

Korelasi Komunikasi Persuasif Kepala Desa dengan Sikap Pedagang Kaki Lima terhadap Ketertiban Lingkungan

SURANTO AW

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta
suranto@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara komunikasi persuasif kepala desa dengan sikap pedagang kaki lima (PKL) terhadap ketertiban lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini ialah PKL yang menempati lokasi sepanjang Jalan Kaliurang Km 14 (Tegalmanding) sampai Jl. Kaliurang Km 17 (Kledokan) sebanyak 40 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara simple random sampling. Besarnya ukuran sampel ditentukan mengikuti tabel penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 5%, yaitu 36 orang. Analisis data yang digunakan ialah korelasi Product Moment dari Karl Pearson dan teknik analisis korelasi ganda. Hasil penelitian ini ialah: 1) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif dengan sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan; 2) Terdapat korelasi antara daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator dengan sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan.

Kata kunci: komunikasi persuasif, sikap, ketertiban lingkungan

Abstract

This research aims to know the correlation between the village head persuasive communication and the attitudes of the street vendors (PKL) on the order of the environment. This research utilizes a correlational research method. The population includes 40 PKLs who occupy locations from Kaliurang Road of Km 14 (Tegalmanding) to Km 17 (Kledokan). The sample was taken by using simple random sampling technique. The size of the sample is determined based on the number of sample tables determined by Isaac and Michael for 5% error rate, that is 36 people. The data analysis used in this research is the correlation Product Moment of Karl Pearson and multiple correlations. The results are: 1) There is a positive and significant correlation between the characteristics of the village head as communicator in the process of persuasive communication and the attitudes of PKL regarding the order of the environment; 2) There is a correlation between the attractiveness of persuasive communication messages delivered by communicator and PKL attitude towards the order of the environment.

Keywords: persuasive communication, attitude, the order of the environment

PENDAHULUAN

Fenomena bertambahnya Pedagang Kaki Lima (PKL) telah menjadi bagian gejala umum dari hidup keseharian di kota-kota besar di Indonesia. Hampir di setiap sudut kota, terutama di tempat-tempat strategis, masyarakat dapat menyaksikan keberadaan mereka dalam berbagai aktivitas usaha perdagangan barang maupun jasa. Keberadaan PKL di satu sisi mengundang rasa iba. Mereka berusaha dengan modal yang sangat terbatas, rentan terhadap penertiban, dan harus berhadapan dengan persaingan bebas melawan pengusaha bermodal kuat. Namun di sisi lain, keberadaan PKL menimbulkan berbagai gangguan, misalnya gangguan ketertiban dan kenyamanan lingkungan perkotaan.

Secara sederhana, PKL dapat didefinisikan sebagai pedagang yang menggelar dagangannya di tempat yang bukan semestinya, mereka berpindah-pindah sesuai dengan asumsi mendapat tempat usaha yang strategis untuk meraih target pasar. Berdasarkan observasi nampak bahwa jumlah PKL di Kota Yogyakarta dari waktu ke waktu cenderung meningkat. Apabila pada mulanya PKL berasal dari penduduk lokal yang tidak memiliki alternatif pekerjaan dan tempat usaha, namun sekarang banyak di antara para PKL berasal dari luar daerah dengan variasi latar belakang sosial ekonominya. Apabila dahulu motivasi menjadi PKL adalah semata-mata mencari nafkah untuk mempertahankan hidup, namun sekarang banyak yang melakukan dengan strategi bisnis yang relatif terencana. Dengan kata lain, masalah PKL telah menjadi suatu masalah sosial ekonomi yang cukup rumit.

Secara umum ada dua faktor yang mempengaruhi seseorang memilih menekuni usaha sebagai PKL, yakni faktor yang bersifat mikro dan makro. Faktor yang bersifat mikro, bersumber dari lingkungan keluarga yaitu kondisi ekonomi keluarga. Secara makro, adanya PKL terkait erat dengan kondisi sosial ekonomi structural serta kebijakan pemerintah yang belum dapat melindungi hak-hak warga Negara untuk mendapatkan pekerjaan secara layak.

Masalah sosial ekonomi yang diakibatkan oleh keberadaan PKL juga semakin kompleks, bukan saja mengancam masa depan mereka beserta keluarga, namun sangat potensial untuk mengganggu ketenteraman dan ketertiban umum. Sebagai upaya untuk mengembalikan sikap dan perilaku PKL sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta untuk mengantisipasi dampak negatif yang disebabkan oleh keberadaan PKL, maka pada tahun 2014 Pemerintah Desa Umbulmartani Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman telah melaksanakan uji coba pembinaan sikap PKL dengan melaksanakan komunikasi persuasif.

Kepala desa sebagai pelaksana utama pembinaan PKL serta sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif, perlu memiliki karakteristik yang baik serta mampu menyampaikan pesan. Effendy (1996: 20-21) mengatakan bahwa fungsi komunikator ialah sebagai pihak yang bertindak aktif mempengaruhi komunikan. Komunikator perlu memiliki karakteristik yang baik di mata komunikan, serta mampu menyampaikan informasi secara tepat. Komunikan yang dijadikan sasaran akan mengkaji siapa komunikator yang menyampaikan informasi itu. Jika terjadi karakteristik komunikator tidak dapat diterima oleh komunikan, betapapun tingginya teknik komunikasi yang dilakukan, hasilnya tidak akan sesuai dengan yang diharapkan. Begitupula jika terjadi pesan yang disampaikan itu tidak sesuai dengan keadaan komunikan, maka efektivitas komunikasi juga pantas diragukan.

Komunikator yang dimaksud dalam penelitian ini ialah Kepala Desa Umbulmartani Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. Kapasitas kepala desa adalah sebagai orang yang menyampaikan pesan-pesan pembinaan yang bertujuan untuk mempengaruhi perubahan sikap PKL di wilayahnya demi ketertiban sosial di masyarakat. Untuk dapat mempengaruhi sikap PKL, kepala desa memiliki jaban tugas meliputi: (a) melakukan kunjungan lapangan; (b) berkomunikasi secara teratur dan berkesinambungan; (c) menyampaikan informasi dan pesan pembinaan yang mendasarkan pada aturan yang

berlaku; (d) menawarkan rekomendasi atau solusi; dan (e) mengevaluasi hasil komunikasi yang telah dilakukan.

Kegiatan pengaruh-mempengaruhi oleh seseorang terhadap orang atau sekelompok orang lain, adalah merupakan kegiatan persuasif atau membujuk. Hal ini ditegaskan oleh Bovee dan Thill (2007: 8) bahwa kegiatan komunikasi persuasive dapat dipandang sebagai segala upaya untuk membujuk orang, kelompok orang, atau masyarakat. Membujuk orang lain sebaiknya disertai dengan menawarkan rekomendasi. Komunikator menunjukkan secara tepat bagaimana mereka (komunikator) akan mendapatkan manfaat.

Sesuai dengan judul penelitian, diasumsikan bahwa cakupan penelitian ini melibatkan dua konsep utama, yaitu komunikasi persuasive dan sikap PKL. Terbentuknya sikap PKL berfokus pada sikap PKL baik dalam kehidupan individu maupun sosial, terutama setelah memperoleh terpaan pesan komunikasi persuasive dari kepala desa. Dalam penelitian ini teori psikologi kognitif dipergunakan sebagai teori utama (*grand theory*), teori Stimulus-Organisme-Respon sebagai *middle range theory*, dan teori instrumental persuasif sebagai teori terapan (*applied theory*).

Rakhmat (1993: 26) menjelaskan bahwa paradigma psikologi kognitif ialah paradigma baru konsepsi tentang manusia. Manusia tidak lagi dipandang sebagai makhluk yang bereaksi secara pasif pada lingkungan, tetapi sebagai makhluk yang selalu berusaha memahami lingkungannya.

Pada hakikatnya teori psikologi kognitif menitik beratkan pada upaya untuk menjelaskan bahwa sikap dan perilaku manusia merupakan hasil pemikiran terhadap fenomena yang dihadapi dan stimuli yang diterimanya. Teori ini meragukan bahwa penginderaan manusia, melalui pengalaman langsung, sanggup memberikan kebenaran. Diragukan pula bahwa pengetahuan manusia sepenuhnya dibentuk oleh lingkungan. Para tokoh teori ini menyimpulkan bahwa pikiranlah (*mind*) yang menjadi alat utama pengetahuan, bukan alat indera semata. Pikiran menafsirkan pengalaman inderawi secara aktif: mencipta, mengorganisasikan, menaf-

sirkan, mendistorsi, dan mencari makna. Zamroni (1992: 62) menjelaskan mazhab psikologi kognitif telah menyadarkan manusia, bahwa sikap dan perilaku seseorang tergantung pada caranya menafsirkan situasi sosial.

Salah satu teori yang menjelaskan perubahan sikap adalah teori Stimulus-Organisme-Respon (teori S-O-R). Effendy (1993: 254) menjelaskan teori ini semula berasal dari psikologi, tetapi dalam perkembangannya menjadi bagian penting teori komunikasi. Hal ini disebabkan, objek material psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia meliputi komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Pada hakikatnya teori S-O-R menjelaskan pengaruh symbol-simbol (stimulus) terhadap sikap (respon). Pendekatan teori ini memandang bahwa sikap dan perilaku manusia adalah respon sebagai perwujudan tanggapan terhadap stimulus yang diterima. Selain dipengaruhi oleh stimulus, sikap juga dipengaruhi oleh aspek-aspek perhatian, pengertian, dan penerimaan. Menurut logika teori ini, penerima stimulus adalah manusia yang memiliki perhatian, pengertian dan penerimaan. Apabila individu member perhatian, maka pengaruh stimulus akan menjadi lebih kuat. Padahal, terjadinya perhatian, pengertian, dan penerimaan sangat dipengaruhi oleh kualitas stimulus. Sehubungan dengan hal ini, Mar'at (1984: 28) menegaskan bahwa timbulnya respon tergantung pada: (a) Bobot stimulus yang dikomunikasikan; (b) Sumber yang dapat dipercaya; dan (c) Cara penyajian yang digunakan dalam komunikasi.

Berdasarkan teori S-O-R ini maka sikap PKL sangat dipengaruhi oleh komunikasi persuasif yang dilakukan kepala desa. Asumsi ini sejalan dengan konsep bahwa sikap dan tingkah laku sosial relevan dengan stimuli yang diterimanya. Teori yang menerangkan komunikasi persuasif, dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly dalam model komunikasi persuasi yang disebut sebagai *instrumental model of persuasion*, yang terdiri dari stimulus (karakteristik situasi komunikasi) dan respon (efek komunikasi).

Teori instrumental persuasif mengand-

ung karakteristik situasi komunikasi yang mencakup: (1) faktor sumber (keahlian, keterpercayaan, daya tarik); (2) faktor pesan; dan (3) factor audience (kemudahan dibujuk, kondisi awal, intelegensi, penghargaan). Persuasi merupakan salah satu metode komunikasi sosial, sehingga menyebabkan seseorang bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati, dengan suka rela, dan tanpa merasa dipaksa oleh siapapun. Effendy (1986:27) mengemukakan, persuasi bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, yang dilakukan secara halus, luwes, dan mengandung sifat-sifat manusiawi.

Hovland, Janis, dan Kelly (lewat Tan, 1981: 105-106) menjelaskan karakteristik komunikator ialah keadaan komunikator yang ditentukan oleh tingkat kredibilitas yang mencakup keahlian (*expertise*), keterpercayaan (*trustworthiness*), dan kesukaan atau daya tarik (*likability*) di hadapan penerima pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator yang tingkat karakteristiknya baik, akan lebih banyak member pengaruh kepada perubahan sikap penerima pesan dari pada jika disampaikan oleh komunikator yang tingkat karakteristiknya tidak baik.

Komunikator yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kepala desa sebagai orang yang melakukan komunikasi persuasif untuk menyampaikan pesan-pesan pembinaan yang mengarah kepada perbaikan sikap PKL terhadap program ketertiban lingkungan. Selain persyaratan karakteristik yang meliputi kredibilitas dan daya tarik di mata komunikan tersebut, Garna (1991: 26) mengatakan bahwa efektivitas komunikasi juga dipengaruhi oleh pengetahuan komunikator tentang system sosial tempat komunikasi berlangsung. Sistem sosial ialah suatu perangkat peran sosial yang berinteraksi dalam kelompok sosial yang memiliki norma, nilai, dan tujuan tertentu.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian korelasional, dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara suatu variabel bebas dengan variabel terikat.

Variabel bebas terdiri dari karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif (X_1) dan daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator (X_2), sedangkan variabel terikat adalah Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan (Y).

Populasi dalam penelitian ini ialah PKL yang menempati lokasi sepanjang Jalan Kaliurang Km 14 (Tegalmanding) sampai Jl. Kaliurang Km 17 (Kledokan) sebanyak 40 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *simple random sampling*. Besarnya ukuran sampel ditentukan mengikuti tabel penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 5%, yaitu 36 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan angket dan wawancara.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson yang digunakan untuk mencari koefisien korelasi: (a) X_1 dengan Y dan (b) X_2 dengan Y . Sedangkan untuk mengetahui kuatnya korelasi antara dua variabel, yaitu X_1 dan X_2 secara bersama-sama dengan Y digunakan teknik analisis korelasi ganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis koefisien korelasi *Product Moment* (r_{x_1y}) antara karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif (X_1) dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan (Y) sebesar 0,442. Kemudian koefisien korelasi tersebut dikonsultasikan dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan $N = 36$ sebesar 0,329. Oleh karena $r_{hitung} = 0,442$ lebih besar dari pada $r_{tabel} = 0,329$, maka mengindikasikan hubungan yang positif dan signifikan antara karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan.

Hasil analisis koefisien korelasi *Product Moment* (r_{x_2y}) antara daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator (X_2) dengan Sikap PKL terhadap

ketertiban lingkungan (Y) sebesar 0,468. Kemudian koefisien korelasi tersebut dikonsultasikan dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan $N = 36$ sebesar 0,329. Oleh karena $r_{\text{hitung}} = 0,468$ lebih besar dari pada $r_{\text{tabel}} = 0,329$, maka mengindikasikan hubungan yang positif dan signifikan antara daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan.

Hasil analisis korelasi ganda diperoleh koefisien korelasi ganda ($R_{y(1-2)}$) sebesar 0,560. Untuk menguji keberartian koefisien korelasi ganda digunakan uji F. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi korelasi karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif (X_1) dan daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator (X_2) secara bersama-sama dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan (Y). Berdasarkan hasil uji dengan korelasi ganda diperoleh nilai F sebesar 15,524. Jika dibandingkan dengan nilai F_{tabel} sebesar 5,29 pada taraf signifikansi 5%, nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif dan daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator secara bersama-sama dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan.

Pembahasan

Hasil uji korelasi ganda diperoleh nilai F sebesar 15,524. Jika dibandingkan dengan nilai F_{tabel} sebesar 5,29 pada taraf signifikansi 5%, nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif dan daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator secara bersama-sama dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan. Hal ini memberikan indikasi bahwa semakin tinggi kualitas komunikasi persuasif kepala desa akan diikuti oleh semakin baiknya sikap PKL dalam mendukung program penataan lingkungan yang tertib.

Untuk menelaah temuan penelitian ini, digunakan teori instrumental persuasif dari Hovland, Janis, dan Kelly. Komunikasi persuasif ialah suatu proses seorang komunikator meneruskan dan mengirim stimulus yang ditujukan untuk suatu perubahan sikap orang lain dan dilakukan dengan cara-cara membujuk. Perubahan sikap yang terjadi pada seseorang tergantung pada kualitas stimulus dalam berkomunikasi, dan karakteristik situasi komunikasi. Perubahan sikap yang dihasilkan oleh proses komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh dua faktor, yakni karakteristik komunikator dan daya tarik pesan yang disampaikan. Keberhasilan komunikasi komunikasi persuasif dapat dilihat pada dampak dari terpaan komunikasi tersebut terhadap perubahan sikap komunikan. Apabila setelah mendapat terpaan pesan, sikap komunikan berubah mengikuti kehendak komunikator, maka komunikasi dapat dikatakan berhasil. Dengan demikian kegiatan komunikasi persuasif dapat dikatakan efektif, apabila dapat menghasilkan perubahan sikap pada diri komunikan.

Dilihat dari hasil uji korelasi secara parsial, menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif (X_1) dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan (Y). Koefisien korelasi sebesar 0,442. Mengacu pada metode penafsiran koefisien korelasi dari Guilford, koefisien korelasi ini termasuk dalam kategori cukup atau hubungan sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa karakteristik kepala desa sebagai komunikator cukup mampu mendorong kearah perubahan sikap PKL untuk mendukung program pemerintah dalam penataan ketertiban lingkungan.

Sikap positif masyarakat dalam penataan ketertiban lingkungan mencakup cara berfikir, perilaku, sikap, nilai yang tercermin baik dalam ujud fisik maupun abstrak. Terbentuknya sikap masyarakat sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan kepala desa dan tokoh masyarakat lainnya. Roemintoyo (2013 : 115) mengemukakan untuk terbentuknya sikap positif di masyarakat perlu diusahakan kondisi yang mendukungnya, yaitu: kepe-

mimpinan/keteladanan, dan bimbingan terhadap setiap anggota masyarakat agar mampu meningkatkan semangat kerja dan rasa bangga terhadap norma sosial. Sementara itu Rahman (2013: 30) berpendapat bahwa masyarakat Indonesia telah memiliki modal atau faham sosial (*human capital*) yang mengandung nilai moral yang tinggi serta berdasarkan kearifan lokal yang membumi berupa sikap positif masyarakat terhadap lingkungan hidup.

Korelasi antara karakteristik kepala desa dengan sikap PKL ini ditentukan oleh adanya faktor kredibilitas dan keterpercayaan kepala desa di mata para PKL. Ditinjau dari perspektif teori instrumental persuasif, adanya korelasi yang signifikan antara karakteristik komunikator dengan sikap PKL, menunjukkan bahwa komunikator mempunyai pengaruh terhadap komunikan. Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa kepala desa sebagai komunikator merupakan unsur penting dalam mencapai keberhasilan dari upaya pembinaan PKL. Semakin baik karakteristik komunikator semakin baik pula sikap komunikan. Fenomena ini semakin dapat dimengerti, apabila pembahasan dikaitkan pula dengan pendapat Krech (1972: 231) bahwa efektivitas komunikasi sangat tergantung kepada bagaimana komunikator dapat diterima oleh komunikan. Agar komunikator dapat efektif melaksanakan tugasnya, perlu didukung tiga faktor, yakni kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan (*power*). Hasil penelitian Permasari (2014: 1) menjelaskan keefektifan komunikasi persuasif yang dilakukan secara interpersonal dilihat dari perspektif teori penetrasi sosial sebagai berikut, "Dalam menjalin hubungan kedua-duanya pasti melakukan proses komunikasi interpersonal yang secara otomatis dalam suatu proses pasti terdapat suatu kemajuan hubungan dari yang tidak intim menuju ke hubungan yang intim. Kemajuan hubungan sampai menuju ke intim di sini dapat dilihat melalui empat tahap dan teori penetrasi sosial. Empat tahap teori penetrasi tersebut yaitu tahap orientasi, tahap pertukaran penjabakan efektif, tahap pertukaran efektif dan pertukaran stabil".

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator (X_2) dengan Sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan (Y) koefisien korelasi sebesar 0,468. Mengacu pada metode penafsiran koefisien korelasi dari Guilford, koefisien korelasi ini termasuk dalam kategori cukup atau hubungan sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator cukup mampu mendorong ke arah perubahan sikap PKL untuk mendukung program pemerintah dalam penataan ketertiban lingkungan. Tubbs dan Moss (2001: 132) mengatakan bahwa pesan yang memiliki daya tarik yang baik akan lebih meyakinkan orang lain. Pesan merupakan rangsangan utama untuk meyakinkan seseorang bersikap mengikutikeinginan komunikator. Oleh karena itu pesan komunikasi persuasif harus dirancang secara baik sehingga memiliki daya tarik di mata komunikan.

Koefisien korelasi menunjukkan bahwa kontribusi daya tarik pesan lebih besar dari pada karakteristik komunikator, hal ini menegaskan bahwa "apa" lebih berpengaruh dari pada "siapa". Artinya komunikan lebih mementingkan apa substansi pesan yang diterimanya dari pada siapa yang mengirimkannya. Hovland, Janis, dan Kelly (lewat Tan, 1981: 98-99) menjelaskan bahwa penyusunan pesan harus mempertimbangkan latar belakang komunikan, terutama latar belakang tingkat pendidikannya, agar pesan tersebut mudah dipahami oleh komunikan. Pemahaman PKL terhadap pesan komunikasi persuasif juga berhubungan dengan langkah-langkah pesan persuasif, sebagaimana dalam teori komunikasi persuasive disebut sebagai rangkaian motivasi Monroe (*Monroe's motivated sequence*), mencakup lima langkah sebagai berikut.

1. Perhatian, membangkitkan perhatian komunikan pada awal komunikasi (bagian pengantar) dengan menunjukkan pentingnya pesan, pernyataan yang memancing perhatian, bangkitkan keingintahuan.
2. Kebutuhan, komunikator memperlihatkan ada sebuah masalah yang sedang

berlangsung. Nyatakan kebutuhan secara jelas dan dramatisasikan dengan materi pendukung (kutipan, statistik, analogi). Ini akan membangkitkan kebutuhan komunikasi akan sebuah pemecahan masalah tersebut.

3. Kepuasan, sediakan pemecahan masalah untuk memberikan rasa puas kepada komunikan. Pastikan bahwa pemecahan masalah tersebut memuaskan kebutuhan.
4. Visualisasi, bantulah komunikan membayangkan bahwa solusi pemecahan masalah tersebut akan mendatangkan keuntungan. Berikan penjelasan secara gamblang bahwa komunikan akan mendapatkan keuntungan dengan solusi tersebut.
5. Tindakan, akhirnya sebutkan hal-hal yang dapat dilakukan oleh komunikan. (Tubbs dan Moss, 2001: 132).

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif antara komunikasi persuasif kepala desa dengan sikap pedagang kaki lima terhadap ketertiban lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik komunikasi yang dilakukan oleh kepala desa akan semakin baik pula sikap pedagang kaki lima. Dengan demikian diperlukan proses komunikasi secara berkelanjutan. Butar Butar (2013 : 1-14) mengemukakan langkah-langkah program komunikasi untuk mencegah dan mengatasi terjadinya krisis di masyarakat, yaitu mencakup penentuansasaran komunikasi, penentuan pesan, menetapkan metode strategi, penentuan media, komunikator, implementasi kegiatan, penyusunan skala waktu, dan evaluasi.

SIMPULAN

Simpulan hasil penelitian ini ialah: 1) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara karakteristik kepala desa sebagai komunikator dalam proses komunikasi persuasif dengan sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan; 2) Terdapat korelasi antara daya tarik pesan komunikasi persuasif yang disampaikan komunikator dengan sikap PKL terhadap ketertiban lingkungan. Berdasarkan temuan penelitian yang mengin-

dikasikan karakteristik kepala desa sebagai komunikator dan daya tarik pesan berkorelasi secara signifikan kepada sikap PKL, maka dikemukakan saran-saran sebagai berikut.

1. Kepala desa
 - a. Sebaiknya kepala desa senantiasa menjaga kredibilitas atau kewibawaan di mata para PKL, misalnya dengan cara senantiasa menunjukkan dan member contoh sikap disiplin dalam menegakkan aturan;
 - b. Sebaiknya pengorganisasian pesan lebih disesuaikan dengan karakteristik komunikan.
2. Pedagang Kaki Lima
 - a. Sebaiknya PKL bersungguh-sungguh melaksanakan materi pembinaan yang telah diberikan oleh kepala desa.
 - b. Sebaiknya PKL meningkatkan kepedulian untuk turut serta bersikap positif terhadap program-program pemerintah desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini khususnya pedagang kaki lima sebagai responden dalam penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dewan redaksi Jurnal Socia atas kesempatan yang diberikan sehingga paper ini dapat diterbitkan pada Jurnal Socia edisi Mei 2015.

DAFTAR PUSTAKA

- Bovee, C.L., dan Thill, J.V. 2007. *Komunikasi bisnis edisi ke delapan*. Jakarta: Indeks.
- Butar Butar, E. 2013. "Strategi komunikasi program "Recovery Merapi Festival" (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Komunikasi Pasca Krisis dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta untuk Memulihkan Kepariwisataannya Yogyakarta Pasca Erupsi Merapi 2010". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/5311>. Diunduh tanggal 12 April 2014.
- Effendy, O. U. 1993. *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya.

- Effendy, O. U. 1996. *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. 1986. *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Garna, Y.K. 1991. *Beberapa Dasar Ilmu Sosial*. Bandung: PPs Universitas Padjadjaran.
- Krech, D. 1972. *Individual In Society*. Singapore: McGraw Hill Book Company.
- Mar'at. 1984. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Permanasari, R. 2014. "Proses Komunikasi Interpersonal Berdasarkan Teori Penetrasi Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Proses Komunikasi Interpersonal antara Personal Trainer dengan Pelanggan di Club House Casa Grande Fitness Center)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/6490>. Diunduh tanggal 12 April 2014.
- Rachman, A. 2013. "Pasang Surut Wacana Pancasila dalam Era Reformasi". *Jurnal Dialog Kebijakan Publik*. Volume 10, halaman 25-31.
- Rakhmat, J. 1993. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Roemintoyo. 2013. "Kepemimpinan dan Keteladanan sebagai Materi Pendidikan Karakter". *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik dan Kejuruan (JIPTEK)*. Vol 6 No.2, hlm. 79-88.
- Tan, A. 1981. *Mass Communication Theories and Research*. Ohio: Grid Publishing Inc.
- Tubbs, S. & Moss, S. 2001. *Human Communication Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zamroni. 1992. *Pengantar Pengembangan Teori Sosial*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.