

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Komunikasi Persuasif

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi dikatakan berhasil apabila komunikasi itu mampu mengubah sikap dan tindakan seseorang secara sukarela, salah satu caranya dengan menggunakan komunikasi persuasif (Susanto, 1993). Effendy (1998) mengemukakan bahwa “komunikasi persuasif adalah suatu komunikasi yang dilakukan dengan cara-cara persuasif, yakni mengandung ajakan atau himbauan. Komunikasi persuasif berusaha mendorong atau merangsang seseorang berbuat sesuatu seperti apa yang kita kehendaki.

Hal ini mengandung makna bahwa komunikasi persuasif itu merupakan salah satu cara bagi seseorang untuk membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan dari pembujuk dan dengan senang hati tanpa merasa dipaksa. Istilah persuasi bersumber dari bahasa latin, *persuasion* yang kata kerjanya adalah *komunikane* yang berarti membujuk, mengajak atau merayu (Effendy, 1998). Terdapat beberapa definisi tentang persuasi yang dikutip Malik (1994), di antaranya:

1. Applbaum dan Anatol mendefinisikan persuasi sebagai proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.

2. Andersen membatasi definisi persuasi sebagai suatu proses komunikasi interpersonal dimana komunikator berupaya dengan menggunakan lambang-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima. Jadi, secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan oleh komunikator.
3. Miller mengatakan bahwa persuasi dapat dipandang sebagai segala upaya untuk mempengaruhi orang, kelompok orang atau masyarakat,
4. Harjo mendefinisikan persuasi sebagai proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan nonverbal.

Rakhmat (2007) mengemukakan “persuasif adalah proses komunikasi untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri”. Menurut Malik (1994), komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi dimana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya. Dengan demikian, komunikasi persuasif yang dilakukan guru bertujuan untuk mempengaruhi pikiran dan tingkah laku siswa agar berbuat sebagaimana yang dikehendaknya. Hal ini sejalan dengan pendapat Wijaya (1993) bahwa komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tingkah laku seseorang, kelompok, untuk kemudian melakukan tindakan/ perbuatan sebagaimana dikehendaki.

Guru dalam kegiatan belajar di kelas menggunakan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi pikiran siswa dengan memberikan berbagai materi

yang sesuai dengan kemampuan siswa, melalui proses interaksi di antara mereka. Melalui interaksi komunikasi persuasif ini, guru terlibat secara penuh dalam mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku siswanya agar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan guru dalam belajar. Tujuan demikian hanya dapat dicapai manakala seorang guru mampu menyampaikan pesannya dengan pendekatan psikologis, dan pesan seperti itulah yang disebut persuasif.

Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yakni hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara ini, aspek simpati dan empati seseorang digugah, sehingga muncul proses senang pada diri orang yang dipersuasi (Mar'at, 2000). Menurut Applbaum (dalam Malik, 1994) terdapat beberapa karakteristik dan batas-batas yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan definisi persuasi, secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Semua situasi mengandung komunikasi simbolik, yaitu penyampaian dan penerimaan isyarat-isyarat verbal atau nonverbal. Komunikasi manusia melibatkan simbol-simbol verbal dan nonverbal. Simbol-simbol verbal adalah kata-kata yang menunjukkan benda, manusia, perasaan. Simbol-simbol verbal tersebut dapat berupa simbol lisan maupun tulisan. Simbol non-verbal ialah semua perilaku simbolik yang diperlihatkan oleh sumber atau penerima dalam situasi persuasif.
2. Persuasi adalah sebuah proses yang kompleks. Persuasi merupakan proses komunikasi dan segala sesuatu yang terjadi di dalam usaha mempengaruhi

sikap orang lain dengan cara penyampaian stimuli atau pesan yang bersifat dinamis dan berkelanjutan.

3. Para komunikator pada umumnya berusaha mendapatkan respon tertentu dari pendengar mereka.
4. Peranan komunikator dapat berganti dalam situasi persuasif. Misalnya ketika seorang ayah meminta maaf atas kelakuan anaknya kepada tamu, maka si ayah berkedudukan sebagai komunikator. Tetapi ketika anaknya menjelaskan arti perilaku itu kepada ayahnya, maka ia menjadi sumber dan ayahnya menjadi penerima.
5. Sebagian besar situasi persuasif melibatkan sedikitnya dua individu/kelompok, seperti pengacara-juri, guru-siswa, orangtua-anak dan sebagainya.
6. Persuasi berlangsung dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang merupakan pelaku, baik sebagai sumber maupun sasaran persuasi dalam percakapan dengan keluarga, teman-teman dan lain-lain.
7. Usaha-usaha persuasi tidak selalu berhasil.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa persuasi adalah suatu upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi, dan halus dengan akibat munculnya kesadaran, kerelaan dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai yang dikatakan komunikator.

2.1.1.2 Model Komunikasi Persuasif

Model proses persuasi terbaru berakar pada model respon kognitif Greenwald. Pada model Greenwald (dalam Severin dan James, 2009), dinyatakan bahwa perubahan sikap dimediasikan oleh pemikiran-pemikiran yang terjadi di benak penerima pesan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa daya tahan sebuah pesan dan penerimaan sebuah pesan adalah dua hal berbeda. Seseorang dapat mempelajari materi dalam sebuah pesan tanpa mengalami perubahan sikap. Dalam kasus persuasi tertentu penerima pesan mempertimbangkannya, menghubungkannya dengan sikap-sikap, pengetahuan, dan perasaan yang ada. Dalam melakukan hal itu, penerima pesan mengulang-ulang materi kognitif yang telah tersimpan. Respon kognitif terhadap sebuah pesan persuasif itu merupakan sebuah bagian penting proses persuasi yang seharusnya tidak diabaikan.

Severin dan James (2009) mengungkapkan “Model-model utama proses persuasi yakni: (1) teori pemrosesan-informasi (*information processing theory*) McGuire; (2) model kemungkinan elaborasi (*elaboration likelihood model*) Petty dan Cacioppo; (3) model sistematis-heuristik (*heuristic-systematic model*) Chaiken, Liberman, dan Eagly”. Ketiga model di atas akan diuraikan sebagai berikut.

1. Teori pemrosesan-informasi McGuire menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, yang masing-masing tahap merupakan kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahapan selanjutnya. Tahap-tahap tersebut adalah: (a) pesan persuasif harus dikomunikasikan, (b) penerima akan memerhatikan pesan, (c) penerima akan memahami pesan, (d) penerima

terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan, (e) tercapai posisi adopsi baru, dan (f) terjadi perilaku yang diinginkan.

2. Model sistematis-heuristik mendeskripsikan dua cara pemrosesan pesan-pesan persuasif-sistematis dan heuristik. Pemrosesan sistematis merefleksikan pengamatan yang hati-hati, analitis, dan sungguh-sungguh terhadap pesan. Orang harus dimotivasi untuk mempraktikkan pemrosesan sistematis, dan ini sebaliknya dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel situasi seperti tekanan waktu atau kurangnya keahlian di bidang tertentu. Pemrosesan heuristik adalah cara yang lebih sederhana yang menggunakan aturan-aturan atau skema prediksi untuk membentuk penilaian atau membuat keputusan.
3. Model kemungkinan elaborasi menyebutkan bahwa terdapat dua rute menuju perubahan sikap-rute sentral dan rute eksternal. Rute sentral dipakai ketika penerima secara aktif memproses informasi dan terbujuk oleh rasionalitas argument. Rute eksternal dipakai ketika penerima tidak mencurahkan energi kognitif untuk mengevaluasi argumen dan memproses informasi di dalam pesan dan lebih dibimbing oleh isyarat-isyarat eksternal, di antaranya kredibilitas sumber, gaya, dan format pesan, suasana hati penerima, dan sebagainya. Apabila rute sentral yang menuju persuasi adalah aktif, maka penerima dikatakan terlibat dalam elaborasi tinggi. Apabila yang aktif adalah rute eksternal, berarti penerima terlibat dalam elaborasi rendah.

Dari ketiga model proses persuasi di atas, penulis menitik beratkan pada model proses persuasi menurut McGuire. Severin dan James (2009) mengungkapkan “Teori pemrosesan-informasi McGuire memberi sebuah

pandangan yang baik tentang proses perubahan sikap, karena melibatkan semua variabel/ komponen dalam perubahan sikap”. Lebih lanjut teori McGuire dinyatakan bahwa berbagai variabel independen dalam situasi komunikasi dapat memiliki efek pada salah satu atau lebih dari satu di antara tahapan-tahapan perubahan sikap. Variabel seperti kemampuan seorang komunikator (guru) yang baik dalam memberikan pesan akan berpengaruh besar terhadap pesan apa yang disampaikannya. Karena semakin baik seorang komunikator, maka akan semakin mudah seseorang menerima pesan tersebut, demikian juga sebaliknya.

2.1.1.3 Tahap Proses Persuasif

Pada tahun 1989, McGuire mempresentasikan 12 (dua belas) tahap dalam output atau variabel dependen yang mendukung proses persuasi, yakni: (1) paparan pada komunikasi; (2) perhatian terhadapnya; (3) rasa suka atau tertarik padanya; (4) memahaminya (mempelajari sesuatu); (5) pemerolehan keterampilan (belajar cara); (6) terpengaruh/ menurutinya (perubahan sikap); (7) penyimpanan isi dalam memori dan/atau kesepakatan; (8) pencarian dan pemunculan kembali informasi; (9) pengambilan keputusan berdasarkan pemunculan kembali informasi; (10) berperilaku sesuai dengan keputusan; (11) penguatan terhadap tindakan-tindakan yang diinginkan; dan (12) konsolidasi pasca perilaku. Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa persuasi merupakan salah satu metode komunikasi sosial, yang menyebabkan orang bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati, dengan suka rela dan tanpa merasa dipaksa oleh siapapun. Kesiediaan itu timbul dari dalam dirinya sebagai

akibat adanya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan (Severin dan James, 2009).

Sejalan dengan model perubahan sikap menurut teori McGuire, Effendy (1998) menyatakan

Persuasi bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, yang dilakukan secara halus, luwes dan mengandung sifat-sifat manusiawi. Akibat dari kegiatan persuasi adalah kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang. Persuasi dapat dilakukan baik secara rasional maupun emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek-aspek yang dipengaruhi dapat berupa ide ataupun konsep, sehingga pada orang tadi terbentuk keyakinan.

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

Keberhasilan komunikasi persuasif adalah bagaimana keterlibatan penerima pesan. Guru melibatkan diri dengan siswa melalui pesan yang disampaikan, melalui kata-kata, ajakan, penempatan posisi mengajar. Penerima pesan (siswa) akan memberikan pandangan terhadap guru yang dapat menumbuhkan situasi yang bersifat membangun (konstruktif), sehingga siswa memiliki komitmen untuk bersedia terlibat dalam proses pembelajaran. Azwar (1995) mengemukakan “Dalam proses pembelajaran, peserta didik memiliki suatu harapan berupa nilai ekspektansi, sesuai dengan bunyi teorinya bahwa manusia

belajar akan suatu harapan atau ekspektansi yaitu adanya rasa percaya terhadap respon yang bertujuan positif atau negatif". Bila memiliki kepercayaan berarti ekspektansi selalu mendapat konfirmasi secara konsisten. Dengan dasar kepercayaan ini sikap individu terhadap suatu hal dapat dibentuk.

Komunikasi persuasif dalam pendidikan memiliki tujuan untuk timbulnya rasa percaya dari penerima pesan agar mengikuti pesan yang disampaikan melalui cara bagaimana membangun perhatian siswa, sehingga proses pembelajaran diharapkan dapat berlangsung efektif, sumber mampu membangun minat dari sasaran yang dihadapi dalam hal ini siswa. Menurut Larson (dalam Suranto, 1986), proses persuasi tergantung kepada lima tahapan sebagai berikut:

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

Dengan demikian komunikasi persuasif dapat dikatakan berhasil apabila komunikator dalam hal ini adalah guru mampu mengemas pesan yang dapat menyakinkan siswa. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi persuasif guru adalah kemampuan guru memaparkan ide/gagasan dalam pembelajaran dengan menggunakan pesan secara verbal dan non-

verbal, yang dilakukan secara membujuk untuk mengubah siswa agar secara suka rela dan senang hati mengikuti arahan guru.

2.1.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif

Effendy (1998) mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai pertanyaan yang diajukan itu, yaitu: (1) komunikator; (2) pesan; (3) media; (4) komunikan; dan (5) efek. Jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

1. Komunikator

Efektivitas dan keberhasilan proses komunikasi persuasif tidak bisa lepas dari komunikator dan kepiawaiannya dalam menyampaikan pesan-pesan yang dapat meyakinkan komunikan tentang kebenaran dan pentingnya pesan yang ia sampaikan. Karena itu, peran dan pengaruh komunikator sangat besar. Dalam proses komunikasi, pesan yang diterima komunikan bukan hanya ditentukan oleh isi pesan (*content*) saja, melainkan oleh berbagai faktor, dan faktor tersebut yang terpenting adalah komunikator.

Komunikator pada hakikatnya tidak hanya mengkomunikasikan sebuah pesan, tetapi dirinya sendiri adalah pesan itu sendiri. Ada tiga faktor

yang mempengaruhi efektivitas komunikator dalam menyampaikan pesan, yang oleh Aritoteles disebut ethos yang merupakan seperangkat persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator, yaitu: kredibilitas, daya tarik dan kekuasaan (Rakhmat, 2007).

a. Kredibilitas Komunikator

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang diri komunikator. Kredibilitas adalah bagaimana seorang komunikator ulung dinilai dan dipercaya oleh individu yang menerima komunikasi, hal ini berlaku pada bidang-bidang tertentu. Dengan kata lain, kredibilitas merupakan persepsi komunikasi tentang diri komunikator yang berkaitan dengan tinggi keahlian, dapat dipercaya, kompetensi, dinamisme dan karismatik. Jika kredibilitas komunikator rendah maka ada kecenderungan komunikasi akan mengabaikan pesan yang disampaikan komunikator, hal ini akan menyebabkan komunikasi tidak berjalan efektif.

Rakhmat (2007) menyatakan “Kredibilitas adalah persepsi komunikasi, jadi tidak inheren dalam diri komunikator. Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator (komponen-komponen kredibilitas)”. Dalam kredibilitas ada yang disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas yang paling utama, yaitu keahlian, adalah kesan yang dibentuk komunikasi tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Misalnya, komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, ahli, berpengalaman ataupun terlatih dan sebaliknya. Selain itu, komponen kepercayaan, adalah

kesan komunikasi tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Misalnya, seorang komunikator dinilai jujur, bermoral, sopan, etis atau tidak etis.

b. Daya Tarik Komunikator

Effendy (2003) mengemukakan “Dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan apa yang disebut *A-A Procedure* atau *Attention to Action Procedure*, yang merupakan penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat *AIDDA*, yaitu: *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan) dan *Action* (kegiatan)”. Proses pentahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian. Dalam hubungan ini komunikator harus menimbulkan daya tarik. Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya, dengan lain perkataan pihak komunikasi merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga dengan demikian komunikasi bersedia untuk dapat menerima pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator.

Seorang komunikator dituntut untuk memiliki daya tarik, baik secara fisik maupun psikologis. Daya tarik fisik dari seorang komunikator juga turut berperan pada proses persuasi, demikian juga daya tarik psikologis. Seorang komunikator yang mempunyai daya tarik fisik secara sosial lebih mendapat perhatian, lebih dihargai dan diterima. Bahkan dalam setiap

awal interaksi yang dilakukan sering kali mendapat *feedback* yang positif. Daya tarik fisik memang tidak sepenuhnya menjamin komunikan akan menerima pesan yang disampaikan komunikator sehingga diperlukan juga daya tarik psikologis dari seorang komunikator.

Dalam banyak hal kemiripan dan kesamaan antara komunikator dan komunikan dapat meningkatkan daya tarik yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. Selain itu juga didukung dengan adanya keterbukaan (*extroversion*), ketenangan (*composure*), kemampuan bersosialisasi (*sociability*), dan karisma. Jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator mempunyai sifat-sifat yang menarik, maka akan mendorong keterlibatan keduanya dalam hubungan komunikasi yang menyenangkan.

Pada umumnya orang lebih tertarik kepada orang lain yang berpandangan sama dengan dirinya. Prinsip adanya kesamaan ini menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan komunikasi. Seorang komunikator yang mempunyai kesamaan dengan komunikan akan lebih mungkin memberikan daya tarik dari pada komunikator yang saling berbeda dalam banyak hal dengan komunikan. Di samping itu, kita juga lebih menyenangi komunikator yang berpenampilan menarik cantik atau tampan. Komunikator dengan penampilan menarik atau dalam kata lain memiliki atraksi fisik dan kesamaan cenderung dapat menjadi komunikator yang efektif.

c. Kekuasaan Komunikator

Di samping kredibilitas dan daya tarik, kekuasaan termasuk salah satu komponen karakteristik komunikator yang mempengaruhi perubahan sikap komunikan. Kelman (dalam Rakhmat, 2007) mengatakan “Kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan. Kekuasaan seorang komunikator dapat memaksakan kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumberdaya yang sangat penting”. Raven dalam (Rakhmat, 2007) mengklasifikasikan lima jenis kekuasaan yaitu:

- (1) Kekuasaan koersif (*koersif power*), yaitu kekuasaan yang menunjukkan kemampuan komunikator untuk mendatangkan ganjaran atau memberikan hukuman pada komunikan.
- (2) Kekuasaan keahlian (*expert power*), kekuasaan ini bersumber dari pengetahuan, pengalaman, ketrampilan atau kemampuan yang dimiliki komunikator.
- (3) Kekuasaan informasional (*informational power*), kekuasaan ini berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki oleh komunikator.
- (4) Kekuasaan rujukan (*referent power*), komunikator dikatakan memiliki kekuasaan rujukan bila ia berhasil menanamkan kekaguman pada komunikan sehingga seluruh perilakunya diteladani.
- (5) Kekuasaan legal (*legimate power*), kekuasaan ini berasal dari seperangkat peraturan atau norma yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa sumber atau komunikator yang dalam penelitian ini adalah guru harus memiliki kredibilitas, daya tarik dan kekuasaan di mata komunikan (siswa), agar dapat mewujudkan komunikasi yang efektif. Melalui komunikasi yang efektif tersebut, komunikator atau guru cenderung dapat merubah sikap siswa sehingga tercapai tujuan pembelajaran yang ingin dicapai.

2. Pesan

Perancangan pesan yang baik merupakan hal yang penting dalam kegiatan komunikasi. Santoso (dalam Malik, 1994) mengatakan “Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator”. Sedangkan menurut Simons (dalam Soemirat, 2000), “Pesan secara sederhana dapat dikatakan bahwa pesan (*message*) adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Di dalamnya terdiri dari disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan, serta materi yang disajikan”. Dalam konteks yang lebih sempit, pemilihan terhadap kata-kata dan tanda-tanda non-verbal, secara bersama-sama merupakan presentasi atau penampilan pesan. Pesan harus mempunyai tema sebagai usaha untuk memberikan pengaruh di dalam mengubah sikap dan tingkah laku. Pesan itu terdiri dari berbagai teknik seperti: pesan yang bersifat informatif, persuasif dan pesan yang bersifat kreatif.

Komunikator akan berhasil mempengaruhi komunikan apabila pesan yang disampaikan tepat, ibarat membidik dan menembaki, maka pesan yang disampaikan harus tepat dan mengena. Dalam konsep yang luas, pesan adalah segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Jadi dalam hal ini termasuk kata-kata, gerak tubuh, nada suara, reaksi penerima terhadap isi pesan, media, sumber sebagai pribadi, terhadap tindakan dan atau non tindakan yang terjadi di dalam lingkungan sosial.

Pesan sangat erat kaitannya dengan mekanisme respon-stimulus, stimulus-respon. Pesan bisa dinamis karena adanya tindakan aktif dari

komunikator dan komunikan. Seorang komunikan dapat merasakan respon komunikan, melalui isyarat yang ditunjukkan, serta rangsangan kontekstual. Dalam hal ini pesan yang dirancang secara kreatif akan menjadikan komunikasi persuasif lebih aktif. Penyampaian pesan oleh guru dapat melalui ucapan, gerak tubuh, nada suara, dan tanda-tanda non-verbal.

3. Media

Media adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Secara umum media pembelajaran mempunyai kegunaan-kegunaan sebagai berikut: (a) memperjelas penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalistis (dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan belaka), (b) mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan daya indera, dan (c) penggunaan media secara tepat dapat mengatasi sikap pasif komunikan.

4. Komunikan

Komunikan, dalam hal ini adalah siswa sebagai sasaran atau yang akan menerima pesan-pesan persuasif. Dalam komunikasi persuasif komunikan adalah sejumlah orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah. Beberapa hal yang menentukan komunikan dalam merespons pesan-pesan persuasif antara lain: keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang dimiliki oleh komunikan. Karena pentingnya ketiga konstruks psikologis tersebut dalam menentukan cara seseorang bereaksi dan merespons stimulus atau pesan tertentu maka tiga hal tersebut harus selalu diperhatikan. Dengan memahami

keyakinan komunikasi maka komunikator akan lebih mudah mendapat peluang untuk direspons positif. Demikian juga dengan pemahaman atas sikap komunikasi maka akan lebih mudah bagaimana dan kapan komunikator menyampaikan pesan persuasifnya. Selain itu faktor kebutuhan yang dimiliki oleh komunikasi juga akan memberikan kontribusi positif bagi komunikator.

5. Efek

Efek (*effect*) adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikasi sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi. Sastropetro (dalam Soemirat, 2000), mengatakan “Perubahan yang terjadi bisa berupa berubahnya sikap, pendapat, pandangan, dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri komunikasi merupakan tujuan yang utama”.

Efek yang ingin dicapai adalah adanya perubahan baik secara kognitif, afektif maupun konatif pada komunikasi. Efek kognitif berkenaan dengan pengetahuan dan pemahaman komunikasi. Efek afektif yang berhubungan dengan emosi dan kondisi psikologis komunikasi, sedangkan efek konatif berhubungan dengan sikap yang timbul sebagai akibat dari penerimaan pesan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan guru terhadap siswa akan berhasil jika disampaikan lugas dan terbuka, baik secara verbal dan non-verbal. Dalam penelitian ini komponen komunikasi persuasif terdiri dari komponen sumber komunikasi dan pesan yang disampaikan guru.

2.1.2 Kepercayaan Diri Siswa

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri berkaitan dengan hubungan kita dengan orang lain. Kepercayaan diri muncul dari setiap individu karena adanya rasa aman, penerimaan akan keadaan diri dan adanya hubungan dengan orang lain serta lingkungan yang mampu memberikan penilaian dan dukungan, sehingga mempengaruhi pertumbuhan rasa percaya diri.

Menurut Lauster (2012:4) kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri.

Kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya (Hakim , 2002:6). Hal ini bukan berarti bahwa individu tersebut mampu dan kompeten melakukan segala sesuatu seorang diri. Rasa percaya diri yang tinggi sebenarnya hanya merujuk pada adanya beberapa aspek dari kehidupan individu tersebut dimana ia merasa memiliki kompetensi, yakni mampu dan percaya bahwa dia bisa karena didukung oleh pengalaman, potensi aktual, prestasi serta harapan yang realistis terhadap diri sendiri.

Loekmono (1983) menyatakan “rasa percaya diri tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan berkaitan dengan seluruh kepribadian seseorang secara keseluruhan”. Sejalan dengan itu Angelis (2003) mengemukakan “percaya diri berawal dari tekad pada diri sendiri, untuk melakukan segalanya yang kita inginkan dan kebutuhan dalam hidup. Percaya diri terbina dari keyakinan diri sendiri, sehingga kita mampu menghadapi tantangan hidup apapun dengan berbuat sesuatu”. Dalam praktek, sikap dan kepercayaan diri seseorang ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, seseorang yang tinggi percaya dirinya memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas, dan ketidaktergantungan pada orang lain.

Erik Erikson (1902-1994) mengatakan bahwa terdapat delapan tahap perkembangan terbentang ketika kita melampaui siklus kehidupan. Masing-masing tahap terdiri dari tugas perkembangan yang khas dan mengedepankan individu dengan suatu krisis yang harus dihadapi. Bagi Erikson, krisis ini bukanlah suatu bencana, tetapi suatu titik balik peningkatan kerentanan dan peningkatan potensi.

Semakin berhasil individu mengatasi krisis, akan semakin sehat perkembangan mereka. Berikut adalah beberapa tahap krisis perkembangan menurut Erik Erikson dalam buku *Life Span Development* oleh John W. Santrok pada tahun 2002: a) Kepercayaan dan ketidakpercayaan (*trust versus mistrust*) adalah suatu tahap psikososial pertama yang dialami dalam tahun pertama kehidupan. Suatu rasa percaya menuntut perasaan nyaman secara fisik dan

sejumlah kecil ketakutan serta kekuatiran akan masa depan. Kepercayaan pada masa bayi menentukan harapan bahwa dunia akan menjadi tempat tinggal yang baik dan menyenangkan, b) Otonomi dengan rasa malu dan keragu-raguan (*autonomy versus shame and doubt*) adalah tahap perkembangan kedua yang berlangsung pada masa bayi dan baru mulai berjalan (1-3 tahun). Setelah memperoleh rasa percaya kepada pengasuh mereka, bayi mulai menemukan bahwa perilaku mereka adalah atas kehendaknya. Mereka menyadari kemauan mereka dengan rasa mandiri dan otonomi mereka. Bila bayi cenderung dibatasi maka mereka akan cenderung mengembangkan rasa malu dan keragu-raguan, c) Prakarsa dan rasa bersalah (*initiative versus guilt*) merupakan tahap ketiga yang berlangsung selama tahun-tahun sekolah. Ketika mereka masuk dunia sekolah mereka lebih tertantang dibanding ketika masih bayi. Anak-anak diharapkan aktif untuk menghadapi tantangan ini dengan rasa tanggung jawab atas perilaku mereka, mainan mereka, dan hewan peliharaan mereka. Anak-anak bertanggung jawab meningkatkan prakarsa. Namun, perasaan bersalah dapat muncul, bila anak tidak diberi kepercayaan dan dibuat mereka sangat cemas, d) Tekun dan rendah diri (*industry versus inferiority*) berlangsung selama tahun-tahun sekolah dasar. Tidak ada masalah lain yang lebih antusias dari pada akhir periode masa awal anak-anak yang penuh imajinasi. Ketika anak-anak memasuki tahun sekolah dasar, mereka mengarahkan energi mereka pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan intelektual. Yang berbahaya pada tahap ini adalah perasaan tidak kompeten dan tidak produktif, e) Identitas dan kebingungan identitas (*identity versus identity confusion*) adalah tahap kelima yang dialami individu selama

tahun-tahun masa remaja. Pada tahap ini mereka dihadapkan oleh pencarian siapa mereka, bagaimana mereka nanti, dan ke mana mereka akan menuju masa depannya. Satu dimensi yang penting adalah penjajakan pilihan-pilihan alternatif terhadap peran. Penjajakan karir merupakan hal penting. Orangtua harus mengizinkan anak remaja menjajaki banyak peran dan berbagai jalan. Jika anak menjajaki berbagai peran dan menemukan peran positif maka ia akan mencapai identitas yang positif. Jika orangtua menolak identitas remaja sedangkan remaja tidak mengetahui banyak peran dan juga tidak dijelaskan tentang jalan masa depan yang positif maka ia akan mengalami kebingungan identitas, f) Keintiman dan keterkucilan (*intimacy versus isolation*) tahap keenam yang dialami pada masa-masa awal dewasa. Pada masa ini individu dihadapi tugas perkembangan pembentukan relasi intim dengan orang lain. Saat anak muda membentuk persahabatan yang sehat dan relasi akrab yang intim dengan orang lain, keintiman akan dicapai, kalau tidak, isolasi akan terjadi. g) Bangkit dan berhenti (*generality versus stagnation*) tahap ketujuh perkembangan yang dialami pada masa pertengahan dewasa. Persoalan utama adalah membantu generasi muda mengembangkan dan mengarahkan kehidupan yang berguna (*generality*). Perasaan belum melakukan sesuatu untuk menolong generasi berikutnya adalah stagnation, h) Integritas dan kekecewaan (*integrity versus despair*) tahap kedelapan yang dialami pada masa dewasa akhir. Pada tahun terakhir kehidupan, kita menoleh ke belakang dan mengevaluasi apa yang telah kita lakukan selama hidup. Jika ia telah melakukan sesuatu yang baik dalam kehidupan lalu maka integritas tercapai. Sebaliknya, jika ia menganggap selama kehidupan lalu dengan

cara negatif maka akan cenderung merasa bersalah dan kecewa. (<http://www.psikologizone.com/teori-erikson/06511804>)

Hakim (2002), “rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri seseorang ada proses tertentu di dalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri”. Lebih lanjut Hakim (2002) mengemukakan terbentuknya rasa percaya diri yang kuat terjadi melalui proses: *Pertama*, terbentuknya kepribadian yang baik sesuai dengan proses perkembangan yang melahirkan kelebihan-kelebihan tertentu. *Kedua*, pemahaman seseorang terhadap kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan melahirkan keyakinan kuat untuk bisa berbuat segala sesuatu dengan memanfaatkan kelebihan-kelebihannya. *Ketiga*, pemahaman dan reaksi positif seseorang terhadap kelemahan-kelemahan yang dimilikinya agar tidak menimbulkan rasa rendah diri atau rasa sulit menyesuaikan diri. *Keempat* pengalaman di dalam menjalani berbagai aspek kehidupan dengan menggunakan segala kelebihan yang ada pada dirinya. Hal ini menggambarkan bahwa kepercayaan diri seseorang terbentuk dari pengaruh pengalaman-pengalaman dirinya sejak kecil, baik itu pengalaman keberhasilan ataupun kegagalan dalam suatu usaha di masa-masa yang telah lalu.

Kepercayaan diri juga membutuhkan hubungan dengan orang lain di sekitar lingkungannya dan semuanya itu mempengaruhi pertumbuhan rasa percaya diri. Secara definitif, Hasan (dalam Khusnia dan Rahayu, 2010) menjelaskan kepercayaan diri adalah keyakinan akan kemampuan diri sendiri dan menyadari kemampuan-kemampuan yang dimiliki serta dapat memanfaatkannya secara tepat. Sedangkan Fatimah (dalam Khusnia dan Rahayu, 2010) mengartikan

kepercayaan diri sebagai sikap positif seorang individu yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun lingkungan atau situasi yang dihadapinya.

Kepercayaan diri atau *Self Confidence* adalah sejauhmana individu punya keyakinan terhadap penilaiannya atas kemampuan dirinya dan sejauhmana individu bisa merasakan adanya kepastian untuk berhasil (Neill dalam Leonni dan Hadi, 2006). Sedangkan Rini (2002) menyatakan percaya diri didefinisikan juga sebagai sikap positif seorang individu yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan/ situasi yang dihadapinya. Hal ini dapat diartikan bahwa seseorang yang mampu dan kompeten melakukan segala sesuatu seorang diri, akan lebih percaya diri dalam menghadapi kehidupannya di masa sekarang dan masa yang akan datang. Dengan rasa percaya diri, orang tersebut akan dapat mengembangkan potensi dirinya ke arah positif, yang menunjang kehidupannya kelak. Dengan tingginya kepercayaan diri maka seseorang merasa optimis dalam memandang dan menghadapi sesuatu dalam hidupnya.

Seorang siswa yang diwajibkan belajar, sebagai upaya untuk mengumpulkan pengetahuan dan keterampilan yang nantinya berguna di masa mendatang, harus dapat berusaha memunculkan rasa percaya dirinya. Rasa percaya diri harus terus dikembangkan melalui proses pembelajaran dengan guru, baik di dalam maupun di luar kelas. Rasa percaya diri siswa akan terbentuk dengan adanya dukungan guru ketika siswa belajar. Hal ini dikarenakan guru merupakan seorang pendidik yang diharapkan mampu memberikan nasehat,

pengarahan, informasi pengetahuan kepada siswa, dengan harapan pada siswa akan tumbuh dan berkembang rasa percaya diri.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kepercayaan diri siswa adalah keyakinan siswa akan kemampuan dirinya sendiri dalam menyelesaikan permasalahan belajar yang dihadapi di kelas, sehingga siswa berani unjuk diri untuk mencapai prestasi belajar yang tinggi.

2.1.2.2 Peningkatan Kepercayaan Diri

Peningkatan rasa percaya diri pada siswa dapat dilakukan dengan beberapa hal, sebagaimana dikemukakan Harter (dalam Santrock, 2003) bahwa ada empat cara untuk meningkatkan rasa percaya diri siswa yaitu: (1) mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan diri; (2) dukungan emosional dan penerimaan sosial; (3) prestasi; dan (4) mengatasi masalah. Keempat hal ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan diri

Hal pertama yang harus diperhatikan ketika ingin meningkatkan rasa percaya diri siswa yaitu mengenai penyebab dari rendahnya rasa percaya diri. Kemudian diikuti dengan mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan. Kelebihan siswa diapresiasi, sementara kelemahan dibantu untuk diatasi. Siswa memiliki tingkat rasa percaya diri yang paling tinggi ketika mereka berhasil pada aspek dalam diri yang penting. Maka dari itu, siswa harus didukung untuk mengidentifikasi dan menghargai kompetensi-kompetensi mereka.

2. Dukungan emosional dan penerimaan sosial

Dukungan emosional dan persetujuan sosial dari orang lain merupakan pengaruh yang penting bagi rasa percaya diri siswa. Dukungan alternatif yang dapat diterima secara informal seperti dukungan guru, orang tua, atau teman sebaya akan berpengaruh terhadap kepercayaan diri siswa. Dukungan orang dewasa di sekeliling siswa dan teman sebaya menjadi faktor yang berpengaruh terhadap rasa percaya diri siswa.

3. Prestasi

Prestasi merupakan salah satu faktor untuk dapat memperbaiki tingkat rasa percaya diri siswa. Rasa percaya diri siswa meningkat lebih tinggi karena mereka tahu tugas-tugas penting untuk mencapai tujuan dan telah menyelesaikan tugas yang serupa. Penekanan dari pentingnya prestasi dalam meningkatkan rasa percaya diri siswa memiliki banyak kesamaan dengan konsep teori belajar sosial kognitif.

4. Mengatasi masalah

Rasa percaya diri juga dapat meningkat ketika siswa menghadapi masalah dan berusaha untuk mengatasinya, bukan. Ketika siswa memilih mengatasi masalah dan bukan menghindari, siswa menjadi lebih mampu menghadapi masalah secara nyata, jujur, dan tidak menjauhinya. Perilaku ini menghasilkan suatu evaluasi diri yang menyenangkan yang dapat mendorong terjadinya persetujuan terhadap diri sendiri yang bisa meningkatkan rasa percaya diri dan perilaku sebaliknya dapat menyebabkan rendahnya rasa percaya diri.

Siswa yang terlalu percaya pada diri sendiri sering tidak hati-hati dan bertindak seenaknya. Tingkah laku mereka jadi sering menyebabkan konflik dengan orang lain. Seorang siswa yang bertindak dengan kepercayaan diri yang berlebihan, sering memberikan kesan kejam dan lebih banyak punya lawan dari pada teman dalam pergaulannya di sekolah. Hal yang menjadi keuntungan bagi siswa yang memiliki rasa percaya diri adalah dia lebih dapat menerima kenyataan dan dapat berpikir positif sehingga dapat menyelesaikan dan menangani masalah belajarnya dengan tenang dan berhasil baik, dibanding siswa yang rendah kepercayaan dirinya.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri

Sebagaimana telah dikemukakan, rasa percaya diri siswa dapat membawa siswa kearah yang menunjang proses pembelajarannya di kelas. Siswa yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi akan lebih mudah mengikuti pelajaran dibanding siswa dengan rasa percaya diri yang rendah. Tinggi rendahnya rasa percaya diri siswa dapat disebabkan oleh pengaruh faktor-faktor tertentu di sekitar dirinya. Sejalan dengan ini Sobur (1994) mengemukakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi rasa percaya diri pada seseorang bisa berasal dari dalam dirinya sendiri dan dari luar darinya. Sedangkan Hakim (2002) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi rasa percaya diri seseorang, di antaranya: lingkungan keluarga, pendidikan formal, dan pendidikan non-formal. Faktor-faktor di atas dapat diuraikan sebagai berikut

1. Lingkungan keluarga

Keadaan lingkungan sangat mempengaruhi pembentukan awal rasa percaya diri pada seseorang. Rasa percaya diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang ada pada dirinya dan diwujudkan dalam tingkah laku sehari-hari. Rasa percaya diri baru bisa tumbuh dan berkembang baik sejak kecil, jika seseorang berada di dalam lingkungan keluarga yang baik, namun sebaliknya jika lingkungan tidak memadai menjadikan individu tersebut untuk percaya diri maka individu tersebut akan kehilangan proses pembelajaran untuk percaya pada dirinya sendiri. Pendidikan keluarga merupakan pendidikan pertama dan utama yang sangat menentukan baik buruknya kepribadian seseorang.

2. Pendidikan Formal

Sekolah bisa dikatakan sebagai lingkungan kedua bagi anak, dimana sekolah merupakan lingkungan yang paling berperan bagi anak setelah lingkungan keluarga di rumah. Sekolah memberikan ruang pada anak untuk mengekspresikan rasa percaya dirinya terhadap teman-teman sebayanya. Lebih lanjut Hakim (2002) menjelaskan bahwa rasa percaya diri siswa di sekolah bisa dibangun melalui berbagai macam bentuk kegiatan sebagai berikut: (a) memupuk keberanian untuk bertanya, (b) peran guru/ pendidik yang aktif bertanya pada siswa, (c) melatih berdiskusi dan berdebat, (d) mengerjakan soal di depan kelas, (e) bersaing dalam mencapai prestasi belajar, (f) aktif dalam kegiatan pertandingan olahraga, (g) belajar berpidato, (h) mengikuti kegiatan

ekstrakurikuler, (i) penerapan disiplin yang konsisten, dan (j) memperluas pergaulan yang sehat dan lain-lain.

3. Pendidikan non-formal

Salah satu modal utama untuk bisa menjadi seseorang dengan kepribadian yang penuh rasa percaya diri adalah memiliki kelebihan tertentu yang berarti bagi diri sendiri dan orang lain. Rasa percaya diri menjadi lebih mantap jika seseorang memiliki suatu kelebihan yang membuat orang lain merasa kagum. Kemampuan atau keterampilan dalam bidang tertentu bisa didapatkan melalui pendidikan non-formal. Secara formal dapat digambarkan bahwa rasa percaya diri merupakan gabungan dari pandangan positif diri sendiri dan rasa aman.

Guilford (1959) mengemukakan bahwa kepercayaan diri dapat dinilai melalui tiga aspek yaitu: (1) bila seseorang merasa kuat terhadap apa yang ia lakukan; (2) bila seseorang merasa dapat diterima oleh kelompoknya (merasa bahwa kelompoknya atau orang lain menyukainya); dan (3) bila seseorang percaya sekali pada dirinya sendiri serta memiliki ketenangan sikap, yaitu tidak gugup bila ia melakukan atau mengatakan sesuatu secara tidak sengaja dan ternyata hal itu salah.

Percaya diri merupakan suatu keyakinan dan sikap seseorang terhadap kemampuan pada dirinya sendiri dengan menerima secara apa adanya baik positif maupun negatif yang dibentuk dan dipelajari melalui proses belajar dengan tujuan untuk kebahagiaan dirinya. Sisi-sisi negatif ini perlu kita kelola secara

proporsional agar tidak membuahkan sikap dan perilaku yang merugikan atau merusak. Sisi-sisi negatif itu antara lain:

1. Arogansi. Artinya kita merendahkan orang lain (*looking down* atau *humiliate*) karena merasa lebih tinggi atau lebih di atas. Arogansi seperti ini ditolak oleh semua tatanan nilai di dunia ini. Sah-sah saja kita merasa lebih dari orang lain tetapi yang paling penting di sini adalah jangan sampai kita memandang rendah orang lain, apalagi menghina baik dengan kata-kata maupun perbuatan.
2. Merasa paling benar sendiri dan tidak bisa menerima kebenaran milik orang lain. Terkadang memang ada alasan untuk merasa benar tetapi yang perlu kita waspadai adalah munculnya perasaan paling benar yang membuat kita menyimpulkan orang lain semua salah. Walaupun kita benar tetapi kalau kita merasa semua orang lain salah, ini bisa membuat kita salah.
3. Menolak opini orang lain atau tidak bisa mendengarkan pendapat orang lain, saran orang lain, tidak mau mengambil pelajaran dari pengalaman orang lain atau keras kepala (*stubbornness*). Opini orang lain memang tidak semuanya perlu kita dengarkan tetapi juga tidak semuanya perlu ditolak. Ada hal-hal positif yang bisa kita ambil dari opini orang lain. Konon, salah satu faktor yang membuat para pengusaha ambruk setelah mengalami kejayaan adalah karena menolak mendengarkan opini orang lain, menolak belajar dari orang lain, bersikap fleksibel terhadap perubahan. Mereka menjadi orang yang tertutup oleh pengalaman kejayaannya selama ini.
4. Memiliki model komunikasi yang agresif, otoriter, bergaya memaksa atau tanpa empati. Model komunikasi demikian kerap menimbulkan kualitas

hubungan yang kurang “*sincere*”, di samping juga lebih banyak mengundang konflik, perlawanan atau resistensi. Secara naluri, orang lain lebih nyaman bila didekati dengan model komunikasi yang empatik, asertif atau persuasif.

5. Kurang perhitungan terhadap bahaya potensial atau kurang perhatian terhadap hal-hal yang detail. Berani menghadapi tantangan, punya keyakinan yang tinggi atas kemampuan dalam mengatasi masalah atau berpikir “*beyond the technique*” itu memang positif dan dibutuhkan. Tetapi jika ini membuat kita terbiasa menyepelkan, menganggap enteng atau *careless*, *sembrono*, dan semisalnya, tentu membahayakan.

Ketika ini dikaitkan dengan proses belajar di kelas, siswa yang memiliki kepercayaan diri rendah atau telah kehilangan kepercayaan, cenderung merasa/bersikap sebagai berikut:

1. Tidak memiliki sesuatu (keinginan, tujuan, target) yang diperjuangkan secara sungguh sungguh.
2. Tidak memiliki keputusan melangkah yang *decisive* (ngambang)
3. Mudah frustasi atau *give-up* ketika menghadapi masalah atau kesulitan
4. Kurang termotivasi untuk maju, malas-malasan atau setengah-setengah
5. Sering gagal dalam menyempurnakan tugas-tugas atau tanggung jawab (tidak optimal)
6. Canggung dalam menghadapi orang
7. Tidak bisa mendemonstrasikan kemampuan berbicara dan kemampuan mendengarkan yang meyakinkan
8. Sering memiliki harapan yang tidak realistis

9. Terlalu perfeksionis

10. Terlalu sensitif (perasa)

Sebaliknya, siswa yang mempunyai kepercayaan diri baik akan memiliki perasaan positif terhadap dirinya, punya keyakinan yang kuat atas dirinya dan punya pengetahuan akurat terhadap kemampuan yang dimiliki. Orang yang punya kepercayaan diri bagus bukanlah orang yang hanya merasa mampu (tetapi sebetulnya tidak mampu) melainkan adalah orang yang mengetahui bahwa dirinya mampu berdasarkan pengalaman dan perhitungannya. Lie (2003) menyatakan seseorang yang percaya diri dapat menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang sesuai dengan tahapan perkembangan dengan baik, merasa berharga, mempunyai keberanian, dan kemampuan untuk meningkatkan prestasinya, mempertimbangkan berbagai pilihan, serta membuat keputusan sendiri merupakan perilaku yang mencerminkan percaya diri.

Waterman (1988) mengemukakan orang yang mempunyai kepercayaan diri adalah mereka yang mampu bekerja secara efektif, dapat melaksanakan tugas dengan baik dan bertanggungjawab serta mempunyai rencana terhadap masa depannya. Sementara itu Misiak dan Seauton (dalam Supratiknya dkk, 2000) menegaskan orang yang mempunyai kepercayaan diri adalah orang yang yakin akan kemampuan dirinya, orang yang mandiri, orang yang tidak suka meminta bantuan orang lain. Brenecke dan Amich (dalam Kumara, 1990) berpendapat orang yang mempunyai rasa percaya diri berani mencoba atau melakukan hal-hal baru. Tentu saja hal-hal baru yang dilakukan dimaksudkan untuk lebih meningkatkan diri dan lingkungannya dibandingkan dengan kondisi sebelumnya.

Hal ini tidak terlepas dari adanya ambisi yang sehat dalam diri orang yang percaya diri (Lauster, 1978).

2.1.2.3 Aspek Kepercayaan Diri

Lauster (dalam Ghufron, 2010) mengemukakan ada beberapa aspek dari kepercayaan diri: (1) keyakinan akan kemampuan diri, yaitu sikap positif seseorang tentang dirinya bahwa dia bersungguh-sungguh akan apa yang dilakukannya; (2) optimis yaitu sikap positif seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri, harapan dan kemauan; (3) obyektif yaitu orang yang percaya diri memandang permasalahan atau segala sesuatu sesuai dengan kebenaran semestinya, bukan menurut kebenaran pribadi atau menurut dirinya sendiri; (4) bertanggung jawab yaitu seseorang yang bersedia untuk menanggung segala sesuatu yang menjadi konsekuensinya; dan (5) rasional dan realistis yaitu analisa terhadap suatu masalah, suatu hal, suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang diterima oleh akal sesuai dengan kenyataan. Berdasarkan pendapat ini dapat diartikan bahwa kepercayaan diri pada siswa terlihat dari keyakinan akan kemampuan dirinya sendiri, sikap optimisnya ketika belajar, obyektif dalam menilai orang-orang di sekitarnya, bertanggung jawab terhadap hasil belajarnya, dan rasional dalam pengambilan keputusan.

Pendapat yang berbeda dikemukakan Angelis (2003), bahwa beberapa aspek yang mempengaruhi rasa percaya diri seseorang adalah:

1. Kemampuan pribadi. Rasa percaya diri hanya timbul pada saat seseorang mengerjakan sesuatu yang memang mampu dilakukan.
2. Keberhasilan seseorang. Keberhasilan seseorang ketika mendapatkan apa yang selama ini diharapkan dan cita-citakan akan memperkuat timbulnya rasa percaya diri.

3. Keinginan. Ketika seseorang menghendaki sesuatu maka orang tersebut akan belajar dari kesalahan yang telah diperbuat untuk mendapatkannya.
4. Tekad yang kuat. Rasa percaya diri yang datang ketika seseorang memiliki tekad yang kuat untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Sejalan dengan kegiatan pembelajaran yang berlangsung di sekolah, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dikemukakan Angelis (2003) lebih dapat mempengaruhi siswa di sekolah. Hal ini dikarenakan ketika di sekolah siswa hanya bergaul dengan guru dan teman-teman satu sekolahnya, dan tidak terpengaruh oleh lingkungan di luar sekolahnya. Selain itu, dapat proses pembelajaran, faktor-faktor yang dikemukakan Angelis (2003) lebih mudah diukur dalam melihat tingkat kepercayaan diri siswa di sekolah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri siswa merupakan keyakinan siswa akan kemampuan dirinya sendiri dalam menyelesaikan permasalahan belajar yang dihadapi di kelas, sehingga siswa berani unjuk diri untuk mencapai prestasi belajar yang tinggi. Dalam penelitian ini indikator kepercayaan diri siswa dalam penelitian ini terdiri dari: keyakinan akan kemampuan diri, optimis, obyektif, bertanggung jawab, dan rasional dan realistik.

2.1.3 Motivasi Belajar

2.1.3.1 Pengertian Motivasi Belajar

Kata motivasi berasal dari bahasa latin yaitu *movere*, yang berarti bergerak (*move*). Motivasi menjelaskan apa yang membuat orang melakukan sesuatu, membuat mereka tetap melakukannya, dan membantu mereka dalam menyelesaikan tugas-tugas. Hal ini berarti bahwa konsep motivasi digunakan untuk menjelaskan keinginan berperilaku, arah perilaku (pilihan), intensitas

perilaku (usaha, berkelanjutan), dan penyelesaian atau prestasi yang sesungguhnya (Pintrich, 2003).

Menurut Santrock, motivasi adalah proses yang memberi semangat, arah, dan kegigihan perilaku. Artinya, perilaku yang memiliki motivasi adalah perilaku yang penuh energi, terarah, dan bertahan lama (Santrock, 2007). Dalam kegiatan belajar, maka motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak di dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan memberikan arah pada kegiatan belajar, sehingga tujuan yang dikehendaki oleh subjek belajar itu dapat tercapai (Sardiman, 2000).

Sejalan dengan pernyataan Santrock di atas, Brophy (2004) menyatakan bahwa motivasi belajar lebih mengutamakan respon kognitif, yaitu kecenderungan siswa untuk mencapai aktivitas akademis yang bermakna dan bermanfaat serta mencoba untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas tersebut. Siswa yang memiliki motivasi belajar akan memperhatikan pelajaran yang disampaikan, membaca materi sehingga bisa memahaminya, dan menggunakan strategi-strategi belajar tertentu yang mendukung. Selain itu, siswa juga memiliki keterlibatan yang intens dalam aktifitas belajar tersebut, rasa ingin tahu yang tinggi, mencari bahan-bahan yang berkaitan untuk memahami suatu topik, dan menyelesaikan tugas yang diberikan.

Motivasi belajar adalah keseluruhan daya penggerak dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar

dan memberikan arah pada kegiatan belajar, sehingga tujuan yang dikehendaki oleh subyek belajar itu dapat tercapai (Sardiman, 1990: 75).

Siswa yang memiliki motivasi belajar akan bergantung pada apakah aktivitas tersebut memiliki isi yang menarik atau proses yang menyenangkan. Intinya, motivasi belajar melibatkan tujuan-tujuan belajar dan strategi yang berkaitan dalam mencapai tujuan belajar tersebut (Brophy, 2004). Menurut Heward (1996), karakteristik perilaku belajar dengan motivasi tinggi yang dimiliki oleh anak berbakat, yaitu:

1. Konsisten dalam menyelesaikan tugas-tugas yang menjadi minatnya.
2. Senang mengerjakan tugas secara independen dimana mereka hanya memerlukan sedikit pengarahan.
3. Ingin belajar, menyelidiki, dan mencari lebih banyak informasi.
4. Memiliki kemampuan di atas rata-rata dalam hal pembelajaran, seperti mudah menangkap pelajaran, memiliki ketajaman daya nalar, daya konsentrasi baik, dan lain sebagainya.

Stoner (Nursalam, 2001) menyatakan bahwa motivasi adalah karakteristik psikologi manusia yang memberikan kontribusi pada tingkat komitmen seseorang. Dalam pengertian ini motivasi merupakan/ termasuk faktor-faktor yang menyebabkan, menyalurkan dan mempertahankan tingkah laku manusia dalam arah tertentu.

Thomas L Good dalam Elida Prayitno (1989) memberikan definisi motivasi sebagai berikut: *Motivation is a hypothetical used to explain the initiation, direction, intensity and persistence of goal-directed behavior. It*

subsumes concepts such as need for achievement, need affiliation, incentives, habit, discrepancy and curiosity. Maksudnya motivasi adalah suatu konstruk hipotesis yang digunakan untuk menerangkan arah, awal, intensitas dan kesungguhan dari suatu tujuan tingkah laku yang terarah. Motivasi memasukkan konsep-konsep seperti kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi, kebiasaan dan ketidaksesuaian serta keingintahuan.

Tingkah laku termotivasi akan terarah sedemikian rupa sehingga secara konsisten mengacu kepada suatu tujuan. Tingkah laku termotivasi mencakup segala sesuatu yang dilihat, diperbuat, dirasakan dan dipikirkan seseorang dengan cara yang sedikit banyak berintegrasi di dalam mengejar suatu tujuan tertentu. Motivasi mengacu pada kesediaan untuk melakukan usaha didalam mencapai tujuan.

Jadi motivasi dalam diri seseorang merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan aspek perilaku dari orang tersebut. Motivasi yang ada dalam diri seseorang itu berbeda-beda, sehingga lahirlah banyak teori motivasi yang intinya mencakup aspek kebutuhan, dorongan dan keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu tindakan/ perilaku dalam rangka mencapai suatu tujuan seperti Abraham Maslow yang mengurutkan kebutuhan manusia berdasarkan hierarkis.

Menurut Maslow dalam Robbin dan Judge (2007) yang teorinya dikenal dengan hierarki kebutuhan mengatakan bahwa kebutuhan manusia dapat dikelompokkan menjadi delapan tingkatan, sebagai berikut:

1. Kebutuhan fisik (*physiological needs*), merupakan kebutuhan tingkat pertama, yang paling bawah, di dalamnya termasuk kebutuhan akan makan, minum, seks dan tempat tinggal.
2. Kebutuhan rasa aman (*safety and security needs*), merupakan kebutuhan tingkat selanjutnya, seperti rasa aman dan nyaman, keselamatan, bebas dari ketakutan.
3. Kebutuhan sosial dan kasih sayang (*love and belongingness needs*), merupakan kebutuhan untuk dicintai, dikasihi, diterima oleh teman dan lingkungan sosial.
4. Kebutuhan untuk dihargai (*self esteem needs*), merupakan kebutuhan tingkat tinggi yang di dalamnya termasuk kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan, dihargai hasil kerjanya atau rasa percaya diri.
5. Kebutuhan akan pengertian (*need to know and understanding*), merupakan kebutuhan tingkat tinggi yang di dalamnya termasuk kebutuhan untuk dimengerti oleh lingkungan.
6. Kebutuhan akan keindahan (*esthetic needs*), merupakan kebutuhan tingkat tinggi yang di dalamnya termasuk kebutuhan untuk menampilkan keindahan, keserasian.
7. Kebutuhan mengaktualisasikan diri (*self actualization needs*), merupakan kebutuhan tingkat tinggi yang mewujudkan eksistensi, menunjukkan kemampuan diri, ekspresi kreatif.
8. Transcendent, merupakan kebutuhan tertinggi yaitu kebutuhan spiritual dalam hubungannya dengan sang pencipta.

Maslow menggambarkan teori kebutuhannya seperti sebuah anak tangga, dimana individu bergerak naik mengikuti anak-anak tangga hierarki. Dari titik pandang motivasi, teori ini mengatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang pernah dipenuhi secara lengkap, suatu kebutuhan yang dipuaskan secara cukup banyak tidak lagi memotivasi.

Menurut Robbin dan Judge (2007) bahwa motivasi merupakan keinginan untuk berusaha/ berupaya sekuat tenaga untuk mencapai tujuan organisasi yang dikondisikan/ ditentukan oleh kemampuan usaha dalam upaya memahami suatu kebutuhan individu. Goldenson mengatakan bahwa motivasi mengarah pada dinamika perilaku, merupakan proses awal, meneruskan dan mengarahkan perilaku dari organisasi.

Peran motivasi dalam memperjelas tujuan belajar erat kaitannya dengan kebermaknaan belajar. Siswa akan tertarik untuk belajar sesuatu, jika yang dipelajari itu sedikitnya sudah dapat diketahui atau dinikmati manfaatnya bagi siswa. Seorang siswa yang telah termotivasi untuk belajar sesuatu, akan berusaha mempelajarinya dengan baik dan tekun dengan harapan akan memperoleh hasil yang baik. Dalam hal ini tampak bahwa motivasi untuk belajar menyebabkan seseorang tekun belajar. Sebaliknya apabila seseorang kurang atau tidak memiliki motivasi untuk belajar, maka dia tidak akan tahan lama belajar. Dia akan mudah tergoda untuk mengerjakan hal yang lain dan bukan belajar. Ini berarti bahwa motivasi itu sangat berpengaruh terhadap ketahanan dan ketekunan belajar.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan motivasi belajar adalah dorongan siswa untuk melaksanakan sesuatu dalam

memenuhi kebutuhan belajar di kelas, dapat berupa hasil belajar maupun tambahan pengetahuan.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Belajar

Motivasi dapat dikatakan sebagai kemauan seseorang untuk berusaha mencapai tujuan yang ditentukan. Setiap manusia memiliki motivasi untuk melakukan pekerjaan. Motivasi merupakan dorongan internal maupun eksternal yang merupakan produk lingkungan budaya dimana seseorang itu hidup. Motivasi juga mengacu pada proses mengarahkan pada ketekunan di dalam berperilaku.

Motivasi belajar juga dapat timbul karena diakibatkan oleh faktor intrinsik yang berupa hasrat dan keinginan berhasil dan dorongan kebutuhan belajar, harapan akan cita-cita. Sedangkan faktor ekstrinsiknya adalah adanya penghargaan, lingkungan belajar yang kondusif dan kegiatan belajar yang menarik. Namun harus diingat kedua faktor tersebut disebabkan oleh rangsangan tertentu, sehingga seseorang berkeinginan untuk melakukan aktivitas belajar yang lebih giat dan semangat. Santrock (2007) menyatakan terdapat dua aspek dalam teori motivasi belajar yang dikemukakan oleh yaitu:

- a. Motivasi ekstrinsik, yaitu melakukan sesuatu untuk mendapatkan sesuatu yang lain (cara untuk mencapai tujuan). Motivasi ekstrinsik sering dipengaruhi oleh insentif eksternal seperti guru memberi imbalan dan hukuman. Misalnya, murid belajar keras dalam menghadapi ujian untuk mendapatkan nilai yang baik setelah menjelaskan pentingnya prestasi dalam belajar. Terdapat dua kegunaan dari hadiah, yaitu sebagai insentif agar mau mengerjakan tugas, yang

tujuannya adalah mengontrol perilaku siswa, dan mengandung informasi tentang penguasaan keahlian.

b. Motivasi intrinsik, yaitu motivasi internal untuk melakukan sesuatu demi sesuatu itu sendiri (tujuan itu sendiri). Misalnya, murid belajar menghadapi ujian karena dia senang pada mata pelajaran yang diujikan itu. Murid termotivasi untuk belajar saat mereka diberi pilihan, senang menghadapi tantangan yang sesuai dengan kemampuan mereka, dan mendapat imbalan yang mengandung nilai informasional tetapi bukan dipakai untuk control, misalnya guru memberikan pujian kepada siswa. Terdapat dua jenis motivasi intrinsik, yaitu:

- 1) Motivasi intrinsik berdasarkan determinasi diri dan pilihan personal. Dalam pandangan ini, murid ingin percaya bahwa mereka melakukan sesuatu karena kemauan sendiri, bukan karena kesuksesan atau imbalan eksternal. Minat intrinsik siswa akan meningkat jika mereka mempunyai pilihan dan peluang untuk mengambil tanggung jawab personal atas pembelajaran mereka.
- 2) Motivasi intrinsik berdasarkan pengalaman optimal. Pengalaman optimal kebanyakan terjadi ketika orang merasa mampu dan berkonsentrasi penuh saat melakukan suatu aktifitas serta terlibat dalam tantangan yang mereka anggap tidak terlalu sulit tetapi juga tidak terlalu mudah.

Menurut Brophy (2004), terdapat lima aspek yang dapat mempengaruhi motivasi belajar siswa, yaitu: harapan guru, instruksi langsung, umpan balik (*feedback*) yang tepat, penguatan dan hadiah, dan hukuman (sanksi). Sebagai

pendukung kelima aspek di atas, Sardiman (2000) menyatakan bahwa bentuk dan cara yang dapat digunakan untuk menumbuhkan motivasi dalam kegiatan belajar adalah:

- a. Pemberian angka, hal ini disebabkan karena banyak siswa belajar dengan tujuan utama yaitu untuk mencapai angka/ nilai yang baik.
- b. Persaingan/kompetisi
- c. *Ego-involvement*, menumbuhkan kesadaran kepada siswa agar merasakan pentingnya tugas dan menerimanya sebagai tantangan sehingga bekerja keras dengan mempertaruhkan harga diri
- d. Memberi ulangan, hal ini disebabkan karena para siswa akan menjadi giat belajar kalau mengetahui akan ada ulangan
- e. Memberitahukan hasil, hal ini akan mendorong siswa untuk lebih giat belajar terutama kalau terjadi kemajuan
- f. Pujian, jika ada siswa yang berhasil menyelesaikan tugas dengan baik, hal ini merupakan bentuk penguatan positif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar merupakan dorongan yang terdapat di dalam diri siswa dalam pembelajaran di kelas yang bertujuan untuk mencapai tujuan belajar, dapat berupa hasil belajar yang dipelajari di kelas maupun penambahan ilmu pengetahuan. Dalam penelitian ini indikator motivasi belajar siswa dalam penelitian ini terdiri dari: (a) kebutuhan untuk berprestasi, (b) usaha untuk mencapai tujuan, (c) ketahanan dan ketekunan dalam belajar di kelas, (d) perasaan senang dalam menyelesaikan tugas atau/dan belajar di kelas, (e) pusat perhatian (arah) terhadap kegiatan belajar di kelas, (f)

keterlibatan (partisipasi) di dalam kelas, dan (g) komitmen menyelesaikan tugas sekolah.

2.1.4 Kontribusi Komunikasi Persuasif terhadap Kepercayaan Diri Siswa di Sekolah

Pada umumnya siswa lebih tertarik kepada guru yang berpandangan sama dengan dirinya. Prinsip adanya kesamaan ini menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan komunikasi persuasif. Guru yang mempunyai kesamaan dalam berkomunikasi dengan siswa lebih memberikan daya tarik dari pada guru yang hanya berbicara sesuka hatinya kepada siswa. Di samping itu, siswa juga lebih menyenangi guru yang berpenampilan menarik, cantik atau tampan. Guru yang mempunyai kemampuan melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku untuk mendukung komunikasi persuasifnya, akan mempermudah siswa dalam menerima pesan-pesan belajar yang disampaikan, dengan harapan kepercayaan diri dan motivasi belajar siswa dapat berkembang dengan baik.

Seorang siswa yang tidak punya rasa percaya diri, akan menghambat perkembangan prestasi intelektual, keterampilan, dan kemandirian serta membuat siswa tersebut tidak cakap bersosialisasi (tidak pandai bergaul). Terkait dengan hal ini, Marston (1992) mengemukakan bahwa rasa percaya diri seorang anak akan mempengaruhi semua aspek kehidupannya, mulai dari teman-teman yang dia pilih, prestasi akademisnya di sekolah, jenis pekerjaan yang dia dapat. Sejalan dengan hal ini, seorang guru harus mampu menggunakan kemampuan komunikasinya secara persuasif terhadap siswa. Guru harus mengatur seluruh ucapan, gerak tubuh, nada suara, dan gerakan-gerakan non-verbal yang dimiliki, dengan tujuan agar siswa tertarik memperhatikan materi pelajaran yang

disampaikannya. Hal ini dilakukan agar kepercayaan diri dan motivasi diri siswa berkembang ke arah diharapkan.

Dengan komunikasi persuasif guru, siswa tertarik untuk mengikuti setiap petunjuk guru dalam mengikuti proses pembelajaran di kelas. Siswa jadi lebih berani untuk menjawab pertanyaan guru, mengajukan pertanyaan kepada guru, berdebat terkait materi pelajaran, mengerjakan soal di depan kelas, bersaing dalam prestasi belajar, dan bergaul dengan baik sesama rekan sekelasnya. Dengan percaya diri, siswa mampu mengenal dan memahami diri sendiri. Kurangnya percaya diri akan menghambat pengembangan potensi dirinya. Jadi, siswa yang kurang percaya diri akan menjadi seseorang yang pesimis dalam menghadapi tantangan, takut dan ragu-ragu untuk menyampaikan ide/ gagasan, serta bimbang dalam menentukan jawaban akan pertanyaan guru.

2.1.5 Kontribusi Komunikasi Persuasif terhadap Motivasi Belajar Siswa di Sekolah

Selain faktor kepercayaan diri, seorang siswa diharapkan memiliki motivasi belajar yang tinggi untuk keberhasilan pembelajaran di kelas. Santrock (2009) menyatakan motivasi adalah proses yang memberi semangat, arah, dan kegigihan perilaku, sehingga perilaku tersebut menjadi penuh energi, terarah, dan bertahan lama. Siswa yang memiliki motivasi belajar dapat dilihat dari reaksi mereka ketika belajar di kelas dan menunjukkan semangat yang lebih tinggi dibanding siswa yang tidak memiliki motivasi belajar.

Dengan komunikasi persuasif, guru dapat mengembangkan motivasi belajar siswa. Siswa jadi lebih mampu melihat realitas di kelasnya dan menerima diri sendiri dan orang lain apa adanya. Siswa yang mampu mengaktualisasikan

dirinya dengan tepat, ia mampu melihat kekurangan dan kelemahan yang ia miliki dan selalu berusaha mengintrospeksi dirinya sendiri agar kekurangan dan kelemahan pada dirinya dapat diatasinya sendiri dengan baik. Dengan demikian siswa tidak mudah begitu saja menyalahkan orang lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian yang sejalan dengan kajian dalam penelitian ini antara lain:

1. Sinthia (2011) dalam penelitian yang berjudul: Hubungan Antara Penerimaan Sosial Kelompok Kelas Dengan Kepercayaan Diri pada Siswa Kelas I SLTP XXX Jakarta, mengungkapkan bahwa kepercayaan diri sebagai bagian dari penerimaan sosial dimana, seseorang yang memiliki kepercayaan diri akan lebih yakin untuk melakukan sesuatu dalam suatu lingkungan, walaupun lingkungan tersebut baru sama sekali. Selain itu hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa ada hubungan antara penerimaan sosial kelompok kelas dengan kepercayaan diri pada siswa kelas I SLTP XXX Jakarta. Hal ini memperlihatkan bahwa penerimaan sosial kelompok kelas berpengaruh kepada kepercayaan diri.
2. Puspitaningsih dan Nursalim (2014) dalam penelitian yang berjudul: Hubungan Rasa Percaya Diri dan Komunikasi Interpersonal dengan Aktualisasi Diri Siswa Kelas X SMK Negeri 1 Baureno-Bojonegoro, mengungkapkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dengan aktualisasi diri, selain itu Hasil penelitian juga

mengungkapkan bahwa ada hubungan yang signifikan pada rasa percaya diri dan komunikasi interpersonal dengan aktualisasi diri.

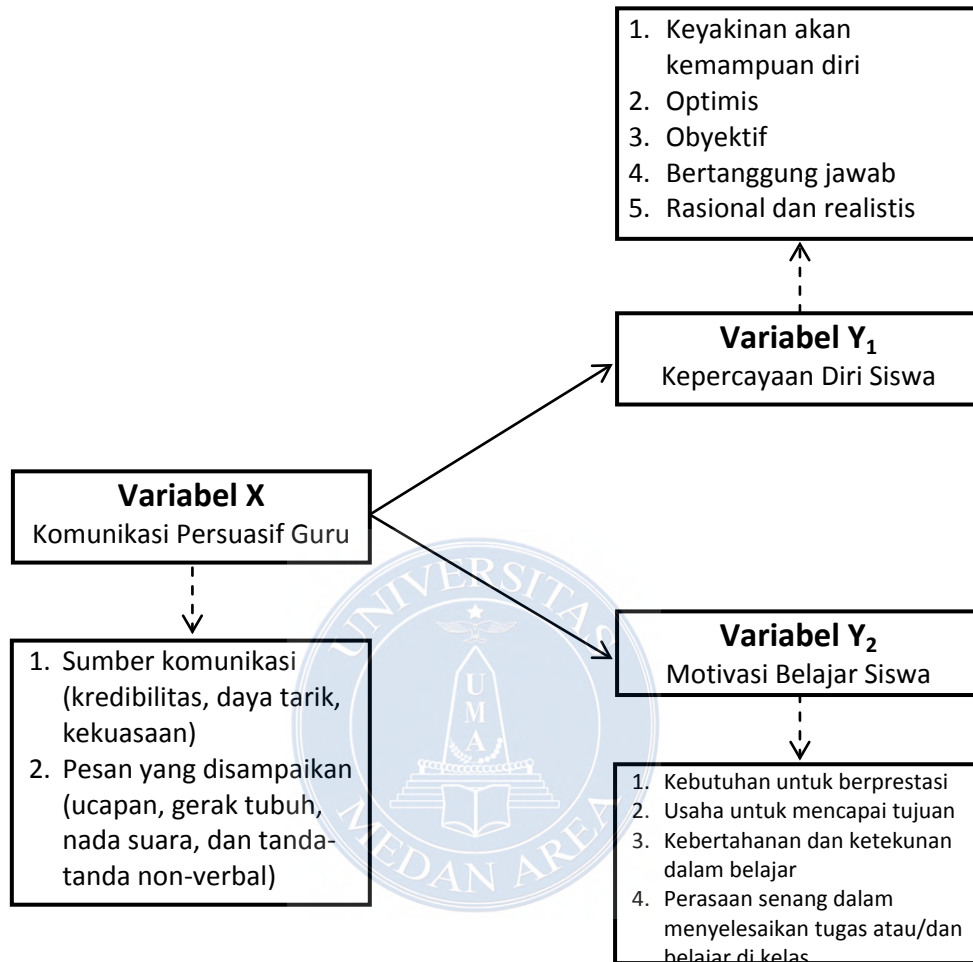
3. Gunawati, dkk (2006) dalam penelitian yang berjudul: Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Mahasiswa-Dosen Pembimbing Utama Skripsi dengan Stres Dalam Menyusun Skripsi Pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro, mengungkapkan bahwa komunikasi yang efektif akan mengurangi stres seseorang. Selain itu hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa proses komunikasi yang baik dan lancar akan mempermudah seseorang untuk menyampaikan ide-ide dan keinginannya.
4. Handayani (2011) dalam penelitian yang berjudul: Peran Komunikasi Dalam Penggalan Nilai-Nilai Diri di Era Globalisasi, mengungkapkan bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam penggalan nilai-nilai diri, baik terkait dengan budaya, personal (pribadi), dan relasional. Selanjutnya proses komunikasi dapat menentukan identitas seseorang dalam relasi sosial (*social relations*).
5. Ririn dan Majohan (2013) dalam penelitian yang berjudul: Hubungan antara Keterampilan Komunikasi dengan Kecemasan Berbicara di Depan Umum, mengungkapkan bahwa seseorang yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik akan terlihat lebih mampu berada dalam situasi berinteraksi di depan orang banyak. Selain itu dinyatakan juga bahwa individu yang memiliki kecenderungan menghindari dari segala aktivitas sosial menunjukkan kemampuan komunikasi yang rendah.

6. Ramadhani (2013) dalam penelitian yang berjudul: Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak Dalam Membentuk Perilaku Positif Anak pada Murid SDIT Cordova Samarinda, mengungkapkan bahwa peran komunikasi orang tua terhadap anaknya dalam menanamkan perilaku positif pada anak. Selain itu komunikasi yang tepat dari orang tua akan menanamkan kemandirian, percaya diri, dan keterbukaan pada anak.

2.3 Kerangka Konsep

Dari kajian teori di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut:





Gambar 2.1. Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoretis dan kerangka berpikir, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diajukan sebagai berikut:

1. Terdapat kontribusi komunikasi persuasif guru terhadap kepercayaan diri siswa (kelas VIII di SMP Islam Al-Ulum Terpadu Medan).
2. Terdapat kontribusi komunikasi persuasif guru terhadap motivasi belajar siswa