

KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS 1000_GURU RIAU PADA KEGIATAN TRAVELING AND TEACHING UNTUK MENINGKATKAN SADAR PENDIDIKAN DI DAERAH PEDALAMAN RIAU

Oleh : Admiraldy Eka Saputra
Email : admiraldycules@gmail.com
Pembimbing : Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293 – Telp/Fax.
0761-63277

ABSTRAK

Pengertian pendidikan menurut Undang Undang SISDIKNAS no. 20 tahun 2003, adalah proses pembelajaran sedemikian rupa supaya peserta didik dapat mengembangkan potensi dirinya secara aktif supaya memiliki pengendalian diri, kecerdasan, keterampilan dalam bermasyarakat, kekuatan spiritual keagamaan, kepribadian serta akhlak mulia. Upaya yang dilakukan oleh Komunitas 1000_Guru Riau dengan mempersuasif masyarakat di daerah pedalaman agar peduli dengan pendidikan melalui kegiatan *Traveling and Teaching*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kredibilitas komunikator, pesan dan media yang digunakan oleh Komunitas ini untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman Riau.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deksriptif kualitatif. Informan penelitian terdiri dari dua orang yang merupakan tim pengurus Komunitas 1000_Guru Riau dan dua orang *volunteer* yang pernah mengikuti kegiatan *traveling and teaching* dengan menggunakan teknik *purposive* dan dua orang yang merupakan guru yang mengajar di sekolah di daerah pedalaman menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas1000_Guru Riau memiliki kredibilitas sebagai komunikator yang dapat memberikan motivasi tentang pentingnya pendidikan kepada anak-anak di daerah pedalaman. Pesan persuasif Komunitas 1000_Guru Riau yaitu menggunakan pesan verbal meliputi kejelasan, kelugasan, dan ketepatan serta pesan nonverbal. Media yang digunakan Komunitas ini yang pertama media *offline*, menggunakan alat peraga dan film tentang pendidikan. Kedua, jejaring sosial yang digunakan *Twitter* dan *Instagram*. Ketiga, media cetak yang bekerja sama untuk meliput kegiatan *Traveling and Teaching* adalah Tribun Pekanbaru.

Kata kunci: komunikasi persuasif komunitas 1000_guru riau pada kegiatan *traveling and teaching* untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman riau

**Persuasive communication 1000_GURU RIAU COMMUNITY ACTIVITIES IN
TEACHING AND TRAVELING TO INCREASE AWARENESS EDUCATION IN THE
INLAND AREAS RIAU**

By: Admiraldy Eka Saputra
Email: admiraldycales@gmail.com
Supervisor: Ir. Rusmadi Awza, S. Sos, M.Si

*Major of Communication Science-Public Relation
Faculty of Social Political Science
Riau University*

*Campus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293 – Telp/Fax.
0761-63277*

ABSTRACT

Understanding of education according to the National Education Law no. 20 in 2003, is a learning process in such a way so that learners can develop their potentials actively in order to have self-control, intelligence, skills in social, religious spiritual strength, personality and character mulia. Upaya conducted by the Community 1000_Guru mem persuasif Riau with the local community inland to care about education through activities *Traveling and Teaching*. This study aims to determine the credibility of a communicator, messages and media used by this community to improve education in rural areas aware of Riau.

This research uses descriptive qualitative research methods. Informants consisted of two people who are the management teams 1000_Guru Community Riau and two *volunteers* who've participated in the *traveling and teaching* by using *purposive* and two people who are teachers who teach in schools in remote areas using technique. *accidental sampling* Data collected by means of participant observation, interview and documentation. To achieve the validity of the data in this study, researchers used the extension of participation and triangulation.

The results showed that Komunitas1000_Guru Riau has credibility as a communicator who can provide motivation on the importance of education to children in remote areas. Riau 1000_Guru Community persuasive message that is using verbal messages include clarity, candor, and the precision and nonverbal messages. The media used is the first community media *offline*, using props and film about education. Second, the social network used *Twitter* and *Instagram*. Third, the print media that work together to cover the activities *Traveling and Teaching* is a Tribune Pekanbaru.

Keywords: persuasive communication 1000_guru community Riau in activities *traveling and teaching* to improve awareness of education in rural areas in Riau

PENDAHULUAN

Pengertian pendidikan menurut Undang Undang SISDIKNAS no. 20 tahun 2003, adalah sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran sedemikian rupa supaya peserta didik dapat mengembangkan potensi dirinya secara aktif supaya memiliki pengendalian diri, kecerdasan, keterampilan dalam bermasyarakat, kekuatan spiritual keagamaan, kepribadian serta akhlak mulia. Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pendidikan berasal dari kata “didik” dan mendapat imbuhan berupa awalan ‘pe’ dan akhiran ‘an’ yang berarti proses atau cara perbuatan mendidik. Maka definisi pendidikan menurut bahasa yakni perubahan tata laku dan sikap seseorang atau sekelompok orang dalam usahanya mendewasakan manusia lewat pelatihan dan pengajaran.

Menurut Theodore Brameld Pendidikan memiliki fungsi yang luas yaitu sebagai pengayom dan pengubah kehidupan suatu masyarakat jadi lebih baik dan membimbing masyarakat yang baru supaya mengenal tanggung jawab bersama dalam masyarakat.

Keadaan pendidikan warga Indonesia di daerah terpencil masih belum sempurna secara merata sampai saat ini. Masih banyak sekolah-sekolah di daerah terpencil yang masih belum mendapat perhatian khusus dari pemerintah Indonesia.

Hal inilah yang dirasakan banyak anak-anak di pedalaman Riau, mereka harus bangun lebih pagi untuk bisa sampai ke sekolah karena letak sekolah mereka yang cukup jauh. Jalan tanah yang berbukit juga sangat sulit dilalui karena kondisinya rusak parah. Jalan menuju ke sekolah akan lebih sulit dilewati ketika musim hujan karena berubah menjadi kubangan lumpur.

Berangkat dari permasalahan diatas, saat ini mulai banyak bermunculan kelompok atau komunitas sosial yang peduli dengan pendidikan di pedalaman Indonesia. Komunitas 1000_guru adalah

salah satunya. Merupakan satu komunitas sosial yang bergerak di bidang pendidikan. Komunitas ini terbentuk tahun 2002 oleh Jemi Ngadiono. Salah satu aksi yang rutin dilakukan oleh Komunitas 1000_guru adalah *Traveling and Teaching*.

Traveling and Teaching adalah kegiatan yang mengajak semua kalangan anak muda dari berbagai latar belakang profesi yang peduli dengan pendidikan di pedalaman dan perbatasan Indonesia untuk peduli dengan pendidikan di pedalaman. sesuai dengan slogan yang dimiliki komunitas ini yaitu, “semua orang bisa menjadi pendidik dimanapun berada.” Saat ini 1000_guru sendiri sudah memiliki 35 regional yang tersebar di daerah di Indonesia, dari 1000_guru_aceh hingga 1000_guru_papua. Untuk di daerah Riau sendiri telah terbentuk 1000_Guru Riau. Komunitas yang menjadi wadah untuk teman-teman di Riau yang peduli pendidikan di daerah pedalaman.

Komunitas 1000_Guru Riau terbentuk bulan Agustus tahun 2013. Terhitung sejak berdirinya komunitas ini, hingga tahun 2016 jumlah anggota serta *Volunteer* telah mencapai 115 orang. Keanggotaan 1000_Guru Riau bersifat terbuka. Bagi mereka yang peduli terhadap pendidikan di daerah pedalaman bisa menjadi bagian dari komunitas ini. Mereka diantaranya adalah pelajar, mahasiswa, praktisi bisnis, pemerintah, serta komunitas-komunitas pendukung di Kota Pekanbaru (Arsip Komunitas 1000_Guru Riau, 2016).

Selain melakukan aksi melalui kegiatan *offline* tersebut, 1000_Guru Riau juga melancarkan aksinya melalui berbagai jejaring sosial, seperti *Twitter*, dan *Instagram*. 1000_Guru Riau juga bekerjasama dengan beberapa komunitas pendukung seperti Komunitas IOF (Indonesia Offroad Federation) yang bersedia menjadi *partnership* kendaraan teman-teman dari 1000_Guru Riau dalam melaksanakan kegiatan di pedalaman Riau. Aksi-aksi sosial dari 1000_Guru Riau ini

banyak juga diliput oleh media lokal baik media cetak maupun *online*.

Kegiatan *Traveling and Teaching* yang dilakukan oleh 1000_Guru Riau ini merupakan usaha penyampaian informasi dengan cara pemakaian bahasa yang tepat dan simbol pesan. Penggunaan media juga sangat mempengaruhi keberhasilan dalam mempersuasif anak-anak di pedalaman agar tetap semangat untuk sekolah. Selain itu, kredibilitas komunikator sangat diperlukan dalam mempersuasif anak-anak karena kredibilitas menyangkut persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator, yaitu komunikator harus memiliki keahlian, pengalaman, dapat dipercaya, dinamisme dan karismatik. Keberhasilan komunikasi persuasif yang dilakukan akan berdampak pada perubahan, sesuai dengan konteksnya bahwa komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang (dalam Soemirat, dkk, 2008:2.34).

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Persuasif

Komunikasi menurut Effendi (dalam Soemirat, dkk, 2008:1.23) komunikasi merupakan proses suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dijabarkan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses pertukaran informasi dengan tujuan mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku satu orang atau lebih yang dilakukan komunikator baik secara verbal maupun nonverbal sehingga timbul rasa yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan, perubahan pola pikir serta sikap merupakan keberhasilan komunikator dalam melakukan komunikasi persuasif.

Faktor-faktor Sumber dalam Komunikasi Persuasif

Dalam komunikasi persuasif kredibilitas *persuader* sangat di perlukan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Aronson, Smith, Maddus dan Rogers menunjukkan bahwa modal utama bagi seorang calon *persuader* adalah kredibilitas. Rakhmat (1986) mendefinisikan kredibilitas sebagai seperangkat persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator. Oleh karena itu, karakteristik dari kredibilitas sangat kompleks, tidak saja menyangkut aspek usia, jenis kelamin dan sosio ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan posisi, pengetahuan tentang topik yang dibicarakan, kesungguhannya, dan lain-lain. Jadi, kredibilitas merupakan persepsi *persuadee*/komunikasi tentang diri *persuader* yang berkaitan dengan tingginya keahlian, dapat dipercaya, kompeten, dinamisme dan karismatik (dalam Soemirat, dkk, 2008:4.3).

Expertness atau keahlian menurut Rakhmat (1986) merupakan kesan yang dibentuk penerima tentang kemampuan sumber komunikasi persuasif berkaitan dengan topik yang dibicarakan. Dapat dipercaya (*trust worthiness*) adalah kesan penerima tentang sumber komunikasi persuasif yang berkaitan dengan wataknya, seperti kejujuran, ketulusan, kebermanan, bersifat adil, bersikap sopan, berperilaku etis atau sebaliknya (Soemirat, dkk, 2008:4.4).

Faktor-faktor Pesan dalam Komunikasi Persuasif

Menurut Tubs dan Mass (dalam Soemirat, dkk, 2008:2.35) menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal. Dapat disengaja (*intentional*) maupun tidak disengaja (*unintentional*). Oleh karena itu, jenis pesan yang muncul dapat berupa (1) verbal disengaja, (2) verbal tak disengaja, (3) nonverbal disengaja, dan (4) non verbal tak disengaja.

1. Pesan verbal

Pesan verbal merupakan semua jenis simbol yang menggunakan satu kata

atau lebih. Bahasa dalam hal ini termasuk komunikasi verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan, dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk mengatakan pikiran, perasaan dan maksud kita. Komunikasi verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual (Deddy Mulyana, 2005:237).

a. Kejelasan

Eisenberg (1984) menjelaskan bahwa kejelasan timbul melalui kombinasi faktor sumber, pesan dan penerima. Agar bahasa itu menjadi jelas, maka digunakanlah kata-kata yang lazim dan konkret, serta menjelaskan gaya bahasa tersebut dengan memberikan petunjuk (Soemirat, dkk, 2008:5.38).

b. Kelugasan

Menunjuk pada rasa dan membuat kesan yang tidak terlupakan. Bahasa yang lugas dapat membantu dalam melihat, mendengar, menyentuh, merasa dan mencium kesan-kesan dan gagasan-gagasan (Curtis, Floyd, Winsor, 1992). Pola bahasa yang lugas dapat ditingkatkan melalui penggunaan kata kiasan dan perangkat sintaksis (Soemirat, dkk, 2008:5.38).

c. Ketepatan

Dalam menentukan bahasa dapat membentuk hubungan pribadi yang langsung dengan khalayak sasaran. Oleh karena itu, agar bahasa yang digunakan tepat, maka (1) hindarkan kata-kata yang bercita rasa buruk, (2) gunakan kata-kata menurut selera tertentu, dan (3) gunakan kata-kata langsung (Soemirat, dkk, 2008:5.38). komunikator yang kualitasnya rendah (misalnya tidak menguasai materi, kurang memiliki keterampilan berbicara dan lain-lain.

2. Pesan Verbal Tak Disengaja

Menurut Tubbs dan Moss (1966) adalah sesuatu yang kita katakan tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. hal

ini dapat terjadi pada siapa saja karena adanya kekhilafan.

3. Pesan Nonverbal

Pentingnya pesan nonverbal adalah bukan apa yang dikatakannya melainkan bagaimana mengatakannya. Melalui perilaku nonverbal, dapat diketahui suasana emosional seseorang apakah sedih, bahagia atau bingung. Penilaian awal pada seseorang sering didasarkan pada perilaku nonverbalnya, karena secara tidak langsung dapat mengenal seseorang tersebut lebih jauh.

Ada dua jenis pesan nonverbal, yakni pesan nonverbal disengaja dan pesan nonverbal tak disengaja. Menurut Tubbs dan Moss (1996) pesan nonverbal disengaja adalah pesan nonverbal yang kita sampaikan, sedangkan pesan nonverbal tak disengaja adalah semua aspek nonverbal dalam perilaku kita yang kita sampaikan tanpa kita kontrol.

Media dalam Komunikasi Persuasif

1. Konsep Media Massa

Pengertian media massa seringkali ditujukan pada peralatan teknik yang digunakan dalam komunikasi masa (Blake dan Haroldsen, 1979). Media massa terdiri dari (dalam Soemirat, dkk, 2008:6.32) : (a) Media cetak, seperti surat kabar, majalah, buku pamflet, billboard, teleks, E-mail, dan peralatan teknik yang lainnya yang membawa pesan kepada massa, yang menarik indera penglihatan. (b) Media elektronik, seperti : (1) program radio dan rekaman audio, yang merangsang indera suara. (2) program televisi, gambar bergerak atau bioskop, dan rekaman video, VCD, yang merangsang indera penglihatan dan pendengaran.

2. Jejaring Sosial

Kemunculan situs jejaring sosial diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia (Watkins,2009). Situs jejaring sosial pertama, yaitu Sixdegrees.com mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan tahun

2000, muncul situs sosial Lunarstrom, Live Jurnal, Cyword yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun demi tahun pun berjalan, situs jejaring sosial semakin berkembang. Friendster, FlickrR, Myspace pada zamannya juga pernah tenar seperti Facebook dan Twitter, sampai hingga sekarang begitu banyak pilihan jejaring sosial yang dapat kita nikmati hanya dengan bermodalkan sebuah *smartphone*.

Model Komunikasi Persuasif Applebeum dan Anatol

Model komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Applebeum dan Anatol menjelaskan bahwa peristiwa persuasif terdiri dari periode dan waktu yang spesifik dan sedikitnya terdiri dari dua orang. Banyak peristiwa persuasif yang terjadi dalam lingkungan khusus, lingkungan tersebut dapat berupa kampanye periklanan, kampanye politik, sidang pengadilan, dalam ruangan, dirumah dan lain-lain. Sedangkan lingkungan internal, model komunikasi persuasif terdiri dari empat unsur utama yakni: sumber (*source*), penerima (*receiver*), pesan (*message*), saluran (*channel*). (dalam Soemirat, dkk, 2008:2.6).

Dari model yang dikemukakan oleh Applebeum dan Anatol diatas, maka dapat diasumsikan bahwa komunikasi persuasif dipengaruhi oleh :

1. *Source/Sumber*
2. *Receiver/Penerima* (masyarakat)
3. *Message/Pesan*
4. *Channel/Saluran*
5. *Feedback/Umpan balik*
6. *Time/Waktu*
7. *Environment*

Faktor Penghambat Komunikasi Persuasif

Hambatan dalam komunikasi persuasif yang terjadi secara mekanistik dikarenakan arus pesan pada saluran komunikasi yang terganggu, terbatas dan tercemar atau dalam kondisi rusak. Dapat dicontohkan dengan salah tafsir pesan

yang disampaikan atau isu-isu serta gosip yang beredar.

Menurut Mar'at (1982) hambatan komunikasi persuasif disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal (dalam Soemirat, 2014:9.4). Faktor internal berupa :

1. Persepsi sosial, dipengaruhi oleh hubungan langsung yang terjalin tidak optimal, memandang objek setengah-setengah sehingga pesan yang diterima tidak utuh, salah mengartikan pesan yang diterima serta tidak memiliki perhatian terhadap objek yang dibicarakan.
2. Posisi sosial, mengandung nilai tertentu seperti nilai keagamaan, kepandaian, keterampilan, kejujuran. Nilai-nilai tersebut akan dijadikan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Jika nilai tersebut dipersepsikan tidak baik, maka sasaran tidak akan menerima pesan yang disampaikan persuader. Kegagalan komunikasi dapat terjadi manakala persuader dipandang tidak berarti dan tidak dipercayai oleh sasaran.
3. Proses belajar sosial, berkaitan dengan pengalaman dan kemampuan sasaran. Jika pesan persuasi dipandang tidak menguntungkan dan hanya sekedar janji, maka akan terjadi kegagalan komunikasi.

Sedangkan faktor eksternal, hambatan komunikasi persuasif dapat disebabkan oleh dalam memberi penguatan kepada sasarannya. Selain itu, ia pun tidak mampu membangkitkan emosi dan rasio sasaran, sehingga sasaran merasa tidak tersentuh untuk menerima pesan tersebut. Faktor berikutnya, persuader tidak mampu memperkirakan harapan yang diinginkan pihak sasaran.

Dalam proses komunikasi, menyampaikan pesan tentu sering terjadi kesalahpahaman dalam penerimaan pesan, dan akan menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan. Menurut Abdurrachman (1993) ada empat faktor yang dapat menghambat berjalannya komunikasi persuasif diantaranya adalah (dalam Effendi, 2005:27) :

1. Faktor Motivasi. Sudah dikemukakan bagaimana motivasi seseorang atau sesuatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang akan mendorong orang itu untuk berbuat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya.
2. Faktor *Prejudice* atau Prasangka. Bila seseorang sudah dihinggapi dan perasaan *Prejudice* terhadap sesuatu, misalnya golongan, suku, ras, dan sebagainya orang itu dalam penilaiannya terhadap hal tersebut tidak akan objektif lagi.
3. Faktor *Sematic*. Kata-kata yang mempunyai arti tidak sama dengan komunikator dan komunikan atau ejean yang berbeda, tapi bunyinya hampir sama, dapat menimbulkan salah pengertian dan sangat mengganggu.
4. *Noise Factor*, yaitu gangguan yang disebabkan oleh suara. Ini dapat terjadi dengan disengaja dan tidak disengaja.

Pendidikan

Definisi dan pendidikan secara umum adalah sesuatu yang mempunyai pengaruh dalam pembentukan jasmani, akal, dan tingkah laku seseorang sejak dilahirkan hingga meninggal nantinya. Dalam pengertian ini mencakup semua sarana baik keluarga, pendidikan formal maupun lingkungan sosial. Pengertian tersebut merupakan gambaran untuk memaknai apa itu pendidikan. Meski

demikian penjabaran tersebut masih sangat samar untuk dipahami. Oleh karena itu sejumlah pemikir mengemukakan hakekat dan batasan pengertian untuk lebih mudah mengenal dan menerapkan pendidikan.

Salah satu diantaranya ialah pendidikan menurut filsuf ternama Aristoteles yang mengatakan, "Pendidikan itu menyiapkan akal untuk pengajaran. Sebagaimana telah disiapkan tanah tempat persemaian benih. Menurutnya, manusia memiliki dua kekuatan didalam dirinya yakni, pemikiran kemanusiaanya dan syahwat kehewaniannya. Pendidikan itu alat yang dapat membantu kekuatan pertama agar bisa mengalahkan kekuatan yang kedua."

Komunitas

Komunitas adalah jaringan dari beberapa individu yang saling mengikat yang meningkatkan sosialisasi sesama jaringan, saling mendukung, memberikan informasi, adanya rasa memiliki dan menjadi identitas sosial. Stewart E. Perry (2001) dalam *CED Definitions and Terminology* memandang ada dua makna komunitas. Pertama, komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus. Kedua, secara khusus menunjuk pada satu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena didasarkan pada lokalitas tertentu yang sama. Karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membuat mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama (dalam Iriantara, 2007:24).

Carol Anne Ogdin (1998) menunjukkan beberapa alasan yang menyebabkan komunitas berbeda dari kumpulan manusia lain seperti kerumunan atau kelompok manusia. Ada 5 faktor yang disebut Ogdin yang bisa membedakan komunitas dari kelompok-kelompok individu lain yaitu (dalam Iriantara 2007:24).

1. Pembatasan dan eksklusivitas yang berdasarkan hal ini bisa dirumuskan siapa yang menjadi

anggota dan bukan anggota komunitas tersebut.

2. Tujuan yang merupakan landasan keberadaan komunitas.
3. Aturan yang memberi pembatasan terhadap perilaku anggota komunitas, termasuk ancaman disingkirkan untuk yang berperilaku melanggar aturan itu.
4. Komitmen terhadap kesejahteraan orang lain, sehingga ada kepedulian terhadap orang lain yang berada dalam komunitas yang sama, atau setidaknya ada tanggung jawab bagi individu terhadap komunitas secara keseluruhan.
5. Kemandirian yakni memiliki kebebasan sendiri untuk menentukan apa yang ingin dilakukan dan cara memasuki komunitas.

Komunitas sering kali tidak bersifat homogen melainkan heterogen. Artinya komunitas intelektual adalah homogen dalam intelektualitasnya (misalnya, tingkat pendidikan), tetapi gaya hidup dan kepentingan mereka amat bervariasi (Kasali, 2005:51).

Menurut Etienne Wenger (2002:24), komunitas mempunyai berbagai macam bentuk dan karakteristik, diantaranya :

1. Besar atau kecil
2. Terpusat dan tersebar
3. Berumur panjang atau berumur pendek
4. Internal atau eksternal
5. Homogen atau heterogen
6. Spontan atau disengaja
7. Tidak dikenal atau dibawah sebuah Instansi

Menurut Rousseau yang dikutip Gerald Delanti (2003), komunitas memiliki manfaat yaitu menampung ide-ide yang berasal dari masyarakat luas, sehingga dapat dipilih ide yang tepat untuk dijadikan kebijakan bagi masyarakat sosial dan juga mengungkapkan ikatan-ikatan dalam masyarakat umum dan juga

sosialisasinya. Menurut Him (2008), terdapat 3 jenis komunitas yaitu: *consumption communities*, *brand communities*, dan *marketplace communities* (dalam <http://frontlinerinc.com/2012/02/pengaruh-komunitas-sosial-terhadap-keputusan-pembelian-dan-sikap-terhadap-merek-part-1/>, diakses tanggal 15 April 2016 21:00 WIB)

1. *Consumption Communities* menurut Boorstin dalam jurnal Jae Wook Him (2008:410), yaitu komunitas secara tradisional dengan menyediakan aktifitas-aktifitas yang mengundang seseorang untuk melakukan pembelian secara langsung, dimana dibutuhkan ruang dan waktu yang memfasilitasi konsumen untuk melakukan pembelian tersebut. Komunitas yang terjadi akibat kebutuhan fisik yang sama antar anggotanya. Contohnya Komunitas Ibu Arisan
2. *Brand Communities* menurut Muniz and O'Guinn dalam jurnal Jae Wook Him (2008:410), yaitu komunitas yang terikat atas brand yang memfasilitasi komunitas untuk melakukan kegiatan dengan membawa brand tersebut, sehingga terdapat prestis atau rasa kebersamaan yang dirasakan oleh tiap anggotanya. Contohnya, Harley Davidson Club di US dan Polygon di Indonesia
3. *Marketplace Communities* menurut Williams dan Cothrell dalam jurnal Jae Wook Him (2008:410) dapat disebut Online Communities, yaitu komunitas secara online. Karena komunitas tersebut secara virtual, sehingga tidak dibatasi seperti komunitas lainnya. Tiap anggota dapat saling berbagi dan membahas mengenai informasi yang sedang tren dan menarik. Contohnya adalah Kaskus.

Komunitas 1000_guru

Komunitas 1000_guru dibentuk pada 22 Agustus 2012 oleh Jemi Ngadiono. Salah satu aksi yang rutin dilakukan oleh Komunitas 1000_guru adalah *Traveling and Teaching*. Kegiatan ini mengajak semua kalangan anak muda dari berbagai latar belakang profesi untuk berkegiatan sosial berbagi dan mengajar di tempat-tempat yang di kunjungi, berbagi ilmu pengetahuan dengan anak-anak pedalaman dan perbatasan. Seperti slogan yang dimiliki komunitas ini, "Semua orang bisa menjadi Pendidik dimanapun berada." Saat ini 1000_guru sendiri sudah memiliki 35 regional yang tersebar di daerah di Indonesia. (dalam

http://seribuguru.org/2003/08/profile-1000_guru/, diakses tanggal 20 April 2016 19:35 WIB)

Ada 3 aksi yang dilakukan 1000_guru:

1. Beasiswa Guru Pedalaman

1000_guru berkomitmen untuk membantu kualitas pendidikan untuk anak-anak dipedalaman melalui beasiswa untuk guru-guru lokal yang berdedikasi tinggi namun hanya lulusan SMA dan Sederajat.

2. Traveling and Teaching

Mengajak semua kalangan anak muda dari berbagai latar belakang profesi untuk mengunjungi tempat-tempat yang indah dan unik tentang negeri ini, budaya dan adat istiadat leluhur disertai dengan kegiatan sosial berbagi dan mengajar di tempat-tempat yang di kunjungi, berbagi ilmu pengetahuan dengan anak-anak pedalaman dan perbatasan.

3. Moral Campaign "Hormati Gurumu!"

Saat ini guru tidak mendapat penghormatan, banyak siswa siswi yang memusuhi guru, melecehkan profesi guru, keadaan ini sungguh sangat memperhatikan. Berawal dari masalah itu, 1000_guru mengambil bagian melakukan kampanye Moral "Hormati Gurumu!", 1000_guru datang kesekolah sekolah Menengah Atas memberikan seminar motivasi,

mengajak para siswa untuk menghormati guru mereka, mengembalikan rasa sayang antara Murid dan Guru, Guru dan Murid.

Komunitas 1000_Guru Riau

1000_Guru Riau adalah Komunitas sosial yang menjadi wadah untuk teman-teman di Riau yang peduli dengan pendidikan di pedalaman Riau. Komunitas ini terbentuk pada tanggal 14 Agustus 2013. Aksi sosial yang rutin dilakukan komunitas ini sama dengan pusat yakni *Travelling And Teaching*.

Awal terbentuknya komunitas 1000_guru di Riau hanya beranggotakan 11 orang, namun kini jumlah anggota aktif serta *volunteer*/relawan sudah mencapai 115 orang. Tidak hanya melakukan aksi sosial secara langsung, 1000_Guru Riau juga melancarkan aksinya melalui berbagai media sosial, seperti *Twitter*, dan *Instagram*. Aksi melalui media sosial yang dilakukan komunitas ini juga mendapat animo positif dari masyarakat Riau, hal ini dapat dilihat dari akun *Instagram* @1000_Guru Riau yang memiliki 2000 lebih *follower* atau orang yang mengikuti akun ini.

Traveling and Teaching

Mengajak semua kalangan anak muda dari berbagai latar belakang profesi untuk mengunjungi tempat-tempat yang indah dan unik tentang negeri ini, budaya dan adat istiadat leluhur disertai dengan kegiatan sosial berbagi dan mengajar di tempat-tempat yang di kunjungi, berbagi ilmu pengetahuan dengan anak-anak pedalaman dan perbatasan.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Meleong, 2005:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dengan demikian, laporan penelitian berisikan kutipan-kutipan data

untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penelitian laporan demikian pertanyaan dengan kata tanya mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan oleh penulis (Moleong, 2005:11). Jadi, secara umum jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami sebuah pokok permasalahan sebagaimana adanya secara keseluruhan.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah manusia sebagai instrumen pendukung dari penelitian yang akan dilakukan. Berkaitan dengan fokus penelusuran data dan bukti-bukti secara faktual, dapat berupa data wawancara, reaksi, dan tanggapan atau keterangan (Moleong, 2005:158).

Adapun penarikan informan dari penelitian ini ditentukan melalui suatu teknik yang diharapkan dapat memenuhi kriteria responden yang dibutuhkan yakni menggunakan teknik *purposive* dan *Accidental Sampling*.

Objek Penelitian

Menurut Arikunto (2010:29) mengemukakan pengertian objek penelitian sebagai variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah kredibilitas komunikator, pesan persuasif dan media yang digunakan oleh anggota Komunitas 1000_Guru Riau pada kegiatan *traveling and teaching* dalam meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman Riau.

Jenis dan Sumber Data

Lofland dan Lofland (dalam Moleong, 2012: 157) menyebutkan sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian kelengkapan data sangat diperlukan untuk menunjang hasil

yang akurat dan kesimpulan yang akan diambil, untuk itu diperlukan sumber data yang memadai. Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan informan dan melakukan observasi ke lapangan. Adapun informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi subjek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian serta sumber-sumber lainnya, seperti dokumentasi dan data-data penelitian sebelumnya. Adapun data ini berasal dari dokumentasi komunitas yang berkaitan dengan objek penelitian yang meliputi data anggota Komunitas 1000_Guru Riau, struktur organisasi dan *timeline* kegiatan.

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang peneliti gunakan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, berupa:

1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan informan yaitu Ketua regional Komunitas 1000_Guru Riau untuk mendapatkan informasi-informasi pendukung baik itu tentang Komunitas 1000_Guru Riau itu sendiri, maupun tentang kegiatannya, Sekretaris umum Komunitas 1000_Guru Riau untuk mendapatkan informasi pendukung kegiatan, Beberapa *volunteer* atau relawan yang mengikuti kegiatan *traveling and teaching* untuk mendapatkan informasi mengenai teknik-teknik yang mereka gunakan dalam mempersuasi anak-anak sekolah dasar di pedalaman agar peduli dengan pendidikan. Sedangkan wawancara dengan beberapa guru di

SD tempat dilaksanakan kegiatan *traveling and teaching* untuk mendapatkan informasi bahwa Komunitas 1000_Guru Riau telah melakukan komunikasi persuasif kepada anak-anak di pedalaman Riau.

2. Observasi

Penulis mengamati dan berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas 1000_Guru Riau dengan cara menjadi *Volunteer* Komunitas 1000_Guru Riau. Penulis juga melakukan observasi pada media dan jejaring sosial milik Komunitas 1000_Guru Riau, seperti *Twitter*, dan *Instagram* untuk mengamati komunikasi persuasif secara langsung.

HASIL PENELITIAN

Dari deskripsi hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka penulis akan membahas secara keseluruhan mengenai “Komunikasi Persuasif Komunitas 1000_Guru Riau pada kegiatan *traveling and teaching* untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman Riau”. Pembahasan dibawah ini akan menggambarkan model komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Applebeum dan Anatol untuk dijadikan pendukung dalam pelaksanaan penelitian ini. Komunikasi persuasif yang dimaksud adalah untuk melihat bagaimana kredibilitas komunikator, pesan persuasif, dan media yang digunakan pada kegiatan *traveling and teaching* untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman Riau.

Kredibilitas Komunikator Komunitas 1000_Guru Riau pada kegiatan *traveling and teaching* dalam meningkatkan sadar pendidikan di pedalaman Riau.

Langkah awal dalam membangun kredibilitas, Tim pengurus 1000_Guru Regional Riau sebelumnya melakukan koordinasi secara berkala dengan 1000_Guru pusat baik sebelum

melaksanakan kegiatan *traveling and teaching* ataupun aktifitas lainnya yang berhubungan dengan komunitas. Kegiatan koordinasi antara regional daerah dan pusat ini dilakukan melalui media sosial dalam bentuk grup diskusi. Selain melalui media sosial komunitas 1000_Guru juga melakukan koordinasi secara tatap muka antara pusat dan regional daerah seluruh Indonesia secara rutin setiap tahun. Kegiatan ini disebut musyawarah nasional.

Selain tim pengurus komunitas 1000_Guru Riau, *volunteer* juga dibekali pengetahuan dan diskusi mengenai kegiatan *traevling and teaching*, juga kemampuan *public speaking*.

Pesan Persuasif Anggota Komunitas 1000_Guru Riau dalam Meningkatkan Sadar Pendidikan di Pedalaman Riau

Dalam melakukan proses komunikasi persuasif, Komunitas 1000_Guru Riau menyampaikan pesan kepada masyarakat di pedalaman agar proses komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif. Penentu keberhasilan komunikasi persuasif adalah isi pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat di daerah pedalaman Riau. Pada kegitan *traveling and teaching* yang dilakukan di daerah pedalaman Riau ini, terdapat beberapa cara yang digunakan Komunitas 1000_Guru Riau untuk menyampaikan pesan akan pentingnya pendidikan. Isi pesan yang akan disampaikan yaitu memberikan motivasi mengenai besarnya pengaruh pendidikan dan diharapkan bisa mengubah perilaku mereka agar menganggap pendidikan sebagai sesuatu yang penting untuk dicapai.

Media yang Digunakan Komunitas 1000_Guru Riau Pekanbaru

Dalam komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Komunitas 1000_Guru Riau pada kegiatan *traveling and teaching* untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman juga menggunakan media dalam menyampaikan pesan tersebut. Komunitas 1000_Guru Riau memanfaatkan berbagai media yang ada untuk menyampaikan motivasi tentang

pendidikan kepada masyarakat di pedalaman, baik itu media *offline*, media massa dan media online.

1. Media Offline

Selain menggunakan alat peraga dalam memberikan motivasi tentang pentingnya pendidikan di daerah pedalaman, Komunitas 1000_Guru Riau juga menggunakan video motivasi atau film yang bertemakan tentang pendidikan.

2. Jejaring Sosial

Komunitas 1000_Guru Riau juga memanfaatkan jejaring sosial untuk memberikan gambaran kondisi pendidikan di pedalaman.. Jejaring sosial yang digunakan seperti *Instagram* dan *twitter*. Hal ini dilakukan untuk mengajak teman-teman lain untuk peduli dengan pendidikan di pedalaman, dan diharapkan nantinya akan ikut terjun langsung untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman Riau.

3. Media Cetak

Komunitas Komunitas 1000_Guru Riau melakukan kerjasama dengan harian lokal Tribun Pekanbaru untuk menginformasikan aksi-aksi yang telah dilakukan oleh komunitas ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian pada penulisan ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunitas 1000_Guru Riau memiliki kredibilitas sebagai komunikator. Tim pengurus 1000_Guru Regional Riau sebelumnya melakukan koordinasi secara berkala dengan 1000_Guru pusat baik sebelum melaksanakan kegiatan *traveling and teaching* ataupun aktifitas lainnya yang berhubungan dengan komunitas. Selain tim pengurus komunitas 1000_Guru Riau, *volunteer* juga dibekali pengetahuan dan diskusi mengenai kegiatan *traevling and teaching*, juga kemampuan *public speaking*.

2. Pesan persuasif anggota Komunitas 1000_Guru Riau menggunakan pesan verbal dan nonverbal.
3. Dalam proses penyampaian pesan, media yang digunakan oleh anggota Komunitas 1000_Guru diantaranya pertama media *offline*, Komunitas 1000_Guru menggunakan alat peraga untuk memudahkan penerimaan pesan komunikasi persuasif. Kedua, jejaring sosial yang dimanfaatkan sebagai media untuk mempersuasi sebagai galeri foto untuk memuat foto-foto kegiatan. Ketiga, media cetak sebagai media yang luas jangkauannya, Komunitas 1000_Guru selalu diliput berita tentang kegiatan *traveling and teaching* oleh Tribun Pekanbaru.

Saran

Dari hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan merupakan hal penting untuk mensejahterakan masyarakat. Sudah seharusnya pendidikan di Indonesia memiliki kesetaraan, baik di perkotaan ataupun di daerah pedalaman..
2. Melihat kredibilitas yang dimiliki anggota Komunitas 1000_Guru Riau, maka perlu diadakan kembali pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kapasitas dalam *public speaking* dan strategi dalam memberikan motivasi.
3. Komunitas 1000_Guru Riau hendaknya lebih maksimal lagi dalam menyampaikan informasi dan mengajak masyarakat untuk peduli dengan pendidikan di daerah pedalaman.
4. Agar tujuan Komunitas 1000_Guru Riau dalam meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman dilakukan secara kontinu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Elsa, Fiona Dent, dan Mike, Brent. 2008. *Latihan Singkat tangkas Mempengaruhi dan Berekamunikasi Efektif*. Jakarta: Sremabi Ilmu Semasta
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rahmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia,
- Soehartono Irawan, 2008. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Soemirat, Soleh, Hidayat, Safari dkk. 2008. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sulaksana, Djuana. 2005. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Suyanto, Bagong. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Wenger, Etinne. 2002. *Cultivating Communities of Practice*. Harvard Business School Press

Sumber Lain :

Seribuguru.org.com Diakses tanggal 17 April 2015 20:00 WIB