BAB IV

ANALISIS DATA

A. TEMUAN PENELITIAN

Analisis data adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah data yang telah diperoleh dari informan maupun dari lapangan. Analisis data juga bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang telah diperoleh. Analisis data ini dilakukan oleh peneliti sejak awal penelitian dan bersamaan dengan pengumpulan data.

Dari hasil temuan penelitian dilapangan peneliti menemukan beberapa temuan yang terkait dengan fokus penelitian ini yaitu:

Proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kepala desa terhadap para remajanya dapat dijelaskan seperti berikut ini:

1. Proses komunikasi yang dilakukan kepala desa dengan remajanya adalah komunikasi antar personal yang bersifat langsung melalui suatu pertemuan formal (kegiatan keagamaan) maupun non formal (cangkruk, dll).
2. Kepala desa saat sedang melakukan persuasif terhadap para remajanya cenderung menggunakan bahasa yang mudah di mengerti oleh komunikan.
3. Kemudian dengan menggalakkan kegiatan agama di desa karangan dengan menunjuk beberapa kandidat yang dipercaya untuk membentuk kegiatan keagamaan yang telah disepakati oleh warga setempat.

Selain itu dari penelitian dilapangan peneliti juga menemukan faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung dalam proses komunikasi persuasif kepala desa dengan remaja adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Komunikasi dengan seluruh pihak baik itu dari perangkat maupun warga sekitar untuk membantu dalam kelancaran merubah sikap serta prilaku para remaja tersebut.
2. Kemudian menentukan hukuman yang telah disepakati bersama yakni dengan menghakimi remaja tersebut sebelum diserahkan kepada pihak yang berwajib.

Faktor penghambat pada proses komunikasi persuasif kepala desa dengan remaja desa karangan yakni:

a. Kurangnya antusias dari para remaja untuk mengikuti kegiatan keagamaan yang telah dibentuk di desa karangan.
b. Sifat matrealistis pada diri remaja yang meminta uang rokok dan konsumsi pada saat akan melakukan kegiatan tersebut.

Kemudian media yang digunakan oleh kepala desa untuk melakukan komunikasi persuasif kepada remaja adalah dengan menggunakan metode *gethok tular* dan menggunakan media kegiatan keagamaan.

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

Untuk menguji kebenaran temuan penelitian dengan teori yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini, dapat di identifikasikan antara hasil temuan penelitian dengan kajian teori yang dijelaskan sebelumnya. Pada penjelasan kajian teori sebelumnya yang mana teori difusi inovasi menjadi teori acuan pada penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil temuan penelitian dapat dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi komunikator terlebih dahulu harus mengetahui siapa komunikan dan mencari tahu bagaimana cara yang pas digunakan untuk mempersuasifnya sesuai dengan judul pada penelitian ini.

Dan dari hasil temuan penelitian menemukan bahwa komunikasi yang dilakukan kepala desa dengan remajanya itu langkah pertama dengan menggunakan pendekatan kepada remaja yang hendak dipersuasif oleh kepala desa. Hal ini bertujuan untuk mencari tahu karakteristik dari remaja tersebut dan memunculkan rasa simpati dari remaja.

Sehingga hal tersebut akan mempermudah bagi komunikator untuk mencari celah dari pada komunikan itu sendiri. Dan hal ini juga sesuai dengan salah satu teori komunikasi yang diungkapkan oleh Wilbur Schramm yakni teori AIDDA yakni:[1]

1) *Attention*: ini bertujuan untuk memunculkan perhatian dari komunikan/remaja desa karangan.

2) *Interest*: setelah munculnya Attention seperti yang telah dijelaskan diatas tadi akan muncul ketertarikan dengan sebuah persuasif dari kepala desa.

3) *Desire*: kemudian akan muncul sebuah keinginan dari komunikan/remaja untuk mengikuti pesan persuasif yang disampaikan komunikator.

[1] Oemi Abdurrahman, *Dasar-Dasar Publik Relation,* (Bandung: Citra Aditya. 2001), hal. 71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) *Decision*: dan pada akhirnya komunikan akan memikirkan apakah dia akan ikut dengan ajakan atau persuasif dari komunikator tersebut sehingga akan muncul sebuah keputusan dari komunikan atau remaja itu.

5) *Action*: dan akan memunculkan sebuah sikap dan tindakan yang akan dilakukan oleh seorang komunikan setelah mengambil keputusan untuk mau ikut persuasif yang telah disampaikan oleh komunikator tadi.

Sehingga komunikator bisa menguasai komunikasi yang ia lakukan dengan komunikan dan berhasil mendapatkan celah bagaimana komunikator memulai persuasifnya tersebut.

Dan dalam menyampaian sebuah pesan yang bersifat persuasif tentunya komunikator juga harus tau gaya bahasa yang digunakan dan mengikuti perkembangan zaman pada saat ini. Hal ini bertujuan untuk memunculkan rasa nyaman kepada komunikan saat sedang mendengarkan pesan yang berupa ajakan atau persuasif oleh komunikator.

Bahasa dibentuk oleh kaidah aturan serta pola yang tidak boleh dilanggar agar tidak menyebabkan gangguan pada komunikasi (*miscommunication*). Kaidah, aturan dan pola-pola yang dibentuk mencakup tata bunyi, tata bentuk dan tata kalimat. Agar komunikasi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan berjalan lancar dengan baik, penerima dan pengirim bahasa harus menguasai bahasanya.[2]

Setelah itu ketika menyampaikan persuasifnya kepala desa menggunakan pengalaman (*frame of experience*) sebagai acuan (*frame of reference*) untuk pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sehingga dari pengalaman yang diperoleh komunikator bisa memudahkan dalam mencarikan solusi/ pemecahan masalah yang sedang terjadi pada remaja desa karangan.

Kemudian saat menyampaikan pesan beliau juga membuka sesi tanya jawab dengan para remaja untuk meningkatkan kenyamanan mereka saat sedang mendengarkan persuasif dari kepala desa. Kemudian saat mereka bertanya dan kebanyakan pertanyaan mereka berdasarkan dari keseharian mereka sehingga kepala desa hanya menjawabnya dengan pertanyaan yang sama agar mereka bisa menganalisa bahwa yang mereka lakukan selama ini itu salah.

Sehingga komunikator tidak merasa kebingungan untuk mencarikan solusi serta pemecahan dari setiap permasalahan yang telah disampaikan komunikan kepada komunikator/kepala desa.

Hal ini sesuai dengan taktik persuasif yang telah diungkapkan oleh Rosady Ruslan, dalam bukunya yang berjudul *Kampanye Publik*

---

[2] Sutrisni, "*Peran Bahasa Dalam Komunikasi*" diakses pada tanggal 19 Juni 2012 di http://edukasi.kompasiana.com/2010/12/19/peran-bahasa-dalam-komunikasi/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Relation yakni dalam melakukan sebuah persuasif dengan cara menjawab "pertanyaan" dengan melemparkan "pertanyaan". Hal ini bertujuan untuk tidak memberi kesempatan pada komunikan yang akan membantah atau memojokkan komunikator.[3]

Setelah komunikan merasa sudah tidak ada pilihan lain untuk membantah dari setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator maka komunikator bisa membangun kesepakatan (*ideal*) antara komunikator/kepala desa dengan remajanya untuk menunjang komunikasi persuasif yang dilakukan kepala desa kepada remajanya. Sehingga akan muncul sebuah peraturan yang akan disepakati bersama dan tidak memihak siapapun yaitu dengan cara membuat kesepakatn bersama dengan para remaja.

Kemudian keterkaitan penelitian ini dengan teori yang dipakai oleh peneliti sebagai bahan uji serta sebagai acuan peneliti, disini peneliti menggunakan teori difusi inovasi yang mana teori ini adalah teori berkomunikasi melalui media masa.

Teori Difusi Inovasi ini membahas mengenai proses komunikasi melalui media massa, ketika ada inovasi (penemuan), lalu disebarkan (Difusi) melalui media massa akan mempengaruhi massa untuk

[3] Rosady Ruslan, *Kampanye Publik Relation*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), hal. 33-34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengikutinya.[4] Teori ini awal pengembangannya menundukkan peran pimpinan opini dalam mempengaruhi sikap dan prilaku masyarakat.

Rogers dalam bukunya Onong U. Effendy mendefinisikan mengenai teori difusi inovasi sebagai proses suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota atau sistem sosial. Difusi sendiri adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan inovasi sendiri adalah suatu ide, karya atau objek yang dianggap baru oleh seseorang.[5]

Oleh karena itu dalam penelitian kali ini teori Difusi Inovasi ini sedikit dikembangkan jika pada awal dijelaskan bahwa teori Difusi Inovasi adalah sebuah penemuan baru kemudian disampaikan dengan menggunakan media massa maka Difusi Inovasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses komunikasi melalui media kultur masyarakat yakni berupa kegiatan keagamaan dan dibarengi dengan metode *gethok tular*.

Dengan proses demikian maka kepala desa melakukan komunikasi persuasifnya sesuai dengan menggunakan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu teori difusi inovasi yang mana kepala desa dalam menyampaikan sebuah gagasannya adalah dengan menggunakan

---

[4] Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi,* (Jakarta: PT Rineka Cipta. 2009), hal. 171

[5] Onong U. Effendy, *Ilmu,* Teori *dan Filsafat Komunikasi,* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 2003), hal. 284

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penglamannya yang pada saat masih muda juga mempunyai teman yang nakal juga.

Dengan hal tersebut kepala desa dapat menjadikan pengalamannya itu sebagai acuan dan dapat memberikan solusi yang terbaik untuk remajanya. Kemudian saat akan mempersuaisif remajanya yang menjadi targetnya beliau terlebih dahulu mengumpulkan data diri tentang remaja tersebut kemudian mencari tahunya guna menncari celah dari remaja tersebut.

Seperti yang telah diungkapkan dalam bukunya Sasa Djuarsa bahwa teori Difusi Inovasi ini pada prinsipnya adalah komunikasi dua tahap, jadi di dalamnya dikenal pula adanya pemuka pendapat atau yang disebut juga dengan istilah agen perubahan.[6] Dalam penelitian ini yang dimaksud menjadi agen perubahan adalah Kepala Desa karena Kepala Desa ini yang memegang peran aktif dalam proses komunikasi persuasif terhadap remaja Desa Karangan dengan menggunakan media kultural yang mendarah daging pada masyarakat desa karangan.

Dalam buku ini juga dijelaskan bahwa teori difusi inovasi menekankan pada sumber-sumber non media (sumber personal, misalnya tetangga, teman, dan sebagainya), dan biasanya mengenai gagasan-

[6]S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi,* (Jakarta: Universitas Terbuka), hal. 191

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gagasan baru yang dikampanyekan untuk merubah prilaku melalui penyebaran informasi dan upaya mempengaruhi motivasi dan sikap.[7]

Oleh karena itu sumber personal yang dimaksud disini adalah keluarga, kerabat, serta teman-teman terdekat dari remaja tersebut. Sehingga dengan demikian proses komunikasi bisa berjalan lancar dengan menggunakan metode *gethok tular* dan menggunakan media kegiatan keagamaan sebagai sarana untuk mempersuasif remajanya.

Akan tetapi dalam proses persuasifnya kepala desa juga menggunakan kesempatan nonformal selain dengan menggunakan media kegiatan keagamaan yakni dengan memanfaatkan saat-saat remaja tersebut sedang cangkruk dan bahkan terkadang juga beliau datang kerumah remaja.

Everett M. Rogers dan Floyd G. Shoemaker merumuskan kembali teori ini dengan memberikan asumsi bahwa sedikitnya ada 4 tahap dalam suatu proses Difusi Inovasi yaitu: [8]

1. Pengetahuan

   Kesadaran individu akan adanya Inovasi (penemuan) dan adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana Inovasi tersebut berfungsi.

---

[7] *Ibid,*

[8] *Ibid,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Persuasi

Individu membentuk/memiliki sikap yang menyetujui atau tidak menyetujui Inovasi tersebut.

3. Keputusan

Individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi atau menolak Inovasi.

4. Konfirmasi

Individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya, namun dia dapat berubah dari keputusan yang telah diambil sebelumnya jika pesan mengenai Inovasi yang diterimanya berlawanan satu dengan yang lainnya.

Dengan penjelasan dari beberapa tahapan diatas maka diharapkan para remaja bisa ikut dengan persuasif yang dilakukan oleh kepala desa kepada remajanya sehingga dapat memunculkan generasi yang baik dan ideal seperti yang diinginkan oleh msyarakat desa karangan.

Dari penjelasan diatas peneliti mendapatkan keterkaitan dengan teori yang dipakai peneliti sebagai acuan dari penelitian ini, diantaranya yakni:

Pertama, dalam komunikasi persuasif kepala desa dengan remaja desa karangan ini komunikator/kepala desa menggunakan metode *gethok tular* (person to person) dan menggunakan media

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan keagamaan untuk mempersuasif remajanya. Agar remaja tertarik dengan kegiatan tersebut maka komunikator melakukan pendekatan kepada remaja seperti yang telah dijelaskan diatas tadi.

Kedua, dalam proses komunikasi persuasif kepala desa dengan remaja desa karangan, setelah melakukan pendekatan kepada para remaja sebagaimana yang telah di jelaskan peneliti diatas dan menggunakan media kegiatan keagamaan di desa karangan. Disini komunikator mulai menyampaikan persuasifnya kepada para remaja.

Melalui kegiatan keagamaan inilah kepala desa melakukan persuasifnya karena dengan kegiatan atau pertemuan ini komunikator bisa menyampaikan pesan berupa ajakan/persuasif yang bersifat positif kepada para remaja yang mengikuti kegiatan keagamaan di desa karangan.

Dan dalam penyampaian pesan tersebut beliau juga mempersuasif remajanya dengan cara memberi iming-iming kepada para remaja yang sudah menjadi fokus kepala desa untuk dipersuasif pada saat itu. Iming-iming disini juga bersifat positif bukan untuk menjerumuskan remaja namun juga untuk membangun SDM dari remaja desa karangan yakni dengan mencarikan beasiswa GAKIN bagi remaja yang ingin bersekolah dan memeri pekerjaan bagi para remaja yang tidak mendapatkan pekerjaan diluar sana.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Namun hal tersebut tentunya tidak berjalan dengan lancar, ada faktor penghambat yang terdapat pada proses persuasif kepala desa terhadap remajanya yakni kurangnya antusias dari para remaja untuk mengikuti kegiatan tersebut. Akan tetapi hal tersebut sudah mulai teratasi dengan adanya dukungan dari warga terutama orang tua dari setiap remaja di desa karangan yang sudah sepakat untuk membantu demi kelancaran komunikasi persuasif yang dilakukan kepala desa kepada para remaja agar mereka antusias dengan bujukan dari orang tua mereka masing-masing untuk hadir dan mendengarkan persuasif dari kepala desa.

Selain itu, agar para remaja lain yang tidak mempan dengan bujukan dari orang tuanya agar bisa tertarik dengan kegiatan tersebut dan mau mengikutinya maka kepala desa menggunakan cara pendekatan antar personal kepada para remaja. Karena dengan begitu para remaja akan merasa tidak enak kepada kepala desa karena kepala desa yang langsung menyampaikan ajakannya tersebut untuk mengikuti kegiatan tersebut sehingga remaja tersebut akan terpengaruhi dan mau ikut dengan persuasif yang disampaikan kepala desa/komunikator.

Komunikasi antar personal sendiri adalah Suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi terjadi secara tatap muka (face to face) antara dua individu atau dengan perantaraan non media massa.[9]

Tentunya hal ini sesuai dengan kerangka pikir peneliti yakni menggunakan pengalaman sebagai acuan untuk mempersuasif serta sudah menyiapkan solusi bagi remaja. Dan tidak jarang beliau memberi solusi dengna cara memberikan pekerjaan bagi para remaja yang dianggap mampu dan memang sudah waktunya untuk bekerja mencukupi kebutuhannya sendiri.

Selain itu beliau juga selalu berusaha mencarikan solusi terbaik bagi remaja yang mau berubah menjadi yang lebih baik dan menggunakan media tradisional yang sudah melekat pada masyarakat desa karangan untuk melakukan komunikasi persuasif sehingga akan membentuk karakter remaja yang ideal.

---

[9] Dodimawardi, "*Komunikasi Efektif Antar Personal*", diakses pada tanggal 19 Juni 2012 di http://dodimawardi.wordpress.com/2009/04/19/komunikasi-efektif-antar-personal/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id