BAB II
LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Persuasif Guru

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Manusia secara kodrati akan selalu terlibat dalam komunikasi. Komunikasi dapat terjadi sebagai konsekuensi logis dari adanya hubungan sosial (*social relationship*). Dalam interaksi manusia selalu berhubungan dengan yang lain, sekalipun hanya dua orang. Bertolak dari hubungan tersebut, timbullah interaksi sosial (*social interaction*). Interaksi sosial dapat terjadi karena adanya interkomunikasi di antara individu yang bertemu. Pandangan bahwa manusia berkomunikasi untuk berinteraksi atau berinteraksi untuk komunikasi memunculkan perspektif umum dalam melihat definisi komunikasi. Dari perspektif umum tersebut komunikasi dapat dilihat dari dua segi:

Pertama, pengertian secara etimologis atau asal kata. Komunikasi berasal dari bahasa Latin "*Communicatio*", yaitu "sama makna". Mengacu pada definisi secara etimologis, komunikasi akan berlangsung apabila terdapat kesamaan makna mengenai sesuatu yang dikomunikasikan. Jadi, berlangsung atau tidaknya suatu komunikasi antarmanusia tergantung pada seberapa jauh orang mengerti pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh lawan bicaranya. Pendapat lain menyebutkan istilah komunikasi berasal dari kata *communicare* yang berarti berpartisipasi, memberitahukan, atau menjadi milik bersama. Milik bersama dalam istilah bahasa Inggris ialah *common*, yang berarti "biasa atau milik bersama".

Kedua, pengertian secara terminologis. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi dapat terjadi apabila orang atau sejumlah orang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Dalam hal ini kesamaan makna antara penyampai dan penerima pesan tidak menjadi pertimbangan penting. Secara paradigmatik, komunikasi mengandung tujuan-tujuan tertentu. Oleh karena itu, komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai cara dan

pendekatan, seperti secara lisan, tulisan, tatap muka, melalui radio, televisi, surat kabar, film, bahkan dapat melalui surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, internet, faksimili, intranet, dan lain-lain.

Schramm mendefinisikan komunikasi sebagai proses penggunaan pesan oleh dua orang atau lebih yang semua pihak saling berganti dua peran, sebagai pengirim dan penerima pesan, sampai ada saling pemahaman atas pesan yang disampaikan oleh semua pihak. Shannon dan Weaver menyatakan komunikasi mencakup semua prosedur melalui pikiran seseorang yang dapat memengaruhi orang lain. Charles Osgood, George Suci, dan Percy Tannenbaum mengatakan bahwa komunikasi terjadi bila suatu sistem atau sumber memengaruhi pihak lain (tujuan) dengan jalan mengolah penggunaan isyarat-isyarat yang dapat diteruskan melalui saluran yang dihubungkan kedua belah pihak.

Walaupun pengungkapannya beragam, dari beberapa definisi tersebut tampak ada kesamaan telaah atas fenomena dan dinamika komunikasi. Paling tidak, dalam komunikasi terkandung pelibatan unsur-unsur seperti komunikator, komunikan, pesan, media atau saluran, umpan balik, efek dan dampak. Dalam komunikasi ada tujuan yang akan dicapai, yaitu terbentuknya pengertian bersama atau kesamaan pemahaman. Jadi, kunci utama dalam memahami definisi komunikasi baik secara umum ataupun paradigmatik mengacu pada konsep "*mutual understanding*". Komunikasi harus mencipatakan kesamaan pemahaman atau pengertian antara pemberi pesan dan penerima pesan, terlepas dari bagaimana isi pesan dan saluran yang digunakan.[1]

Persuasi dapat dilihat dari sudut pandang *artistic proof* dan *inartistic proof*. Dari sudut pandang pertama, proses persuasi dapat dikendalikan oleh persuader, seperti pemilihan kata, pengaturan persuasi, gaya pidato, dan bahasa. Sudut pandang persuasi dalam *artistic proof* biasanya ada dalam control *persuader* dan telah dimodifikasi secara sadar sehingga kadang-kadang secara tidak langsung menjadi strategi dalam melakukan persuasi.

[1] Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019): 45-48.

Inartistic Proof merupakan proses persuasi yang tidak bisa dikontrol secara sadar oleh *persuader*. Posisi ini biasanya ada pada *persuade*. Kendali dikuasai oleh *persuade*, sehingga mau tidak mau *persuader* tidak bisa mengintervensi proses ini. Di antara proses *inartistic proof* adalah persepsi. Persepsi ada pada *persuade*, sehingga hal yang dilihat, disaksikan, atau dirasakan oleh *persuade* itu tidak bisa dikendalikan. Contoh, penampilan *persuader*. Meskipun telah disiapkan sebaik mungkin, bisa saja yang dilihat oleh *persuade* berbeda dengan yang dirasakan oleh *persuader*.

Winston Brembeck dan William Howell mendefinisikan persuasi sebagai upaya sadar untuk mengubah pemikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif dari orang-orang ke arah yang ditentukan. Dari sana tergambar proses komunikasi persuasif yang bersifat logika beralih ke konsep bersifat emosional. Konsep emosional merangsang motif internal, yakni menyasar perubahan sikap dan perilaku *persuadee*.

Kenneth Burke mendefinisikan persuasi secara imajinatif. Katanya, persuasi yang benar-benar berseni harus menggunakan "sumber daya ambiguitas", biasanya dinyatakan secara artistic dan emosional. Burke percaya bahwa jika *persuade* merasa dirinya yang dibicarakan dan mendengarkan rujukan atas keyakinan dan nilai mereka sendiri, mereka akan mengembangkan rasa identifikasi dengan *persuader*. Dalam teori Burke, ketika *persuader* mencoba bertindak, percaya, dan berbicara seperti penonton, ia menciptakan ikatan dengan pendengar yang akan mengidentifikasi dan akan mengikuti saran *persuader*. Jadi, menyimpulkam pandangan Aristoteles, Burke, dan ahli lain, persuasi ialah proses penciptaan pesan oleh *persuader* dan identifikasi oleh sumber melalui penggunaan symbol verbal dan/atau visual.[2]

Dalam buku *The Psychology of Persuasion*, Kevin Hogan mendefinisikan persuasi sebagai kemampuan memberikan pengenalan, keyakinan, dan nilai pada diri orang lain dengan memengaruhi pemikiran dan tindakan mereka melalui strategi yang spesifik.

[2] Ibid., 50-51

Perloff mendefinisikan persuasi sebagai proses simbolis oleh *persuader* yang mencoba meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku mereka mengenai suatu masalah melalui transmisi pesan dalam keadaan tanpa tekanan. Kata kunci persuasi dalam konsep Perloff adalah keadaan tanpa tekanan. Artinya, perubahan sikap yang diharapkan *persuader* atas dasar kesukarelaan dan tanpa intimidasi. Pendapat Perloff membuka penalaran lebih logis lagi tentang perbedaan antara persuasi dengan koersi. Perbedaan antara persuasi dan koersi akan mempermudah kita memahami hakikat persuasi.

Janos Csapo dan Andor Magyar mendefinisikan persuasi sebagai aktivitas yang mencoba memodifikasi perilaku orang melalui interaksi simbolik. Csapo dan Magyar menekankan interaksi antar manusia menggunakan symbol yang dimodifikasi sedemikian rupa sehingga memberi efek perubahan pada perilaku[3].

Larson mengartikan persuasi sebagai penciptaan bersama dari suatu pernyataan identifikasi atau kerja sama di antara sumber pesan dengan penerima pesan yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol[4].

Semua definisi persuasi dari para ahli itu masing-masing memiliki pokok kekuatan, sehingga menciptakan makna majemuk. Dapat disimpulkan, *persuader* melakukan upaya mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi dan halus. Hasil akhir yang diharapkan adalah munculnya kesadaran, kerelaan, perasaan senang, serta ada keinginan untuk bertindak sesuai yang dikatakan oleh *persuader*.

Agar bersifat persuasif, Edwin P. Bettinghaus menekankan situasi komunikasi harus merupakan upaya sadar seseorang untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan. *Persuader* menggunakan modifikasi lambing dan simbol dalam pesan persuasi untuk memengaruhi kognisi penerima.

Beragam definisi itu menyiratkan bahwa persuasi memerlukan partisipasi intelektual dan emosional antara kedua belah pihak baik *persuader*

[3] Ibid.
[4] Ibid.

dan *persuadee* yang mengarah pada makna bersama dan menciptakan identifikasi bersama. Seluruh pemahaman tersebut bersandar pada interpretasi dan dapat dikatakan bahwa strukstur sosial manusia tidak bersifat homogen. Penggunaan simbol akan berbeda-beda dan dimaknai berbeda-beda pula, tergantung dari pendekatan intersubjektif serta pengalaman yang melingkupinya. Dengan kata lain berdasarkan pengalaman manusia atas suatu realitas. Realitas tersebut hadir melalui tanda-tanda yang dipahami dengan sadar, terlibat penuh di dalamnya, serta memahami betul kehadirannya sebagai sesuatu yang dijalaninya secara otentik.[5]

2. Karakteristik Komunikasi Persuasif Guru

Karakteristik merupakan penanda yang membedakan satu hal dengan hal lain, satu konsep dengan konsep lain, satu ide dengan ide lain. Agar dapat menjadi penanda dan memiliki batasan, persuasi dapat dirumuskan dengan beberapa karakteristik dominan. Ilardo menyebutkan lima karakteristik persuasi terkait dengan proses komunikasi, yaitu:

a). Persuasi adalah bentuk dari komunikasi. Faktor yang memperkuat argument ini adalah adanya kesamaan unsur keduanya. Sama dengan komunikasi, persuasi memiliki unsur-unsur berupa *persuader*, *persuadee*, pesan, saluran, dampak (efek), umpan balik, dan faktor lingkungan. Dilihat dari tujuan manusia berkomunikasi, persuasi adalah salah satu tujuan komunikasi. Maka komunikasi itu integral dari proses persuasi.

b). Persuasi adalah proses. Sebagaimana telah disinggung, persuasi punya serangkaian langkah yang harus dilewati. Persuasi tidak statis, tapi proses pertukaran makna yang dinamis tentang suatu kejadian, peristiwa, objek, atau tindakan. Proses terjadi terus menerus, tidak dibatasi ruang, tetapi oleh waktu. Hal ini memudahkan instruksi untuk mengikuti jejak awal dan evolusi proses persuasi yang terjadi dalam beberapa langkah atau fase, meski dalam kenyataannya tidak ada pembagian yang menonjol.

[5] Ibid., 52-54

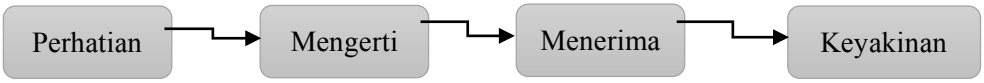
c). Persuasi menimbulkan perubahan. Perubahan sikap adalah sasaran utama proses persuasi. Apapun bentuk dan bagaimana prosesnya, persuasi pasti akan menciptakan perubahan sekalipun kadarnya kecil.

d). Persuasi dapat disadari dan tidak disadari. Pada dasarnya proses persuasi mengubah sikap, perilaku, dan kepercayaan *persuadee* dengan dasar kesukarelaan. Artinya, perubahan yang terjadi dalam diri *persuadee* tidak didasarkan pada tekanan dan intervensi. *Persuader* dapat secara sadar melakukan perubahan secara spesifik bagi individu atau kelompok yang menjadi sasarannya. Hal ini terjadi ketika pembicara persuasi merencanakan dan mengucapkan kata-kata dengan tujuan khusus untuk mengubah sikap audiens atau penerima.

e). Persuasi dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal. *Persuader* menggunakan bahasa sebagai elemen pesan yang menggerakkan *persuadee*. Modifikasi bahasa secara tepat dan efektif dapat menimbulkan efek persuasi bagi sasaran. Pesan yang direfleksikan dalam bahasa secara garis besar dibagi dua aspek, yakni pesan verbal dan nonverbal. Aspek nonverbal seperti ekspresi wajah, gerak tangan, dan bentuk tubuh turut menentukan proses persuasi.

Ilardo menegaskan bahwa persuasi merupakan fakta hidup yang tidak bisa dielakkan. Karena hadir dan berkaitan erat dengan aktivitas manusia, persuasi memiliki pola dan struktur tertentu, menciptakan alur sehingga terbentuk sebuah proses. Proses tak lepas dari adanya input dan output. Persuasi juga mengikuti dan melalui serangkaian langkah agar prosesnya mencapai tujuan sesuai harapan. Secara umum persuasi dapt dilakukan melalui dua proses, yakni rasional dan emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang menjadi sasaran perubahan. Aspek-aspek yang dipengaruhi dapat berupa ide ataupun konsep, sehingga oada diri individu terbentuk keyakinan (*belief*). Secara skematik, prosesnya dijelaskan pada gambar berikut.

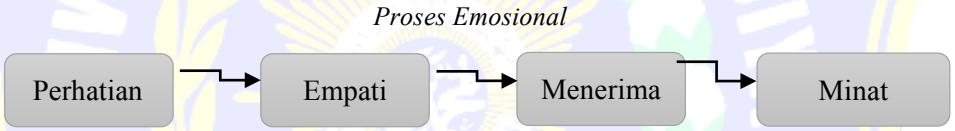
Proses Rasional



Gambar 5. Skema rasional proses persuasi

Proses rasional dimulai dari perhatian *persuadee* terhadap objek, mengerti, menerima, lalu muncul keyakinan. Proses persuasi dengan pendekatan rasional menggunakan pola dan struktur berpikir yang logis dan sistematis. Artinya, dalam menentukan pilihan sikap perlu penalaran yang dapar diterima akal sehat. Pertimbangan tersebut bisa berdasarkan kesesuaian ideologi, visi dan misi yang terukur, program yang jelas, dan banyak pertimbangan lain.

Proses emosional dalam persuasi mengarah pada aspek di luar kelogisan nalar. Dengan kata lain, proses persuasi emosinal melibatkan kondisi dan situasi yang tidak bisa diprediksi dengan akal sehat. Menurut Mar'at, persuasi yang dilakukan secara emosional biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara ini aspek simpati dan empati seseorang digugah, sehingga muncul rasa senang pada dirinya. Jika dikaitkan dengan politik, akan lebih jelas betapa pilihan terkait objek sikap itu sangat bergantung proses emosional.



Gambar 6. Skema emosional proses persuasi

Harus diperhatikan, kedua skema proses persuasi itu bukanlah konsep yang baku. Ada banyak kategori proses persuasi lain. Namun, paling tidak kedua pendapat itu memberi sudut pandang tentang bagaimana rangkaian langkah untuk bisa dikategorikan sebagai kegiatan persuasi.

Berangkat dari berbagai definisi dan karakteristik persuasi dari pandangan para ahli, kita dapat menyusun enam komponen yang membentuk konsep persuasi: *Pertama*, *persuader* sebagai pihak yang mempunyai kepentingan. Jika ada pertanyaan: Siapa yang punya kepentingan dalam persuasi?. Jawabannya adalah *Persuader*. *Persuader*-lah yang memiliki agenda untuk mengubah sikap, perilaku, atau kepercayaan *persuadee*. Jadi, usaha dan upaya *persuader* lebih terlihat menonjol dibandingkan *persuadee*. Itu sebabnya juga *persuader* perlu memahami bagaimana dirinya dan pesan yang ia sampaikan mampu memengaruhi *persuadee*.

Kedua, perubahan pada *persuadee* terjadi dalam keadaan sadar dan sukarela. Artinya, persuasi sengaja melibatkan usaha untuk memengaruhi orang lain. *Persuader* harus berniat mengubah sikap atau perilaku individu dengan kesadaran penuh. *Persuader* dituntut bisa memahami bahwa orang lain memiliki keinginan dan keyakinan, sekaligus harus mengakui bahwa *persuadee* memiliki keadaan mental yang rentan terhadap perubahan dan kadang-kadang menunjukkan kesadaran primitif. Konsep ini membedakan persuasi dengan koersi. Persuasi mengubah sikap *persuadee* dengan cara-cara halus sehingga mendorong perubahan secara sadar dan sukarela. Sementara koersi mengedepankan cara-cara yang bertolakbelakang dengan persuasi.

Ketiga, persuasi adalah proses simbolis. Pandangan ini prinsipnya mengacu pada unsur pesan dalam komunikasi persuasi. Pesan persuasi meliputi pertukaran lambang dan simbol. Pada konteks ini lambang dan simbol yang terdapat dalam pesan disampaikan melalui bahasa sebagai alat bagi *persuader* yang dimanfaatkan untuk mengubah sikap dan pendapat seseorang.

Keempat, persuasi melibatkan upaya untuk memengaruhi. Proses komunikasi persuasi memiliki potensi untuk berhasil dan gagal pada waktu bersamaan. Merujuk pada teori atribusi, pembentukan sikap dan perilaku disebabkan berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor-faktor itulah yang menentukan keberhasilan dan kegagalan dalam perubahan sikap dan perilaku *persuadee*. Persuasi tidak secara otomatis atau pasti berhasil, sebaliknya sering gagal mencapai atau memengaruhi target. Persuasi melibatkan segala upaya untuk memengaruhi sikap orang lain, baik melalui cara, metode, taktik, dan strategi yang efektif. Bahkan kadang-kadang dalam praktiknya persuasi dilakukan dengan cara-cara yang bertentangan dengan prinsip persuasi itu sendiri.

Kelima, orang membujuk dirinya sendiri. Joel Whalen menyebut salah satu mitos besar persuasi ialah *persuader* meyakinkan *persuadee* untuk melakukan hal yang benar-benar tidak mereka ingin lakukan. Artinya, *persuader* melakukan praktik persuasi atas dasar tujuan yang belum pasti. Konsepsi persuasi ini menekankan bahwa sebelum *persuader* membujuk dan

meyakinkan orang lain, ia terlebih dahulu harus membujuk dan meyakinkan dirinya sendiri. Dengan kata lain, sebelum merancang persuasi, *persuader* terlebih dahulu harus meyakinkan dirinya tentang pesan yang akan disampaikan. *Persuader* memaksa *persuadee* dengan begitu banyak argument atau amunisi verbal maupun nonverbal untuk membuat *persuadee* mengatakan "setuju". *Persuader* tidak bisa memaksan orang untuk dibujuk, tapi dapat mengaktifkan keinginan *persuadee* dan menunjukkan kepada mereka logika di balik ide-ide yang disampaikan.

Keenam, persuasi melibatkan pengiriman pesan. Persuasi adalah kegiatan komunikatif, dengan demikian harus ada pesan yang dikirimkan atau disampaikan. Pesan dalam komunikasi persuasi bisa verbal, nonverbal, atau keduanya secara bersamaan. Kombinasi pesan verbal dan nonverbal cenderung memberi hasil yang efektif dalam mempersuasi. Penyampaian dan pengiriman pesan terkait erat dengan penggunaan saluran dalam komunikasi persuasif. Pemilihan dan penggunaan saluran yang tepat memudahkan *persuader* mendistribusikan pesan terebut. Dalam kampanye politik misalnya, kombinasi iklan politik dan pendekatan melalui blusukan sangat membantu Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam memenangi pemilihan presiden.[6]

Guru yang berposisi sebagai komunikator atau *persuader* (dalam istilah komunikasi persuasif) harus punya kesan dan tampilan menarik. Dalam proses persuasi, pemahaman atas posisi *persuader* menjadi penting. Artinya, *persuader* harus menarik dan mampu menciptakan kesan yang baik di hadapan *persuadee*.

Persuader punya kepentingan ganda, salah satunya ialah usaha menciptakan pesan yang bisa mengubah sikap *persuadee*. Menjadi *persuader* tidaklah mudah. Ada kala usahanya gagal. Kegagalan itu wajar, karena *persuadee* memiliki posisi tawar lebih tinggi disbanding *persuader*. Eksistensi *persuader* oleh Aristoteles disebut *ethos*. Menurut Effendy, *ethos* merupakan nilai diri seseorang yang merupakan panduan dari kognisi, afeksi,

[6] Ibid., 57-64

dan konasi. Guru sebagai *persuader* akan memiliki *ethos* tinggi apabila memiliki sikap berikut ini:

a) Kesiapan melakukan persuasi.

   Persuader dengan seksama mempersiapkan materi dan mental, diwujudkan dalam gaya komunikasi yang meyakinkan, intonasi, mimik, gerak tubuh, gerak tangan, dan lain sebagainya.

b) Kesungguhan melakukan persuasi.

   Kesungguhan dapat menimbulkan keyakinan, artinya *persuader* mampu menyampaikan pesan dengan sungguh-sungguh, walau harus diselingi humor.

c) Ketulusan (*sincerity*) menyampaikan pesan.

   Ketulusan dapat membantu *persuader* meningkatkan *ethos*-nya melalui empati kepada penerima pesan.

d) Kepercayaan diri (*confidence*).

   Kepercayaan diri merupakan bagian *ethos* yang memengaruhi *persuadee*, namun tidak bersikap sombong atau takabur.

e) Ketenangan (*poise*) menyampaikan pesan.

   Kondisi ini memberi kesan bahwa *persuader* menguasai persoalan.

f) Keramahan (*friendship*).

   Keramahan memunculkan simpati, diekspresikan melalui sikap etis.

g) Kesederhanaan (*moderation*).

   Persuader mampu menampilkan sesuatu secara sederhana baik dalam gaya bicara, penampilan, atau penggunaan bahasa.[7]

3. Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Untuk sampai pada tahap perubahan perilaku (konatif), persuasif melibatkan banyak unsur, antara lain komunikator (***persuader***), komunikan (***persuadee***), **pesan**, **saluran**, **efek**, dan **lingkungan**. Merujuk pendapat Aristoteles, agar komunikasi persuasif dapat berjalan lancar dan pesan tersampaikan, butuh seorang komunikator, komunikan, serta pesan persuasif. Dalam komunikasi persuasif, *persuader* lebih sering digunakan dibandingkan

[7] Ibid.,188-189

komunikator, sumber, atau penyampai pesan. *Persuadee* pun lebih banyak digunakan dibandingkan komunikan atau penerima pesan. Pada prinsipnya kedua istilah tersebut maknanya sama, hanya beda istilah saja.[8]

Pertama, Persuader. Semua komunikasi manusia mempunyai sumber atau komunikator. Dalam komunikasi persuasif, sumber atau komunikator sering disebut *persuader*. *Persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal. Eksistensi *persuader* benar-benar dipertaruhkan karena kemampuan *persuader* akan diuji dan dikontestasi oleh *persuadee*.

Menurut Larson, ada dua bentuk sumber atau *persuader*, yakni sumber utama (*the primary source*) dan sumber sekunder (*secondary source*). Sumber utama pesan adalah komunikator yang menyampaikan pesan, sementara sumber sekunder komunikator ialah sesuatu yang dihubungkan dengan penyampaian pesan tersebut. *Persuadee* ibarat juri dalam proses komunikasi persuasif, sementara *persuader* adalah kontestan yang akan dinilai. *Persuader* yang menentukan arah perubahan sikap *persuadee*, apakah bisa mengambil hati *persuadee* atau malah sebaliknya. Ada dua kemungkinan *persuadee* menolak atau menerima pesan-pesan persuasif dari *persuader*. Jika *persuader* mampu menarik dan memikat hati juri, komunikasi persuasif dapat dikatakan berhasil, namun jika mengecewakan *persuadee*, komunikasi persuasif dapat dikatakan gagal.

Menurut Effendy, setidaknya terdapat lima jenis sikap penting yang harus dimiliki oleh *persuader*, yaitu: reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transmitif. Reseptif merupakan kemauan *persuader* bersedia menerima gagasan dari orang lain, seperti teman sejawat, rekan kerja, atasan, bawahan, istri, dan mertua. Selektif ialah *persuader* melakukan berbagai saringan dan pilihan terhadap informasi yang menerpa dirinya. Digestif yaitu kemampuan *persuader* dalam mencerna berbagai gagasan yang dating kepadanya. Asimilatif bermakna bahwa *persuader* dapat meramu suatu gagasan setelah melalui serangkaian langkah sebelumnya. Transmitif ialah *persuader* harus

[8] Ibid.,11

dapat memilih bahasa yang fungsional serta mampu menyusun kata secara logis. Lima langkah tersebut merupakan langkah awal untuk membangun eksistensi *persuader*.

Menurut Perloff, karakteristik *persuader* itu ada tiga, yakni otoritas, kredibilitas, dan daya tarik. Otoritas yaitu keahlian komunikator mengenali subjeknya, bagaimana pendapat khalayak mengenai kecerdasan komunikator, informasi, kompetensi, dan kewibawaannya. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang diri komunikator. Kredibilitas merupakan persepsi *persuadee* tentang diri *persuader* berkaitan dengan tingginya keahlian, dapat dipercaya, komponen, dinamisme, dan karismatik. Kredibilitas bukanlah milik *persuader*, melainkan diberikan oleh penerima (*persuadee*). Kredibilitas menciptakan kesan kepada penerima bahwa *persuader* memiliki kualitas, intelektual, moral, dan emosional yang nyata. Karakterikstik *persuader* yang ketiga adalah daya tarik (*attractiveness*). Daya tarik merupakan faktor penting yang dapat menentukan efektivitas persuasi dan berhasilnya komunikasi. Daya tarik ini mengacu pada seberapa menarik sumber di mata *persuadee*, baik secara interpersonal maupun sosial. Faktor situasional yang memegaruhi atraksi interpersonal meliputi kesamaan (*similiarity*), familiaritas atau keakraban (*familiarity*), dan kesukaan (*liking*).[9]

Kedua, Persuadee. Penerima pesan biasa disebut dengan berbagai istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan. Dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima pesan dalam komunikasi persuasif disebut *persuadee*. *Persuadee* adalah pihak sasaran pesan yang dikirim oleh *persuader*.

Dalam komunikasi persuasif, penerima pesan bisa terdiri dari satu orang atau lebih, baik berbentuk kelompok, partai, atau negara. *Persuadee* adalah elemen penting dalam proses komunikasi. Merekalah sasaran dari komunikasi persuasif. Secara sederhana *persuadee* adalah orang atau kelompok yang memiliki satu tujuan pesan. Pesan itu disampaikan oleh *persuader* baik secara verbal maupun nonverbal.

[9] Ibid., 187-200

Komunikasi persuasif bisa terjadi kapan saja dan di mana saja. *Persuadee* juga bisa siapa saja dan datang dari mana saja. Individu menjadi *persuadee* ketika ia menerima pesan persuasif dari *persuader*. Sukses atau tidaknya proses persuasif tergantung pada tingkat pemahaman *persuader* terhadap *persuadee.* Menurut Mar'at, komunikasi persuasif akan efektif apabila antara *persuader* dan *persuadee* ada persamaan persepsi dan kepribadian. Selain persepsi, kondisi psikologis *persuadee* yang direpresentasikan melalui kepribadian saat akan, sedang, atau setelah menerima pesan juga menentukan efektivitas komunikasi persuasif.[10]

Ketiga, pesan. Pesan yang efektif dalam komunikasi persuasif mampu menggerakkan minat khalayak. Menurut Effendy, pesan (*message*) adalah komponen proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang menggunakan bahasa atau lambang lain yang disampaikan kepada orang lain. Struktur bahasa yang rasional dan proporsional akan ditangkap dengan jelas oleh pikiran *persuadee.*

Secara garis besar ada dua bentuk atau ragam pesan, yaitu pesan verbal dan pesan nonverbal. Pesan verbal yaitu pesan yang dikreasi dan disampaikan manusia melalui rangsangan kata yang diucapkan, baik secara lisan ataupun melalui tulisan. Sedangkan pesan nonverbal ialah semua isyarat atau tanda yang berasal dari dalam diri manusia dan lingkungannya selain berupa pesan lisan dan tulisan.

Pesan nonverbal bisa disengaja maupun tidak disengaja. Pesan nonverbal yang disengaja adalah pesan yang memang ingin disampaikan. Pesan nonverbal tak disengaja adalah pesan yang disampaikan tanpa ada kontrol *persuader*. Pesan jenis ini mengekspresikan aspek yang sebenarnya dari diri seseorang. Bentuk dan ragamnya antara lain seperti ekspresi wajah, sikap tubuh, cara berpakaian, nada suara, gerakan tangan, dan gaya bicara.[11]

Keempat, saluran (*channel*). Kombinasi yang tepat antara unsur-unsur komunikasi persuasif menjadi syarat jika ingin mengubah sikap dan perilaku *persuadee*, salah satunya adalah pemilihan dan penggunaan saluran (*channel*)

[10] Ibid., 247-249
[11] Ibid., 206-212

atau medium. Saluran pada tataran holistic berarti perantara ketika *persuader* mengoperkan pesan kepada *persuadee* dan sebaliknya sebagai perantara ketika *persuadee* mengirim umpan balik kepada *persuader*.

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

Efek komunikasi persuasif dijelaskan melalui dua model, yaitu model psikodinamika, dan model sosial budaya. Model psikodinamika berdasarkan pada teori perbedaan individu dalam menerima atau merespons pengaruh komunikasi. Setiap individu memiliki motivasi dan pengalaman berbeda, karena pengalaman belajar mereka berbeda-beda pula. Menurut model ini pesan komunikasi persuasi akan efektif apabila pesan tersebut memiliki kemampuan mengubah secara psikologis baik minat maupun perhatian individu.

Model sosial budaya bersumber dari teori hubungan sosial dan teori norma budaya. Teori hubungan sosial mengatakan bahwa pesan komunikasi yang disampaikan media lebih banyak diperoleh seseorang berdasarkan hubungan atau kontak dengan orang lain daripada langsung melalui media massa. Beberapa pesan secara dramatis dapat berdampak pada perubahan sikap. Sikap dapat dipengaruhi melalui cara dibumbui sedikit tekanan atau menggunakan cara halus.

Miller menyatakan tiga efek yang dilakukan dengan menekan, yakni response shaping, reinforcing, dan *changing responses*. Sederhananya, ketiga efek itu berarti membentuk, menguatkan, dan mengubah sikap. Tiga efek tersebut merupakan pola yang lazim dalam komunikasi persuasif. *Response shaping* merupakan efek paling awal persuasif, bertujuan bagaimana membentuk sikap *persuadee*. Pada kondisi ini *persuadee* belum atau tidak mempunyai sikap tentang pesan persuasi. Efek *reinforcing* adalah menstimulasikan individu untuk berpikir mengenai pendapat asalnya dan

pendapat baru yang direkomendasikan melalui proses komunikasi. Dan *changing responses* merupakan efek dominan dan paling penting dalam komunikasi persuasif. Pesan persuasi diarahkan untuk mengubah sikap seseorang dari sikap atau kepercayaan lama ke arah sikap dan kepercayaan baru yang menguntungkan *persuader*.[12]

Pesan komunikasi persuasif tidak terbentuk dengan sendirinya. Secara sederhana, pesan disebut efektif jika makna yang dikirim *persuader* berkaitan erat dengan makna yang diterima dan dipahami oleh sasaran. Efektivitas komunikasi persuasif merujuk pada tujuan pesan untuk memengaruhi orang lain demi mengubah keyakinan, nilai, atau sikap sasaran. Judy Cornelia Pearson dan Paul Edward Nelson menyebut paling tidak ada tiga tujuan pesan komunikasi persuasif yang mengindikasikan efektivitas komunikasi persuasif, yakni: *Pertama*, membentuk tanggapan. Salah satu tujuan komunikasi persuasif adalah membentuk cara sasaran memberikan tanggapan. Pembentukan tanggapan baru selalu berkaitan dengan nilai-nilai yang mapan. Dalam proses pembentukan nilai dan tanggapan, *persuader* harus mempertalikan antara gagasan atau produk baru dengan nilai yang telah melekat dalam sistem masyarakat atau sasaran. *Kedua*, penguatan tanggapan, yaitu adanya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan, dan isu. *Ketiga*, pengubahan tanggapan, yaitu perubahan tanggapan untuk mengubah perilaku *persuadee* terhadap suatu produk, konsep, atau gagasan.[13]

4. Indikator Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki tujuan yang jelas dan harus dapat dicapai. Tujuan dalam proses persuasi perlu dilandasi strategi tertentu agar berhasil sesuai keinginan. Strategi dapat disusun berdasarkan unsur komunikasi persuasif itu sendiri, yaitu *persuader*, *persuadee*, pesan dan saluran. Peran dan fungsi *persuader* dalam merumuskan strategi merupakan salah satu indikator keberhasilan komunikasi persuasif.

[12] Ibid., 73-74
[13] Ibid., 219

Dalam bukunya *Komunikasi Persuasif*, Soleh Soemirat dan Asep Suryana menawarkan serangkaian langkah strategi efektif komunikasi, mulai dari menetapkan spesifikasi tujuan persuasi, identifikasi dan kategorisasi sasaran, perumusan strategi dan pemilihan metode yang tepat. Tujuan persuasi guru dalam hal ini adalah membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan atau persepsi dari siswa. Identifikasi kategori sasaran dapat diidentifikasi berdasarkan kelas, jenis kelamin, minat, dan kelompok pertemanan atau *circle.* Perumusan strategi dibentuk agar komunikasi persuasif dapat berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Dan pemilihan metode persuasi diterapkan agar *persuader* bisa menyampaikan pesan persuasi untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sasaran sesuai tujuan komunikasi persuasif.[14]

Guru sebagai *persuader* atau komunikator dalam menerapkan komunikasi persuasifnya dengan berinteraksi melalui bimbingan, pembelajaran, dan pembinaan kepada siswa-siswinya harus mengusahakan kiat-kiat agar pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi persuasif itu dapat diterima dengan baik oleh siswa sebagai *persuadee*. Karakter tiap siswa sebagai *persuadee* memang berbeda-beda. Namun setidaknya dari beberapa sampel yang diambil sebagai hasil dari kuesioner itu bisa merepresentasikan bagaimana persepsi *persuadee* terhadap *persuader* dan pesan-pesan yang disampaikannya.

Dalam upaya melaksanakan komunikasi persuasif, kesiapan seorang *persuader* dapat ditinjau dari beberapa indikator berikut ini:

Tabel 2.1
Indikator Komunikasi Persuasif Guru

No	Indikator	Deskripsi
1	Kesiapan	*Persuader* mempersiapkan materi dan mental, diwujudkan dalam gaya komunikasi yang meyakinkan, intonasi, mimik, gerak tubuh, gerak tangan, dan lain sebagainya

[14] Ibid., 288-290

2	Kesungguhan	*Persuader* mampu menyampaikan pesan dengan sungguh-sungguh, walau harus diselingi humor
3	Ketulusan (*sincerity*)	*Persuader* memunculkan rasa empati kepada penerima pesan (*persuadee*).
4	Kepercayaan diri	Kepercayaan diri merupakan bagian *ethos* yang memengaruhi *persuadee*, namun tidak bersikap sombong atau takabur
5	Ketenangan	*Persuader* menguasai persoalan dan gejolak yang dialami oleh *persuade*
6	Keramahan	Keramahan memunculkan simpati, diekspresikan melalui sikap etis
7	Kesederhanaan	*Persuader* menampilkan sesuatu secara sederhana baik dalam gaya bicara, penampilan, atau penggunaan bahasa

Dari beberapa indikator komunikasi persuasif guru di atas, kemudian disusun beberapa butir instrumen kuesioner dari variabel independen untuk dapat mengetahui seberapa baik jalinan komunikasi guru-guru di obyek penelitian ini terhadap murid-muridnya. Adapun instrumen-instrumen variabel komunikasi persuasif guru, sebagai berikut :

Tabel 2.2
Instrumen Komunikasi Persuasif Guru

No	Indikator	instrumen	Respon			
			SS	S	TS	STS
1	Kesiapan	Guru berkomunikasi dan berinteraksi dengan kami (murid-murid) menggunakan tutur kata, logat, intonasi, dan gestur yang baik				
2	Kesungguhan	Gaya guru mengobrol dengan kami itu santai, ada seriusnya dan candaannya				

3	Ketulusan (*sincerity*)	Dalam berkomunikasi, guru memahami kondisi dan karakter murid-muridnya				
4	Kepercayaan diri	Ketika di lapangan apel dan di masjid, guru mampu menertibkan murid-murid dengan baik				
		Guru tidak perlu bersusah payah mengajar kami, karena kami sendiri bisa menentukan masa depan kami				
5	Ketenangan	Guru memahami problem yang dialami oleh murid				
6	Keramahan	Dalam berkomunikasi, guru bersikap ramah dan baik kepada murid-muridnya				
7	Kesederhanaan	Guru berinteraksi dengan kami menggunakan kata-kata yang mudah difahami. Kalau ada istilah yang rumit, guru pun menjelaskannya dengan baik				

B. Karakter Disiplin Siswa

1. Pengertian Karakter Disiplin Siswa

Kata "disiplin" dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bermakna tata tertib; ketaatan (kepatuhan) kepada peraturan. Disiplin mengandung arti pengendalian dan pengarahan diri (*self control and self direction*). Individu dapat mengendalikan diri tanpa pengaruh dari luar. Pengendalian diri memiliki makna menguasai perilaku diri sendiri dengan berpegang pada norma-norma dan aturan-aturan yang sudah menjadi milik sendiri. Individu yang menguasai perilakunya sendiri adalah individu yang mempunya kesadaran mematuhi segala peraturan dan nilai yang menjadi

pedomannya. Individu tetap mematuhi peraturan yang berlaku meskipun tidak ada yang mengawasi atau mengancam dengan sanksi tertentu.

Hidayatullah menjelaskan bahwa disiplin adalah suatu ketaatan didukung oleh kesadaran yang sungguh-sungguh untuk melaksanakan tugas dan kewajiban serta bertindak sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dalam lingkungan tertentu.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa disiplin adalah kepatuhan individu untuk melaksanakan aturan-aturan yang berlaku dalam kelompok sosial, mengendalikan dan mengarahkan diri dalam bertingkah laku dengan penuh kesadaran. Disiplin siswa di sekolah dapat diartikan dengan ketaatan dan kepatuhan siswa melaksanakan aturan-aturan yang berlaku dalam lingkungan sekolah secara konsisten dan bersungguh-sungguh guna kelancaran proses belajar mengajar.[15]

2. Unsur-unsur Kedisiplinan

Disiplin diharapkan dapat mendidik anak untuk berperilaku sesuai dengan norma-norma dan peraturan yang ditetapkan oleh kelompok sosial. Menurut Hurlock, disiplin memiliki empat unsur pokok. *Pertama*, peraturan sebagai pedoman berperilaku. Peraturan merupakan pola perilaku yang disepakati dan ditetapkan oleh kelompok sosial tertentu. Peraturan dibuat sebagai pedoman berperilaku bagi anak yang berlaku dalam komunitas dan situasi tertentu. Misalnya di lingkungan sekolah, anak tidak boleh membawa handphone, datang tepat waktu ke sekolah, tidak boleh bermain di dalam kelas saat kegiatan belajar mengajar berlangsung, dan sebagainya. Peraturan berfungsi menanamkan nilai-nilai pendidikan pada anak dan membantu mencegah perilaku yang tidak diinginkan[16].

Kedua, konsistensi terhadap peraturan. Konsistensi merupakan tingkat stabilitas atau tingkat kemantapan mematuhi peraturan yang berlaku. Misalnya apabila suatu hari anak dihukum karena suatu tindakan, dan di hari lain anak tidak dihukum atas tindakan yang sama, maka anak tidak

[15] Muhammad Sobri, *Kontribusi Kemandirian dan Kedisiplinan Terhadap Hasil Belajar*, (Bogor: Penerbit Guepedia, 2020): 17.
[16] Ibid.

mengetahui mana tindakan yang salah dan benar. Menurut Hurlock, konsistensi berperan penting dalam unsur disiplin, yaitu memberi nilai pendidikan, memotivasi anak berperilaku yang benar, dan meningkatkan penghargaan terhadap peraturan dalam kelompok sosial tertentu.

Ketiga, hukuman untuk pelanggaran tertentu. Hukuman berperan menghalangi anak mengulangi suatu tindakan yang melanggar aturan dalam kelompok sosial dan hukuman juga mendidik anak. Anak yang menyadari bahwa melanggar suatu aturan memiliki konsekuensi mendapatkan hukuman, dapat mencegah perilaku yang tidak diinginkan oleh komunitas sosialnya. Nilai edukatif dari hukuman adalah anak dapat membedakan mana perilaku yang benar dan salah. Hukuman dapat memberikan nilai pendidikan bagi anak bahwa suatu tindakan dikatakan salah apabila mendapatkan hukuman dan mendapatkan penghargaan apabila bertindak benar sesuai dengan aturan tertentu.

Keempat, penghargaan untuk perilaku yang baik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Penghargaan tidak hanya berbentuk materi, dapat juga berupa kata-kata pujian, tepukan di punggung dan senyuman. Menurut Hurlock, penghargaan berfungsi mendidik anak, memotivasinya untuk mengulangi perilaku yang baik dan memperkuat perilaku anak yang disetujui secara sosial. Anak yang disetujui melakukan suatu tindakan dengan penghargaan akan memberikan pemahaman bahwa tindakan tersebut adalah baik menurut norma-norma yang berlaku dalam lingkungan sosialnya. Dengan adanya penghargaan, anak akan termotivasi mengulangi suatu perilaku yang positif dan berusaha meningkatkan perilaku positifnya di masa mendatang. Dengan kata lain, penghargaan dapat memperkuat perilaku positif anak.[17]

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kedisiplinan

Kedisiplinan merupakan salah satu bagian dari struktur kepribadian seseorang. Kedisiplinan terbentuk dalam kepribadian seseorang melalui proses yang panjang dan ada faktor yang memengaruhinya. Menurut Basri, faktor yang memengaruhi kedisiplinan pada diri seseorang itu ada dua, yaitu

[17] Ibid., hlm 18-19

faktor internal dan faktor eksternal. Kedisiplinan yang terbentuk oleh faktor internal berawal dari adanya kesadaran pada diri seseorang akan keyakinan bahwa dengan kedisiplinan anakn mendapatkan kesuksesan dalam segala hal dan membuat ketertiban dalam kehidupan, sehingga memberi kemudahan dalam mencapai sesuatu yang dicita-citakan.

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu, misalnya pendidikan dan lingkungan keluarga. Kedisiplinan karena keterpaksaan biasanya dijalankan karena adanya ketakutan atau kekhawatiran mendapat hukuman jika melanggar peraturan yang berlaku. Dalam lingkungan keluarga, orangtua memiliki peran dalam membentuk disiplin anak.

Pengembangan disiplin pada anak bertujuan agar anak dapat menghindari hal-hal yang dilarang dan melakukan tindakan yang baik, membina anak agar belajar menguasai atau mengontrol diri dan menumbuhkan rasa hormat pada anak.

Pengembangan kedisiplinan anak di lingkungan sekolah merupakan bagian internal dari proses pendidikan. Tugas guru di sekolah tidak hanya mengajar dan mendidik, guru juga harus melatih siswa agar mencapai perkembangan yang optimal. Perkembangan ini lebih diarahkan pada aspek afektif siswa, termasuk membentuk sikap disiplin siswa baik di rumah, di sekolah, maupun di masyarakat.[18]

4. Indikator Kedisiplinan Siswa

Kedisiplinan berkaitan dengan pengendalian diri. Kedisiplinan yang sudah terbentuk dalam pribadi anak diharapkan dapat meringankan beban orangtua untuk mengontrol perilaku yang negatif. Di lingkungan sekolah, kedisiplinan dapat mengarahkan dan mengendalikan aktifitas siswa dalam proses pembelajaran, sehingga hasil belajarnya meningkat.

Dalam konteks lingkungan sekolah, anak yang berdisiplin adalah anak yang taat pada tata tertib sekolah. Beberapa indikator ketertiban sebagai bagian dari sikap disiplin siswa di sekolah, antara lain datang dan pulang

[18] Ibid., 20-21

sekolah sesuai tata tertib yang berlaku, mengenakan pakaian seragam sesuai ketentuan dari pihak sekolah, membayar administrasi sekolah, bertegur sapa, sederhana dalam berhias, menepati janji, tepat waktu dalam tiap kegiatan sekolah, mematuhi peraturan-peraturan di sekolah, dan sopan santun dalam pergaulan.

Kedisiplinan siswa di sekolah dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu ketertiban, kemampuan mengendalikan diri, dan memiliki rasa tanggungjawab. Di antara indikator dari ketertiban adalah datang dan pulang tepat waktu, hadir di kelas sesuai jadwal pelajaran, bersegera ke masjid pada saat ibadah dzuhur dan ashar, dan tidak meninggalkan kelas saat pembelajaran sedang berlangsung. Aspek kemampuan mengendalikan diri terdiri atas beberapa indikator, yaitu mengumpulkan tugas tepat waktu, bersikap tenang dalam proses pembelajaran, tidak melakukan tindakan bulliying, sabar dan tidak emosi terhadap sikap teman, dan bersikap jujur dalam segala hal. Dan aspek tanggungjawab meliputi indikator kepedulian terhadap kebersihan dan kerapian lingkungan sekolah, melaksanakan tugas piket kelas, menjaga kewajiban agama dengan selalu menunaikan sholat fardu, dan menjaga nama baik pribadi sebagai pelajar dan instansi sekolah.[19]

Tabel 2.3
Indikator Karakter Disiplin Siswa

No	Indikator	Deskripsi
1	Ketertiban	Siswa sebagai *persuadee* melaksanakan aktifitas-aktifitasnya sesuai jadwal yang berlaku di sekolah, tepat waktu dalam segala kegiatan, dan menjaga ketenangan dalam proses pembelajaran dan ibadah

[19] Ibid., 22-23

2	Pengendalian diri	*Persuadee* bersikap baik terhadap civitas akademik di lingkungan sekolah (sesama teman, terhadap guru dan karyawan), menaati peraturan-peraturan yang berlaku di sekolah, dan tidak melakukan tindakan bullying.
3	Tanggung jawab	*Persuadee* melaksanakan amanah yg dia emban, peduli pada kebersihan dan kerapian lingkungan belajar, menunaikan kewajiban sholat fardu, dan menjaga nama baik pribadi dan instansi

5. Instrumen kuesioner karakter disiplin siswa

Dari beberapa indikator kedisiplinan siswa di atas, berdasarkan tata tertib yang berlaku di lingkungan SMP Muhammadiyah 12 GKB Gresik dan kebiasaan-kebiasaan yang telah menjadi norma yang berlaku di lingkungan sekolah tersebut, maka dapat disusun beberapa item instrumen kuesioner terkait pembentukan karakter mandiri siswa sebagaimana berikut:

Tabel 2.4
Instrumen Karakter Disiplin Siswa

No	Indikator	Instrumen	Respon			
			SS	S	TS	STS
1	Ketertiban	Saya hadir di sekolah tepat waktu sebelum pukul 06.50 WIB				
		Saya mengenakan atribut seragam sekolah dengan lengkap dan rapi setiap hari				
2	Pengendalian diri	*Saya menaati tata tertib sekolah **apabila** ada guru yang memantau*				
		Saya tidak tersinggung apabila ada sikap teman atau orang lain itu tidak berkenan di hati saya				

3	Tanggung jawab	*Saya rajin sholat dzuhur dan ashar tepat waktu hanya ketika di sekolah saja*				
		Saya melaksanakan tugas piket kelas sesuai jadwal, seperti menghapus papan tulis, menyapu lantai, dan mengambil MBG serta mengembalikan wadahnya secara utuh				

C. Karakter Mandiri Siswa

1. Pengertian karakter mandiri

Kemandirian dalam bahasa Indonesia berasal dari kata mandiri, yang memiliki arti keadaan dapat berdiri sendiri dan tidak bergantung pada orang lain. Dalam referensi bahasa asing, kemandirian sering disebut dengan *autonomy*.

Kemandirian berkaitan dengan kebebasan sebagaimana O'Neill menyatakan bahwa "*autonomy is usually identified with individual independience*". Sejalan dengan pendapat tersebut, Santrock mengatakan bahwa kemandirian berkaitan dengan mengatur diri sendiri dan bebas. Kemandirian merujuk pada kebebasan (*independence*) mengacu pada kapasitas individu untuk memperlakukan diri sendiri. Di samping itu, Basri menjelaskan bahwa kemandirian adalah kondisi seseorang dalam kehidupannya yang mampu memutuskan atau mengerjakan sesuatu tanpa bantuan orang lain.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemandirian adalah suatu sikap dan perilaku individu mengatur diri sendiri dan tidak bergantung pada orang lain untuk menyelesaikan semua tugas dalam kehidupannya, termasuk dalam belajar.[20]

2. Macam-macam kemandirian

[20] Ibid., 7

Kemandirian merupakan hal penting dalam masa perkembangan anak yang perlu diperhatikan oleh orang tua. Anak yang masih bergantung pada orang lain saat sebayanya sudah bisa mandiri dapat menimbulkan rasa rendah diri pada anak dan mudah dipengaruhi orang lain

Mahmud mengklasifikasikan kemandirian ke dalam tiga tipe, yaitu kemandirian emosional, kemandirian perilaku, dan kemandirian nilai. Kemandirian emosional pada remaja ialah dimensi kemandirian yang berhubungan dengan perubahan keterikatan hubungan emosional remaja dengan orang lain, terutama dengan orangtua. Remaja yang mencapai tingkat perkembangan ini mampu mengembangkan kasih sayang pada orangtua, perasaan hormat kepada orangtua dan dewasa lain, serta membina ikatan emosional terhadap lawan jenis. Selama masa remaja, anak berusaha untuk melepaskan diri dari ketergantungan pada orang lain, dan mulai memasuki posisi baru yang menuntut untuk lebih bertanggung jawab dan rasa percaya dirinya yang semakin meningkat. Remaja yang telah mencapai kemandirian emosional sudah bisa menentukan mana yang baik bagi dirinya.

Kemandirian perilaku merupakan kapasitas individu dalam menentukan pilihan dan mengambil keputusan. Kemampuan ini akan terus meningkat seiring bertambahnya usia dan kematangan psikis dalam berpikir. Sedangkan kemandirian nilai merupakan proses yang paling kompleks dan tidak jelas bagaimana proses pencapaiannya. Kemandirian nilai ini terjadi melalui proses internalisasi yang tidak disadari, berkembangnya paling akhir dan paling sulit dicapai secara sempurna dibandingnkan dua tipe kemandirian lainnya. Nah kemandirian nilai ini bisa ditelusuri pada karakteristik perubahan kognitif pada diri individu.[21]

3. Faktor-faktor yang memengaruhi kemandirian

Kemandirian remaja tidak terbentuk secara mendadak, tetapi melalui proses yang panjang dan harus dimulai anak sejak usia dini. Ali dan Asrori mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi perkembangan kemandirian remaja. *Pertama,* gen atau keturunan orangtua. Orangtua yang

[21] Ibid., 10-11

memiliki sifat kemandirian tinggi seringkali menurunkan anak yang memiliki kemandirian juga.

Kedua, pola asuh orangtua. Keberhasilan pembentukan kemandirian salah satunya dipengaruhi oleh pola asuh orangtua dalam memberikan pendidikan di lingkungan keluarga. Santrock menjelaskan bahwa pola asuh orangtua yang otoriter dapat memberikan pengaruh terhadap rendahnya kemandirian remaja, dan pola asuh yang demokratis biasanya dapat meningkatkan kemandirian remaja. Dalam hal ini peran orangtua sebagai pengasuh bersifat bimbingan, dialogis, pemberian alasan terhadap aturan sangat besar dalam proses pembentukan kemandirian. Sebaliknya, orangtua yang terlalu banyak melarang anak untuk melakukan sesuatu tanpa disertai dengan alasan yang rasional akan menghambat perkembangan kemandirian anak.

Ketiga, sistem pendidikan di sekolah. Sekolah merupakan suatu sistem dengan banyak unsur yang saling memengaruhi dan melengkapi aspek kemandirian anak. Di samping keluarga dan teman sebaya, sekolah juga memiliki pengaruh yang sangat penting bagi perkembangan selama masa remaja ini. Menurut Seifert dan Hoffnung, sekolah memengaruhi perkembangan anak melalui dua kurikulum, yakni *academic curriculum* dan *hidden curriculum. Academic curriculum* meliputi sejumlah kewajiban yang diharapkan dikuasai oleh anak, sedangkan *hidden curriculum* meliputi sejumlah norma, harapan, dan penghargaan yang implisit untuk dipikirkan dan dilaksanakan dengan cara-cara tertentu yang disampaikan melalui hubungan sosial sekolah dan otoritas.

Selain dengan orangtua mereka dan teman-teman mereka, kebanyakan anak-anak sekolah juga menghabiskan waktu mereka dengan guru mereka dibandingkan dengan orang dewasa lain. Guru merupakan simbol otoritas dan menciptakan iklim kelas dan kondisi-kondisi interaksi di antara murid-murid. Oleh sebab itu, sikap guru terhadap murid-murid mereka sangatlah penting, sebab guru mengambil peran sentral dalam kehidupan anak-anak yang sangat menentukan bagaimana mereka merasakan berada di sekolah dan bagimana mereka merasakan diri mereka.

Demikian pentingnya pengaruh guru terhadap kehidupan murid-muridnya. Erik Erikson menyatakan bahwa guru yang baik adalah guru yang dapat menciptakan suatu *sense of industry* dan bukan *inferiority* bagi murid-muridnya. Mereka memahami bagaimana melakukan selingan antara belajar dan bermain, menghargai kemampuan khas murid-muridnya, dan mengetahui bagaimana menciptakan suatu setting di mana anak-anak merasa positif terhadap diri mereka sendiri.[22]

Keempat, sistem kehidupan di masyarakat. Masyarakat merupakan sekumpulan individu pada suatu daerah tertentu dengan norma dan nilai-nilai sosial sebagai landasan dalam interaksi antar individu dan membentuk sistem sosial. Sistem masyarakat yang menekankan pada hierarki dan struktur sosial akan mewujudkan suasana yang kurang aman dan kurang menghargai ekspresi remaja dalam kegiatan yang produktif dapat menghambat kelancaran perkembangan kemandirian remaja.

Menurut Basri, kemandirian secara umum dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor endogen dan faktor eksogen. Faktor endogen adalah segala pengaruh yang berasal dari dalam diri individu, seperti gen keturunan dan keadaan jasmani sejak dilahirkan. Semua hal yang dibawa sejak lahir merupakan bekal dasar anak dalam masa pertumbuhan dan perkembangan. Faktor eksogen disebut juga dengan faktor eksternal, yaitu semua pengaruh yang berasal dari luar individu, seperti lingkungan sekolah, lingkungan keluarga, dan lingkungan masyarakat.[23]

4. Indikator kemandirian siswa

Kemandirian merupakan tugas perkembangan anak pada masa remaja yang perlu diperhatikan oleh orangtua dan guru. Dalam konteks pendidikan, kemandirian sangat penting untuk dikembangkan pada siswa guna memperlancar proses belajar mengajar, sehingga tujuan pendidikan yang sudah ditentukan dapat tercapai dengan baik.

---

[22] Desmita, *Psikologi Perkembangan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017): 187-188.
[23] Muhammad Sobri, *Kontribusi Kemandirian dan Kedisiplinan Terhadap Hasil Belajar*, (Bogor: Penerbit Guepedia, 2020): 11-13.

Maslow memandang bahwa seseorang dikatakan memiliki kemandirian apabila terdapat pada dirinya sikap dan perilaku yang dapat mengambil keputusan sendiri, mengatur diri sendiri, berinisiatif, dan bertangung jawab dalam segala hal. Maka dari itu indikator pembentukan karakter kemandirian siswa bisa ditinjau dari: (1) Memiliki hasrat bersaing untuk maju; (2) Menghadapi masalah dan mengambil keputusan; (3) Memiliki kepercayaan diri dalam melaksanakan tugas-tugasnya; dan (4) Memiliki rasa tanggung jawab atas perilakunya.[24]

5. Instrumen Karakter Mandiri Siswa

Menurut Desmita dalam buku *Psikologi Perkembangan Peserta Didik* dijelaskan bahwa karakter mandiri pada seorang siswa itu diindikasikan melalui beberapa hal, yaitu memiliki hasrat untuk bersaing, mampu mengambil keputusan dan menghadapi masalah yang dihadapi, memiliki kepercayaan diri dalam melaksanakan tugas-tugasnya, dan memiliki rasa tanggungjawab atas keputusannya sendiri.[25]

Dari beberapa indikator tersebut, dan berdasarkan karakteristik siswa di SMP Muhammadiyah 12 GKB Gresik, maka dapat disusun instrumen-instrumen kuesioner sebagai berikut:

Tabel 2.5
Instrumen Karakter Mandiri Siswa

No	Indikator	Instrumen	Respon			
			SS	S	TS	STS
1	Memiliki hasrat bersaing untuk maju	Saya berusaha menjadi pelajar yang lebih baik daripada sebelumnya				
		Saya merasa santai apabila bukan hanya saya saja yang tidak memahami pelajaran				

[24] Ibid., 13-14
[25] Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017): 185-186.

2	Menghadapi masalah dan mengambil keputusan	Saya mempertimbangkan akibat dan resiko dari suatu perbuatan sebelum melakukannya				
		Saya berusaha menyelesaikan masalah yang saya hadapi dengan sebaik-baiknya				
3	Memiliki kepercayaan diri dalam melaksanakan tugas-tugasnya	Saya merasa bangga ketika saya telah menuntaskan tugas-tugas yang diberikan oleh guru dan orangtua saya				
4	Memiliki rasa tanggung jawab atas perilakunya	Saya menaati tata tertib sekolah dan siap bertanggungjawab apabila saya melanggar tata tertib tersebut				