana telah terjadi interaksi di dalamnya. Pendidik atau guru tidak hanya aktif dalam menyampaikan pesan, tetapi peserta didik atau siswa juga berperan aktif dalam memberikan reaksi kepada guru.

Peran aktif siswa tersebut antara lain dalam bentuk bertanya maupun memberikan masukan atau saran kepada guru. Pola komunikasi ini akan membuat siswa lebih aktif sehingga segala kreatifitasnya akan lebih terasah dan lebih banyak mendapatkan wawasan.

Komunikasi dua arah ini memiliki 6 tahap, yaitu:

1. Pembuatan gagasan atau ide dasar oleh sumber sebagai pemberi pesan (*source).*
2. Setelah membuat gagasan, gagasan tersebut diolah menjadi pesan yang lebih mudah dipahami dan disampaikan.
3. Selanjutnya *Source* mengirimkan atau menyampaikan pesan tersebut kepada penerima pesan dengan menggunakan media yang dianggap sesuai.
4. Penerima pesan akan menerima pesan yang disampaikan, namun perlu diingat bahwa pesan yang disampaikan bisa saja tidak sama dengan apa yang diterima.
5. Pesan diterima dengan memahami makna isi pesan yang disampaikan.
6. Setelah pesan dipahami, penerima pesan memberikan respon atau umpan balik yang dimilikinya terhadap pesan yang ia dapat. Respon tersebut bisa berupa tanggapan terhadap pesan, atau juga berbentuk pertanyaan.

#### Tujuan Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia, pendidikan tentunya memiliki tujuan dalam kehidupan manusia. Dalam Undang-Undang No.20 Pasal 3 Tahun 2003, tujuan pendidikan yaitu guna mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia beriman dan kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

### Strategi Komunikasi

#### Pengertian Strategi Komunikasi

Secara etimologis, kata trategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang memiliki arti tentara dan juga kata *“agein”* yang memiliki arti memimpin. Marthin-Anderson (1968) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi dalam mencapai tujuan.

Dalam upaya menangani permasalahan komunikasi, seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) menjelaskan bahwa strategi komunikasi terkait elemen komunikasi, dimulai dari komunikator, pesan, media, penerima, dan efek, namun menekankan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi yang dirancang guna mencapai tujuan.

Komunikasi yang dilakukan sehari-hari kenyataanya kadang sulit untuk dipahami sehingga menimbulkan kesalahpahaman. Maka agar dapat berkomunikasi secara efektif diperlukan taktik atau cara dalam berkomunikasi agar pesan lebih efektif, mudah dipahami, serta mempermudah komunikator untuk mencapai tujuan komunikasi. Taktik atau cara yang diperlukan dalam berkomunikasi tersebut disebut strtategi komunikasi.

Effendy berpendapat bahwa strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning)* dan manajemen (*management)* untuk mencapai tujuan tersebut. Bukan hanya berfungsi sebagai peta penunjuk arah, namun strategi komunikasi juga mampu menunjukkan sebagaimana taktik oprasionalnya. Dengan artian strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2013, h.32)

Strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan dengan jangka panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diverifikasi, akusisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture. (David, 2005)

Sedangkan menurut Mudjiono dan Yoyon, strategi juga sering diartikan sebagai suatu keseluruhan mengenai tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan dengan suatu perumusan tujuan yang jelas, terutama dalam memperhitungkan kondisi. Maka strategi komunikasi merupakan segala aktifitas yang dilakukan oleh komunikator dalam mentransmisikan pesan kepada komunikan guna mencapai tujuan tertentu yang telah digariskan sebelumnya, melalui media apa, dengan perumusan pesan seperti apa, dan efek yang akan dicapai, pada akhirnya tercapai rumusan tujuan sesuai yang diinginkan. (Mudjiono, Yoyon, 2015)

Maka berdasarkan papara teori di atas, komunikator harus mampu membuat strategi komunikasi terdahulu saat berkomunikasi, agar pesan yang disampaikan dapat sampai sesuai dengan target komunikasi yang diinginkan. Komunikasi itu sendiri merupakan penyampaian suatu pesan dalam bentuk symbol maupun kode dari satu pihak ke pihak lainnya dengan adanya efek yang mempeharuhi atau membentuk suatu sikap maupun tindakan. (Humaidi)

**R. Wayne Pace, Brent D. Paterson**, dan **M. Dallas Burnet** dalam buku ***Techmiques for effective communication*** menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:

1. To secure understanding, yaitu memastikan bahwa komunikan memahami pesan yan diterimanya.
2. To establish acceptance, ketika sudah mengerti maka harus dibina.
3. To motive action, pada akhirnya kegiatan komunikasi tersebut dimotivasikan. (Arifin, 1984)

Maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan keseluruhan dari perencanaan, taktik dan juga cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan seluruh aspek yang ada dari proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan serta komunikasi yang efektif.

#### Strategi Komunikasi Pendidikan

Di dalam dunia pendidikan, strategi komunikasi dilakukan oleh pendidik atau guru agar tercipta penyampaian pesan yang efektif dalam proses belajar mengajar. Karena bila strategi komunikasi yang dilakukan oleh guru sesuai, maka peserta didik akan memahami pesan yang disampaikan oleh guru dengan mudah.

Ada banyak strategi yang dapat dilakukan dalam proses pembelajaran, strategi-strategi tersebut diantaranya ceramah, diskusi kelas, kerja kelompok, dan kegiatan berbasis sumber belajar. Namun, dari semua strategi tersebut tetap komunikasi guru yang paling efektif untuk pembelajaran.

1. Guru sebagai Penceramah

Ceramah merupakan salah satu strategi yang paling sering digunakan oleh pendidik dalam berkomuniksi di pembelajaran, namun ceramah juga dipandang sebagai metode pembelajaran yang kurang efektif karena peserta didik memiliki posisi yang pasif, hanya menyimak dan kurang mendorong tahap kegiatan pembelajaran tingkat tinggi seperti evaluasi dan analisis. Oleh karena itu, pendidik diperlukan memiliki pengetahuan dan mengkomunikasikannya dengan cara yang mudah dipahami dan menarik sesuai dengan konteks peserta didik.

1. Guru sebagai Moderator

Salah satu dari ciri khas kelas yang efektif yaitu dengan adanya interaksi positif antara pendidik dan peserta didiknya, juga dengan sesama peserta didik. Peserta didik yang belajar dalam kelompok biasanya akan terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, melatih, dan meningkatkan kemampuan siswa dalam komunikasi antarpribadi, pembelajaran melalui kelompok juga akan lebih meningkatkan pemahaman siswa pada materi pembelajaran. Sebagai manajer dan sumber dalam proses pembelajaran, maka pendidik yang memutuskan komposisi tugas yang akan dikerjakan siswa, siswa yang disatukan dalam kelompok dibagi rata beragam yaitu siswa yang berkemampuan di atas rata-rata, rata-rata, dan di bawah rata-rata guna menjaga keseimbangan interaksi antar kelompok.

1. Guru sebagai Kordinator dan Inovator

Dalam komunikasi proses belajar tidak hanya membutuhkan kemampuan verbal dalam berkomunikasi, melainkan juga kemampuan dalam mendesain sumber belajar dan media yang digunakan dalam pembelajarannya. Untuk guru yang kreatif dan inovatif, maka apa saja yang ada di dalam kelas bisa menjadi alat bantu untuk proses pembelajaran. Terutama di era digital seperti sekarang ini, ada banyak hal yang dapat dijadikan sumber belajar sebagai alat bantu pembelajaran, seperti email, jejaring social, dan juga blog. Keberadaan media tersebut akan memudahkan pendidik dalam mengkomunikasikan pembelajarannya. (Iriantara & Syaripudin, Komunikasi Pendidikan, 2013)

Begitu pula dengan strategi komunikasi seorang guru yaitu perpaduan dari perencanaan komunikasi guru (*communication planning)* dan juga manajemen komunikasi guru (*communication management)* guna mencapai tujuan yang telah diterapkan. Strategi komunikasi guru harus mampu mempertunjukkan bagaimana operasional secara praktis, dalam artian bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi yang ada.

Supaya segala cara penerapan dalam komunikasi pembelajaran tersebut dapat berjalan dengan efektif, maka seorang komikator yaitu pendidik yang bertindak sebagai pengajar dituntut untuk mampu memenuhi beberapa faktor lain dalam melaksanakan penerapan komunikasi pembelajaran, yaitu seperti mampu menciptakan suasana yang baik saat pembelajaran, mampu memilah menggunakan bahasa dan kata-kata yang mudah untuk dimengerti peserta didik, bisa menggugah minat atau perhatian peserta didik, dapat selalu mendengarkan pertanyaan dari peserta didik, dan selalu bisa bersikap ramah dan murah senyum menyesuaikan dengan setiap perbedaan karakter peserta didik.

#### Jenis Strategi Pembelajaran

Wina Sanjaya menyebutkan dalam bukunya yang berjudul Strategi Pembelajaran bahwa strategi pembelajaran terbagi dalam beberapa jenis, di antaranya yaitu:

1. Strategi Pembelajaran Ekspositori

Strategi pembelajaran ekspositori ini merupakan strategi pembelajaran yang menekankan pada proses penyampaian materi secara verbal dari seorang guru kepada sekelompok siswa, dengan maksud agar siswa dapat menguasai materi pelajaran secara optimal. Roy Killen (1998) mengatakan bahwa strategi ekspositori merupakan sebagai strategi langsung, karena strategi ini di dalamnya memiliki materi pembelajaran yang disampaikan langsung oleh guru. Peserta didik tidak dituntut untuk menemukan materi tersebut, karena materi pembelajaran seakan-akan sudah jadi. Strategi ini pula lebih menekankan kepada proses bertutur.

1. Strategi Pembelajaran Inkuri (SPI)

Strategi pembelajaran inkuri (SPI) ini merupakan rangkaian kegiatan pembelajaran yang menekankan pada proses berpikir secara kritis dan analitis untuk mencari dan menemukan sendiri jawaban dari suatu masalah. Proses berpikir itu sendiri biasanya dilakukan melalui metode tanya jawab dari guru kepada peserta didik. Straregi pembelajaran ini lebih menekankan pada proses mencari dan menemukan. Materi pembelajaran ini tidak diberikan secara langsung. Peran peserta didik pada strategi ini yaitu mencari dan menemukan sendiri materi pembelajarannya, sedangkan guru memiliki peran sebagai fasilitator dan pembimbing peserta didik untuk belajar.

1. Strategi Pembelajaran Berbasis Masalah (SPBM)

Dalam penerapan stratehi pembelajaran ini, guru akan memberikan kesempatan pada peserta didik untuk menetapkan topik masalah, walaupun sebenarnya guru sendiri sudah mempersiapkan materi apa yang harus dibahas. Dalam proses pembelajaran ini dimaksudkan supaya peserta didik mampu menyelesaikan masalah secara sistematis dan logis.

1. Strategi Pembelajaran Peningkatan Kemampuan Berpikir (SPPKB)

SPPKB ini merupakan strategi pembelajaran yang menekankan kepada kemampuan berpikir pada peserta didik. Tujuannya agar peserta didik dapat mencari dan menemukan materi pembelajarannya sendiri. Dalam pola pembelajaran ini, guru memanfaatkan pengalaman peserta didik sebagai titik tolak berpikir.

1. Strategi Pembelajaran Koorperatif

Model pembelajaran kelompok merupakan rangkaian kegiatan belajar yang dilakukan oleh peserta didik dalam kelompok-kelompok tersebut untuk mencapai tujuan pembelajaran yang telah dirumuskan. Ada empat unsur penting dalam strategi ini, yaitu: (1) adanya peserta dalam kelompok, (2) adanya aturan kelompok, (3) adanya upaya belajar seriap anggota kelompok, (4) adanya tujuan yang harus dicapai.

1. Strategi Pembelajaran Konstektual (CTL)

*Contextual teaching and learning* merupakan suatu strategi pembelajaran yang menekankan kepada proses keterlibatan peserta didik secara penuh untuk dapat menemukan materi yang dipelajari dan menghubungkan dengan situasi kehidupan nyata, sehingga mendorong peserta didik untuk dapat menerapkannya dalam kehidupan mereka.

1. Strategi Pembelajaran Afektif

Strategi pembelajaran ini memiliki hubungan dengan nilai, yang sulit diukur karena menyangkut kesadaran seseorang yang tumbuh dari dalam. Dalam batas tertentu memang afeksi dapat muncul dalam kejadian behavioral, akan tetapi penilaiannya untuk sampai pada kesimpulan yang bisa dipertanggungjawabkan membutuhkan ketelitian dan observasi yang terus menerus, dan dalam hal ini tidaklah mudah untuk dilakukan, apalagi menilai perubahan sikap ebagai akibat dari proses pembelajaran yang dilakukan oleh guru di sekolah.

### Anak Usia Dini

Anak yang termaksud dalam kategori usia dini yaitu pada rentan usia 0-6 tahun (Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003). ***National Assosiation Education for Younc Children*** (NAEYC) dalam buku **Dasar-dasar Pendidikan Anak Usia Dini** menyatakan bahwa anak usia dini adalah sekelompok individu yang berada pada rentan usia 0-8 tahun. (Suyanto, 2005)

Pada masa usia tersebut merupakan masa emas (*golden age),* karena merupakan saat di mana anak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat dan tidak akan terulang di masa yang akan datang. Anak usia dini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan orang dewasa, dikarenakan nak usia dini tumbuh dan berkembang dengan banyak cara yang berbeda. Hartati menjelaskan bahwa karakteristik anak usia dini sebagai berikut:

1. Memiliki rasa ingin tau yang besar;
2. Merupakan pribadi yang unik;
3. Suka berfantasi dan berimajinasi;
4. Masa potensial untuk belajar;
5. Memiliki sikap egosentris;
6. Memiliki rentan daya konsentrasi yang pendek;
7. Merupakan bagian dari mahluk sosial. (Hartati, 2005)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa anak usia dini merupakan anak pada rentan usia 0-8 tahun yang sedang mengalami masa pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat juga memiliki karakteristik yang unik, egosentris, imajinatif, memiliki rasa ingin tahu yang besar, serta daya konsentrasi yang pendek

#### Komunikasi Pada Anak Usia Dini

Anak usia dini memiliki karakteristik yang unik dan beragam, mereka lebih percaya dengan apa yang mereka lihat daripada yang didengar, maka dalam berkomunikasi dengan anak usia dini harus memiliki keterampilan dalam mengenali anak-anak, mengetahui minat anak, menjelaskan suatu pengetahuan, nilai dan moral dengan cara yang lebih mudah, lebih percaya diri dalam berkomunikasi.

**Dedy Andrianto** dalam buku **Komunikasi Dengan AUD** mengemukakan pentingnya berkomunikasi dengan anak usia dini, berkomunikasi dengan anak usia dini akan memberikan dampak sebagai berikut:

1. Mampu mengembangkan kecerdasan bahasa;
2. Mampu belajar tentang pengetahuan sekitarnya;
3. Mampu membangun kecerdasan sosial emosional;
4. Mampu menjalin hubungan kekeluargaan, mengembangkan kepercayaan diri dan harga diri anak;
5. Mampu meningkatkan kecerdasan berpikir anak untuk membedakan benar dan salah;
6. Mengembangkan kepedulian terhadap lingkungan dan alam sekitar;
7. Mengenalkan pada Tuhan Maha Pencipta;
8. Sebagai alat untuk menyelesaikan masalah.

Berkomunikasi dengan remaja maupun dewasa jelas akan berbeda dengan anak usia dini. Anak usia dini akan cenderung lebih sederhana, nyata, penuh khayal, ekspresif, aktif, dan kreatif, maka dari itu sebagai sumber yang berbicara kepada anak usia dini harus dapat menyesuaikan cara berbicara dalam proses komunikasi dengan anak-anak, karena anak-anak belum dapat menyesuaikan.

Dalam berkomunikasi pada anak usia dini alangkah baiknya untuk menerapkan komunikasi demokratis saling menghargai. Untuk membuat anak nyaman, Dedy Andrianto menjelaskan untuk menerapkan hal-hal berikut:

1. Mendengarkan apa yang diceritakan anak untuk lebih banyak bercerita seperti pengalamannya, anak akan lebih bersemangat bila pihak yang mendengarkannya tertarik dengan apa yang diceritakan.
2. Saat anak sedang bercerita, maka fokuskan perhatian pada ceritanya, hentikan kegiatan yang dilakukan untuk medengarkan cerita anak, jika perlu beri sedikit tanggapan.
3. Ulsngi cerita anak guna menyamakan pengertian, karena mungkin bahasa yang dipakai oleh anak berbeda dengan bahasa orang dewasa agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami ceritanya.
4. Bantu anak untuk mengungkapkan apa yang mereka rasakan dengan bertanya, jika anak masih bingung dengan apa yang dirasakannya mengenai hal yang membuatnya sedih atau gembira, maka buatlah anak menceritakannya agar merasa diperhatikan.
5. Bimbing anak unruk memutuskan sesuatu hal dengan tepat, dan tidak lupa untuk menjelaskan sebab akibat yang akan terjadi bila mengambil suatu keputusan secara sederhana, agar anak mengerti.
6. Emosi anak yang masih belum stabil akan membuat anak cepat marah. Maka kita harus menunggu sampai anak tenang, lalu tanyakan mengenai apa yang membuat hatinya kesal. Jangan sampai membuat anak merasa diabaikan dan diacuhkan.
7. Saat berkomunikasi dengan anak usia dini tidak perlu malu jika harus berperan seolah-olah seperti badut di depan anak-anak, karena dengan cara seperti itu anak akan lebih mudah mengerti dan memahami apa yang dimaksud.

Penerapan hal-hal di atas sangat penting dalam berkomunikasi dengan anak sejak usia dini, karena berkomunikasi dengan anak pada usia dini akan lebih mudah untuk mengarahkan dan mendidiknya. (Andrianto, 2011)

Saat berkomunikasi dengan anak usia dini lebih baik menghindari gaya berbicara yang memerintah, meremehkan, membandingkan, memberi julukan negative, mengancam, menyindir, menyalahkan, menasehati, membohongi, menghibur, mengkritik, menyelidiki, dan tergesa-gesa. Karena gaya-gaya bahasa tersebut akan membuat anak merasa tidak percaya pada perasaannya sendiri, tidak percaya diri, dan tidak memahami pesan. Maka sebaiknya saat berkomunikasi dengan anak usia dini lebih baik membaca bahasa isyarat tubuh (perilaku anak) terlebih dahulu agar lebih memahami anak dan tidak membuat anak mudah marah, mendengarkan ucapan anak terlebih dahulu guna ikut merasakan perasaannya, mendengarkan ceritanya dengan memperhatikan menatap langsung, menggunakan pesan kasih saying seperti ungkapan perasaan positif, menggunakan kata motivasi, positif, dan benar, serta membiasakan mengucapkan kata “terima kasih”, ”permisi”, ”maaf”, “tolong”. Jangan lupa untuk memberikan contoh perbuatan pada anak, karena anak usia dini lebih percaya dengan apa yang ia lihat daripada apa yang didengarkan.

#### Pengertian Pendidikan Anak Usia Dini

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) merupakan jenjang penididikan sebelum ke jenjang yang lebih lanjut. Yamin dan Jamilah mengemukakan bahwa PAUD merupakan salah satu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia enam tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan agar membantu pertumbuhan dan juga perkembangan baik jasmani maupun rohani sehingga anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut. (Martinis, Jamilah, 2010)

Terdapat kajian yang menyatakan bahwa anak yang sebelumnya mendapatkan pendidikan pada usia paud akan berbeda dengan anak yang sama sekali tidak tersentuh PAUD baik informal maupun nonformal. PAUD meluruskan jalan masuk menuju pendidikan dasar sehingga anak menjadi lebih mandiri, disiplin, dan lebih mudah dalam mengembangkan kecerdasan majemu. Maka dari itu PAUD diharapkan dapat membantu dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

#### Tujuan Pendidikan Anak Usia Dini

Tujuan PAUD dalam buku **Mendesain Pembelajaran Inovatif-Progresif** dijabarkan oleh **Trianto** sebagai berikut:

1. Membangun landasan bagi berkembangnya potensi anak agar menjadi manusia beriman, bertakwa pada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kritis, kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, dan menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab;
2. Mengembangkan potens kecerdasan spiritual, intelektual, emosional, dan sosial anak pada masa emas pertumbuhannya dalam lingkungan bermain yang edukatif dan menyenangkan. (Triatno, 2011)

Sedangkan menurut Pasal 28 Sisdiknas No.20/2003 ayat satu, dijelaskan bahwa terdapat dua tujuan diselenggarakannya Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yaitu:

1. Tujuam Utama

Untuk membentuk anak Indonesia yang berkualitas, yaitu anak yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan tingkat perkembangan sehingga memiliki kesiapan yang optimal di dalam memasuki pendidikan dasar serta mengarungi kehidupan di masa dewasa.

1. Tujuan Penyerta

Untuk membantu menyiapkan anak mencapai kesiapan belajar (akademik) di sekolah. Rentangan anak usia dini menurut Pasal 28 UU Sisdiknas No.20/2003 ayat 1 adalah 0-6 tahun.

#### Prinsip Pendidikan Anak Usia Dini

Trianto memaparkan bahwa pembelajaran taman kanak-kanak yang termakud dalam pendidikan anak usia dini hendaknya menggunakan prinsip sebagai berikut:

1. Berorientasi pada kebutuhan anak, guna mencapai optimalisasi seluruh aspek perkembangannya;
2. Belajar melalui bermain;
3. Lingkungan yang kondusif, diciptakan sedemikian rupa agar menarik;
4. Menggunakan pembelajaran terpadu, melalui tema agar menarik;
5. Mengembangkan berbagai kecakapan hidup, mengembangkan tanggung jawab dan disiplin diri;
6. Menggunakan berbagai media edukatif dan sumber belajar;
7. Dilaksanakan secara bertahap dan berulang-ulang;
8. Aktif, kreatif, inovatif, dan menyenangkan;
9. Pemanfaatan teknologi informasi, seperti radio, televise, dll. (Triatno, 2011)

Dalam proses pembelajaran pafa anak usia dini harus mempertimbangkan prinsip yang berorientasi pada perkembangan dan bermain yang membuat lebih menyenangkan berdasarkan minat dan pengalaman dari anak yang mendorong komunikasi bersifat fleksibel dengan peran guru yang membimbing, memotivasi, dan memgasilitator.

Masitoh dkk menjelaskan bahwa dalam pembelajaran yang berorientasi perkembangan, seorang guru harus mampu memberikan dorongan kepada anak untuk dapat melalui setiap tahap perkembangannya secara bermakna, optimal, dan belajar dalam situasi yang menyenangkan, atraktif, serta relevan dengan pengalaman anak. (Masitoh, 2005)

Pemendiknas Nomor 58 Tahun 2009 menjelaskan mengenai tahapan pembelajaran pada Taman Kanak-kanak, yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Pembelajaran

Perancanaan pembelajaran merupakan proses persiapan kegiatan meliputi perencanaan semester, kegiatan mingguan, dan rencana kegiatan harian. Setiap guru TK berkewajiban untuk menyusun perencanaan tersebut secara sistematis dan lengkap agar kegiatan pembelajaran seraya bermain berlangsung secara menyenangkan, interaktif, inspiratif, dan memotivasi peserta didik untuk aktif berpartisipasi, dengan memberikan ruang yang cukup seuai dengan bakat dan minat anak.

1. Pelaksanaan Pembelajaran

Pada tahap pelaksanaan ini meliputi pembukaan, inti, dan penutup. Pembukaan yaitu kegiatan awa yang ditujukan untuk memfokuakan dan membangkitkan motivasi anak. Inti merupakan proses eskplorasi, elaborasi, dan konfirmasi untuk mencapai indikator yang dilakukan dengan interaktif, menyenangkan dan prtisipatif. Lalu penutup dilakukan untuk mengakhiri aktivitas pembelajaran seperti menyimpulkan, umpan balik, dan tindak lanjut.

1. Evaluasi Pembelajaran (Penilaian)

Evaluasi dapat dilakukan melalui pengamatan, penugasan, unjuk kerja, percakapan, laporan orang tua, dan dokumentasi hasil karya. Penilaian harus mencangkup seluruh tingkat pencapaian perkembangan.

Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran pada anak usia dini meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan juga penilaian/evaluasi pembelajaran. Tidak boleh dilupakan juga bahwa dalam pembelajaran usia dini, harus memperhatikan prinsip-prinsip belajar anak usia dini yang berorientasi terhadap perkembangan yang dilakukan seraya bermain.

### Pentingnya Motivasi Semangat Belajar

Pada dasarnya manusia merupakan mahluk pembelajar yang dilahirkan dengan kemampuan otak yang sama sehingga sebetulnya tidak ada anak yang pantas diberi kata bodoh. Hanya saja seseorang menjadi lebih pintar dan bodoh karena adanya perlakuan yang keliru ketika diajarkan hal yang salah sehingga membuat anak jadi malas belajar. Faktor yang menumbuhkan semangat belajar pada anak untuk menjadi pribadi yang rajin dalam pembelajaran yaitu dimulai sejak dini dari orang terdekat yaitu orang tua, maka dari itu sangat penting untuk menumbuhkan sifat semangat belajar pada anak sedini mungkin.

#### Pengertian Belajar

Semua orang akan menjadi lebih dewasa setiap harinya karena adanya proses belajar dan pengalaman yang bertambah pada hidupnya. Pada umumnya pembelajaran dilakukan sejak manusia terlahir di dunia. Berikut merupakan pengertian belajar menurut beberapa ahli:

1. Whittaker mengatakan bahwa belajar merupakan suatu proses tingkah laku yang ditimbulkan atau diubah melalui latihan atau pengalaman.
2. Kimble berpendapat bahwa belajar merupakan perubahan yang relative permanen dalam potensi bertindak, berlangsung sebagai akibat karena adanya latihan yang diperkuat.
3. Winkel berpendapat bahwa belajar merupakan suatu aktivitas mental atau psikis yang berlangsung saat interaksi aktif dengan lingkungan yang menghasilkan perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, keterampilan, nilai, dan sikap.
4. Sdaffer mengemukakan bahwa belajar merupakan perubahan tingkah laku yang relative menetap sebagai hasil pengalaman atau praktik.

Berdasarkan definisi yang tertera di atas, maka dapat disimpulkan bahwa belajar merupakan suatu proses usaha yang dilakukan oleh individu guna memperoleh perubahan tingkah laku yang baru sebagai pengalaman individu itu sendiri. Perubahan yang terjadi setelah melakukan pembelajaran dapat berupa sikap, keterampilan, pengertian, maupun pengetahuan. Proses pembelajaran juga terjadi secara disengaja dan sadar, sehingga seseorang yang terlibat dalam proses belajar akan menyadari bahwa ia telah mempelajari sesuatu, sehingga perubahan yang terjadi pada dirinya sendiri merupakan akibat dari kegiatan belajar yang disadari dan sengaja dilakukan.

#### Faktor-faktor Pengaruh Belajar

Belajar merupakan suatu hal yang kompleks. Bila dikaitkan dengan hasil pelajar para peserta didik, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi hasil pembelajaran. Suryabata menjelaskan 3 golongan faktor yang mempengaruhi belajar, yaitu faktor yang berasal dari dalam, faktor yang berasal dari luar, dan faktor instrument. Ketiga faktor tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Faktor dalam yaitu faktor yang mempengaruhi pembelajaran yang berasal dari individu siswa yang sedang belajar itu sendiri. Faktor-faktor tersebut meliputi:
2. Fisiologi, yaitu kondisi jasmaniah secara umum dan juga kondisi panca indra. Seorang anak yang memiliki jasmani segar akan lebih mudah dalam proses pembelajaran.
3. Psikologis, terdapat beberapa faktor psikologis yang dapat mempengaruhi proses dan hasil belajar adalah kecerdasan, bakat, minat, motivasi, emosi, dan kemampuan kognitif.
4. Faktor dari luar merupakan faktor yang berasal dari individu siswa, faktor luar ini beberapa hal sebagai berikut
5. Lingkungan alami, faktor lingkungan alami ini merupakan faktor alami seperti udara, cuaca, waktu, tempat, dan juga alat-alat yang digunakan saat proses pembelajaran.
6. Lingkungan sosial, merupakan faktor dari sesama manusia baik ada secara langsung maupun tidak langsung saat proses pembelajaran. Faktor lingkungan sosial ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu dari lingkungan rumah, dan lingkungan sosial sekolah. (Suryabrata, 1986)

Dari paparan faktor di atas, alangkah baiknya sebagai pendidik memperhatikan faktor tersebut agar lebih waspada dan memahami menyikapi dampak yang akan terjadi dari faktor-faktor tersebut.

#### Motivasi Semangat Belajar

Wlodkowski menjelaskan bahwa motivasi merupakan suatu kondisi yang menyebabkan atau menimbulkan perilaku tertentu, serta memberi arah dan ketahanan (*persistence*) pada tingkah laku tersebut.Sementara Ames berpendapat bahwa motivasi merupakan sebagai perspektif yang dimiliki seseorang mengenai dirinya sendiri dan lingkungannya. Menurut definisi tersebut, konsep diri yang positif akan menjadi alat penggerak bagi kemauan seseorang. (Suiciati, 2001)

Dalam proses pembelajaram motivasi yang dimiliki seseorang tercermin melalui ketekuan yang tidak mudah patah untuk mencapai kesuksesan walaupun dihadang oleh banyak kesulitan. McClelland menyatakan bahwa motivasi berprestasi (*achievement motivation)* memiliki kontribusi hingga 64 persen terhadap prestasi belajar.

Dari berbagai teori yang ada dan berkembang, Keller menyusun beberapa prinsip-prinsip motivasi yang dapat diterapkan dalam proses pembelajaran, yang disebut dengan ARCS, yang dipaparkan sebagai berikut:

1. *Attention* (Perhatian)

Perhatian pada anak timbul karena adanya dorongan rasa ingin tahu, maka dari itu rasa ingin tahu itu sendiri harus diberi rangsangan, sehingga peserta didik memberi perhatian pada saat proses pembelajaran.

1. *Relevance* (Relevansi)

Relevansi yang menunjukkan adanya hubungan materi pembelajaran dengan kebutuhan kondisi para peserta didik. Motivasi anak akan terpelihara bila mereka menganggap bahwa yang dipelajari berguna untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sesuai dengan nilai-nilai yang dipegang.

1. *Confidence* (Percaya diri)

Merasa diri mampu dan kompeten merupakan potensi untuk bisa berinteraksi secara positif dengan lingkungan. Motivasi akan meningkat sejalan dengan harapan untuk berhasil. Motivasi diri dapat memberikan ketekunan untuk membawa prestasi atau keberhasilan, dan sebagai pengalaman sukses untuk memotivasi dalam mengerjakan tugas berikutnya.

1. *Satisfaction* (Kepuasan)

Keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan akan menciptakan kepuasan. Kepuasan karena mencapai tujuan tersebut dipengaruhi oleh konsekuensi yang diterima, baik berasal dari dalam maupun luar individu. Guna meningkatkan dan memelihara motivasi peserta didik, dapat melalui pemberian penguatan berupa pujian, memberikan kesempatan, dan lainnya.

Dari paparan prinsip di atas, dapat menjadi pedoman bagi seorang pendidik untuk memperhatikan prinsip-prinsip tersebut dalam proses belajar mengajar, agar peserta didik lebih semangat dan termotivasi dalam belajar.

Motivasi semangat belajar dibagi menjadi dua, yaitu motivasi eksternal dan juga motivasi internal. Motivasi internal yaitu motivasi yang berasal dari diri sendiri, sedangkan motivasi eksternal berasal dari luar individu. Motivasi internal lebih sulit ditumbuhkan daripada motivasi eksternal, tetapi apabila motivasi internal ini berhasil ditumbuhkan oleh individu, maka kepercayaan dirinya akan terbentuk sehingga akan menimbulkan sifat yang positif dan sadar akan kebutuhan dirinya yaitu belajar. Sementara motivasi eksternal bisa berasal dari lingkungan, teman, sosial, penghargaan, da juga hukuman.

Setiap individu pasti akan lebih paham dengan dirinya masing-masing mengenai apa yang memotivasinya dalam semangat belajar. Kita harus mengenali diri sendiri dulu jika belum menemukan cara untuk mengatasi rasa malas dalam belajar atau bisa mencoba beberapa cara sebagai berikut:

1. Bergaul dengan orang yang bersemangat belajar

Teman sepergaulan sangat mempengaruhi diri kita, terutama jika sering bertemu dan bersama maka sifat dan kebiasaannya mudah sekali tertular. Teman yang bersemangat dalam belajar akan membuat kita ingin mencontohnya, begitupun sebaliknya. Maka banyak yang berpendapat bahwa kita harus pandai dalam memilih teman.

1. Membuat target pencapaian

Dalam mencapai suatu tujuan, target merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dicatat bukan hanya diingat, karena kekuatan otak tidak selalu mampu untuk mengingatnya. Tulis target yang mau dicapai lalu simpan atau pajang di tempat yang sering kita lihat, seperti agenda, dinding, lemari, kamar, atau diari.

1. Menunda kesenangan

Tanamkan dalam pikiran bahwa sesuatu yang diawali dengan perjuangan pasti juga akan diakhiri dengan kebahagiaan dan kesenangan. Tanamkan bahwa menunda kesenangan demi kebahagiaan panjang di kemudian hari tidak ada ruginya, daripada bersenag-senang terlebih dahulu, namun tidak tahu bagaimana nasib di masa depan.

1. Buktikan kepada orang-orang bahwa anda pintar

Yang menentukan kita pintar atau tidak bukan 100% kekuatan otak, melainkan kemauan kita dalam belajar. Seseorang yang memiliki kemauan tinggi akan mempunyai motivasi yang tinggi pula dalam mencapai target. Semangat belajar yang tinggi akan membuat kita semakin pintar.

1. Atur waktu belajar

Atur waktu dalam segala kegiatan yang ingin dilakukan. Mengatur waktu akan membuat kita lebih disiplin dan tidak bertindak semaunya. Buatlah jadwal agar tidak terbawa emosi dengan perasaan yang membuat kita menunda dalam belajar.

1. Fokus lima menit

Hal tersulit dalam melakukan suatu hal yaitu memulainya. Terkadang kita berpikir melakukan hal lain akan lebih nyaman dan mengasikan, tetapi sebenarnya itu merupakan pemikiran otak yang bisa disiasati. Untuk menghindari hal tersebut, maka buat diri anda fokus membayangkan sedang belajar 5 menit saja, maka otak akan lebih tertarik untuk belajar.

1. Stop start di bagian yang menarik

Saat sedang belajar namun terpotong oleh suatu hal, lebih baik berhenti pada saat di bagian yang menarik agar memotivasi diri untuk mulai belajar kembali setelah melakukan hal tersebut.

1. Singkirkan dan jauhkan gangguan

Sebelum memulai belajar, singkirkan hal yang mengganggu konsentrasi atau pilih tempat yang terhindar dari gangguan tersebut agar lebih fokus.

1. Buat reward atau hukuman

Reward dan hukuman akan memicu semangat belajar sehingga kita akan berpikir bila tidak mencapai target maka akan mendapatkan hukuman, begitupun sebaliknya jika kita berhasil maka akan mendapatkan reward, hal ini akan memaksa diri untuk belajar.

1. Menonton atau membaca film dan bacaan yang memotivasi

Setiap orang memiliki tingkat emosional yang berbeda, terkadang membaca dan menonton film dapat lebih memotivasi dibandingkan diberikan nasihat karena melihat keberhasilan orang lain.

1. Menanamkan kemauan atau niat yang tinggi

Dengan menanamkan kemauan dan niat yang tinggi maka belajar akan menjadi suatu aktivitas yang menyenangkan bukan beban. Bisa juga menempelkan kata-kata motivasi di ruangan yang didiami.

Dengan cara yang dipaparkan di atas tersebut dapat menjadi pedoman bagi seorang pendidik agar dapat dijadikan sebagai strategi dalam proses pembelajaran sehingga peserta didik lebih termotivasi semangat belajar.

#### Bentuk-bentuk Motivasi Belajar

Dalam aktifitas pembelajaran baik motivasi intrinsik dan ekstrinsik diperlukan peserta didik agar terjadi aktifitas belajar. Ada beberapa bentuk dan cara menumbuhkan motivasi belajar siswa di sekolah/madrasah antara lain:

1. Memberi angka

Angka yaitu sebuah simbol yang memilikimakan nilai dari aktifitas belajar para siswa. Dan angka adalah alat yang cukup mumpuni memberikan rangsangan kepada para siswa agar dapat menjaga pretasi belajarnya dan lebih giat dalam dalam belajar.

1. Hadiah

Hadiah yaitu pemberian penghargaan atas pretasi seorang siswa dalam pembelajaran sehunga ia memiliki tekad untuk mempertahan prestasi belajarnya.

1. Hasil belajar

Mengetahui hasil Mengetahui hasil belajar dapat dijadikan sebagai alat motivasi bagi peserta didik. Dengan mengetahui hasil belajar, peserta didik akan terdorong untuk lebih rajin belajar. d) Pujian Pujian dapat dijadikan sebagai alat motivasi. Pujian yaitu bentuk penguatan yang positif dan sekaligus merupakan motivasi yang baik.

1. Hukuman

Hukuman sebagai penguatan yang negative, tetapi jika dilakukan dengan tepat dan bijak akan menjadi alat motivasi yang baik.

1. Hasrat untuk belajar

Hasrat untuk belajar berarti ada unsur kesengajaan, ada maksud untuk belajar.

1. Saingan/kompetisi

Saingan/kompetisi dapat digunakan sebagai alat motivasi agar peserta didik terdorong untuk belajar.

1. *Ego-involvement*

Penumbuhan kesadaran pada siswa agar merasakan pentingnya tugas dan menerimanya sebagai tantangan sehingga bekerja keras dengan.

## Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis ini merupakan model yang akan menerangkan mengenai hubungan suatu teori dengan factor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu permasalahan tertentu. Berdasarkan pada tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan tentang strategi komunikasi guru mengenai motivasi semangat belajar pada pendidikan anak usia dini, maka diperlukannya landasan teori untuk membatasi penelitian ini sekaligus menjadi paradigma dalam penelitan.

Dalam ilmu komunikasi terdapat berbagai pendekatan yang dapat digunakan untuk melihat komunikasi dalam dunia pendidikan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan pendekatan komunikasi persuasif untuk meneliti strategi komunikasi yang dilakukan guru kepada anak usia dini.

### Komunikasi Persuasif

#### Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi dapat dikatakan berhasil jika komunkasi itu sendiri mampu mengubah sikap maupun tindakan seseorang secara sukarela, salah satunya yaitu dengan menggunakan komunikasi persuasif (Susanto, 1993-121). Persuasi itu sendiri merupakan sebuah usaha pengubahan sikap individu dengan memasukkan ide, pikiran, pendapat, dan bahkan fakta baru melalui pesan-pesan komunikatif (Roekomy, 1992)

Effendy mengemukakan bahwa komunikasi persuasive merupakan suatu komunikasi yang dilakukan dengan cara-cara persuasive, yaitu mengandung ajakan maupun himbauan. Komunikasi persuasive tersebut berusaha mendorong atau merangsang seseorang atau individu untuk berbuat seperti apa yang dikehendaki komunikator.

Hal tersebut mengandung makna bahwa komunikasi persuasive ini merupakan salah satu cara bagi seseorang guna membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu hal sesuai dengan keinginan pembujuk dengan senang hati dalam artian tanpa merasa adanya paksaan. Istilah persuasi berasal dari bahasa latin yaitu *peruasion* yang kata kerjanya yaitu *komunikane* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. (Effendy, 1998)

Menurut Dedy Djamluddin malik dalam buku komunikasi persuasif mengutarakan beberapa definisi komunikasi persuasive, di antaranya:

1. Applbaum dan Anatol mendefinisikan persuasi sebagai proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal maupun non verbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.
2. Andersen membatasi definisi persuasi sebagai suatu proses komunikasi interpersonal di mana komunikator berupaya menggunakan lambing-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima. Dalam artian secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti ysng diinginkan oleh komunikator.
3. Miller berpendapat bahwa persuasi dapat dipandang sebagai segala upaya untuk mempengaruhi orang, kelompok, maupun masyarakat.
4. Hardo mendefinisikan persuasi sebagai sebuah proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian, atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan non verbal.

Menurut Malik (1994), komunikasi persuasif merupakan suatu proses komunikasi di mana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator dengan cara membujuka tanpa memaksa. Dengan beberapa definisi yang dipaparkan tersebut maka komunikasi persusasif yang dilakukan guru pada penelitian ini yaitu bertujuan untuk mempengaruhi pikiran juga tingkah laku pendidik yaitu anak usia dini agar berbuat sebagaimana yang dikehendakinya. Hal ini sejalan dengan pendapat Wijaya (1993) bahwa komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tingkah laku seseorang maupun kelompok untuk kemudian melakukan tindakan atau perbuatan sebagaimana yang dikehendaki.

Dalam interaksi komunikasi persuasif yang dilakukan guru, maka guru akan terlibat dalam mempengaruhi sikap, perilaku yang dipercaya peserta didik agar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh guru. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila guru mampu menyampaikan pesan dengan pendekatan psikologis, dan pesan seperti itu yang disebut dengan persuasif. Persuasif yang dilakukan dengan emosional biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara inim aspek simpati dan empati seseorang digugah, hingga akan muncul proses senang pada diri orang target persuasi (Mar’at, 2000).

Menurut Applbaum, terdapat beberapa karakteristik dan batas-batas yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan definisi persuasi, secara garis besar diuraikan sebagai berikut:

1. Semua situasi mengandung komunikasi simbolik, yaitu penyampaian dan penerimaan isyarat-isyarat baik verbal maupun non verbal. Komunikasi manusia melibatkan simbol-simbol verbal dan juga non verbal dalam situasi persuasif
2. Persuasi merupakan sebuah proses yang kompleks. Persuasi merupakan sebuah proses komunikasi dan segala sesuatu yang terjadi dalam usaha mempengaruhi sikap orang lain dengan cara penyampaian stimuli atau pesan yang bersifat dinamis dan berkelanjutan.
3. Para komunikator pada umumnya berusaha mendapatkan respon tertentu dari komunikannya.
4. Peranan komunikator dapat berganti dalam situasi persuasif. Seperti ketika seorang ayah meminta maaf atas kelakuan anaknya kepada tamu, maka ayah berkedudukan sebagai komunikator. Tetapi ketika anaknya menjelaskan arti perilaku tersebut kepada ayahnya, maka anaknya yang menjadi sumber.
5. Sebagian besar situasi persuasif melibatkan sedikitnya dua individu ataupun kelompok.
6. Persuasi berlangsung dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang merupakan pelaku, baik sumber maupun sasaran persuasi dalam percakapan sehari-hari seperti dengan keluarga, teman, dan lainnya.
7. Usaha persuasi tidak selalu berhasil.

Berdasarkan definisi yang dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasive merupakan suatu upaya guna mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang dengan cara-cara yang luwes, manusiawi, dan juga halus yang mengakibatkan munculnya kesadaran, kerelaan, juga perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai yang dikatakan oleh komunikator.

#### Model Komunikasi Persuasif

Severin dan James (2009) menungkapkan model-model utama proses komunikasi persuasi yaitu terdapat tiga yaitu:

1. Model Pemrosesan-informasi McGuire

Teori ini menjelaskan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap yang masing-masing tahapnya merupakan sebuah kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahap selanjutnya. Tahapan tersebut yaitu: (a) pesan persuasive harus dikomunikasikan, (b) penerima pesan akan memperhatikan pesan, (c) penerima akan memahami pesan, (d) penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen yang disajikan, (e) tercapainya posisi adopsi baru, (f) terjadi perilaku yang diinginkan.

1. Model Sistematik-heuristik

Mendefinisikan dua cara pemrosesan pesan-pesan persuasive-sistematik dan heuristik. Pemrosesan sistematik merefleksikan pengamatan yang hati-hati, analitis, dan sungguh-sungguh terhadap pesan. Penerima pesan harus dimotivasi untuk mempraktikkan promesesan sitematik, dan dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel situasi seperti tekanan waktu maupun kurangnya keahlian di bidang tertentu. Sedangkan pemrosesan heuristik merupakan cara yang lebih sederhana yaitu menggunakan aturan-aturan atau skema prediksi untuk membentuk penilaian atau membuat keputusan.

1. Model Kemungkinan Elaborasi

Model ini menjelaskan bahwa terdapat dua rute menuju perubahan sikap yaitu rute sentral dan eksternal. Rute sentral ini digunakan ketika penerima secara aktif memproses informasi dan terbujuk oleh rasionalitas argument. Sedangkan rute eksternal digunakan ketika penerima tidak mencurahkan energi kognitif untuk mengevaluasi argument dan memproses informasi di dalam pesan dan lebih dibimbing oleh isyarat-isyarat eksternal, di antaranya kredibilitas sumber, format pesan, gaya, maupun suasana hati dari penerima.

Dari ketika model yang dipaparkan di atas, penulis memutuskan untuk menitikberatkan kepada model persuasi yang dikemukakan menurut McGuire. Severin dan James (2009) mengungkapkan bahwa teori pemrosesan-informasi McGuire ini memberikan sebuah pandangan yang baik mengenai proses perubahan sikap, karena melibatkan semua variabel atau komponen dalam perubahan sikap. Variabel tersebut dapat digambarkan yaitu kemampuan seorang komunikan (guru) yang baik dalam memberikan dan menyampaikan pesan akan berpengaruh besar terhadap pesan apa yang disampaikannya. Karena semakin baik seorang komunikan, maka akan semakin mudah juga seseorang menerima pesan tersebut, demikian sebaliknya.

#### Tahap Proses Persuasif

McGuire pada tahun 1989 mempresentasikan dua belas tahap dalam output atau variabel dependen yang mendukung proses persuasi, yaitu: (1) paparan pada komunikasi; (2) perhatian terhadapnya; (3) rasa suka atau tertarik kepadanya; (4) memahaminya (mempelajari sesuatu); (5) pemerolehan keterampilan (belajar cara); (6) terpengaruh atau menurutinya (perubahan sikap); (7) menyimpan isi dalam memori atau kesepakatan; (8) pencarian dan pemunculan kembali informasi; (9) pengambilan keputusan berdasarkan pemunculan kembali informasi; (10) berperilaku sesuai dengan keputusan; (11) penguatan terhadap tindakan-tindakan yang diinginkan; dan (12) konsolidasi pasca perilaku.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa persuasi merupakan metode komunikasi sosial yang menyebabkan seseorang bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati dan sukarela tanpa merasa dipaksa oleh siapapun. Kesediaan tersebut akan timbul dalam dirinya sendiri akibat adanya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan. (Severin dan James, 2009).

Keberhasilan komunikator dalam menumbuhkan minat komunikan, selanjutnya akan diikuti dengan upaya memunculkan hasrat. Cara yang dilakukan oleh komunikator dapat dengan bujukan atau ajakan. Pada tahap ini, imbauan emosional perlu dimunculkan oleh komunikator, sehingga pada tahap selanjutnya komunikan mengambil keputusan untuk melakukan sesuatu sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator (Malik & Irintara, 1994).

Keterlibatan pesan juga menjadi bagian dalam keberhasilan komunikasi persuasif. Guru melibatkan diri dengan peseta didiknya melalui pesan yang disampaikan, kata-kata, ajakan, dan penempatan posisi mengajar. Penerima pesan yaitu peserta didik akan memberikan pandangan terhadap guru yang dapat menumbuhkan situasi yang bersifat membangun (konstruktif), sehinnga peserta didik memiliki komitmen untuk bersedia terlibat dalam proses pembelajaran. Azwar (1995) mengemukakan bahwa dalam proses pembelajaran, peserta didik memiliki suatu harapan berupa nilai ekspektasi, sesuai dengan isi teorinya bahwa manusia belajar akan suatu harapan atau ekspektansi yaitu degan adanya rasa percaya terhadap respo yang bertujuan positif atau negative. Bila memiliki kepercayaan maka ekspentasi selalu mendapat konfirmasi secara konsisten. Dengan dasar kepercayaan inilah sikap individu terhadap suatu hal akan dibentuk.

Komunikasi persuasif dalam pendidikan itu sendiri memiliki tujuan timbulnya rasa percaya dari penerima pesan agar mengikuti pesan yang disampaikan melalui cara bagaimana membangun perhatian peserta didik, sehingga proses pembelajaran diharapkan efektif dan mampu membangun minat dari sasaran yang dihadapi. Menurut Larson yang dikutip oleh Suranto, proses persuasive tergantung pada lima tahapan sebagai berikut:

1. *Attention* (perhatian). Bila persuasi tidak memberikan perhatian pada pesan, maka ia tidak terpersuadi oleh pesan tersebut. Dengan demikian efektivitas persuasi mensyaratkan terlebih dahulu harus ada perhatian dari komunikan.
2. *Comprehension* (pemahaman). Bila persuasi tidak memahami atau tidak mengerti pesan yang disampaikan, maka mereka sangat sulit untuk dipersuasi melalui proses komunikasi.
3. *Acceptance* (penerimaan). Bila persuasi tidak memperhatikan dan tidak memahami pesan, maka akan terjadi permasalahan dalam penerimaan pesan persuasi.
4. *Retention* (penangguhan). Sering persuasi menyembunyikan atau menahan pesan-pesan yang telah dipahaminya sampai waktu tertentu yang dirasakan olehnya tepat untuk bertindak.
5. *Action* (perbuatan/ tindakan). Perubahan sikap atau tindakan yang spesifik yang diminta dalam pesan harus sesuai dengan himbauan pesan yang diterima.

Maka dengan demikian, dalam hal ini komunikasi persuasif dapat dikatakan berhasil bila komunikator yaitu guru mampu mengemas pesan yang dapat meyakinkan peserta didik. Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi persuasive yang lakukan guru yaitu kemampuan guru dalam memaparkan ide atau gagasan dalam pembelajaran dengan menggunakan pesan secara verbal maupun non-verbal yang dilakukan dengan cara membujuk guna mengubah peserta didik agar secara suka rela mengikuti arahan dari guru.

#### Tehnik Komunikasi Persuasif

Dalam pelaksanaan komunikasi persuasif ini bukan hal yang mudah karena harus mampu mengubah sikap, perilaku, maupun opini atas dasar keinginan target persuasi tersebut, bukan dengan paksaan. Maka dalam pelaksanaan komunikasi persuasif ini dibutuhkan tehnik-tehnik tertentu agar proses komunikasi bisa berlangsung efektif mencapai target yang diinginkan. Tehnik-tehnik tersebut antara lain:

1. Tehnik Asosiasi

Tehnik ini merupakan penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. (Effendy O. , 1986).

1. Tehnik Integrasi

Tehnik ini ialah mengenai kemampuan komunikator dalam menyatukan diri secara komuniktif dengan komunikan. Dalam arti melalui verbal maupun non verbal di mana komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” menjadi satu dengan komunikan.

1. Tehnik Ganjaran

Tehnik ini juga disebut dengan *pay-off technique* yang merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.

1. Tehnik Tataan

Tehnik ini disebut juga dengan *icing*, yaitu upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar ataupun dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana yang disarankan oleh pesan yang disampaikan. Tehnik ini merupakan seni menata pesan hingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

1. Tehnik *Red-Herring*

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasive, tehnik ini merupakan seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian dialihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

1. Formula AIDDA

Selain tehnik-tenik yang disebutkan di atas, terdapat pula formula AIDDA yang merupakan singkatan dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Descision* (keputusan), dan *Action* (Tindakan). Dengan formul ini, komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian yang tidak hanya dilakukan dengan gaya bicara melalui kata-kata yang merangsang, melainkan juga penampilan ketika mengadapi target khalayak. Lalu bila perhatian sudah berhasil dibangkitkan, maka upaya selanjutnya yaitu menumbuhkan minat. Upaya ini akan berhasil dengan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikan, maka penting bagi komunikator untuk mengenal komunikannya. Setelah minat timbul, tahap berikutnya yaitu memunculkan hasrat pada komunikasi untuk melakukan ajakan, bujukan, atau rayuan komunikator. Di tahap ini imbauan emosional perlu ditampilkan oleh komunikator, sehingga pada tahap berikutnya komunikasn mengambil keputusan untuk melakukan kegiatan yang diharapkan. (Effendy O. , 1986)

Berdasarkan pendapat yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasive memiliki tehnik tertentu dalam proses penyampaiannya. Tehnik-tehnik tersebut antara lain tehnik asosiasi, tehnik integrasi, tehnik ganjaran, tehnik tataan, dan tehnik red-herri yang diharapkan dapat meliputi perencanaan dan pertahapan pada komunikasi persuasive dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Guru sebagai komunikator dalam pendidikan dituntut untuk bisa menciptakan komunikasi yang efektif agar maksud dan pesan tersampaikan sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif perlu adanya strategi tepat, sehinngga bisa mendapatkan dampak atau efek yang sesuai dengan tujuan yaitu memotivasi semangat belajar. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif di mana dalam konteks pendidikan, komunikasi secara persuasif yanf dapat membentuk motivasi belajar. Seorang anak dapat melakukan sesuatu dengan baik jika berpikir bahwa ia mampu untuk melakukannya yaitu dengan rangsangan dari komunikasi persuasif. Berdasarkan pengertian-pengertian yang dipaparkan tersebut, maka dibutuhkan adanya proses pemikiran yang matang dalam menyusun langkah-langkah kerja yang diperlukan guna mencapai tujuan yang diinginkan.

## Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan *mind maping* yaitu sebuah narasi atau pernyataan mengenai kerangka konsep yang sudah diidentifikasi dieumuskan dalam penelitian guna menggambarkan alur pikir dari peneliti. Kerangka penelitian dalam penelitian kualitatif secara keseluruhan sangat menentukan penelitian. Uraian dalam kerangka pemikiran ini harus mamu menegaskan da juga menjelaskan secara komprehensif mengenai variable yang diteliti, sehingga variable-variabel tersebut ada dalam fokus penelitian dan pertanyaan penelitian dengan jelas.

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini menjelaskan mengenai strategi komunikasi guru, maka dari itu, dibutuhkan adanya landasan teori utuk membatasi penelitian sekaligus menjadi paradigma dalam penelitian. Penelitian ini berdasarkan pada teori komunikasi persuasif, namun lebih ditekankan pada model pemrosesan-informasi yang dikemukakan oleh McGuire.

Dalam proses pembelajaran diperlukan sebuah komunikasi untuk membangun interaksi antara guru dan peserta didiknya. Komunikasi yang tercipta harus mampu mengajak, membujuk, dan mengarahka peserta didik untuk bersedia melakukan sesuatu yang mengarah pada tujuan pembelajaran itu sendiri. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers yang dikutip oleh Suranto A. W. (2005), di mana menjelaskan mengenai proses komunikasi yang di dalamnya terdapat sebuah gagasa yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan maksud tujuan untuk mengubah perilakunya. Dengan kata lain komunikasi yang tercipta merupakan komunikasi yang bersifat persuasif.

Komunikasi persuasive ini berperan sebagai perantara yang mampu menciptakan interaksi antara guru dengan peserta didik, sehingga muncul suatu prises penyampaian pesan oleh guru kepada peserta didik dalam proses pembelajaran yang diharapkan mampu membujuk para peserta didik untuk mengikuti proses pembelajaran yang berlangsung.

Motivasi semangat belajar pada peserta didik merupakan suatu hal yang timbul dari dalam diri sendiri, namun hal ini akan bisa dimunculkan apabila terdapat rangsangan-rangsangan yang berasal dari luar pribadi peserta didik itu sendiri. Maka proses pembelajaran dalam meningkatkan motivasi belajar pada peserta didik perlu adanya penciptaan komunikasi persuasive agar mampu merangsang peserta didik dalam interaksi pada proses pembelajaran serta mampu mengajak dan mempengaruhi peserta didik, sehingga motivasi semangat belajar akan muncul dari dalam diri peserta didik.

Dalam komunikasi persuasif ini dapat menggunakan beberapa tehnik yang dikemukakan agar tercapainya tujuan persuasi, yaitu:

1. Tehnik Asosiasi, merupakan penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.
2. Tehnik Integrasi, mengenai kemampuan komunikator dalam menyatukan diri secara komuniktif dengan komunikan.
3. Tehnik Ganjaran, merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.
4. Tehnik Tataan, upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar ataupun dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana yang disarankan oleh pesan yang disampaikan.
5. Tehnik *Red-Herring,* merupakan seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian dialihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

Sebagai landasan guna memecahkan masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka dibutuhkan sebuah kerangka pemikiran berupa teori dari para ahli yang tidak lagi diragukan kebenarannya yang merupakan teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian peneliti. Melalui Komunikasi Persuasif, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan secara singkat melalui bagan sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

STRATEGI KOMUNIKASI GURU MENGENAI MOTIVASI SEMANGAT BELAJAR PADA PENDIDIKAN ANAK USIA DINI

TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF

(Model pemrosesan-inforasi McGuire).

Tehnik

Red-Herring

Tehnik Tataan

Tehnik Ganjaran

Tehnik Integrasi

Tehnik Asosiasi

MEMOTIVASI SEMANGAT BELAJAR PADA PENDIDIKAN ANAK USIA DINI