

Hubungan Komunikasi Persuasif dengan Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Musrenbang Nagari (Studi pada Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung)

Rita Riswanti, Ernita Arif, Indradin

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas

Email : ritariswanti1982@gmail.com

Abstrak

Musyawah perencanaan pembangunan (Musrenbang) merupakan mekanisme perencanaan pembangunan di daerah yang melibatkan partisipasi dari masyarakat. Penyelegaraan Musrenbang merupakan salah satu tugas Pemerintah Daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan. Pembangunan tidak akan bergerak maju apabila salah satu saja dari tiga komponen tata pemerintahan (pemerintahan, masyarakat, swasta) tidak berperan atau berfungsi (Mustanir, 2019). Idealnya pelaksanaan musrenbang melibatkan masyarakat/stakeholder yang secara bersama-sama memikirkan bagaimana membiayai dan mengimplementasi hasil musrenbang. Merujuk pada hasil penelitian tersebut, terlihat bahwa proses perencanaan pembangunan yang disampaikan kepada masyarakat selama ini masih mementingkan isi pesan ketimbang bentuk komunikasi. Hal ini membawa implikasi pada hilangnya arti dan makna pesan. Dalam melakukan penelitian, teori membantu penelitian dalam penentuan tujuan dan arah penelitian dan dalam memilih konsep-konsep yang tepat guna pembentukan hipotesis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu menggambarkan tentang sesuatu gejala atau fenomena tertentu. Penelitian ini menggunakan metode survey yaitu suatu upaya untuk mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Penelitian ini dilakukan pada partisipan Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung. Informasi dikumpulkan melalui beberapa pertanyaan dalam kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan sampel acak sederhana (Simple random sampling). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan Kuesioner, Wawancara, observasi. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap analisis.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Musrenbang Nagari

Abstract

Development planning deliberation (Musrenbang) is a regional development planning mechanism that involves the participation of the community. The implementation of Musrenbang is one of the tasks of the Regional Government to carry out government, development and community affairs. Development will not move forward if only one of the three components of governance (government, community, private) does not play a role or function (Mustanir, 2019). Ideally, the implementation of the musrenbang involves the community/stakeholders who jointly think about how to finance and implement the results of the musrenbang. Referring to the results of the study, it is seen that the development planning process conveyed to the community so far is still concerned with the content of the message rather than the form of communication. This has implications for the loss of meaning and meaning of the message. In conducting research, theory helps research in determining the goals and directions of research and in selecting appropriate concepts for

the formation of hypotheses. The type of research used in this research is descriptive quantitative that is describing a certain symptom or phenomenon. This study uses the survey method, which is an attempt to collect information from respondents by using a questionnaire as a research instrument. This research was conducted on Musrenbang participants in Nagari Bukit Bual, Koto VII District, Sijunjung Regency. Information is collected through several questions in a questionnaire or questionnaire. The sampling technique is done by taking simple random samples (Simple random sampling). In this study, data collection techniques were carried out by questionnaires, interviews, and observations. Determination of sample criteria is needed to avoid errors in determining the research sample which will then affect the analysis.

Keywords: Persuasive Communication, Musrenbang Nagari

PENDAHULUAN

Musyawarah perencanaan pembangunan (Musrenbang) merupakan mekanisme perencanaan pembangunan di daerah yang melibatkan partisipasi dari masyarakat. Penyelenggaraan Musrenbang merupakan salah satu tugas Pemerintah Daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan. Pembangunan tidak akan bergerak maju apabila salah satu saja dari tiga komponen tata pemerintahan (pemerintahan, masyarakat, swasta) tidak berperan atau berfungsi (Mustanir, 2019). Karena itu, Musrenbang juga merupakan forum pendidikan bagi warga agar menjadi bagian aktif dari tata pemerintahan dan pembangunan.

Pembangunan yang baik akan terselenggara apabila diawali dengan perencanaan yang baik pula, sehingga mampu dilaksanakan oleh seluruh pelaku pembangunan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk itu, maka proses perencanaan memerlukan keterlibatan masyarakat, diantaranya dengan melakukan musyawarah perencanaan pembangunan. Kata Musrenbang identik dengan diskusi di masyarakat tentang kebutuhan pembangunan daerah. Pembangunan desa akan semakin menantang di masa depan dengan kondisi masyarakat yang sudah sadar dan menginginkan akan pentingnya pembangunan di daerah demi hidup mereka, baik dari segi perekonomian daerah yang semakin terbuka dan kehidupan berpolitik yang lebih demokratis.

Fenomena yang terjadi pada Pemerintah Kabupaten Sijunjung melalui Bappeda secara rutin menyelenggarakan musrenbang setiap tahunnya. Dalam pelaksanaannya pemerintah menyampaikan informasi berupa tatacara pengajuan usulan pembangunan, besaran anggaran serta isu-isu strategis daerah melalui dialog bersama antara pemerintah dengan masyarakat. Ini dilakukan supaya masyarakat memperoleh pengetahuan dan ide serta pemahaman dalam mengajukan usul pembangunan yang ada di daerah mereka. Agar usulan tersebut dapat dituangkan dalam RKPD dan APBD sehingga pembangunan yang mereka inginkan dapat terwujud. Melihat musrenbang yang selama ini diselenggarakan di Kabupaten Sijunjung, hampir seluruh masyarakat ikut berpartisipasi dalam menyukseskan pembangunan di daerah mereka dengan hadir dalam proses musrenbang di nagari masing-masing.

Namun yang terjadi dalam prakteknya tidak semua usulan pembangunan yang diajukan dapat dituangkan dalam RKPD dan APBD, karena keterbatasan anggaran pemerintah daerah dan begitu banyak prioritas usulan pembangunan yang diajukan. Sebagaimana masyarakat paham dan mengerti hal ini terjadi dikarenakan keterbatasan anggaran pemerintah daerah dan begitu banyak prioritas usulan dari tiap-tiap nagari, ini membuktikan dengan mereka selalu mengikuti dan menghadiri pelaksanaan musrenbang yang diselenggarakan setiap tahun di daerahnya. Namun tidak dipungkiri beberapa kalangan masyarakat masih ada yang merasa tidak puas terhadap hasil tersebut karena beranggapan pembangunan yang diselenggarakan tidak sesuai dengan program yang mereka usulkan dan mereka secara langsung dalam forum musrenbang tersebut. Melihat ini peneliti beranggapan bahwa komunikasi persuasif dan penyampaian pesan dalam efektifitas komunikasi partisipatif yang terjadi antara aparatur pemerintah dengan masyarakat selama

ini berjalan dengan tidak cukup baik dikarenakan dengan pembangunan apa yang diinginkan masyarakat dengan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah tidak sesuai dengan kesepakatan musrenbang.

Pelaksanaan Musrenbang di Kabupaten Sijunjung dimulai dari tahap Musrenbang Nagari, Musrenbang Kecamatan dan Musrenbang Kabupaten. Kabupaten Sijunjung Merupakan salah satu dari 19 (sembilan belas) Kabupaten/Koto di bagian Selatan Provinsi Sumatera Barat meliputi 8 Kecamatan, 61 Nagari dan 1 Desa dengan 263 Jorong. 8 Kecamatan di Kabupaten Sijunjung terdiri Kecamatan kamang Baru, Kecamatan Tanjung gadang, Kecamatan Sijunjung, Kecamatan Lubuk Tarok, Kecamatan IV Nagari, Kecamatan Kupitan, Kecamatan Koto VII, Kecamatan Sumpur Kudus. Karena keterbatasan waktu dan biaya, peneliti hanya melakukan penelitian terhadap pelaksanaan Musrenbang Nagari dan hanya pada satu Nagari saja yaitu Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII. Penelitian dilakukan pada Musrenbang Nagari karena pada forum inilah Komunikasi Persuasif terlihat nyata dalam mempertemukan narasumber (aparap pemerintah) dan partisipan (masyarakat), guna memusyawarhkan/merembuhkan ide, gagasan dan usulan pembangunan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian dan analisis untuk mengetahui apakah proses komunikasi yang terjadi antara sumber pesan dengan penerima pesan mampu menghasilkan perubahan dalam tataran indikator Komunikasi Persuasive pada masyarakat partisipan Musrenbangnag sehingga pada akhirnya mereka mampu menyampaikan ide/gagasan usulan kebutuhan pembangunan di daerah mereka agar sepenuhnya tertuang ke dalam RKPD dan APBD dalam rangka pencapaian sasaran utama, yaitu untuk kemajuan dn kesejahteraan masyarakat.

Dalam penelitian ini, beberapa faktor yang berhubungan dengan komunikasi persuasive adalah karakteristik partisipan yang berupa komunikator, pesan, saluran dan penerima karena pada prinsipnya komunikasi yang baik memerlukan kesamaan pemahaman atas informasi antara narasumber dengan partisipan sehingga komunikasi persuasif dapat terwujud. Berdasarkan hal tersebut, maka masalah penelitian diuraikan dengan rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan karakteristik responden dengan tingkat partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung ?
2. Bagaimana hubungan antara komunikasi persuasif dengan tingkat partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung?

Komunikasi Persuasif

Menurut (Yosi, 2021). Komunikasi persuasif terdiri dari dua kata yaitu komunikasi danpersuasif. Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Menurut Hovland, Janis dan Kelley, yang dikutip oleh Sumardi, Komunikasi adalah proses di mana individu mengirim stimulus (bisanya dalam bentuk verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain (Oktarina, 2017).

Sedangkan, Persuasi (persuasion) bersumber pada perkataan latin persuasio yang mana kata kerjanya adalah persuadere yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Menurut Saputri (2020) Persuasi adalah proses yang bertujuan guna mengubah sikap ataupun perilaku orang lain dalam sebuah peristiwa, ide, ataupun objek lainnya melalui bahasa verbal atau nonverbal yang didalamnya tersirat informasi, perasaan dan penalaran. Sering kali para ahli komunikasi menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Hal ini dimaksudkan untuk mengadakan perbedaan dengan koersi (coersion) pada umumnya, antara persuasi dan koersi memiliki tujuan yang sama yakni untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku” (Effendy, 2015:21).

Bila pada persuasi dilakukan dengan halus, luwes yang mengandung sifatsifat manusiawi tanpa adanya paksaan sedangkan, koersi sanksi dan ancaman seperti perintah, instruksi, pemerasan. Bila disimpulkan definisi komunikasi persuasi yaitu suatu proses

komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar bisa menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Kemudian, proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator. Suatu ajakan atau bujukan tanpa adanya unsur acaman ataupun paksaan. Secara singkat bisa dikatakan bahwa komunikasi persuasi adalah kemampuan komunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu menggambarkan tentang sesuatu gejala atau fenomena tertentu. Penelitian ini menggunakan metode survey yaitu suatu upaya untuk mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Metode survey digunakan dalam pengumpulan data karena memiliki beberapa keuntungan yaitu menghemat biaya dalam pengumpulan data, pengumpulan dan penyajian data lebih cepat, cukup variabel lebih luas, dan akurasi yang lebih luas (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini dilakukan pada partisipan Musrenbang di Nagari Muaro Kabupaten Sijunjung. Informasi dikumpulkan melalui beberapa pertanyaan dalam kuesioner atau angket. Mengetahui pendapat responden mengenai partisipasi masyarakat antara narasumber dengan partisipan dalam pelaksanaan Musrenbang, maka data dikumpulkan dengan cara setiap partisipan menjawab kuesioner yang telah disediakan.

Populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang akan diteliti (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah partisipasi Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung 2021. Partisipasi Musrenbang berasal dari seluruh komponen masyarakat yang berada di Nagari, seperti : Ketua Jorong, Lembaga Perberdayaan Masyarakat (LPM), Kelompok Perempuan, Keterwakilan Kelompok Usia, Organisasi Masyarakat, Pengusaha, Kelompok-kelompok masyarakat marginal, dan lain-lain, serta keterwakilan berbagai sektor. Berdasarkan hal tersebut, sampel yang diambil adalah 60 orang.

Sampel adalah bagian populasi penelitian yang digunakan untuk memperkirakan hasil penelitian oleh peneliti, sedangkan teknik sampling merupakan bagian dari metodologi penelitian statistika yang berkaitan dengan cara-cara pengambilan sampel.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan sampel acak sederhana (Simple random sampling). Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiono (2017;82). Pemilihan *simple random sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Dalam penelitian ini kriteria sampel yang diambil antara lain; (1) Partisipan adalah peserta undangan yang hadir pada Musrenbang di Nagari Bukit Bual, (2) Partisipan mewakili dari berbagai unsur masyarakat mulai dari Jorong, KAN, LAN, ninik mamak, bundo kandung, dan unsur lainnya, (3) Partisipan yang mengikuti dari awal sampai Musyawarah berakhir.

Sampel adalah bagian populasi penelitian yang digunakan untuk memperkirakan hasil penelitian oleh peneliti, sedangkan teknik sampling merupakan bagian dari metodologi penelitian statistika yang berkaitan dengan cara-cara pengambilan sampel.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan sampel acak sederhana (Simple random sampling). Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiono (2017;82). Pemilihan *simple random sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan

dalam penentuan sampel penelitian yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Dalam penelitian ini kriteria sampel yang diambil antara lain; (1) Partisipan adalah peserta undangan yang hadir pada Musrenbang di Nagari Bukit Bual, (2) Partisipan mewakili darai berbagai unsur masyarakat mulai dari Jorong, KAN, LAN, ninik mamak, bundo kanduang, dan unsur lainnya, (3) Partisipan yang mengikuti dari awal sampai Musyawarah berakhir.

Pada peneltian ini menggunakan jenis analisis secara kuantitatif dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *SPSS 25.0 for windows*. Penelitian ini menggunakan table frekuensi pada hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS tersebut. SPSS 25.0 digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi rank spearman dengan rumus :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

r_s = koefisien korelasi *Rank Spearman*

$\sum d_i^2$ = selisih rank antara rank variabel X dengan rank variabel Y

n = jumlah sampel

Pembahasan

Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan atas jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir. Karakteristik responden ini diidentifikasi berdasarkan angket yang terkumpul yakni sesuai dengan total sampel dalam penelitian ini yakni 60 responden. Hasil analisis statistik deskriptif untuk karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin masyarakat yang mengikuti pertisipasi Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten

Sedangkan sisanya 28 reponden perempuan atau 47% adalah. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan responden didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Perbandingan jumlah responden berdasarkan Umur, masyarakat yang mengikuti pertisipasi Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung, sebagian responden didominasi oleh responden dengan umur 21-25 tahun sebanyak 18 responden atau 30%. Sedangkan sisanya 15 reponden dari umur 26-30 tahun dengan persentase 25%, terdapat responden penelitian dengan umur 15-20 tahun 13 responden atau 22%, terdapat responden penelitian dengan umur 31-35 tahun 11 responden atau 18%, terdapat responden penelitian dengan umur 36-40 tahun 3 responden atau 5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan responden didominasi oleh responden dengan umur 21-25 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Perbandingan jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan pada masyarakat yang mengikuti pertisipasi Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten

Terdapat responden penelitian dengan pendidikan SMA sebanyak 35 atau 58%, terdapat responden penelitian dengan pendidikan S1 sebanyak 22 atau 37%, terdapat responden penelitian dengan pendidikan D3 sebanyak 3 atau 5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan responden didominasi oleh tingkat pendidikan SMA.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Perbandingan jumlah responden berdasarkan pendapatan pada masyarakat yang mengikuti pertisipasi Musrenbang di Nagari Bukit Bual Kecamatan Koto VII Kabupaten

diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan terbagi dalam 3 kategori. Terdapat responden penelitian dengan pendapatan 1.000.000 – 2.500.000 sebanyak 39 atau 65%, terdapat responden penelitian dengan pendapatan 2.500.000 – 4.000.000 sebanyak 15 atau 25%, terdapat responden penelitian dengan pendapatan 4.000.000 – 5.000.000 sebanyak 6 atau 10%. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan responden didominasi oleh masyarakat dengan pendapatan 1.000.000 – 2.500.000.

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

Uji Validitas

Salah satu hal yang harus diperhatikan peneliti terkait dengan masalah instrumen penelitian adalah tentang validitasnya. (Widayat, 2004) menyatakan bahwa validitas item adalah ketepatan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur lewat butir tersebut, sehingga validitas suatu instrumen sangat dipengaruhi atau tergantung pada validitas yang dimiliki oleh masing-masing pertanyaan yang membangun suatu angket atau instrumen penelitian.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Instrumen penelitian diukur dengan menggunakan sampel 30 orang responden dari populasi yang sama serta termasuk dalam sampel penelitian. Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi *Product Moment* dari Pearson. Suatu indikator dikatakan valid, apabila $n = 30$ dan $\alpha = 0,05$, maka r tabel = 0,361

dengan ketentuan (Nurgiyantoro,dkk, 2004) :

Hasil r hitung $>$ r tabel (0,361) = valid

Hasil r hitung $<$ r tabel (0,361) = tidak valid

Dalam pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *software* komputer program SPSS 25.00 *for windows*.

1. Uji Validasi (Komunikasi Persuasif)

Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel Komunikasi Persuasif diperoleh hasil bahwa sebanyak 21 pernyataan dalam kuisisioner adalah valid karena sebagian besar nilai Corrected Item-Total Correlation (r -hitung) lebih besar dari r -tabel (0.361) sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dapat digunakan lebih dari 1 kali dalam waktu yang berbeda, namun tetap menunjukkan hasil yang relatif konsisten. (Menurut Widayat, 2004) menyatakan "reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut baik".

Dari pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa pengujian reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut reliabel sehingga dapat mengukur faktornya.

Selanjutnya koefisien reabilitas yang diperoleh dibandingkan dengan alpha minimal 0,60 Jika koefisien reliabilitas \geq alpha (0,06) maka soal yang ditanyakan reliabel dan koefisien reliabilitas \leq alpha (0,06) maka soal yang ditanyakan tidak reliabel. Hal ini sesuai dengan pendapat Widayat (2004:87) bahwa "suatu pengukuran dikatakan reliabel bilamana paling tidak nilai alphanya lebih besar dari 0,06". Untuk mencari reliabilitas instrumen, maka data hasil uji coba dianalisis dengan bantuan *software* program SPSS 25.00 *for windows*. Dari pendapat tersebut maka pada penelitian ini dasar pengambilan keputusan apakah suatu item reliabel atau tidak adalah $\alpha \geq 0,60$

Uji Reabilitas (Komunikasi Persuasif)

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Komunikasi Persuasif
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	21

Sumber data: Data primer diolah (2021)

Menurut data di atas diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen Komunikasi Persuasif dinyatakan reliabel karena memiliki nilai alpha Cronbach diatas 0,60.

Analisis Deskriptif Variabel

1. Variabel Komunikasi Persuasif

Berikut ini adalah gambaran jawaban responden berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terkait dengan variabel Komunikasi Persuasif.

2. Variabel Tingkat Partisipasi

Berikut ini adalah gambaran jawaban responden berdasarkan jawaban **Uji Prasyarat**

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model penelitian variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan pengujian grafik normal PPlot dan *One-Sample Kolmogorov Smirnov test* yang terdapat dalam program SPSS 25.0 for Windows. Data dikatakan terdistribusi dengan normal apabila residual terdistribusi dengan normal yaitu memiliki tingkat signifikansi di atas 5% (Ghozali, 2013:86).

Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak Ghozali (2011, hlm. 166). Menurut Priyatno (2010, hlm. 42) mengungkapkan bahwa "Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel yang akan dikenai prosedur analisis statistik korelasional menunjukkan hubungan yang linier atau tidak". Dalam uji linearitas ini melihat fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan memperoleh hasil atau infoemasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Untuk melakukan uji homogenitas peneliti di bantu menggunakan program SPSS for Windows veersi 25.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji linearitas pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa Komunikasi Persuasif terhadap Tingkat Partisipasi mempunyai nilai signifikan sebesar 0,389 dan nilai F sebesar 1.105. nilai signifikan di atas data *Parental* Komunikasi Persuasif terhadap Tingkat Partisipasi sebsesar ($0,389 > 0,05$), maka dapat di asumsikan bahwa Komunikasi Persuasif terhadap Tingkat Partisipasi mempunyai hubungan yang linier.

Hasil Analisa Korelasi

Untuk menguji dan membuktikan secara statistik hubungan antara Dukungan Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis digunakan analisis korelasi product moment dengan bantuan program SPSS for Windows versi 25.0. Analisis *korelasi product moment* digunakan untuk mengetahui korelasi antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat dengan kategori data ordinal.

Di bawah ini adalah hasil uji korelasi yang menggunakan analisis korelasi product moment. Kriteria taraf signifikansi yang digunakan sebagai dasar untuk mengetahui korelasi tersebut yaitu:

- a) $p < 0,01$ berarti ada korelasi yang sangat signifikan;

- b) $0,01 \leq p < 0,05$ berarti ada korelasi yang cukup signifikan;
- c) $p > 0,05$ berarti tidak signifikan.

Tabel 4.11 di bawah ini merupakan uraian dari koefisien korelasi antara dukungan keluarga dengan perilaku kepatuhan.

Hasil Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada regresi linier sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dan variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X . bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh variabel X . Hasil uji determinasi R^2

Hubungan Variabel Komunikasi Persuasif Terhadap Tingkat Partisipasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa antara Komunikasi Persuasif dengan hasil Tingkat Partisipasi terdapat nilai Pearson Correlation sebesar 0.790 dengan signifikansi 0,000. Hal tersebut berarti bahwa terdapat korelasi positif antara Komunikasi Persuasif dengan hasil Tingkat Partisipasi yang memiliki hubungan kuat, dan korelasi tersebut signifikan karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Persuasif terhadap Tingkat Partisipasi mempunyai nilai signifikan sebesar 0,389 dan nilai F sebesar 1.105. Nilai signifikan di atas data dukungan sosial terhadap kesejahteraan psikologis sebesar ($0,389 > 0,05$), maka dapat di asumsikan bahwa Komunikasi Persuasif terhadap Tingkat Partisipasi mempunyai hubungan yang linier.

Menurut Firdaus (2016:9) dalam tesisnya terkait komunikasi persuasif menjelaskan bahwa mekanisme pertahanan dalam seseorang individu saat menerima stimulant dari luar adalah Repression (penekanan) berkenaan dengan dorongan hati yang tidak pantas dikeluarkan sehingga didesak kedalam pikiran bawah sadar. Regression (kemunduran) kembali ke bentuk-bentuk perilaku awal perkembangan. Sublimation mengganti perilaku yang tidak wajar dengan perilaku yang lebih baik. Displacement (penggantian) mengubah sasaran pelampiasan dari emosi kepada sebuah objek lain. Reaction formation (pembentukan reaksi) bertindak yang berlawanan dengan apa yang dirasakan atau diinginkan.

Komunikasi persuasif menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) persuasi adalah sebuah ajakan seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan contohnya bujukan, rayuan dan mengajak (Maulana dan Gumelar, 2013).

Komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi sikap terhadap sesuatu. Suatu perubahan sikap menjadi tujuan penting dalam komunikasi persuasif. Sikap memiliki tiga komponen, yang pertama adalah komponen afektif yang berarti perasaan terhadap objek, kedua adalah komponen kognitif yaitu keyakinan terhadap objek dan terakhir adalah komponen perilaku yaitu tindakan terhadap objek. Intinya ketiga komponen diatas adalah rangkuman rasa suka maupun tidak suka terhadap objek yang dimiliki manusia (Severin dan James W. Tankard, 2005)

Efek komunikasi persuasif merupakan perubahan yang terjadi pada diri persuader sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi bias berbentuk perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat, maupun perilaku pada diri

persuadee merupakan tujuan utama. Sikap terbagi menjadi 3 komponen, yaitu kognisi, afeksi, dan konasi.

Melalui proses pengamatan, timbulnya perasaan ingin ikut andil untuk memberikan dukungan juga dan dalam mendukung acara pelaksanaan musrenbang nagari di kabupaten sijunjung masyarakat muncul rasa ingin melakukan hal yang sama untuk dapat memberikan pendapat dalam partisipasi tersebut.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Haderman (2017) yang menunjukkan preferensi untuk: i) memperoleh keuntungan individu dari prosustainability bertindak (pentingnya manfaat diri), ii) melakukan apa yang orang lain lakukan (daya tarik konformin norma deskriptif), dan iii) melakukan apa yang orang lain pikir harus dilakukan (banding menyesuaikan diri dengan norma perintah).

Hasil penelitian tersebut didukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Bakir (2018) yang menyatakan bahwa pemahaman dan pemahaman kita tentang kegiatan ini terhambat. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, kita mengusulkan kerangka konseptual baru yang berteori bentuk persuasi manipulatif yang tepat, serta membatasi apa yang mungkin dianggap sebagai bentuk persuasi non-manipulatif atau konsensual

SIMPULAN

Hasil uji korelasi terdapat korelasi positif dan signifikan antara komunikasi persuasif dengan hasil tingkat partisipasi. Berdasarkan hasil uji linearitas variabel komunikasi persuasif dengan tingkat partisipasi mempunyai hubungan yang linier.

DAFTAR PUSTAKA

- Atthabari, A. J. (2019). *Teknik Komunikasi Persuasif Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa (Studi Multisitus Di Mim Plus Suwaru Bandung Tulungagung Dan Mi Al-Huda Rejowinangun Trenggalek)* (Doctoral Dissertation, lain Tulungagung).
- Afandi, P. (2016). *Concept & Indicator Human Resources Management for Management Research*. Deepublish.
- Agustiani, Y. S., & Solihat, Y. (2018). Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Infrastruktur Desa di Desa Cihambulu Kecamatan Pabuaran Kabupaten Subang. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(2), 187-195.
- Aisyah, S. (2015). *Perkembangan peserta didik dan bimbingan belajar*. Deepublish.
- Ali, S., Yusuf, M., & Fielnanda, R. (2019). *Dampak Pengelolaan Perusahaan Berbasis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Usaha Perusahaan Pt. Sukses Gemilang Palembang (Sp-Sgp) Desa Limbur Tembesi Kecamatan Bathin VIII Kabupaten Sarolangun* (Doctoral Dissertation, Uin Sulthan Thaha Saifuddin).
- Askar, A. (2019). Dimensi Keterlibatan Masyarakat Dalam Program Pembangunan. *Jurnal Sosio Sains*, 5(1), 53-61.
- Ayuhan, *Konsep Pendidikan Anak Salih dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta :Deepublish, 2018), h. 26.
- Daud, Y. (2019). Peranan Kepemimpinan Kepala Desa Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Pembangunan Fisik (Studi Di Dusun Aholeang Desa Mekkatta Kecamatan Malunda Kabupaten Majene). *Mitzal (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya): Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Destiliani, S. (2020). *Komunikasi Persuasif Terhadap Remaja Penyandang Disabilitas dalam Pembinaan Mental Spiritual di Sekolah Luar Biasa (SLB) Sukarame* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Dinillah, U., & Sf, A. K. (2019). Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun@ Tentangislam Dan@ Harakahislamiyah). *Kaganga Komunika: Journal Of Communication Science*, 1(1), 54-67.
- Engkus, E. (2018). Perspektif Administrasi Pembangunan: Menuju Ke Arah Konvergen. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(2), 190-201.