

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dalam bab perihal tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian sebelumnya yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, bisa berupa sebuah jurnal ataupun jurnal skripsi sekaligus. Peneliti mengambil penelitian ini yaitu “Komunikasi Guru Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 9 Kota Bandung Dengan Peserta Didik Dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi”. Hal mendasar ini harus menjadi penunjang bagi peneliti sebelum melakukan penelitian dan referensi berupa teori untuk penelitian tersebut. Bahwa berdasarkan berbagai hasil penelitian sebelumnya, citra diri siswa dibentuk oleh lingkungannya.

Berikut ini judul penelitian sebelumnya yang menyangkut tentang Komunikasi Guru Dengan Peserta Didik Dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penelitian Oleh	Metode Penelitian	Universitas	Hasil Penelitian
1.	Komunikasi Persuasif Guru Dalam Penerapan Budaya Sekolah Untuk Membentuk Karakter Siswa di MAN 2 MODEL Medan	Ade Riska Jumaizah	Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk melakukan pendekatan secara mendalam kepada guru dan siswa yang menjadi subjek dan juga objek pembentukan karakter.	UNIVERSITAS MEDAN AREA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru melakukan komunikasi persuasif dengan memberi materi, teguran dan konsultasi untuk membentuk karakter siswa-siswi MAN 2 Model Medan. Dari ketiga karakter yang diteliti, guru-guru di MAN 2 Model Medan menggunakan metode yang sama dalam mengajak siswanya untuk berperilaku baik.
2.	Pengaruh Komunikasi Persuasif Guru terhadap Motivasi Belajar Peserta	Rizky Oktarina Costa	Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian	UNIVERSITAS MERCU BUANA	Guru di sekolah ini mampu mengembangkan komunikasi persuasif

	Didik Sekolah Alam Tunas Mulia		ini. Sumber data dari pendekatan ini dalam bentuk numerik yang merupakan hasil survei dari sampel yang dianalisa menggunakan teknik analisa statistik.		dengan menjangkau siswa dan mengetahui kepribadian siswa sehingga mampu berkomunikasi secara terbuka dengan gurunya. Adanya pengaruh yang positif terhadap komunikasi Guru dengan motivasi belajar siswa karena komunikasi yang diberikan oleh Guru kepada siswanya mampu memberi perubahan yang lebih baik, dan komunikasi tersebut juga semakin menambah motivasi belajar siswa.
3.	Strategi Komunikasi Efektif Guru Dalam	Fitria Iswari	Peneliti menggunakan metode kualitatif	UNIVERSITAS INDRAPRASTA PGRI	Dari data yang diperoleh guru menggunakan metode

	Pembentukan Karakter Siswa SMPN 64		dengan teknik pengumpulan data melalui observasi di dalam kelas, dan wawancara baik kepada Guru dan siswa.		komunikasi informatif, persuasif, dan konstruktif, dan dilengkapi dengan metode nasehat serta pembiasaan. Dari komunikasi efektif tersebut pembentukan karakter siswa terlihat dari, meningkatnya minat belajar, berkurangnya ketidakhadiran siswa, serta pembiasaan menyapa guru.
--	------------------------------------	--	--	--	--

(sumber: Peneliti, April 2024)

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan komunikasi telah menjadi fenomena menuju terbentuknya masyarakat dan komunitas yang terintegrasi informasi, dimana individu-individu dalam masyarakat saling berbagi informasi dan mencapai tujuan bersama. Sederhananya, komunikasi dapat terjadi ketika terdapat kesamaan antara pengirim pesan dan penerima pesan.

Oleh karena itu, komunikasi atau komunikasi berasal dari kata latin “*communis*”. *Communis*, atau “*commun*” dalam bahasa Inggris, memiliki arti yang sama. Ketika kita berkomunikasi (*to communicate*), berarti kita sedang dalam keadaan berusaha menjalin kesamaan. (Suwardi, 1986: 13 dalam Rohim, 2009: 8) Dalam mendefinisikan komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau salah. Definisi harus dilihat dari kegunaannya dalam menjelaskan dan mengevaluasi fenomena yang didefinisikan. (Rismawaty, dkk. 2014:65)

Beberapa definisi komunikasi mungkin terlalu sempit, seperti dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang dikutip oleh Rismawaty, dkk. (2014:66), “Komunikasi adalah penyampaian pesan,” atau terlalu luas, seperti, “Komunikasi adalah proses interaksi antara dua makhluk hidup.”, sehingga asal muasal komunikasi mencakup hewan dan tanaman. dll. Dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pengertian komunikasi: komunikasi sebagai tindakan sepihak, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. (Mulyana, 2002: 60 dalam Rohim, 2009: 9)

Dalam Rismawaty, dkk. (2014:67) Komunikasi juga dapat dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi atau interaksi, yaitu komunikasi melalui proses sebab-akibat atau aksi-reaksi dengan

arah yang bergantian (Mulyana, 2002: 65). Dalam konteks ini, komunikasi berarti komunikator menyampaikan pesan baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan, dan komunikan segera membalas tanggapan verbal dan nonverbal tersebut secara aktif, dinamis, dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi dianggap lebih dinamis dibandingkan komunikasi sebagai tindakan searah. Namun pandangan ini bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan antara pengirim dan penerima pesan. (Rohim, 2009: 10)

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi (dalam Solihat dkk, 2014: 10) tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Social Change

Perubahan sosial, memberikan berbagai informasi kepada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

2. Attitude Change

Perubahan sikap, kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.

3. *Opinion Change*

Perubahan pendapat, memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasinya itu disampaikan.

4. *Behavior Change*

Perubahan perilaku, kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi sebagaimana dijelaskan Onong Uchjana Effendy mencakup empat pokok penting komunikasi, antara lain sebagai berikut:

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*) Fungsi komunikasi memberikan informasi tentang suatu peristiwa, ide, atau perilaku untuk disampaikan kepada orang lain.
- b. Mendidik (*to educate*) Komunikasi sebagai media pendidikan yang memberikan pengetahuan dan informasi, melalui gagasan atau pemikiran yang disampaikan kepada orang lain.
- c. Menghibur (*to entertain*) Fungsi komunikatif dimaksudkan untuk menghibur orang lain.

- d. Pengaruh (*to influence*) Komunikasi mempunyai pengaruh mempengaruhi orang lain, dengan mengubah pemikirannya atau mengubah perilaku. Effendy (2008: 8)

2.1.2.4 Hambatan Komunikasi

Dalam Rismawaty, dkk. (2014:150) Wahyu Ilaihi, M.A., menulis dalam bukunya “Komunikasi Dakwah” Faktor penghambat komunikasi yaitu:

1. Hambatan sosio-antropologis Konteks komunikasi berlangsung dalam konteks situasional. Komunikator harus memperhatikan konteks di mana komunikasi berlangsung, karena situasi mata mempengaruhi kelancaran komunikasi, terutama dalam situasi yang berkaitan dengan faktor sosiologis, antropologis dan psikologis. Hambatan Sosiologis Ada dua jenis hubungan dalam kehidupan sosial: komunitas dan masyarakat. Perbedaan sifat hubungan antarmanusia ini dapat menimbulkan perbedaan kepribadian, yang dapat menimbulkan perbedaan dalam cara orang diperlakukan dalam komunikasi.
2. Hambatan Antropologis Hambatan ini timbul dari perbedaan antar manusia, seperti postur tubuh, warna kulit, dan budaya.
3. Hambatan Psikologis Umumnya disebabkan oleh komunikator yang tidak membedakan dirinya dengan komunikan ketika berkomunikasi.

4. Hambatan Semantik, Hambatan ini menyangkut bahasa yang digunakan komunikator sebagai alat untuk menyampaikan pikiran dan perasaannya kepada komunikan.
5. Hambatan mekanis, terdapat pada media yang digunakan untuk memperlancar komunikasi.

Tentunya diantara banyaknya hambatan yang dihadapi oleh komunikator dan komunikan atau yang terjadi pada saat komunikator dan komunikan berkomunikasi, masih diperlukan upaya untuk mengatasi hambatan komunikasi tersebut. Berikut beberapa cara untuk mengatasi hambatan komunikasi:

1. Gunakan umpan balik. Masing-masing pembicara memperhatikan umpan balik verbal dan nonverbal lawan bicaranya dan mengartikan umpan balik tersebut dengan benar.
2. Memahami perbedaan individu dan kompleksitas individu. Setiap individu merupakan manusia yang unik, berbeda dalam hal latar belakang psikologis, sosial, ekonomi, budaya, dan pendidikan. Memahami hal ini akan memungkinkan Anda menggunakan taktik yang tepat saat berkomunikasi.
3. Menggunakan komunikasi secara langsung (tatap muka). Komunikasi langsung lebih persuasif dan dapat mengatasi hambatan komunikasi. Komunikator dapat menggabungkan verbal dan nonverbal. Selain kata-kata yang Anda pilih, kontak mata, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh serta metabahasa

lainnya juga dapat digunakan untuk membuat komunikasi Anda lebih efektif.

4. Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Kosakata yang digunakan hendaknya dapat dimengerti, tanpa menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh pendengarnya. Kalimat yang banyak klausa dependen membuat pesan sulit dipahami, maka gunakanlah pola kalimat yang sederhana. (Rismawaty, dkk. 2014:151)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Persuasif

2.1.3.1 Pengertian Persuasi

Persuasi adalah suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan/menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi (Devito, 2010 : 387).

Proses mengubah sikap, opini, dan perilaku dikenal sebagai persuasi. Persuasi adalah proses, dan kesuksesannya bergantung pada semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran, hingga komunikan. Setiap bagian yang ikut andil di dalamnya saling terkait dan tidak dapat dihilangkan. Salah satu bagian paling penting dari proses persuasi adalah pesan, untuk membuat komunikan terpersuasi dengan baik, komunikan harus memahami dengan baik pesan yang disampaikan komunikator atau

persuader. Dengan kata lain, kontrol atas komunikasi persuasi dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan komunikan.

2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Persuasif

Para ahli telah mengemukakan beberapa definisi komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif didefinisikan sebagai komunikasi yang mendorong orang untuk bertindak sesuai keinginan komunikator, menurut Barata (2003: 70).

Komunikasi persuasif, menurut Deddy Mulyana, adalah suatu proses komunikasi di mana komunikator berusaha meyakinkan publiknya untuk bertindak dan berperilaku sesuai dengan harapan komunikator tanpa memaksanya. Namun, menurut K. Anderson, komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, keyakinan, atau tindakan seseorang atau kelompok lain melalui penyebaran sejumlah pesan (Mulyana, 2005 : 115).

Dengan mempertimbangkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah jenis komunikasi yang dimaksudkan untuk menggunakan pesan untuk mengubah atau mempengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku seseorang sehingga mereka bertindak sesuai dengan harapan komunikator.

Dalam buku (Cangara, 2008 : 217) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi persuasif, yaitu sebagai berikut.

1. Kejelasan Tujuan

Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku sasaran persuasi atau komunikan. Jika tujuannya adalah untuk mengubah sikap, maka proses persuasi harus berkaitan dengan aspek afektif, jika tujuannya adalah untuk mengubah pendapat, maka proses persuasi harus berkaitan dengan aspek kognitif, dan jika tujuannya adalah untuk mengubah perilaku, maka proses persuasi harus berkaitan dengan aspek psikologis.

Pembicaraan persuasif mengetengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Namun, tujuan utama pembicaraan persuasif adalah untuk menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus diperkuat untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi

Karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku bangsa, dan gaya hidup adalah beberapa contoh keragaman yang cukup kompleks dari sasaran persuasi atau komunikan. Persuader harus mempelajari dan memahami berbagai aspek sasaran persuasi sebelum melakukan komunikasi persuasif agar mereka

dapat menyampaikan pesan mereka dengan mudah serta dapat menghadapi atau mengatasi berbagai tanggapan yang diberikan oleh sasaran persuasi.

3. Memilih komunikasi yang tepat

komunikasi persuasif adalah kombinasi manajemen komunikasi dan perencanaan komunikasi. Hal-hal yang perlu diperhatikan saat menetapkan seperti siapa sasaran persuasi, di mana dan kapan komunikasi dilakukan, pesan apa yang harus disampaikan, dan mengapa pesan itu perlu disampaikan.

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Persuasif

Persuasif adalah suatu kegiatan psikologis yang bertujuan untuk secara sadar mengubah sikap, tindakan dan tindakan dengan perasaan senang sehingga komunikasi mencapai tujuan dan sasaran. Membutuhkan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen proses komunikasi yang meliputi pesan, media, dan komunikan.

Dalam proses komunikasi tentunya terdapat tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang, baik dari komunikator maupun komunikan. Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi sikap terhadap sesuatu. Mengubah sikap merupakan tujuan penting dari komunikasi persuasif. Sikap mempunyai tiga komponen, komponen pertama adalah komponen afektif yaitu perasaan terhadap objek, kedua komponen kognitif yaitu

kepercayaan terhadap objek dan komponen terakhir adalah komponen perilaku yaitu tindakan terhadap objek. Intinya, ketiga komponen di atas merupakan rangkuman tentang apa yang disukai dan tidak disukai orang terhadap suatu hal. (Severin dan Tankard, 2005:177).

2.1.3.4 Alat Komunikasi Persuasif

Dalam kehidupan sehari-hari, situasi yang melibatkan komunikasi persuasif sering muncul. Misalnya saja di tempat kerja atau di suatu organisasi, seorang teman mempunyai ide bagus untuk meningkatkan produktivitas. Dia menjelaskan gagasan itu dengan berapi-api. Dia menjelaskan setiap aspek secara rinci. Namun, kami tidak tertarik dengan ide ini dan begitu pula orang lain. Ide-ide besar ini akhirnya menguap, kenapa? Untuk menjawab pertanyaan tersebut DeVito menjelaskan tiga alat utama komunikasi persuasif, yaitu:

Pertama, perkuat argumen dan bukti. Argumen adalah proses membentuk kesimpulan berdasarkan bukti-bukti yang ada. Penalaran memerlukan bukti-bukti yang kuat, baru, dan netral (tidak memihak). Misalnya, ketika Steve Jobs menyatakan bahwa MacBook Air milik Apple adalah yang tertipis di dunia, ia tidak hanya menceritakan kisah tersebut secara imajinatif tetapi juga memberikan argumen dan bukti nyata.

Kedua, ketertarikan psikologis. Ketertarikan psikologis berfokus pada insentif yang mendorong seseorang untuk mengembangkan, mengubah, atau memperkuat sikap atau perilaku tertentu. Motif yang dapat menjadi sasaran ketertarikan psikologis dapat berupa ketakutan, kekuasaan, kendali, pengaruh, pengakuan, dan ekonomi (finansial). Dalam hal daya tarik psikologis, Larson (2007) mengacu pada istilah premis yang membangkitkan emosi dan motivasi. Premis yang terkait dengan emosi dan motivasi meliputi ketakutan, rasa bersalah, kemarahan, kebanggaan, dan kebahagiaan.

Ketiga, daya tarik kredibilitas. Kredibilitas mengacu pada kualitas persuasif si pembujuk. Hal ini tergantung pada persepsi orang yang dibujuk terhadap karakternya. Beberapa tokoh menarik umumnya adalah orang-orang persuasif yang humoris, terbuka, serius, santai, sopan, ramah, dan empati. Daya tarik seorang pembujuk cenderung dinilai berbeda-beda oleh masing-masing orang yang dibujuk. Beberapa orang yang dibujuk mungkin tertarik pada pembujuk yang lucu, ada pula yang tertarik pada pembujuk yang terbuka atau serius namun santai. Bagi siswa, daya tarik pengajar menentukan kemampuan siswa dalam menyerap ilmu yang disampaikan. Ada siswa yang tertarik dengan materi yang disampaikan, namun terkadang daya tarik pengajar melebihi daya tarik materi pelajaran.

Sebelum melakukan komunikasi persuasif, ada baiknya untuk meneliti secara cermat dan mempertimbangkan aspek pribadi dan sosial dari orang yang dibujuk. Misalnya, seorang pemasar properti akan kesulitan menarik konsumen jika ia menawarkan rumah kepada petani berpenghasilan rendah. Namun, jika diberikan kepada masyarakat dengan pendapatan di atas rata-rata, peluang menarik konsumen akan lebih besar.

Efektivitas komunikasi persuasif juga ditentukan oleh perencanaan s. komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang direncanakan. harus mencerminkan aktivitas taktis. Langkah ini mencakup menentukan secara cermat siapa sasarannya, pesan apa yang ingin disampaikan, mengapa perlu disampaikan, di mana pesan akan disampaikan, dan apakah waktunya tepat. Jika merujuk pada pengertian persuasi, maka langkah-langkah tersebut termasuk dalam hal ini karena komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian informasi kepada pihak lain dengan cara membujuk untuk mempengaruhi sikap dan emosi orang yang dibujuk melalui langkah-langkah yang terencana dan terstruktur.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Guru dan Peserta Didik

2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Guru dan Peserta Didik

Guru dan peserta didik merupakan dua komponen yang dapat dianalogikan seperti teori simbiosis mutualisme, yaitu peran yang saling menguntungkan satu dengan yang lain. Sebagai timbal balik dari keterampilan komunikasi yang baik dari guru, peserta didik juga harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik dengan guru. Jadi, jika satu komponen saja yang aktif, tentunya tidak akan efektif. Interaksi komunikatif seperti ini akan memengaruhi guru dan siswa. Guru yang berpengalaman dapat menyampaikan informasi sehingga siswa dapat memahaminya. Keterampilan guru dalam menyampaikan materi pelajaran melalui interaksi komunikasi terhadap pesan yang disampaikan kepada siswa sangat penting untuk keberhasilan pembelajaran (Wina Sanjaya, 2006).

Semua interaksi bergantung pada komunikasi. Keterampilan komunikasi yang baik diperlukan untuk mengelola kelas dan memecahkan konflik konstruktif. Berbicara, mendengar, dan komunikasi nonverbal adalah tiga komponen utama pembelajaran komunikasi. Guru dapat menyampaikan informasi dengan jelas saat berbicara di depan siswa mereka. komunikasi sangat penting agar guru dan proses belajar siswa berjalan dengan baik. Diharapkan guru menggunakan tata bahasa yang benar, kosa kata yang dapat dipahami dan sesuai dengan perkembangan anak, berbicara dengan

tempo yang tepat, menekankan kata kunci dengan mengulang penjelasan, dan menghindari penyampaian informasi yang kabur atau bermakna ganda (ambigu), serta berbicara dengan pemikiran logis dan perencanaan (Juliana Ulfa, 2016).

2.1.5 Tinjauan Tentang Keterampilan Komunikasi

2.1.5.1 Pengertian Keterampilan Komunikasi

Eggen berpendapat bahwa keterampilan komunikasi adalah pengetahuan seseorang yang digunakan dalam berbicara, mendengar, mengatasi hambatan komunikasi verbal, dan memahami komunikasi secara efektif untuk bertanya, berinteraksi, dan bekerja sama dengan orang lain (Hanifa, 2008:19). Santrock menyatakan bahwa keterampilan komunikasi adalah kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif melalui berbagai media komunikasi (Santrock, 2007).

Keterampilan komunikasi didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menyampaikan pesan kepada khalayak (penerima pesan), menurut Cangara (1998: 23). Selain itu, Nevizond Chatab (2007: 29) menyatakan bahwa keterampilan komunikasi juga merupakan kemampuan untuk menjalin hubungan melalui media atau saluran komunikasi manusia sehingga pesan atau informasi dapat dipahami dengan baik. Keterampilan komunikasi perlu dipelajari dan dilatih, bukan dibawa sejak lahir.

2.1.5.2 Macam Keterampilan Komunikasi

Keterampilan komunikasi terdiri dari tiga macam, keterampilan komunikasi lisan, keterampilan komunikasi tulisan, dan keterampilan komunikasi visual.

1. Keterampilan Komunikasi Lisan

Keterampilan komunikasi lisan (*oral communication skill*) merupakan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan cara berbicara dan dengan memberikan umpan balik yang dapat diberikan secara langsung. Keterampilan komunikasi lisan meliputi kemampuan wawancara profesional, seminar, lokakarya, berbicara di depan umum, pidato formal, dan presentasi. (Djoko Purwanto, 2006: 77). Keterampilan komunikasi lisan telah digunakan sejak zaman dahulu, karena keterampilan komunikasi lisan merupakan hakikat komunikasi yang digunakan sejak penciptaan manusia. Komunikasi lisan telah menjadi budaya sosial yang menyampaikan pesan secara lisan atau dengan kata-kata. Demikian pula, kita berbicara dengan orang lain di masyarakat.

2. Keterampilan Komunikasi Tulisan

Keterampilan Komunikasi Tulisan (*Written Communication Skill*) adalah kemampuan seseorang dalam menghasilkan pesan tertulis dalam berbagai bentuk, seperti memo, surat, proposal dan laporan. Kelebihan keterampilan komunikasi tertulis adalah

penulis mempunyai kemampuan merencanakan dan mengendalikan pesan yang dibuat. (Djoko Purwanto, 2006: 78).

3. Keterampilan Komunikasi Visual

Menurut Rakhmat Supriyono (2010: 9) Keterampilan Komunikasi Visual adalah kemampuan seseorang dalam mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dalam berbagai kualitas visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, dan lain-lain, dengan menggunakan teknologi Teknologi . Salah satu keterampilan komunikasi visual yang dapat ditonjolkan dalam karya desain grafis. Desain grafis dapat digolongkan sebagai seni komersial karena merupakan perpaduan antara seni rupa (visual art) dan keterampilan komunikasi untuk bisnis.

Desain grafis adalah upaya menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan elemen visual seperti huruf, garis, warna, gambar, dan bidang yang disusun semenarik mungkin.

Desain grafis ini juga dapat menjadi pesan yang ekspresif dan menarik ketika dibuat dengan bantuan ilustrator, fotografer, visualisator, desainer , dll.

2.2 Kerangka Pemikiran

Rumusan dan cara peneliti berpikir adalah dasar dari penelitian ini. Peneliti mencoba menjelaskan masalah utama penelitian ini dalam penjelasan ini. Penjelasan ini mengaitkan teori dengan pertanyaan penelitian.

Kerangka pemikiran ini dimulai dengan mendalami dan menggali dinamika kompleks yang terjadi dalam komunikasi persuasif di lingkungan SMKN 9 Kota Bandung antara para guru dan peserta didik. Tujuan dari penelitian untuk memahami, menganalisis, dan merinci komunikasi persuasif dapat berperan sentral dalam upaya meningkatkan keterampilan komunikasi peserta didik, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi interaksi ini, serta menjelaskan dampak positif yang mungkin akan timbul dari komunikasi yang efektif antara kedua pihak tersebut. Selain itu, dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mengintegrasikan konsep-konsep teoritis terkait komunikasi persuasif, keterampilan komunikasi, dan pendidikan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana interaksi antara guru dan peserta didik di SMKN 9 Kota Bandung dapat berperan dalam pembentukan keterampilan komunikasi yang penting dalam perkembangan pribadi peserta didik. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang komunikasi persuasif ini, kita dapat merancang yang lebih efektif untuk meningkatkan interaksi yang mendukung perkembangan keterampilan komunikasi peserta didik di lingkungan pendidikan ini.

Menurut Forsyth, ada dua elemen komunikasi persuasif yang mendasari pengaruh perilaku manusia: proyeksi dan empati.

Proyeksi adalah cara kita mendekati orang lain, terutama kepercayaan diri, kepercayaan, dan pengaruh yang kita miliki, atau setidaknya tampak kita miliki. Sedangkan empati adalah kemampuan menempatkan diri pada posisi orang lain dan melihat sesuatu dari sudut pandangnya. (Soemirat, 2007: 38).

1. Proyeksi

Proyeksi adalah cara kita menampilkan diri kepada orang lain, yang mencerminkan sejauh mana kita terlihat percaya diri, dapat dipercaya, dan berpengaruh. Kepercayaan diri menggambarkan bagaimana kita menunjukkan keyakinan pada kemampuan dan nilai diri kita, yang dapat mempengaruhi bagaimana orang lain melihat dan memperlakukan kita. Kepercayaan merujuk pada rasa aman dan keyakinan yang kita tunjukkan kepada orang lain, yang bisa membuat mereka merasa nyaman dan lebih percaya pada kita. Pengaruh adalah kemampuan kita untuk mempengaruhi pandangan dan tindakan orang lain melalui cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan kata lain, proyeksi adalah tentang bagaimana kita membentuk persepsi orang lain terhadap kita, baik melalui sikap, tindakan, maupun penampilan kita, sehingga kita tampak memiliki kepercayaan diri, kepercayaan, dan pengaruh, bahkan jika kualitas-kualitas tersebut tidak sepenuhnya kita miliki.

2. Empati

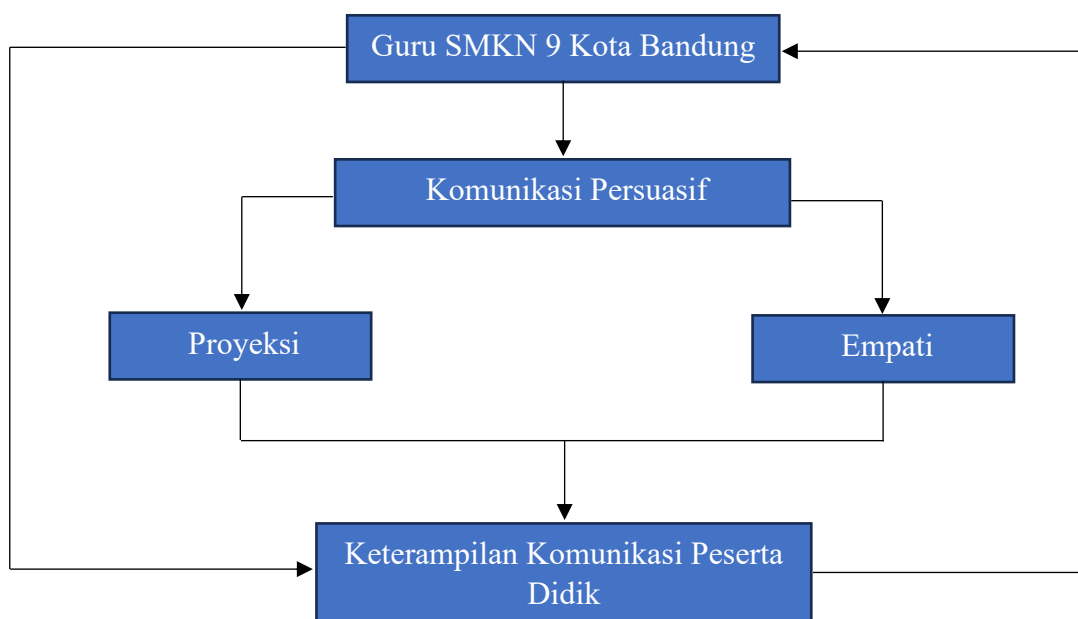
Empati merupakan kemampuan penting dalam hubungan sosial yang melibatkan kemampuan untuk merasakan dan memahami perasaan serta perspektif orang lain. Ini bukan hanya sekedar memahami secara intelektual apa yang orang lain alami, tetapi juga merasakan secara emosional apa yang mereka rasakan. Dengan empati, seseorang dapat menempatkan diri mereka dalam posisi orang lain, melihat dunia dari sudut pandang mereka, dan merespons dengan lebih sensitif terhadap kebutuhan dan perasaan mereka. Hal ini memungkinkan kita untuk menciptakan interaksi sosial dengan lebih baik, membangun hubungan yang lebih

kuat, dan meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif. Dengan mempraktikkan empati, kita dapat memperluas pengertian tentang orang lain, meningkatkan rasa saling pengertian, dan membangun lingkungan yang lebih inklusif dan mendukung bagi semua orang.

Empati guru sangat berdampak pada motivasi siswa dan dapat dilihat pada perubahan perilaku baik di rumah maupun di sekolah, karena siswa dapat merasakan dan melihat seberapa besar perhatian guru terhadap kepentingan mereka. Siswa akan mendapatkan sugesti, kontak batin, kepercayaan, dan kasih yang tulus atas kebutuhan belajar mereka. Karena empati dan kasih sayang guru, siswa akan jauh lebih optimis berjuang untuk masa depan yang lebih baik. (Asep Muljawan, 2016).

Gambar 2. 1

Alur Pikir Peneliti



(sumber: Peneliti, April 2024)