

pedagang lansia. Data ini diperoleh berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama melakukan penelitian.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan bernama Dimas Rizky Fitra Sari, menunjukkan bahwa ketika berkomunikasi dengan pedagang lansia informan ini terkadang meminta penjelasan karena terkendala bahasa yang belum terlalu dimengerti olehnya, karena pedagang menggunakan Bahasa Jawa halus. Begitu juga dengan Ike Yuni R, yang mengatakan pengulangan informasi terjadi karena kurangnya pendengaran oleh pedagang lansia sehingga Ike Yuni R harus menjelaskan kembali pesan yang dimaksudkan kepada mereka.

Pengumpulan data tentang pola komunikasi Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo terhadap pedagang lansia yang di dapat dari hasil wawancara pengurus Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo di Kabupaten Sidoarjo sehingga menghasilkan data yang akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Pola Komunikasi Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo dalam mensosialisasikan program kerja pada pedagang lansia

Berdasarkan uraian hasil wawancara mengenai pola komunikasi Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo terhadap pedagang lansia oleh 6 pengurus Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo yaitu Dimas Rizky Fitra Sari, Alfian Maulana Fajar, Anggi Galuh Rahmawati, Anugrah Intan Puspitasari, Ike Yuni R., dan Fahmi Aziz Al-Falah. Bahwa pola komunikasi

Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo terhadap pedagang lansia adalah primer, linear, sirkular, dan bintang.

Dikatakan memakai pola komunikasi primer karena saat pengurus Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo berkomunikasi menyampaikan pesan kepada pedagang lansia mereka menggunakan lambang verbal maupun non verbal sebagai media atau saluran berkomunikasi, dalam berdialog dengan pedagang lansia para pengurus menggunakan komunikasi yang baik secara langsung maupun tidak langsung pada saat bertemu dengan bahasa verbal yakni dengan kata-kata maupun bahasa begitu juga non verbal dengan isyarat maupun lambang-lambang tertentu.

Proses pola komunikasi yang dilakukan pengurus Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo merupakan bagian upaya agar terciptanya komunikasi yang efektif dengan pedagang lansia. Komunikasi yang efektif mampu menjadikan komunikasi menjadi lebih intens dan berkualitas serta mampu membangun kepercayaan antara keduanya.

Pola komunikasi linear karena pada saat pengurus Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo penyampain pesan kepada pedagang lansia berasal dari satu titik lurus yakni pengurus Komunitas sebagai komunikator dan pedagang lansia sebagai titik terminal, jadi proses komunikasi yang di lakukan secara langsung tatap muka begitu juga sebaliknya.

Pola komunikasi sirkular secara harfiah merupakan komunikasi berbentuk bulat atau bundar, yaitu komunikatormampu menyampaikan pesan dengan baik dan terjadinya feedback timbal balik dari komunikan seperti saat pengurus Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo bertanya kepada pedagang lansia dan kemudia mereka menjawab dan bercerita kepada pengurus Komunitas.

Pola Komunikasi bintang memiliki arti bahwa setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain, dalam hal ini yang dimaksudkan ialah para pengurus Ketimbang Ngemis Sidoarjo dapat berkomunikasi dengan sesama para pengurus yang lain maupun dengan pedagang lansia secara bebas. Jadi komunikasi yang berlangsung tidak terfokus kepada satu atau dua orang namun dapat berkomunikasi kepada seluruh kelompok berapa pun banyaknya.

Oleh karena itu jadi upaya untuk membangun komunikasi antara Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo dengan pedagang lansia dengan penggunaan pola komunikasi yang digunakan oleh para pengurus Komunitas sangat berpengaruh penting terhadap jalannya kegiatan yang dilakukan.

Dikarenakan apabila dalam penggunaan pola komunikasi yang tidak tepat bisa berakibat terhadap pesan yang disampaikan tidak bisa berjalan dengan efektif dan menjadikan feedback yang didapat tidak jelas. Bisa dilihat dari penggunaan pola komunikasi yang digunakan oleh para pengurus

Komunitas ini terbilang sukses karena dalam kegiatannya membantu pedagang lansia sudah berjalan lancar dan efektif, dan itu merupakan bukti bahwa pola komunikasi yang diterapkan telah bekerja dengan baik.

2. Hambatan Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo

Pada saat Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo melakukan pendekatan terhadap pedagang lansia, maka ada beberapa hambatan yang dialami oleh Komunitas ini, di antaranya sebagai berikut :

a. Segi Bahasa

Hambatan segi bahasa merupakan hambatan yang paling banyak terjadi pada saat Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo melakukan pendekatan kepada pedagang lansia. Hambatan ini dikarenakan bahasa yang digunakan oleh pedagang lansia tidak dapat dimengerti sepenuhnya oleh sebagian pengurus komunitas ini, pedagang lansia menggunakan bahasa jawa krama inggil yang merupakan bahasa jawa halus, dan pengurus Komunitas yang kebanyakan pemuda tidak terlalu paham akan bahasa jawa halus ini.

b. Segi Kesehatan

Hambatan segi kesehatan merupakan hambatan yang terjadi karena kesehatan dari pedagang yang sudah berusia lanjut sehingga pendengarannya mulai berkurang, sehingga apabila Komunitas

Ketimbang Ngemis Sidoarjo berkomunikasi dengan pedagang lansia sering sekali mengulang pertanyaan dan jawaban serta harus berkomunikasi dengan suara yang keras.

c. Segi Kepribadian

Hambatan segi kepribadian pernah terjadi pada saat Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo pertama kali melakukan pendekatan kepada pedagang lansia. Pada saat melakukan pendekatan itu seorang lansia merasa enggan untuk menjawab dan menutup diri sehingga pengurus mengalami kesulitan dalam menggali informasi yang diperlukan sebagai kriteria pemberian bantuan.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Pada dasarnya teori persuasif ini adalah sebuah teori yang mempunyai inti bersifat untuk membujuk atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku dari setiap individu atau seseorang. Memiliki tujuan agar seseorang tersebut bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seorang komunikator. Ketika melakukan persuasif kepada seseorang, perhatian kita terpusat pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan sasaran dari persuasif tersebut atau upaya mengajak untuk bertindak dengan sebuah cara yang tertentu, maka dalam persuasif ini sendiri lebih kepada menekankan untuk mempengaruhi komunikator itu sendiri.

Adapun komponen sikap individu atau sebuah kelompok yang akan dipengaruhi oleh seorang komunikator terdiri dari tiga komponen yakni :

1. Kognitif : Dalam proses ini sebuah pesan yang disampaikan kepada seseorang atau kepada individu, agar ia bersedia menyetujui ide ide yang termuat dalam pesan yang disampaikan tersebut. Proses kognitif ini berjalan saat proses persuasif itu terjadi sampai akhirnya individu tersebut memutuskan setuju atau tidak setuju terhadap sikap objek.
2. Afektif : Pada bagian ini proses afektif atau emosi yang akan dijadikan pokok bahasan. Pada saat pesan persuasi itu disampaikan, pesan tersebut akan menyentuh dan mempengaruhi emosi individu yang dijadikan sasaran persuasi tersebut. Seperti dalam hal ini seseorang akan bersikap positif terhadap objek yang sering disajikan bersamaan dengan sebuah stimulus yang positif, begitupun sebaliknya seseorang akan bersikap negatif terhadap objek yang sering disajikan bersamaan dengan sebuah stimulus yang negatif. Prinsip seperti ini berkaitan dengan aspek afektif saat seseorang menerima sebuah pesan.
3. Konatif : Dalam hal ini tensi disonansi memotivasi kita untuk berubah baik dari perilaku atau keyakinan kita dalam upaya untuk menghindari perasaan tertekan itu sendiri. Semakin penting isi pesan yang disampaikan kepada kita semakin besar pula perbedaan diantara perilaku dan keyakinan kita maka semakin tinggi besarnya disonansi yang akan kita rasakan.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan dan pengamatan oleh peneliti yang dirasa cukup memberikan informasi tentang polakomunikasi yang digunakan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo terhadap pedagang lansia. Dapat kita temukan bahwa sangat perlunya penggunaan persuasif dalam pemberian pesan yang disampaikan kepada pedagang lansia apalagi dengan perbedaan karakter yang dimiliki setiap individu dan latar belakang kehidupan masing-masing. Umur yang sudah senja pun mulai menjadi hambatan bagi pedagang lansia untuk berusaha, oleh karena itu dalam hal ini penggunaan persuasif sangat diperlukan agar dapat terjadinya sebuah komunikasi yang efektif dan kemudian mengubah atau memperkuat keyakinan dalam hidup pedagang lansia agar tetap berusaha berjuang dalam hidup baik itu dengan menggunakan bantuan berupa barang ataupun berupa motivasi. Bisa kita lihat bahwasanya penggunaan persuasif sendiri mampu menjadikan semangat hidup kembali menyala dengan pendekatan dan metode yang baik akan menghasilkan hasil yang baik. Apalagi dalam kehidupan yang berat diperlukan sebuah komunikasi yang tepat untuk membujuk atau mempengaruhi setiap orang agar berusaha menjadi pribadi yang positif dan tidak berputus asa.

Penggunaan dari persuasif ini sendiri tidaklah mudah untuk dilaksanakan, adapun beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh seseorang dalam melaksanakan persuasif tersebut yakni:

a. Kejelasan Tujuan

Adapun bahwasanya sudah kita semua ketahui tujuan dari persuasif itu sendiri yakni untuk membujuk atau mempengaruhi sikap dan perilaku dari komunikan atau si penerima pesan tersebut. Dalam hal ini apabila seorang persuader ingin merubah sikap dari komunikan maka hal tersebut berkaitan dengan aspek sikap yang kognitif, apabila ingin mengubah pendapatnya hal tersebut berkaitan dengan aspek afektif sedangkan apabila seorang persuader bertujuan untuk mengubah perilaku dari si penerima pesan hal tersebut berkaitan dengan aspek motorik.

b. Memikirkan dengan cermat seseorang yang akan dihadapi

Dalam hal ini sebaiknya memikirkan dengan cermat siapa yang hendak dihadapi oleh seorang persuader. Dalam hal ini perbedaan mendasar bisa dilihat dari karakteristik dari setiap orang dikarenakan setiap orang memiliki perbedaan dalam setiap karakter yang dimilikinya oleh karena itu seorang persuader harus mempelajari terlebih dahulu bagaimana karakter yang akan dihadapi sebelum pelaksanaan persuasif itu sendiri.

Peneliti mengambil contoh berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan bahwasanya sebelum Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo memberikan bantuan kepada pedagang lansia maka Komunitas memulainya dengan melakukan sebuah pendekatan. Hal tersebut dimaksudkan agar Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo dapat memahami karakter yang

dimiliki oleh target agar dapat memberikan jalan terbaik untuk membantu target samoa bantuan penggunaan persuasif yang diperlukan.

c. Memilih menggunakan strategi komunikasi yang tepat

Pemilihan penggunaan komunikasi yang tepat ini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan tepat kepada sasaran. Oleh sebab itu sebelum penggunaan persuasif tersebut dipikirkan dengan matang penggunaan komunikasi yang bagaimanakah yang tepat digunakan.

Jadi dalam hal ini membujuk atau mempengaruhi sikap dan perilaku pedagang lansia merupakan tujuan digunakannya komunikasi persuasif. Dalam hal ini dimaksudkan agar dapat diberikannya bantuan terbaik kepada mereka, hal tersebut digunakan dikarenakan perbedaan setiap karakter seseorang, maka karakter yang berbeda harus diatasi dengan komunikasi yang berbeda pula, agar terciptanya komunikasi persuasif secara maksimal. Menjadi hambatan tersendiri apabila pendekatan yang dilakukan tidak sesuai dengan karakter pedagang lansia, maka sebelum membantu mereka maka Komunitas Ketimbang Ngemis Sidoarjo berdiskusi dahulu bagaimana cara pendekatan terbaik kepada tiap-tiap karakter tersebut. sehingga penggunaan komunikasi persuasif baik itu dengan melalui sarana atau alat bantu komunikasi maupun tidak itu semua dimaksudkan untuk membujuk dan mempengaruhi setiap target agar dapat dirasa secara maksimal sehingga tujuan akhir yang diinginkan oleh setiap Komunitas Ketimbang Ngemis

