

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GURU DALAM PENERAPAN  
BUDAYA SEKOLAH UNTUK MEMBENTUK KARAKTER SISWA  
DI MAN 2 MODEL MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ADE RISKA JUMAIZAH**

**158530025**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2019**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GURU DALAM PENERAPAN  
BUDAYA SEKOLAH UNTUK MEMBENTUK KARAKTER SISWA  
DI MAN 2 MODEL MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area



**Oleh:**

**ADE RISKA JUMAIZAH**

**15.853.0025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Guru Dalam Penerapan Budaya Sekolah Untuk Membentuk Karakter Siswa Di MAN 2 Model Medan  
Nama : Ade Riska Jamarzola  
NPM : 15.853.0025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Tanggal Lulus : 09 September 2019

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ade Riska Jumatzah  
NPM : 15.853.0025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Isipol  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Strategi Komunikasi Persuasif Guru Dalam Penerapan Budaya Sekolah Untuk Membentuk Karakter Siswa di MAN 2 Model Medan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 31 Juli 2019

Yang menyatakan

  
(ADE RISK A JUMATZAH)

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun dalam penulisan skripsi ini saya mengutip dari berbagai sumber yang sesuai dengan norma dan etika dalam penulisan karya ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 31 Juli 2019



Ade Niska Jumazali

15.853.0025



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From ([repository.uma.ac.id](http://repository.uma.ac.id))



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From ([repository.uma.ac.id](http://repository.uma.ac.id))



UNIVERSITAS MEDAN AREA

-----  
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang  
-----

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

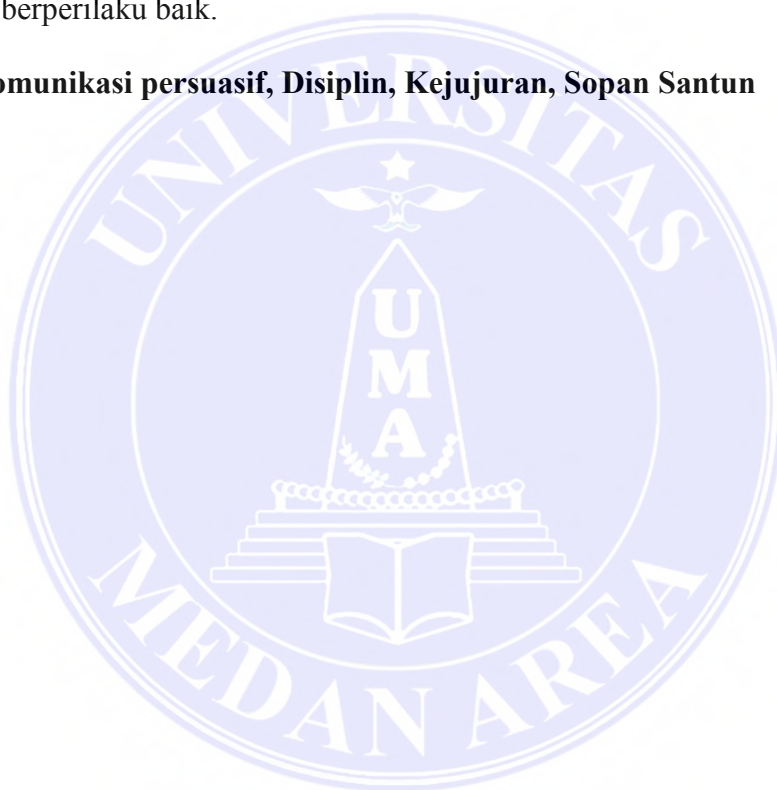
Access From ([repository.uma.ac.id](http://repository.uma.ac.id))



## ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Persuasif Guru Dalam Penerapan Budaya Sekolah Untuk Membentuk Karakter Siswa Di MAN 2 Model Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan guru kepada siswanya dalam menerapkan budaya sehingga terbentuk karakter siswa yang sesuai dengan sekolah MAN 2 Model Medan. Dalam mengumpulkan data peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap guru-guru yang terkait. Subjek dari penelitian ini adalah guru-guru yang mengajar di MAN 2 Model Medan. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru melakukan komunikasi persuasif dengan memberi materi, teguran dan konsultasi untuk membentuk karakter siswa-siswi MAN 2 Model Medan. Dari ketiga karakter yang diteliti, guru-guru di MAN 2 Model Medan menggunakan metode yang sama dalam mengajak siswanya untuk berperilaku baik.

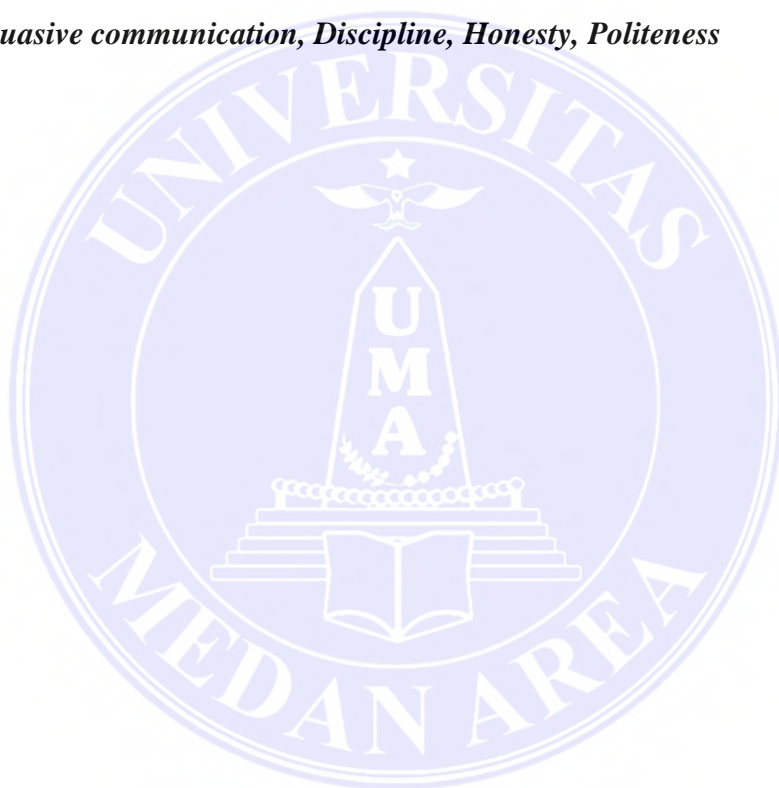
**Kata kunci: Komunikasi persuasif, Disiplin, Kejujuran, Sopan Santun**



## **ABSTRACT**

*The title of this research is Teacher's Persuasive Communication Strategy in Implementing School Culture to Form Student Character in MAN 2 Model Medan. This study aims to find out how to know persuasive communication strategies are carried out by teachers to students in applying culture so that students' character is in accordance with MAN 2 Model Medan. In collecting data, researchers conducted observations and interviews with related teachers. The subjects of this study were teachers who taught at MAN 2 Model Medan. This research uses qualitative research methodology with descriptive analysis. The results of the study showed that the teacher carried out persuasive communication by giving material, reprimand and consultation to form the character of MAN 2 Model Medan students. Of the three characters learned, the teachers at MAN 2 Model Medan used the same method in inviting students to behave well.*

**Keywords:** *Persuasive communication, Discipline, Honesty, Politeness*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi sampai saat ini dengan baik dan sesuai dengan rencana.

Tujuan penulisan proposal Skripsi ini untuk memenuhi syarat pembuatan Skripsi yang mana bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Adapun judul yang diajukan oleh penulis adalah “ STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GURU DALAM PENERAPAN BUDAYA SEKOLAH UNTUK MEMBENTUK KARAKTER SISWA DI MAN 2 MODEL MEDAN”

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih kurang dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan pada pembaca untuk memberikan kritik dan sarannya serta harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sedemikian rupa. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kreativitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayah dan Ibu penulis, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan jenjang sarjana dengan dukungan mereka yang tanpa henti. Mereka juga yang selalu memberikan doa setiap saat untuk penulis disaat penulis dalam keadaan sedih maupun bahagia.

3. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan M.Si selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dan juga selaku Dosen Pembimbing I penulis.
5. Bapak Drs. Novri, MM selaku Dosen pembimbing II penulis.
6. Ibu Ana Syafitri S.Sos. M.Si, selaku sekretaris penulis.
7. Bapak dan ibu Dosen serta seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
8. Penulis sangat berterimakasih kepada informan yaitu staff dan guru-guru serta siswa-siswi MAN 2 Model Medan yang telah bersedia membantu penulis untuk melengkapi skripsi penulis.
9. Kepada sahabat terbaik penulis, khususnya Nurjannah Karina Depari dan Sri Fajriani yang selalu menyemangati penulis dan menemani penulis dalam suka dan duka.
10. Seluruh teman stambuk '15, yang telah berjuang bersama penulis dan memberi banyak pelajaran serta pengalaman berharga selama ini di Universitas Medan Area.
12. Sahabat penulis, Iyen Situmorang dan Yuni Fadila Guchi yang selalu berada di samping penulis untuk menyemangati, memotivasi, dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada kakak dan abang sepupu penulis yang selalu memotivasi dengan pengalaman mereka dan memberikan kata kata motivasi yang sangat baik.

14. Kepada seluruh senior penulis dari Taekwondo Universitas Medan Area yang selalu memberikan semangat untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Medan, 31 Juli 2019





UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From ([repository.uma.ac.id](http://repository.uma.ac.id))

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Perumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Defenisi Komunikasi.....	9
1. Proses Komunikasi.....	10
2. Teknik Komunikasi.....	11
B. Komunikasi Persuasif.....	13
C. Strategi Komunikasi Persuasif .....	19
D. Tahap dan Teknik Komunikasi Persuasif.....	22
E. Budaya Organisasi .....	24
1. Defenisi Kebudayaan .....	24
2. Sifat-Sifat Budaya .....	25
3. Proses Dan Perkembangan Kebudayaan.....	26
4. Pengertian Budaya Organisasi .....	27
5. Pendekatan Budaya Organisasi .....	28
6. Budaya Sekolah.....	29
F. Organisasi .....	30

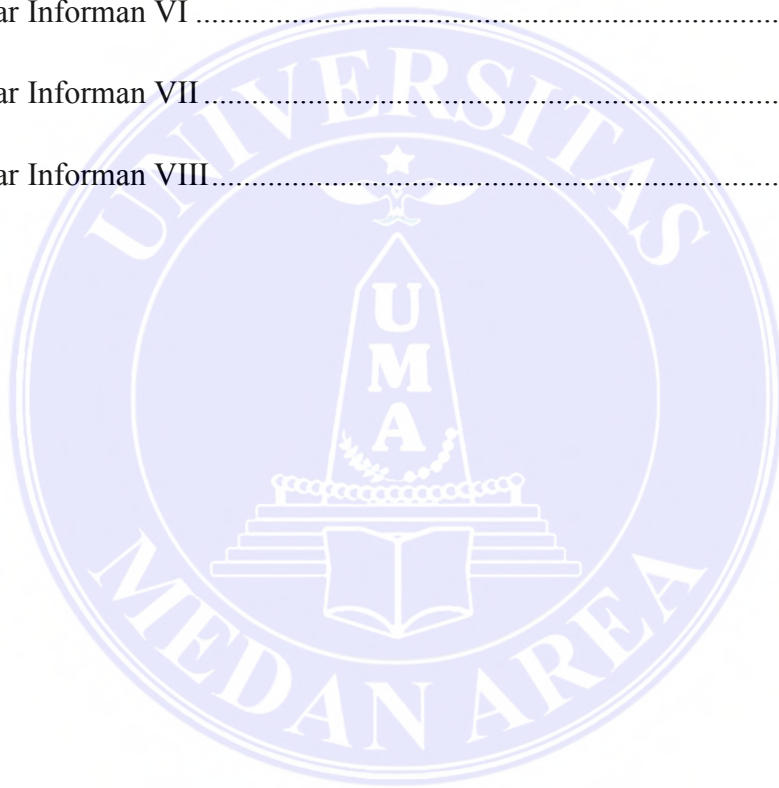
1. Pengertian Organisasi.....	30
2. Unsur-Unsur Organisasi.....	31
G. Karakteristik Individu .....	31
1. Faktor-Faktor Situasional Yang Mempengaruhi Perilaku Manusia.....	32
2. Budaya Yang Mempengaruhi Karakter Siswa .....	33
H. Teori Belajar Sosial.....	34
I. Teori Behaviorisme.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Sumber Data .....	38
C. Teknik Pengumpulan Data .....	38
D. Instrumen Penelitian.....	40
E. Teknik Analisis Data .....	40
F. Pengujian Kredibilitas.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Deskriptif Lokasi Penelitian .....	42
1. Sejarah MAN 2 Model Medan.....	42
2. Profil Madrasah.....	44
3. Visi dan Misi MAN 2 Model Medan .....	44
B. Gambaran Informan.....	47
C. Hasil Penelitian.....	55
D. Pembahasan.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	87





## DAFTAR TABEL

1. Daftar Informan I .....	47
2. Daftar Informan II .....	48
3. Daftar Informan III .....	49
4. Daftar Informan IV .....	50
5. Daftar Informan V .....	51
6. Daftar Informan VI .....	52
7. Daftar Informan VII .....	53
8. Daftar Informan VIII .....	54



## DAFTAR BAGAN

Bagian 1.4. Struktur Organisasi MAN 2 Model Medan .....	46
---	----



## LAMPIRAN

1. Pedoman Pertanyaan Wawancara .....	91
2. Transkrip Wawancara .....	96
3. Dokumentasi .....	134



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok. Hal ini disebabkan oleh identitas manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri-sendiri melainkan saling membutuhkan satu sama lain. Melalui interaksi setiap hari dengan sesama, manusia berhubungan satu sama lain dengan berbagai tujuan.

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

Kompetensi siswa saat ini tidak lagi hanya diukur dari tingkat pengetahuan atau kecerdasannya saja, tetapi juga melalui sikap dan perilaku yang baik. Sikap siswa di sekolah dapat diajarkan melalui cara: Memberi contoh, teladan atau model peran. Setiap individu belajar dari seperangkat contoh melalui perilaku orang lain yang diterimanya, Membujuk atau meyakinkan melalui kognitif. Budaya dan agama mempengaruhi perilaku seseorang tanpa pilihan. Setiap individu dapat menerima keyakinan tersebut dengan pilihan terbatas.

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna dan diwariskan dari generasi ke generasi, melalui usaha individu dan kelompok. Budaya berkesinambungan dan hadir dimana-mana; budaya juga berkenaan dengan bentuk fisik serta lingkungan sosial yang mempengaruhi hidup kita.

Menurut Koentjaraningrat (Jurnal Eva Maryamah:2016:88) mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan sistem gagasan tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan cara belajar. Lebih lanjut Koentjaraningrat membagi kebudayaan dalam tiga wujud, yaitu: (1) Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleksitas dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan, dan lain-lain. (2) Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleksitas aktivitas kelakuan berpola dari manusia dalam masyarakat dan (3) Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Indonesia telah memiliki sistem pendidikan nasional yang tertuang dalam Undang-undang Sisdiknas No. 20 tahun 2003. Namun sejumlah permasalahan pendidikan masih dijumpai. Salah satu masalah yang dihadapi dunia pendidikan pada saat ini adalah masalah disiplin dalam mentaati aturan sekolah, perilaku moncontek pada saat melaksanakan tes, budaya belajar dan membaca yang rendah, serta budaya kompetisi antar siswa yang juga dirasakan masih rendah.

Permasalahan-permasalahan di atas, menuntut sekolah mengembangkan budaya sekolah, seperti: budaya disiplin, rasa tanggung jawab, kejujuran, keikhlasan, etos belajar, kebiasaan memecahkan masalah secara rasional dan sebagainya. Budaya yang dikembangkan di sekolah akan menumbuhkan disiplin,

etos belajar siswa menjadi manusia yang penuh optimis, berani tampil, berperilaku, memupuk rasa tanggung jawab dan rasa kebersamaan siswa.

Sekolah sebagai sistem memiliki tiga aspek pokok yang sangat berkaitan erat dengan mutu sekolah, yakni: proses belajar mengajar, kepemimpinan dan manajemen sekolah, serta budaya sekolah. Budaya merupakan pandangan hidup yang diakui bersama oleh suatu kelompok masyarakat, yang mencakup cara berfikir, perilaku, sikap, nilai yang tercermin baik dalam wujud fisik maupun abstrak. Budaya dapat dilihat sebagai perilaku, nilai-nilai, sikap hidup dan cara hidup untuk melakukan penyesuaian dengan lingkungan, dan sekaligus untuk memandang persoalan dan memecahkannya. Oleh karena itu suatu budaya secara alami akan diwariskan oleh satu generasi ke generasi berikutnya.

Menurut Muhaimin (2011:48) (Jurnal Eva Maryamah:2011:89), Budaya sekolah/Madrasah merupakan sesuatu yang dibangun dari hasil pertemuan antara nilai-nilai (*values*) yang dianut oleh guru-guru dan para karyawan yang ada dalam sekolah /madrasah tersebut. Nilai-nilai tersebut dibangun oleh pikiran-pikiran manusia yang ada dalam sekolah/madrasah. Menurut Kasali (2006) (Jurnal Eva Maryamah:2016:89) Pertemuan pikiran-pikiran manusia tersebut kemudian menghasilkan apa yang disebut dengan pikiran organisasi. Dari pikiran organisasi itulah kemudian muncul dalam bentuk nilai-nilai tersebut akan menjadi bahan utama pembentuk budaya sekolah/madrasah. Dari budaya tersebut kemudian muncul dalam berbagai simbol dan tindakan yang kasat indra yang dapat diamati dan dirasakan dalam kehidupan sekolah/madrasah sehari-hari. Budaya yang diterapkan kepada siswa melalui guru-guru yang dapat mengaplikasikan strategi komunikasi yang baik kepada siswa-siswanya. Strategi komunikasi dapat berfungsi

untuk membentuk iklim yang baik antara guru dengan siswa. Komunikasi Persuasif menjadi salah satu teknik yang baik untuk menerapkan budaya sekolah kepada siswa. Melalui guru-guru tertentu yang dapat memotivasi serta mendorong siswa untuk menaati peraturan budaya di sekolah. Membangun budaya sekolah juga merupakan bentuk dari kualitas sekolah tersebut sehingga dapat menghasilkan alumni-alumni yang berprestasi di bidang akhlak dan juga prestasi.

Model pengembangan budaya yang di sekolah meliputi pengembangan nilai, pengembangan tataran teknis, pengembangan tataran sosial, pengembangan budaya sekolah di kalangan siswa, dan evaluasi budaya sekolah.

Kenneth E. Anderson (1972:218) (*pakarkomunikasi.com* diakses pada 18 November 2018), menyatakan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi antar individu. Komunikasi tersebut terjadi di mana komunikator menggunakan simbol-simbol untuk mempengaruhi pikiran si penerima sebagai dengan sendirinya, komunikator dapat merubah tingkah laku dan perbuatan audiens.

Secara khusus diintervensi untuk meningkatkan kualitas. Madrasah model didirikan sebagai *magnet school* yang diharapkan menularkan keberhasilannya kepada madrasah-madrasah lain di sekitarnya. Pada tingkat tertentu program madrasah model ini telah berhasil membangun citra positif tentang madrasah. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Model Medan merupakan salah satu madrasah Madrasah yang menunjukkan keberhasilannya antara lain; terjadinya peningkatan kualitas guru melalui berbagai program pendidikan (S2 dan S3) dan program pelatihan; meningkatnya mutu lulusan yang tampak dengan kecilnya kesenjangan prestasi siswa madrasah dengan siswa sekolah umum, meningkatnya animo orang



tua untuk menyekolahkan anaknya ke madrasah ini, mulai terbentuknya *networking* antara madrasah dengan berbagai perguruan tinggi, khususnya di PTAIN maupun lainnya. (Jurnal Irrijal, Arif Rahman, Restu: 2017: 18-19)

Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan merupakan salah satu sekolah yang dikenal dengan mengajarkan nilai agama yang tinggi kepada siswanya. Berbagai program mengajar diterapkan di sekolah ini. Tidak hanya mempelajari mata pelajaran umum, tetapi juga pelajaran agama yang kental serta mendidik siswa menjadi hafidz qur'an. MAN 2 Model Medan selalu mendidik siswanya untuk memiliki budaya agama yang disiplin terutama saat menunaikan ibadah yang tepat waktu.

Namun, bagi siswa baru tidak semua memiliki karakter yang baik. Hal ini dikarenakan pendidikan sebelumnya pada sekolah menengah pertama memiliki budaya sekolah yang berbeda-beda. Tidak semua siswa baru yang diterima berasal dari sekolah yang berbasis agama atau Madrasah Tsanawiyah (Mts), tetapi banyak juga siswa yang diterima oleh MAN 2 Model Medan berasal dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang lebih banyak mempelajari mata pelajaran umum. Maka tidak mudah untuk membentuk karakter baru siswa menjadi satu karakter yang membudaya di MAN 2 Model Medan. Budaya yang membuat karakter siswa menjadi lebih baik, menyatukan semua karakter siswa yang berbeda-beda menjadi satu karakter yang sesuai dengan visi dan misi MAN 2 Model Medan. *Output* sekolah dapat dikatakan berkualitas dan bermutu tinggi apabila prestasi pencapaian siswa menunjukkan pencapaian yang tinggi dalam bidang: 1) Prestasi akademik, berupa nilai ujian semester, ujian nasional, karya ilmiah, dan lomba akademik, 2) Prestasi non akademik, berupa kualitas iman dan takwa, kejujuran, kesopanan,

olahraga, kesenian, keterampilan, dan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler lainnya (Jurnal Irrijal, Arif Rahman, Restu: 2017: 20).

Hal-hal di atas membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana peran guru untuk membentuk karakter siswa melalui strategi komunikasi persuasif dalam menerapkan budaya yang ada di MAN 2 Model Medan. Peneliti ingin tahu bagaimana guru mengajak siswanya untuk tetap berprestasi tetapi tetap memiliki budaya etika yang baik.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di atas, maka penulis akan melakukan dan memfokuskan penelitian pada “Strategi Komunikasi Persuasif yang dilakukan Guru kepada siswa untuk membentuk perilaku siswa yang sesuai di MAN 2 Model Medan”

## **C. Perumusan Masalah**

Untuk memperjelas ruang lingkup yang akan diteliti, maka masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam penerapan budaya sekolah untuk membentuk karakter siswa MAN 2 Model Medan? Untuk memperjelas hasil dari karakter yang akan dibentuk kepada siswa-siswi, peneliti akan membagi lagi ke dalam beberapa masalah khusus.

Berdasarkan masalah umum diatas, peneliti juga membagi masalah kedalam beberapa masalah khusus, yakni:

1. Bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam mengimplementasikan budaya sekolah dalam membentuk karakter disiplin?

2. Bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam mengimplementasikan budaya sekolah dalam membentuk karakter jujur?
3. Bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam mengimplementasikan budaya sekolah dalam membentuk karakter sopan santun?

#### **D. Tujuan Penelitian**

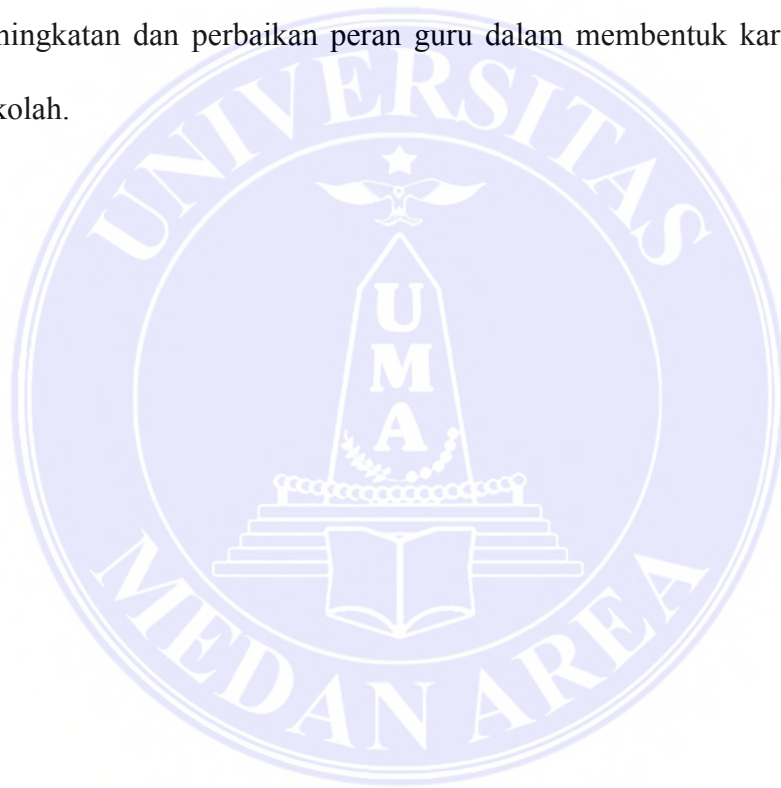
Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan guru kepada siswanya dalam menerapkan budaya sehingga terbentuk karakter siswa yang sesuai dengan sekolah MAN 2 Model Medan.

Tujuan khusus untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam mengimplementasikan budaya sekolah dalam membentuk karakter yang disiplin. Bagaimana komunikasi persuasif yang digunakan guru untuk membiasakan kedisiplinan kepada siswa-siswi
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam mengimplementasikan budaya sekolah dalam membentuk karakter yang jujur. Untuk melihat komunikasi persuasif yang digunakan.
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam mengimplementasikan budaya sekolah dalam membentuk karakter yang sopan santun.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memperluas uraian teoritis dalam bidang komunikasi, khususnya strategi komunikasi persuasif dalam mempengaruhi komunikasi dan penerapan budaya sekolah.
2. Secara akademis, hasil penelitian ini mampu memperluas dan menambah penelitian dibidang strategi komunikasi dan penerapan budaya sekolah.
3. Secara Praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi peningkatan dan perbaikan peran guru dalam membentuk karakter siswa di sekolah.





UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Defenisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Deddy Mulyana:2005:46).

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat dilihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia yaitu sejak dari bangun tidur sampai manusia beranjak tidur pada malam hari. Bisa dipastikan sebagian besar dari kegiatan kehidupan kita menggunakan komunikasi baik komunikasi verbal maupun nonverbal.

Menurut Effendy (2008 : 5) (Jurnal Aen Istianah Afati:2015:16), secara paradigmatik komunikasi dimaknai sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Ditinjau dari segi penyampaian pernyataan, komunikasi ada yang bertujuan bersifat normatif dan persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit daripada informatif, karena memang tidak mudah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang atau sejumlah orang.

Selain itu, Effendy juga memaparkan, salah satu cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel to Whom With What Effect ?*, yang merupakan gagasan dari Laswell. Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu:

1. Komunikator ( Seseorang yang menyampaikan pesan)
2. Pesan ( Simbol-simbol atau lambang yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan)
3. Media ( Saluran dimana pesan disampaikan)
4. Komunikan ( Pihak penerima pesan)
5. Efek ( Dampak yang ditimbulkan dari suatu pesan)

## **1. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi sendiri dibagi menjadi dua, yakni komunikasi secara primer dan komunikasi secara sekunder.

### **a. Proses Komunikasi Secara Primer**

Komunikasi secara primer yaitu proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media. Dalam proses komunikasi, media yang paling banyak digunakan adalah bahasa, karena mampu menterjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain dalam bentuk ide, informasi atau opini.

### **b. Proses Komunikasi Secara Sekunder**

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi. Pada akhirnya, sejalan dengan berkembangnya masyarakat beserta peradaban dan kebudayaannya, komunikasi bermedia

(*mediated communication*) mengalami kemajuan pula dengan memadukan komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar dan warna. Maka film, televisi dan video pun sebagai media yang mengandung bahasa, gambar, dan warna melanda masyarakat di Negara manapun.

Pentingnya peranan media, surat kabar, radio, atau televisi, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikasi dalam jumlah yang amat banyak. Akan tetapi, menurut para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut mereka, yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of reference*) komunikasi dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung secara seketika, dalam artian komunikator mengetahui tanggapan reaksi komunikasi pada saat itu juga.

## 2. Teknik Komunikasi

Untuk dapat mencapai komunikasi yang efektif, maka diperlukan pengetahuan mengenai teknik-teknik komunikasi. Teknik, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (*kbbi.web.id* diakses pada 19 Desember 2018), dipahami sebagai ‘metode atau sistem mengerjakan sesuatu’. Teknik komunikasi berarti suatu metode yang digunakan dalam berkomunikasi.

Teknik komunikasi persuasif merupakan suatu teknik komunikasi yang dilakukan agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain sebagainya. Teknik ini berlangsung dengan *personal contact* yang memungkinkan komunikator



mengetahui, memahami, dan menguasai; (1) *frame of reference* komunikan selengkapnya, (2) kondisi fisik dan mental komunikan sepenuhnya, (3) suasana lingkungan pada saat terjadinya komunikasi, dan (4) tanggapan komunikasi secara langsung (Effendy, 2004:124) (Jurnal Frieda Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, S.Sos, M.Si, Dr. Hapsari Dwiningtyas S.,MA, Drs. Joyo NS Gono, M.Si:2015)

Menurut Effendy (2011 : 8) (Jurnal Aen Istianah Afati:2015:21-22), ada empat macam teknik komunikasi, yakni Komunikasi Informatif, Komunikasi Instruktif/Koersif, Komunikasi Persuasif dan Hubungan manusiawi. Adapun penjelasan mengenai teknik-teknik tersebut dijelaskan oleh Effendy (2009 : 81)

#### a. Komunikasi Informatif

Komunikasi informatif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan sesuatu. Disini, komunikator tidak mengharapkan efek apa-apa dari komunikan. Komunikasi yang dilakukan semata-mata hanya agar komunikan tahu saja. Bahwa kemudian efeknya ada, apakah itu positif atau negatif, komunikator tidak mempermasalahkannya. Tetapi sudah tentu efek yang diharapkan adalah efek positif.

#### b. Komunikasi Instruktif/Koersif

Komunikasi instruktif atau koersif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan ancaman atau sanksi untuk mengubah sikap, opini atau tingkah laku. Dalam suatu organisasi, penggunaan teknik komunikasi ini misalnya dengan memberlakukan peraturan secara tegas. Peraturan tersebut mengandung ancaman atau sanksi apabila dilanggar akan menimbulkan akibat tertentu pada pihak pelanggar.

#### c. Komunikasi Persuasi

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain agar berubah sikapnya, opininya dan tingkah lakunya, atas kesadaran diri sendiri. Dalam komunikasi persuasif, komunikator harus dapat melakukan bujukan kepada komunikannya agar mencapai tujuan yang diinginkan.

#### d. Hubungan Manusiawi

Hubungan manusiawi atau *human relations* berisi kegiatan komunikasi – persuasif – sugestif dan kedua pihak merasa hatinya puas. Komunikasi ini bersifat *action oriented*, artinya bukan hanya berupa hubungan yang pasif, melainkan yang dituju adalah kepuasan batin. Karena itu, hubungan manusiawi ini banyak digunakan dalam praktik manajemen.

Adapun yang menjadi teknik dan strategi komunikasi dalam penelitian ini adalah Komunikasi Persuasif, karena penelitian ini memfokuskan pada strategi komunikasi persuasif guru dalam penerapan budaya sekolah untuk membentuk karakter siswa.

## **B. Komunikasi Persuasif**

### 1. Defenisi

Ada beberapa defenisi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Barata (2003 : 70) komunikasi persuasif diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator.

Menurut Severin & Tankard, (2007 : 177) (dalam Olzon dan Zanna), persuasi diartikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain.

Adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua: Menurut De Vito

(dalam Riyanto & Mahfud, 2012 : 51) yaitu ; (1) mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, (2) mendorong audiens melakukan sesuatu /memiliki tingkah laku (*behavior*) tertentu yang diharapkan. Berdasarkan pemaparan tersebut, komunikasi persuasif haruslah efektif, yang berarti harus menimbulkan efek. Efek menurut Applbaum (dalam Effendy, 2009 : 80), adalah apa yang terjadi pada komunikan sebagai akibat dari dampak stimuli atau pesan. Dalam komunikasi persuasif, efek harus merupakan dampak dalam perubahan sikap, opini dan tingkah laku yang timbul dari kesadaran komunikan, sebab komunikasi persuasif berbeda dengan komunikasi informatif, dan juga komunikasi koersif.

## 2. Unsur-unsur Dalam Komunikasi Persuasif

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana (2014 : 2.25) (dalam Jurnal Aen Istianah Afati:2015:27) adalah;

a. *Persuader*, adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.

b. *Persuadee*, adalah orang dan atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh *Persuader*/komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.

c. Persepsi, adalah persepsi *Persuadee* terhadap *Persuader* dan pesan yang disampaiakannya akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi.

d. Pesan Persuasif, Menurut Littlejohn (dalam Ritonga, 2005 : 5) (dalam Jurnal Aen Istianah Afiati:2015:26), pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayaksasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

e. Saluran Persuasif, merupakan perantara ketika seorang *Persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*Channel*) digunakan oleh *Persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

f. Umpan Balik dan Efek, Menurut Sastropetro (dalam Sumirat & Suryana, 2014 : 2.38) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampainya. Jadi, umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi yang datang dari komunikan karena pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginannya atau harapannya. Sedangkan efek adalah “perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi” (Sastropetro dalam Sumirat & Suryana, 2014). Perubahan yang terjadi bisa berupa perubahan sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku.

Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun tingkah laku pada diri *Persuadee* merupakan tujuan utama. Inilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

#### g. Prinsip Dalam Komunikasi Persuasif

Prinsip-prinsip dalam komunikasi persuasif dapat digunakan oleh *Persuader* sebagai landasan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan mengajak sasaranpersuasi untuk melakukan sesuatu. Ada empat prinsip utama dalam komunikasi persuasif menurut De Vito (2011 : 499-502) (dalam Jurnal Aen Istianah Afiati:2015:28), adalah sebagai berikut:

##### 1. Prinsip Pemaparan Selektif

Prinsip menerangkan bahwa : (a) pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka, (b) pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses menyakinkan sasaran persuasi akan dilangsungkan, maka pemaparan selektif akan terjadi.

##### 2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Khalayak merupakan sasaran persuasi. Aktivitas komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Persuasi bersifat transaksional, dimana pembicara dan pendengar saling terlibat. Suatu proses persuasi dikatakan berhasil apabila khalayak berpartisipasi secara aktif di dalamnya.

##### 3. Prinsip Inokulasi

Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi *persuader* dan telah

menyiapkan senjata berupa argumen untuk menentanginya. Sehingga pada posisi ini, seorang *persuader* perlu melakukan persiapan, seperti mempersiapkan argumen, dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.

#### 4. Prinsip Besaran Perubahan

Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh *persuader*, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. Semakin besar perubahan yang diinginkan, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan untuk perubahan tersebut. Sehingga, persuasi diarahkan untuk melakukan perubahan kecil atau sedikit demi sedikit terlebih dahulu dan diperlukan untuk periode yang cukup lama.

#### 5. Prinsip-prinsip Persuasi

Robert Cialdini (Dalam Jurnal Nur Apni Oktafiah:2017:22-23), menjelaskan enam prinsip yang mempengaruhi persuasi, yaitu:

a. *Reciprocation*. Orang cenderung berusaha untuk kembali ke suatu situasi yang baik, aman, dan menyenangkan.

b. *Commitment and Consistency*. Ketika seseorang menyatakan komitmen, maka dia cenderung berpikir bahwa dia benar, baik komitmen ini dinyatakan secara tertulis maupun lisan. Jadi pada dasarnya manusia itu lebih suka jika komitmennya itu dihargai daripada dilanggar karena itu merupakan bagian utama konsisten sikap mereka. Persuasi yang dilakukan

dapat memerhatikan aspek komitmen dan konsisten.

c. *Social Proof*. Dapat disamakan artikan dengan “daya tahan sosial”, menjelaskan bahwa orang-orang yang berada dalam suatu kelompok yang koehesif cenderung sangat solider terhadap kelompok. Solidaritas ini dapat dijadikan sebagai “daya

tahan sosial” untuk menghadapi semua ancaman, tantangan, dan gangguan dari luar yang mengancam eksistensi kelompok.

d.*Authority*. Orang cenderung patuh dan taat pada otoritas atau orang yang memegang otoritas sekalipun mereka diminta untuk melakukan sesuatu yang tidak disukai.

e.*Liking*. Orang lebih mudah dipersuasi oleh orang yang mereka sukai

f. *Scarcity*. Orang lebih mudah dipersuasi dengan informasi tentang sesuatu yang ketersediaannya sangat langka

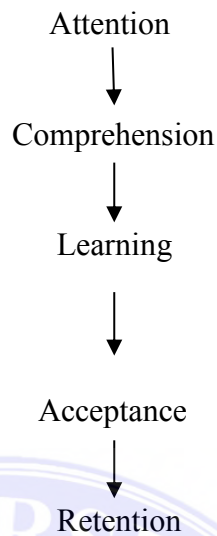
## 6. Proses Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif sebagai upaya mempengaruhi opini, pendapat, sikap atau perilaku seseorang, tentunya dibutuhkan suatu proses. Menurut Hovland (dalam Jurnal Aen Istianah Afati:2015:29), “mengemukakan sebuah konsep mengenai proses komunikasi persuasif yang berfokus pada pembelajaran dan motivasi. Untuk dapat terpengaruh oleh komunikasi persuasif, seseorang harus memerhatikan, memahami, mempelajari, menerima dan menyimpan pesan persuasi tersebut” (Perloff, 2003 : 121) (dalam Jurnal Aen Istianah Afati:2015:29).

### Gambar 1

#### The Hovland/Yale Model of Persuasion

## Communication – Message Learning – Attitude Change



Sumber: Dynamics Of Persuasion (Perloff, 2003 : 121)

Pada gambar tersebut, dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi persuasif, ada tahap dimana *persuadee* mempelajari pesan persuasif dari *persuader*. Dalam proses belajar tersebut terdapat beberapa tahapan, yakni *attention* (perhatian), *comprehension* (pemahaman), *learning* (belajar), *acceptance* (penerimaan), dan *retention* (penyimpanan). Tahapan yang dikemukakan oleh Hovland ini merupakan proses sebelum *persuadee* akhirnya memutuskan untuk merubah sikapnya, setelah mendapatkan paparan informasi atau argumen *persuader*.

### C. Strategi Komunikasi Persuasif

Ada beragam definisi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Kamus Ilmu Komunikasi (dalam Rakhmat, 2008: 14) (Jurnal Nomosleca: 2017:598), komunikasi persuasif diartikan sebagai suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Selain itu, “komunikasi persuasif juga diartikan sebagai komunikasi yang



dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator” (Barata, 2003:70).

Dalam Suranto (2011), komunikasi persuasif menggunakan teori yang dicetuskan oleh Wilbur Schramm 1950-an *the bullet theory of communication* atau teori peluru. Ia disebut pula dengan *hypodermic-needle theory* atau teori jarum hipodermik. Kadang-kadang disebut pula *transmission belt theory* atau teori lajur transmisi. Dalam teori ini dibahas mengenai pengaruh pesan yang disalurkan melalui media massa dan mengatakan bahwa media massa itu ampuh untuk mengubah perilaku massa. Komunikasi persuasif memiliki sasaran yang berkorelasi dengan motivasi dari orang yang diajak berkomunikasi secara persuasif. Motivasi (*motivation*) “sebagai kekuatan dorongan, kebutuhan semangat, tekanan atau mekanisme psikologis yang mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai apa yang dikehendakinya” (Danim, 2004: 2).

Dalam melakukan pendekatan komunikasi personal menurut Djamarah (2005, 165) guru harus melakukan beberapa hal diantaranya adalah:

- a. Mendengarkan secara simpati dan menanggapi secara positif pikiran anak didik dan membuat hubungan saling percaya.
- b. Membantu anak didik dengan pendekatan verbal dan pendekatan non verbal.
- c. Membantu anak didik tanpa harus mendominasi atau mengambil alih tugas.
- d. Menerima perasaan anak didik sebagaimana adanya atau menerima perbedaannya dengan penuh perhatian.
- e. Menangani anak didik dengan rasa aman, penuh pengertian, dan mungkin memberikan beberapa alternatif pemecahan.

Menurut Nurihsan (2006) (Jurnal Nomosleca:2017:599) pendekatan yang dilakukan kepada siswa dalam menanggulangi permasalahan antara lain:

1. Pendekatan Krisis. Pendekatan krisis disebut juga pendekatan kuratif merupakan upaya bimbingan yang diarahkan kepada individu yang mengalami krisis atau masalah. Pendekatan ini bertujuan mengatasi krisis atau masalah masalah yang dialami individu, selanjutnya mereka memberikan bantuan sesuai dengan masalah yang dirasakan oleh siswa.
2. Pendekatan Remedial. Pendekatan, remedial merupakan pendekatan yang diarahkan kepada individu yang mengalami kelemahan kelemahan yang dialami oleh individu. Pembimbing memfokuskan tujuannya pada kelemahan kelemahan individu dan selanjutnya berupaya untuk memperbaikinya.
3. Pendekatan preventif. Pendekatan preventif merupakan pendekatan yang diarahkan pada masalah umum individu, mencegah jangan sampai masalah tersebut menimpa individu. Guru memberikan upaya seperti informasi dan ketrampilan untuk mencegahnya.
4. Pendekatan Perkembangan. Pendekatan perkembangan menekankan kepada pengembangan potensi dan kekuatan yang ada pada pengembangan potensi dan kekuatan yang ada pada individu secara optimal. Setiap individu memiliki potensi dan kekuatan tertentu melalui penerapan berbagai bimbingan potensi, kemudian kekuatan kekuatan tersebut dikembangkan. Layanan bimbingan ini diberikan kepada setiap individu bukan hanya yang memiliki masalah.

#### **D.Tahap dan Teknik Komunikasi Persuasif**

- 1) Tahap-tahap Persuasif

Komunikasi persuasif dilakukan dengan menggunakan cara-cara halus dan manusiawi sehingga komunikan dapat menerima dan melaksanakan dengan sukarela sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, seorang guru dalam berkomunikasi harus menggunakan cara-cara yang luwes dengan pendekatan kemanusiaan. Untuk keberhasilan komunikasi persuasif terdapat tahap-tahap yang harus diperhatikan. Hal ini ditegaskan Onong U. Effendy (2004: 25) (Jurnal Diastu Karlinda: 2013: 20) yang mengatakan bahwa:

Tahapan tersebut dikenal dengan *A-A procedure* atau *from attention to action procedure* melalui formula AIDDA singkatan dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan). Onong U. Effendy (2004: 25-26) mengungkapkan bahwa: Berdasarkan formula AIDDA tersebut komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Cara yang dapat dilakukan untuk menarik

perhatian komunikan misalnya pemilihan kata-kata yang menarik serta gaya penampilan fisik yang simpatik. Setelah komunikator berhasil membangkitkan perhatian komunikan langkah selanjutnya adalah tahap menumbuhkan minat komunikan. Setelah komunikator berhasil menumbuhkan minat, tahap selanjutnya diikuti dengan upaya memunculkan hasrat dengan alternatif cara yang dilakukan diantaranya dengan melakukan ajakan atau bujukan. Pada tahap ini imbauan emosional perlu ditampilkan komunikator sehingga pada tahap-tahap selanjutnya komunikan dapat langsung mengambil keputusan untuk melakukan suatu tindakan sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator. Dari tahapan-tahapan tersebut akan tampak bahwa pentahapan dalam komunikasi persuasif dimulai dari upaya

membangkitkan perhatian, menumbuhkan minat, memunculkan hasrat, mengambil keputusan sampai melakukan melakukan tindakan.

## 2) Teknik-teknik persuasif

Onong U. Effendy (2004: 21) mengungkapkan bahwa: Persuasif merupakan kegiatan psikologis yang bertujuan untuk merubah sikap, perbuatan dan tingkah laku dengan kesadaran, kerelaan dan disertai dengan perasaan senang. Agar komunikasi tersebut mencapai sasaran dan tujuan, perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi yang mencakup: pesan, media, dan komunikan. Hal yang perlu diperhatikan komunikator adalah sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan pesan (*message management*). Untuk itu diperlukan teknik-teknik tertentu dalam melakukan komunikasi persuasif. Onong U. Effendy (2004: 6) mengungkapkan bahwa: cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan disebut teknik berkomunikasi. Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif itu, Onong U. Effendy (2004: 23) mengungkapkan teknik-teknik yang dapat dipilih dalam proses komunikasi persuasif yaitu:

a) Teknik Asosiasi, adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpahkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

b) Teknik Integrasi, ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun non verbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

c) Teknik Ganjaran, adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.

d) Teknik Tataan, atau *icing technique* dalam kegiatan persuasi ialah seni penataan pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

e) Teknik *red herring*, dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif teknik *red herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasanya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif memiliki teknik-teknik tertentu dalam proses penyampaian. Teknik-teknik tersebut antara lain teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring*.

## E. Budaya Organisasi

### 1. Defenisi Kebudayaan

Budaya adalah bentuk jamak dari kata budi dan daya yang berarti *cinta, karsa, dan rasa*. Kata budaya sebenarnya berasal dari bahasa **Sanskerta**, *budhayah*, yaitu bentuk jamak kata *budhi* yang berarti budi atau akan. Dalam bahasa Inggris, kata budaya berasal dari kata *culture*. Dalam bahasa Belanda diistilahkan dengan kata *cultuur*. Dalam bahasa **Latin**, berasal dari kata *colera*. *Colera* berarti mengolah, dan mengerjakan, menyuburkan, dan mengembangkan tanah (bertani) (Elly M. Setiadi, Kama A. Hakam, Ridwan Effendi:2014:27).

Kebudayaan terdiri dari pola-pola yang eksplisit maupun implisit dari dan untuk sebuah perilaku tertentu, yang alihkan melalui simbol-simbol yang merupakan prestasi kelompok manusia – termasuk peninggalan berbentuk artefak yang merupakan inti atau esensi dari gagasan-gagasan

tradisional – yang dikemas dalam nilai-nilai yang mereka telah terima. Sistem kebudayaan, dengan kata lain, dapat diterangkan melalui produk atau tindakan, yang dipandang sebagai keadaan yang berpengaruh terhadap tindakan mereka. (Alo Liliweri:2014:276)

Kemudian pengertian ini berkembang dalam arti *culuter*, yaitu sebagai segala daya dan aktivitas manusia untuk mengolah dan mengubah alam. Pengertian budaya atau kebudayaan menurut beberapa ahli (Elly M. Setiadi, Kama A. Hakam, Ridwan Effendi:2014:28), sebagai berikut:

- a. **E.B. Tylor** (1832-1917), budaya adalah suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat, dan kemampuan yang lain, serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat.
- b. **R. Linton** (1893-1953), kebudayaan dapat dipandang sebagai konfigurasi tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang dipelajari, dimana unsur pembentukannya didukung dan diteruskan oleh anggota masyarakat lainnya.
- c. **Koentjaraningrat** (1923-1999), kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, milik dari manusia dengan belajar.

## 2.Sifat-sifat Budaya

Kendati kebudayaan yang dimiliki oleh setiap masyarakat itu tidak sama, seperti di Indonesia yang terdiri atas berbagai macam suku bangsa yang berbeda, tetapi setiap kebudayaan mempunyai ciri atau sifat yang sama. Sifat tersebut bukan diartikan secara spesifik, melainkan bersifat universal. Di mana sifat-sifat budaya itu akan memiliki ciri-ciri yang sama bagi semua kebudayaan manusia tanpa membedakan faktor ras, lingkungan alam, atau pendidikan, yaitu sifat hakiki yang berlaku umum bagi semua budaya di mana pun.

Sifat hakiki dari kebudayaan tersebut sebagai berikut:

- a. Budaya terwujud dan tersalurkan dari perilaku manusia.

- b. Budaya telah ada terlebih dahulu daripada lahirnya suatu generasi tertentu dan tidak akan mati dengan habisnya usia generasi yang bersangkutan.
- c. Budaya diperlukan oleh manusia dan diwujudkan dalam tingkah lakunya.
- d. Budaya mencakup aturan-aturan yang berisikan kewajiban-kewajiban, tindakan-tindakan yang diterima dan ditolak, tindakan-tindakan yang diizinkan.

### **3. Proses dan Perkembangan Kebudayaan**

Sebagaimana diketahui bahwa kebudayaan adalah hasil cipta, karsa, dan rasa manusia karena kebudayaan mengalami perubahan dan perkembangannya sejalan dengan perkembangan manusia itu. Perkembangan tersebut dimaksudkan untuk kepentingan manusia itu sendiri karena kebudayaan diciptakan oleh dan untuk manusia.

Perkembangan kebudayaan terhadap dinamika kehidupan seseorang bersifat kompleks dan memiliki eksistensi dan berkesinambungan dan juga menjadi warisan sosial. Seseorang mampu memengaruhi kebudayaan dan memberikan peluang untuk terjadinya perubahan kebudayaan.

Kebudayaan yang dimiliki suatu kelompok sosial tidak akan terhindar dari pengaruh kebudayaan kelompok-kelompok lain dengan adanya kontak-kontak antar kelompok atau melalui proses difusi. Suatu kelompok sosial; akan mengadopsi suatu kebudayaan tertentu bilamana kebudayaan tersebut berguna untuk mengatasi atau memenuhi tuntutan yang dihadapinya. Kebudayaan dari suatu kelompok sosial tidak secara komplet ditentukan oleh lingkungan fisik saja, namun, lingkungan tersebut sekedar memberikan peluang untuk terbentuknya sebuah kebudayaan. Perkembangan zaman mendorong terjadinya perubahan-perubahan

disegala bidang, termasuk dalam hal kebudayaan. Mau tidak mau kebudayaan yang dianut suatu kelompok sosial akan bergeser.

Suatu komunitas dalam kelompok sosial bisa saja menginginkan adanya perubahan dalam kebudayaan yang mereka anut, dengan alasan sudah tidak sesuai lagi dengan zaman yang mereka hadapi saat ini. Namun perubahan kebudayaan ini kadang kala disalah artikan menjadi suatu penyimpang kebudayaan.

Hal yang terpenting dalam proses pengembangan kebudayaan adalah dengan adanya kontrol atau kendali terhadap perilaku reguler (yang tampak) yang ditampilkan oleh para penganut kebudayaan. Karena tidak jarang perilaku yang ditampilkan sangat bertolak belakang dengan budaya yang dianut dalam kelompok sosialnya. Yang diperlukan di sini adalah kontrol sosial yang ada di masyarakat, yang menjadi suatu “cambuk” bagi komunitas yang menganut kebudayaan yang sesuai dan mana yang tidak sesuai.

#### **4. Pengertian Budaya Organisasi**

Budaya organisasi berkaitan dengan konsep kebudayaan dan konsep organisasi. Budaya oraganisasi bersumber dari kebudayaan sebagai seperangkat nilai, kepercayaan, cara berpikir, serta pemahaman para anggota organisasi agar mereka berpikir dan bertindak secara benar dalam organisasi. Budaya organisasi dapat dipahami dalam dua level, yakni level *visible*/nyata (terlihat, terdengar, teraba, dan terasa) dan level *invisible*/tidak nyata (nilai dan norma yang tidak dapat ditangkap indra).

Budaya organisasi adalah cara kita melakukan sesuatu di sekeliling kita dengan suatu implikasi bahwa cara kita melakukan sesuatu itu berbeda dengan cara orang lain melakukan hal yag sama (Liliweri:2014:283) dengan memerhatikan secara seksama distingsi kebudayaan yang



kompleks, mengatakan bahwa budaya organisasi berkaitan dengan berbagai tindakan manusia dalam suatu organisasi yang berbasis pada kepercayaan, adat istiadat, pengetahuan, praktik, dan perilaku budaya yang sudah dikonvensikan oleh suatu kelompok sosial tertentu.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa budaya organisasi merupakan suatu cara berbeda yang dilakukan oleh anggota ataupun pemimpin organisasi untuk bertindak berdasarkan kebiasaan yang terjadi di dalam organisasi itu sendiri sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dalam organisasi tersebut.

## 5. Pendekatan Budaya Organisasi

### A. Level Budaya Organisasi

Kebudayaan, termasuk budaya organisasi, dapat dipelajari dari empat level analisi, yakni:

1. *Culture symbol*. Gagasan kebudayaan, termasuk budaya organisasi biasa dinyatakan dalam simbol-simbol, inilah level *superficial* dan *visible*. Contohnya, simbol organisasi berbentuk artefak, jargon, bahasa isyarat, dekorasi, objek fisik, pakaian seragam, logo organisasi, dan sebagainya.
2. *Shared behaviors*. Setiap organisasi mempunyai *shared behavioe*, yakni perilaku atau tindakan simbolik tertentu yang digunakan secara bersama Contohnya, perilaku simbolik tepuk tangan pramuka, irama tepukan ini sudah dikenal oleh semua anggota pramuka.
3. *Cultural values*. Setiap kebudayaan memiliki nilai budaya, yakni sesuatu yang menjadi rujukan, misalnya rujukan kepercayaan kolektif, perasaan maupun tindakan bersama. Nilai budaya selalu dinyatakan secara abstrak sehingga harus diterjemahkan ke dalam norma-norma yang mengatur tata aturan tingkah laku. Contohnya, disiplin merupakan salah satu nilai dalam organisasi TNI,

norma yang mengatur disiplin diwujudkan dengan memebri hormat kepada mereka yang mempunyai pangkat lebih tinggi.

4. *Shared assumptions*. Tradisi budaya material dan nonmaterial yang diasumsikan sebagi milik bersama dari suatu komunitas atau organisasi. Contohnya, bangunan kantor berbasis budaya etnik melambangkan bahwa organisasi tersebut merupakan milik publik.

## 6. Budaya Sekolah

Menurut Deal dan Peterson dalam Supardi (2015; 221) menyatakan bahwa: Budaya sekolah adalah sekumpulan nilai yang melandasi perilaku, tradisi, kebiasaan keseharian, dan symbol-simbol yang dipraktekkan oleh kepala sekolah, guru, petugas administrasi, siswa dan masyarakat sekitar sekolah. Budaya sekolah merupakan ciri khas, karakter atau watak, dan citra sekolah tersebut di masyarakat luas.

Sekolah sebagai sistem memiliki tiga aspek pokok yang sangat berkaitan erat dengan mutu sekolah, yakni: proses belajar mengajar, kepemimpinan dan manajemen sekolah, serta budaya sekolah. Budaya merupakan pandangan hidup yang diakui bersama oleh suatu kelompok masyarakat, yang mencakup cara berfikir, perilaku, sikap, nilai yang tercermin baik dalam wujud fisik maupun abstrak. Budaya dapat dilihat sebagai perilaku, nilai-nilai, sikap hidup dan cara hidup untuk melakukan penyesuaian dengan lingkungan, dan sekaligus untuk memandang persoalan dan memecahkannya. Oleh karena itu suatu budaya secara alami akan diwariskan oleh satu generasi kegenerasi berikutnya.

## F. Organisasi

## 1. Pengertian Organisasi

A. Berikut adalah pengertian organisasi menurut para ahli:

1. Menurut Weber (1947) (Liliwari:2014:51), Organisasi adalah suatu bentuk relasi sosial yang dihasilkan oleh ikatan antarpersonal yang memiliki aturan untuk membatasi dan menata berbagai fungsi yang bersifat regular, menata tindakan individual dan relasi sosial, dan relasi sosial yang terbentuk itu mempunyai seorang kepala dan staf administrasi.
2. Menurut Argyris (1960) (Liliwari:2014:51), Organisasi adalah pluralitas dari bagian-bagian, yang mengelola diri mereka melalui keterkaitan di antara mereka (berinteraksi antarbagian secara tak terpisahkan), yang melewati proses adaptasi dengan lingkungan eksternal untuk mencapai tujuan tertentu.
3. Menurut Robbins (1993) (Liliwari:2014:51), Organisasi adalah bentuk kerjasama yang sistemik antara sejumlah orang untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Kita sebut kerja sama, karena didalamnya terbentuk jalinan, hubungan, relasi, dan komunikasi antara sejumlah orang yang mempunyai tugas dan fungsi yang sama atau yang berbeda-beda (subsistem) lalu membentuk sebuah sistem (berinterelasi satu sama lain) untuk memenuhi tujuan – ideal dan konkret – yang telah disepakati bersama.

## B. Proses Berorganisasi

Salah satu teori yang paling berpengaruh dari tradisi sibernetika adalah teori dari Karl Weick (Little John, 2013: 364).

Teori Weick tentang berorganisasi sangat penting dalam bidang komunikasi karena teori ini menggunakan komunikasi sebagai sebuah dasar bagi pengorganisasian manusia dan memberikan sebuah dasar pemikiran untuk memahami bagaimana berorganisasi. Menurut teori ini, organisasi bukanlah susunan yang terbentuk oleh posisi dan peranan, tetapi oleh aktivitas komunikasi. Lebih pantas untuk mengucapkan “berorganisasi” daripada “organisasi” karena organisasi itu sendiri merupakan sesuatu yang dicapai manusia melalui sebuah proses komunikasi yang berkelanjutan. Ketika manusia melakukan interaksi sehari-hari, kegiatan mereka menciptakan organisasi. Semua perilaku dihubungkan karena perilaku seseorang bergantung pada perilaku orang lain.

## 2. Unsur-unsur Organisasi

Setiap organisasi pasti memiliki unsur-unsur didalamnya. Unsur-unsur tersebut, yakni ada sejumlah orang. Organisasi terbentuk oleh dua orang atau lebih yang menyatakan kesediaan mereka untuk bekerja sama secara sukarela atau dengan tekanan peraturan tertentu, yang menjalankan tujuan bersama yang telah disepakati. Kemudian, tujuan tersebut dirumuskan dalam seperangkat peranan yang dirinci atas tugas dan fungsi yang harus dijalankan melalui struktur dan hierarki jabatan, berdasarkan tata aturan komunikasi secara vertikal, horizontal, maupun diagonal, dan yang selalu berkaitan dengan lingkungan fisik dan sosial, atau kulutural sekelilingnya.

### **G. Karakteristik Individu**

Richard M. Perloff dalam buku *Dynamics of Persuasion* mengungkapkan faktor-faktor konsistensi manusia dalam bersikap dan berperilaku. Adapun dua hal yang menjadi faktor tersebut, yakni '*Self Monitoring*' dan '*Direct Experience*' (Perloff, 2003 : 85) (Jurnal Aen Istianah Afati:2015:31-32).

1. *Self Monitoring*. Ada dua kelompok manusia berdasarkan poin *self monitoring* ini. Kelompok pertama, yakni karakteristik seseroang yang memebedakan pribadinya ketika bertemu dengan orang tertentu, atau pada situasi tertentu. Kelompok ini juga disebut sebagai kelompok *high self-monitor*. Karena mereka cenderung melihat siapa yang dihadapi dan dalam situsia apa mereka, untuk menentukan perilakunya. Kelompok berikutnya adalah orang-orang ini cenderung tidak memerhatikan publik dan situasi yang dihadapi. Mereka cenderung mengekspresikan apapun yang mereka rasakan, dan mengklaim hal

tersebut sebagai perilaku aslinya, pada publik dan situasi apapun. Kelompok ini digolongkan sebagai *low self-monitors*.

2. *Direct Experience*. Pengalaman juga menjadi faktor yang menentukan hubungan sikap dan perilaku seseorang. Beberapa sikap terbentuk berdasarkan pengalaman langsung ketika menghadapi situasi atau masalah sehari-hari. Sebagian lainnya, didapatkan secara tidak langsung. Misalnya dari mendengarkan nasehat orang tua, mendapat informasi dari televisi, membaca buku, dan sebagainya. Sikap yang terbentuk melalui pengalaman langsung (*direct experience*) akan lebih mudah diserap, daripada sikap yang terbentuk melalui pengalaman tidak langsung.

## 1. Faktor-faktor Situasional (Yang Memengaruhi) Perilaku Manusia

Riswandi (2013: 44-45), menjelaskan tentang faktor-faktor situasional yang memengaruhi perilaku manusia, yaitu:

**a. Faktor Ekologis:** Faktor lingkungan di mana manusia tinggal/hidup berpengaruh pada perilakunya. Misalnya bangsa Indonesia yang hidup di Negara yang subur makmur gemah ripah tentram kertorahajo di mana tanahnya subur dan nyiur melambai sehingga tongkat saja bisa tumbuh menjadi pohon meskipun tidak perlu disiram air sehingga hal ini menjadi penyebab Bangsa Indonesia menjadi pemalas atau tidak memiliki etos kerja sebagaimana layaknya Bangsa Jepang yang kondisi tanahnya tidak subur Indonesia.

**b. Faktor Rancangan dan Arsitektural:** Pola rancangan arsitektural dapat mempengaruhi pola komunikasi di antara orang-orang yang hidup di bawah naungan arsitektural tertentu. Misalnya pembangunan rumah di mana banyak kamar akan mempengaruhi interaksi dan komunikasi di antara anggota-anggota seisi rumah tersebut. Begitu juga sebaliknya dengan membangun rumah di mana terdapat ruangan atau kamar yang besar-besar mendorong anggota-anggota seisi rumah untuk berinteraksi secara lebih longgar dan intensif.

**c. Faktor Temporal:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa bioritmik manusia dipengaruhi oleh waktu. Bahkan aktivitas kehidupan manusia sehari-hari pun dikendalikan oleh yang namanya waktu. Misalnya pagi-pagi sebelum berangkat kerja orang sarapan terlebih dahulu; kemudian

jam dua belas sampai satu siang adalah waktu untuk istirahat; kemudian jam empat sore adalah waktunya untuk pulang kerja; dan terakhir malam hari adalah waktunya untuk beristirahat.

**d. Faktor Perilaku:** Para ahli meneliti adanya pengaruh suasana terhadap perilaku manusia. Misalnya suasana kelas, pesta, rumah ibadah, kerumunan orang yang menonton penjual obat di pinggir jalan, antri beli tiket bioskop, semuanya berpengaruh pada perilaku manusia.

**e. Teknologi:** Marshall McLuhan menunjukkan bahwa teknologi komunikasi sangat berpengaruh pada perilaku komunikasi orang. Misalnya penemuan mesin cetak telah mengubah masyarakat pedesaan/tribal menjadi masyarakat yang lebih modern dengan pola pikir yang lebih rasional, kritis, logis, dan individualis.

**f. Faktor-faktor Sosial:** Adanya kedudukan dan peranan serta karakteristik populasi dalam suatu masyarakat akan menata perilaku orang-orang dalam masyarakat tersebut. Karakteristik populasi itu misalnya usia, kecerdasan, jenis kelamin, kompetensi, dan sebagainya.

**g. Lingkungan Psikologi:** Yang dimaksud adalah bahwa persepsi orang tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau mengecewakan akan mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam lingkungan di mana dia berada. Kajian dalam komunikasi organisasi menunjukkan bahwa iklim komunikasi berpengaruh pada hubungan antara atasan-bawahan atau hubungan antara orang-orang yang sama atau setingkat dalam organisasi tersebut.

## 2. Budaya Yang Mempengaruhi Karakter Siswa

Banyak budaya yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang sehingga menjadi sebuah kebiasaan yang sama dalam lingkungannya. Salah satunya adalah budaya sekolah yang membiasakan siswa-siwinya untuk memiliki sebuah kebiasaan yang sama dalam lingkungan sekolah. MAN 2 Model Medan merupakan salah satu sekolah yang menerapkan budaya sekolah untuk membentuk karakter yang disiplin, jujur, dan sopan santun pada siswa-siswinya. Karakter-karakter tersebut dibentuk melalui komunikasi persuasif yang dilakukan oleh guru kepada siswa dalam menerapkan budaya sekolah.

Terkait pelaksanaan pendidikan karakter melalui ranah pengembangan budaya sekolah dan pusat kegiatan belajar, madrasah melakukannya melalui kegiatan

pengembangan diri, baik berupa kegiatan rutin, kegiatan spontan, keteladanan, dan pengkondisian. Untuk kegiatan rutin, bentuknya meliputi: upacara hari senin, upacara hari besar kenegaraan, piket kelas, shalat berjamaah, berdoa sebelum pelajaran dimulai dan diakhiri, mengucapkan salam apabila bertemu guru, tenaga pendidik, dan teman, serta tadarus sebelum jam pelajaran dimulai. Adapun kegiatan spontan yang dilaksanakan meliputi kegiatan mengumpulkan sumbangan ketika ada teman yang terkena musibah dan kegiatan mengumpulkan sumbangan untuk masyarakat ketika terjadi bencana. Bentuk keteladanan yang dilaksanakan adalah guru menjadi contoh pribadi yang bersih, rapi, ramah, dan supel. Selain itu, guru juga dituntut untuk menjadi teladan dalam berperilaku di sekolah maupun di masyarakat. Sedangkan bentuk pengkondisian yang dilaksanakan meliputi: mengkondisikan toilet yang bersih, adanya tempat sampah di setiap ruangan, halaman yang hijau dengan pepohonan, adanya poster kata-kata bijak yang dipajang di lorong sekolah dan di dalam kelas, mengelola konflik antar guru supaya tidak menjurus kepada perpecahan, serta menghilangkan konflik antar guru. (Jurnal Sukirman Akmal Hawi Alimron: 2017:308).

## **H. Teori Belajar Sosial**

Teori belajar sosial dikenalkan oleh Albert Bandura, yang mana konsep dari teori ini menekankan pada komponen kognitif dari pikiran, pemahaman dan evaluasi. Menurut Bandura, orang belajar melalui pengalaman langsung atau pengamatan (mencontoh model). Orang belajar dari apa yang ia baca, dengar, dan lihat di media, dan juga dari orang lain dan lingkungannya.

Albert Bandura mengemukakan bahwa seorang individu belajar banyak tentang perilaku melalui peniruan / modeling, bahkan tanpa adanya penguat (reinforcement) sekalipun yang diterimanya. Proses belajar semacam ini disebut *observational learning* atau pembelajaran melalui pengamatan. Albert Bandura (1971), mengemukakan bahwa teori pembelajaran sosial membahas tentang (1) bagaimana perilaku kita dipengaruhi oleh lingkungan melalui penguat (reinforcement) dan *observational learning*, (2) cara pandang dan cara pikir yang kita miliki terhadap informasi, (3) begitu pula sebaliknya, bagaimana perilaku kita mempengaruhi lingkungan kita dan menciptakan penguat (reinforcement) dan *observational opportunity*.

Teori belajar sosial menekankan *observational learning* sebagai proses pembelajaran, yang mana bentuk pembelajarannya adalah seseorang mempelajari perilaku dengan mengamati secara sistematis imbalan dan hukuman yang diberikan kepada orang lain.

Dalam *observational learning* terdapat empat tahap belajar dari proses pengamatan atau modeling. Proses yang terjadi dalam *observational learning* tersebut antara lain :

- a. Atensi, dalam tahapan ini seseorang harus memberikan perhatian terhadap model dengan cermat.
- b. Retensi, tahapan ini adalah tahapan mengingat kembali perilaku yang ditampilkan oleh model yang diamati maka seseorang perlu memiliki ingatan yang bagus terhadap perilaku model.
- c. Reproduksi, dalam tahapan ini seseorang yang telah memberikan perhatian untuk mengamati dengan cermat dan mengingat kembali perilaku yang telah ditampilkan



oleh modelnya maka berikutnya adalah mencoba menirukan atau mempraktekkan perilaku yang dilakukan oleh model.

d. Motivasional, tahapan berikutnya adalah seseorang harus memiliki motivasi untuk belajar dari model.

## I. Teori Behaviorisme

Tokoh aliran ini adalah **John B. Watson (1878 – 1958)** yang di Amerika dikenal sebagai bapak Behaviorisme. Teorinya memumpunkan perhatiannya pada aspek yang dirasakan secara langsung pada perilaku berbahasa serta hubungan antara stimulus dan respons pada dunia sekelilingnya. Menurut teori ini, semua perilaku, termasuk tindak balas (respons) ditimbulkan oleh adanya rangsangan (stimulus). Jika rangsangan telah diamati dan diketahui maka gerak balas pun dapat diprediksikan. Watson juga dengan tegas menolak pengaruh naluri (*Instinct*) dan kesadaran terhadap perilaku. Jadi setiap perilaku dapat dipelajari menurut hubungan stimulus - respons

Behaviorisme lahir sebagai reaksi terhadap introspeksionisme dan juga psikoanalisis. Behaviorisme ingin menganalisis hanya perilaku yang nampak saja, yang dapat diukur, dilukiskan, dan diramalkan. Belakangan, teori kaum behavioris lebih dikenal dengan nama teori belajar, karena menurut mereka seluruh perilaku manusia kecuali *instink* adalah hasil belajar. Belajar artinya perubahan perilaku organisme sebagai pengaruh lingkungan. Behaviorisme tidak mau mempersoalkan apakah manusia baik atau jelek, rasional atau emosional; behaviorisme hanya ingin mengetahui bagaimana perilakunya dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan. Dari sinilah timbul konsep “**manusia mesin**” (*Homo Mechanicus*).



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan metode penelitian secara kualitatif dengan mendeskripsikan dan menganalisis suatu kejadian, atau peristiwa sesuai dengan masalah yang diangkat oleh peneliti. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk melakukan pendekatan secara mendalam kepada guru dan siswa yang menjadi subjek dan juga objek pembentukan karakter. Dengan begitu peneliti dapat menggali dan memahami masalah yang mendasari pembentukan karakter siswa melalui budaya sekolah yang diterapkan.

#### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan, JL. Williem Iskandar, No 7 A, Medan.

#### **2. Waktu Penelitian**

Rentang waktu yang akan digunakan dalam proses penelitian ini adalah satu bulan. Rentang waktu yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian yakni mulai dari tanggal 15 Juli 2019 sampai 07 Agustus 2019.

## B. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah darimana data dapat diperoleh peneliti. Peneliti menggunakan teknik wawancara dalam mengumpulkan data yang diperlukan sesuai dengan apa yang ingin diteliti oleh peneliti. Sumber data yang diperoleh berupa jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh informan. Peneliti juga menambahkan data berupa rekaman suara dan dokumentasi.

## C. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti mengumpulkan data-data untuk memenuhi penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan cara observasi dan wawancara secara tatap muka.

### 1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan menyaksikan langsung, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau *observer* dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya. Peneliti akan terjun langsung ke lapangan dan melakukan riset ditempat yang telah ditentukan.

### 2. Metode Wawancara

Wawancara adalah cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi dari responden dengan cara bertatap muka langsung. Namun demikian wawancara juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan sarana komunikasi yang ada seperti telepon dan internet. Wawancara dilakukan sebagai tanya jawab atau tatap muka

perorangan dengan melakukan pertemuan peneliti dengan informan. Dalam bentuknya yang paling sederhana wawancara terdiri atas sejumlah pertanyaan yang dipersiapkan oleh peneliti dan diajukan kepada seseorang mengenai topik penelitian secara tatap muka, dan peneliti merekam jawabanjawabannya sendiri.

Wawancara yang dilakukan peneliti dengan cara menanyakan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, untuk memenuhi penelitian. Peneliti juga akan menggunakan alat bantu rekaman suara untuk melakukan sesi wawancara. Wawancara yang dilakukan peneliti dengan melakukan pendekatan kepada orang yang bersangkutan dan mengenal lebih dalam karakter dari seseorang tersebut.

Adapun informan yang terkait dengan penelitian ini meliputi:

1. Guru Bimbingan Konseling
2. Guru Wali Kelas
3. Guru Agama
4. Guru dan Staff Kesiswaan
5. Siswa-siswi

### 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi dimaksudkan untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data berupa catatan atau dokumen yang tersedia serta pengambilan gambar di sekitar objek penelitian yang akan dideskripsikan pembahasan yang akan membantu dalam penyusunan hasil akhir penelitian.

## D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen seperti alat-alat bantu untuk menulis dan merekam untuk melakukan wawancara tanya jawab yang akan dilakukan oleh peneliti. Instrumen yang digunakan dengan menggunakan pedoman observasi dan wawancara, dengan alat bantu perekam seperti handycam, buku catatan, dan kamera untuk melakukan sesi wawancara dengan informan.

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan bahkan merupakan bagian yang sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan, analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dengan menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*) adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian padapenyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, proses ini berlangsung terus menerus. Reduksi data meliputi: meringkas data, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus.
2. Penyajian Data (*Data Display*) yang diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian dipilih antara yang dibutuhkan dan yang tidak dibutuhkan, lalu dikelompokkan kemudian diberi batasan masalah.
3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verivication*) Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep dasar penelitian. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud

yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian tersebut lebih tepat dan obyektif.

Analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara dianalisis dengan menggunakan deskriptif kualitatif. Dengan cara menarik kesimpulan dari permasalahan-permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam bentuk wawancara dan dirancang menjadi sebuah gambaran yang peneliti terhadap masalah yang diangkat dan menjadikan kesimpulan.

## **F. Pengujian Kredibilitas**

Pengujian kredibilitas merupakan untuk menguji kebenaran dari data yang terkumpul dengan melakukan triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding suatu data. Triangulasi data atau sering disebut juga dengan Triangulasi Sumber adalah metode yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana deikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survey.

Terdapat 3 triangulasi yaitu triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, dan yang terakhir adalah triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/30/19

Access From (repository.uma.ac.id)



## DAFTAR PUSTAKA

- Alang, M. Sattu, dkk. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Makassar: Alauddin Press.
- Daryanto, Hery Tarno. (2015). *Pengelolaan Budaya dan Iklim Sekolah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- LittleJohn, Stephen W dan Karen A. Foss. (2013). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Perloff, Richard M. (2003). *The Dynamics of Persuasion*. New York: Routledge.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ritonga, M. Jamiluddin. (2005). *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Elly M, Kama Abdul Hakam, Ridwan Effendi. (2014). *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- T.O. Ihromi. (2016). *Pokok-Pokok Antropologi Budaya*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

### Skripsi

- Aen Istianah Efiati. 2015. *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Diastu Karlinda. 2013. *Teknik Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Program Keahlian Administrasi Perkantoran Di Smk Muhammadiyah 2 Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Eva Maryamah. 2016. Pengembangan Budaya Sekolah. IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Irrijal, Arif Rahman, Restu. 2017. Implementasi Manajemen Mutu Terpadu di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Model Medan, Sumatera Utara.
- Naniek Sulistya Wardani. 2015. Pengembangan Nilai-Nilai Budaya Sekolah Berkarakter. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Nisful Laily Zain / Nomosleca. 2017. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa.
- Nur Apni Oktafiah. 2017. Komunikasi Guru dan Murid Dalam Membentuk Akhlakul Karimah. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sukirman Akmal Hawi Alimron. 2017. Pelaksanaan Pendidikan Karakter Di Madrasah Aliyah Negeri 2 Palembang.

### **Internet**

- Bagus, S. (2010, Maret 02). *All About Theory*. Retrieved Maret 10, 2019, from Defenisi Teori Belajar Sosial: <http://all-about-theory.blogspot.com/2010/03/definisi-teori-belajar-sosial.html>.
- Heru. 2017. Komunikasi Persuasif. Diakses pada 18 November 2018 dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-persuasif>.
- Inovy. (2017). Teori Komunikasi Menurut Para Ahli. Diakses pada 02 Desember 2018 dari Teori Komunikasi Persuasiof: <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-persuasif>.
- Reservin, E. (t.thn.). *Terori Komunikasi*. Dipetik September 15, 2019, dari [https://www.academia.edu/6548719/TEORI\\_KOMUNIKASI\\_COMMUNICATION\\_THEORY](https://www.academia.edu/6548719/TEORI_KOMUNIKASI_COMMUNICATION_THEORY)

## DOKUMENTASI



### (Wawancara dengan Informan I)

Nama : Al Farsi, S.Pd  
Usia : 30 Tahun  
Jabatan : Staff Kesiswaan, Wali Kelas, dan Guru Olahraga  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan



**(Lapangan Utama MAN 2 Model Medan)**



**(Wawancara dengan Informan II)**

Nama : Dra. Nur Asmah Harahap, MA  
Usia : 53 Tahun  
Jabatan : Guru Akidah Akhlak, WKM Kesiswaan  
Lokasi Wawancara : Ruang WKM Kesiswaan MAN 2 Model Medan



**(Wawancara dengan Informan II)**



**(Wawancara dengan Informan III)**

Nama : Khairun Naim, S.Pd.I  
Usia : 32 Tahun  
Jabatan : Guru Bimbingan Konseling, Staff Kesiswaan  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan



#### **(Wawancara dengan Informan IV)**

Nama : Muhammad Fajar Afriza,S.Pd  
Usia : 24 Tahun  
Jabatan : Wali Kelas, Guru Seni Budaya  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan



### **(Wawancara dengan Informan V)**

Nama : Sabrina Aulia  
Usia : 17 Tahun  
Kelas : XII IPA 6  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan



**(Wawancara dengan Informan VI)**

Nama : Annisa Salsabila  
Umur : 15 Tahun  
Kelas : XI IPS 4  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan





### **(Wawancara dengan Informan VII)**

Nama : Muhammad Reza  
Usia : 17 Tahun  
Kelas : XII IPA 9  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan



**(Wawancara dengan Informan VIII)**

Nama : M. Irsyarif Mahfudz  
Usia : 15 Tahun  
Kelas : XI IPA 2  
Lokasi Wawancara : MAN 2 Model Medan



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate, Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7367148, 7364348, 7360781 Fax (061) 7368988 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setelabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8201956 Fax: (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ\_medan@uma.ac.id

Nomor : 60 /FIS.3/01.10/VII/2019  
Lamp : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

09 Juli 2019

Yth,  
Ka. Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan  
Jl. Williem Iskandar Nomor 7 A

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Ade Riska Jumaizah  
N P M : 158530025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan, dengan judul Skripsi "**Strategi Komunikasi Persuasif Guru Dalam Penerapan Budaya Sekolah untuk Membentuk Karakter Siswa Di MAN 2 Model Medan**"

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Heri Kusmanto, MA

CC : File,-



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA MEDAN  
MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 MODEL MEDAN**

Jalan Willem Iskandar No. 7A Medan 20222, Telepon (061) 7332832  
Website : [www.man2modelmedan.sch.id](http://www.man2modelmedan.sch.id) - Email : [man2medan@kemenag.go.id](mailto:man2medan@kemenag.go.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : B.1136 /Ma.02.07/PP.00.6/08/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Darussalim, S.Ag, S.Pd, M.Si  
NIP : 19720508 199803 1 004  
Jabatan : Plt.Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : ADE RISKHA JUMAIZAH  
NPM : 158530025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas : Universitas Medan Area

Benar nama tersebut di atas telah melaksanakan Pengambilan Data/Riset di Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan pada tanggal 15 Juli 2019 s.d 7 Agustus 2019 dengan Judul Skripsi: "STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GURU DALAM PENERAPAN BUDAYA SEKOLAH UNTUK MEMBENTUK KARAKTER SISWA DI MAN 2 MODEL MEDAN."

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 7 Agustus 2019  
  
Darussalim, S.Ag, S.Pd, M.Si  
NIP. 19720508 199803 1 004

