

# KEMAMPUAN KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA MUSEUM PROVINSI SULAWESI TENGAH

Fadillah Fidyah Wati<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah. Email : [vivifadilafidya@yahoo.co.id](mailto:vivifadilafidya@yahoo.co.id)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat kemampuan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan dasar penelitian metode analisis sumber. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Museum Provinsi Sulawesi Tengah. Konsep penelitiannya yaitu tentang Komunikasi Persuasif. Subjek atau informan dalam penelitian ini adalah berjumlah empat orang. Sebagai alat pengumpul data menggunakan observasi dan wawancara mendalam (*Depth Interview*) dengan pengolahan data menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian yang terkait dengan kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dilakukan berdasarkan 3 tahapan yaitu, a). *Ethos*, kemampuan yang dimiliki oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah yaitu, mampu menggunakan bahasa yang baik dan benar, mampu berkomunikasi dengan etika dan sopan santun, dan mampu menciptakan kedekatan dengan pengunjung. b). *Pathos*, yaitu mampu menggunakan ilustrasi dan media pendukung, mampu menggunakan kata-kata alternatif yang awam, dan mampu beradaptasi dengan cepat pada karakteristik pengunjung. c). *Logos*, yaitu memiliki pengetahuan mengenai Museum dan segala koleksi yang dimiliki Museum, memiliki kepekaan dalam menghadapi pengunjung dan memiliki pengalaman dalam bidangnya. Sedangkan yang menjadi hambatan yang menghambat kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah yaitu, a). Rintangan pada sumber, disebabkan karena penyampaian pesan yang kurang jelas sehingga penerima sulit untuk menafsirkan. b). Rintangan dalam penyampaian, disebabkan karena penggunaan kata-kata ilmiah yang susah dipahami oleh audiens atau pengunjung. c). Rintangan pada penerima, disebabkan karena perbedaan karakteristik audiens atau pengunjung, yaitu usia dan tingkat pendidikan, dan d). Rintangan pada umpan balik, disebabkan karena adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima.

**Kata Kunci : Komunikasi, Persuasif**

**Submisi : 13 Maret 2017**

## Pendahuluan

Museum secara umum merupakan sebuah lembaga pemerintah yang bersifat tetap, melayani masyarakat dan pengembangannya terbuka untuk umum. Museum merupakan tempat berkumpulnya identitas budaya dan sejarah suatu daerah, sekaligus tempat wisata yang didalamnya merawat dan memamerkan barang-barang pembuktian manusia dan lingkungannya untuk

tujuan studi, pendidikan, pengetahuan dan kesenangan. Museum adalah suatu lembaga pemerintah yang mempunyai tugas dan kegiatan untuk memamerkan nilai tentang benda-benda yang penting bagi kebudayaan dan ilmu pengetahuan terutama dibidang sejarah.

Pada jaman sekarang, masyarakat Indonesia khususnya di kota Palu tidak lagi menggunakan Museum sebagai alternatif utama yang

digunakan sebagai media pembelajaran, hiburan dan kesenangan. Mereka lebih tertarik untuk mengunjungi pusat perbelanjaan, bioskop, taman hiburan, atau sekedar berkumpul di sebuah restoran atau *café* pada akhir pekan. Sulit ditemui masyarakat yang memilih mengunjungi tempat-tempat bersejarah maupun bangunan budaya sebagai alternatif hiburan di akhir pekan. Hal ini sangat disayangkan karena tempat-tempat bersejarah (Museum) sesungguhnya menyimpan banyak potensi yang masih sangat bisa dimaksimalkan, kendati demikian beberapa orang yang memang sudah sadar dengan keberadaan Museum yang didalamnya ada koleksi barang-barang peninggalan sejarah yang sangat bermanfaat, tapi banyak masyarakat yang memilih untuk mengabaikannya, dan masih banyak masyarakat yang lupa dengan keberadaan Museum di kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah.

Perubahan yang serba cepat dalam kehidupan masyarakat, akibat perkembangan ilmu dan teknologi, serta macam-macam tuntutan kebutuhan dari berbagai sektor sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Komunikasi yang efektif sangat diperlukan. Ada berbagai macam teknik komunikasi yang dapat digunakan, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif.

Menurut Sunarjo dan Djunaesih (Widjaja, 2002:70) komunikasi persuasif hendak meyakinkan seseorang atau suatu kelompok seolah-olah keyakinan itu timbul atas dasar keyakinan sendiri. Sebab dengan kesadaran, efek komunikasi akan menjadi sangat tinggi dan mantap. Persuasif merupakan usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan, berfokus terutama pada karakteristik komunikator. Persuasif merupakan bagian dari komunikasi yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya oleh pihak pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dalam menarik minat masyarakat.

Banyak hal yang sudah dilakukan oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dalam menarik minat masyarakat. Seperti setiap tahunnya pengelola Museum melakukan pameran keliling dan memamerkan koleksi yang mereka punya sesuai dengan tema yang diangkat. Pihak dari pengelola Museum juga melakukan

sosialisasi setiap setahun sekali yang mengundang pakar pendidik bidang sejarah dan juga pihak-pihak yang bekerja pada Dinas Pendidikan & Kebudayaan dan Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tengah.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan bahwa mereka sudah melakukan pameran keliling dan sosialisasi setiap tahunnya tapi, pengunjung yang datang masih sangat sepi. Terlihat sangat jelas fenomena yang membuktikan saat peneliti melakukan observasi awal beberapa kali ke Museum Provinsi Sulawesi Tengah. Pengunjung yang datang memang sangat sepi. Dilihat dari buku tamu, pengunjung yang datang ke Museum, lima hari sebelum peneliti datang. Ini menunjukkan bahwa selama lima hari tidak ada pengunjung yang datang ke Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

Peneliti juga melakukan wawancara awal pada saat ada pengunjung yang datang. Mereka mengatakan bahwa pelayanannya kurang menarik. Pengelola Museum mempercayakan semua tentang Museum Provinsi Sulawesi Tengah kepada para pemandu yang ditugaskan untuk menemani dan menjawab segala pertanyaan dari pengunjung tentang koleksi Museum Provinsi Sulawesi Tengah. Tapi nyatanya dari hasil observasi beberapa hari yang peneliti lakukan, terkadang pemandu tidak menemani pengunjung untuk masuk ke Museum Provinsi Sulawesi Tengah untuk melihat koleksi yang dimiliki oleh Museum Provinsi Sulawesi Tengah. Selain itu koleksi yang ada di Museum Provinsi Sulawesi Tengah masih sangat kurang.

Dari hasil uraian latar belakang diatas dapat dilihat bahwa kenyataannya Museum Provinsi Sulawesi Tengah mempunyai pelayanan yang kurang menarik. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dan juga kurangnya kegiatan persuasif dalam mempengaruhi masyarakat untuk melakukan kunjungan ke Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

Penelitian tentang komunikasi persuasif pernah dilakukan oleh Indra Bayu (2014) mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, yang dituangkan dalam skripsi berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif Sanggar Seni

Wanda Banten Dalam Menarik Minat Remaja Untuk Melestarikan Kebudayaan Daerah”. Dimana orang-orang yang ada di sanggar seni ini menggunakan komunikasi persuasif untuk menarik minat remaja dalam melestarikan kebudayaan daerah. Pada penelitian ini permasalahannya adalah kurangnya minat remaja tentang kebudayaan daerah dan memilih untuk mengabaikannya. Maka mereka melakukan strategi dengan menggunakan komunikasi persuasif.

Penelitian tentang Museum juga pernah dilakukan oleh Muhammad Shidqy (2010) mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang, berjudul “Komunikasi Strategis Museum Nasional”. Pada penelitian ini pokok permasalahan yang ada di Museum Nasional adalah pelayanannya yang kurang menarik. Padahal pengelola Museum Nasional di Banten sudah melakukan sosialisasi setiap setahun sekali. Pengelola Museum berusaha untuk memecahkan masalah ini dengan menyusun strategi komunikasi dan melakukan banyak usaha dalam menghadapi krisis pengunjung. Maka peneliti tertarik mengangkat penelitian terkait komunikasi persuasif yang ada di Museum dengan judul, “Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah.”

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah? dan faktor-faktor apakah yang menghambat kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah?. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui kemampuan komunikasi persuasif yang dimiliki oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat kemampuan komunikasi persuasif yang dilakukan pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Komunikasi**

Menurut Carl I Hovland (Effendy, 2003:10) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap,

pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif. Komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya unsur-unsur komunikasi. Secara rinci, unsur-unsur komunikasi (Cangara, 2008:23) terdiri atas sebagai berikut :

1. Sumber yang merupakan semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok.
2. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.
3. Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.
5. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Tanggapan balik adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima.
7. Lingkungan ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau dapat diartikan pula sebagai proses tukar-menukar pendapat. Selain itu, komunikasi dapat juga diartikan sebagai hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok (Widjaja,2002:13).

### **Hambatan Komunikasi**

Hambatan dalam komunikasi adalah se-

gala sesuatu yang menimbulkan gangguan komunikasi sehingga tujuan komunikasi tidak tercapai. Hambatan dalam berkomunikasi dapat terjadi dalam semua tahap. Menurut Fajar (2009:62) ada beberapa hambatan dalam komunikasi, yaitu :

- a. Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional sehingga mempengaruhi motivasi, yaitu mendorong seseorang untuk bertindak sesuai keinginan, kebutuhan atau kepentingan.
- b. Hambatan dalam penyandian/symbol. Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, symbol yang digunakan antara komunikator dengan komunikan tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.
- c. Hambatan media adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan jelas.
- d. Hambatan dalam bahasa sandi. Hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh komunikan.
- e. Hambatan dari *audience*. Misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

Memang bukan hal yang mudah untuk melaksanakan komunikasi. Ada beberapa hambatan yang dapat mengganggu jalannya komunikasi tersebut. Menurut David R. Hampton yang dikutip oleh Moekijat (2003:202), menggolongkan rintangan komunikasi menjadi:

1. Rintangan pada sumber, dapat disebabkan pengirim menyampaikan pesannya dengan tidak jelas sehingga penerima ragu-ragu menafsirkan.
2. Rintangan dalam penyampaian, dapat disebabkan karena pesan melalui perantara sehingga pesan yang disampaikan pengertiannya mungkin akan berubah.
3. Rintangan pada penerima, dapat disebabkan karena kurangnya perhatian, penilaian sebelum waktunya, lebih banyak memberikan tanggapan sifat-sifat atau perilaku yang tidak penting terhadap pokok pesannya.

4. Rintangan dalam umpan balik, adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima.

### **Komunikator**

Faktor penting pada komunikator pada saat berkomunikasi menurut Ishak (2004:25) adalah daya tarik sumber (*Source Attractiveness*) dan sumber kepercayaan (*Source Credibility*), yaitu sebagai berikut:

1. Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam berkomunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku pendengarnya/audiens melalui mekanisme daya tarik. Jika audiens merasakan bahwa pihak komunikator ikut dengannya sehingga mereka para pendengar/audiens bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator.

2. Sumber kepercayaan

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan para pendengar pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator.

### **Komunikasi Persuasif**

Bettinghouse mengatakan (Djamaluddin, 1994:1) komunikasi persuasif adalah suatu proses penyampaian pesan dilakukan oleh manusia dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap orang lain. Komunikasi persuasif dilakukan dalam bentuk komunikasi, dengan demikian segala bentuk komunikasi yang digunakan bersifat persuasif dan semata-mata bekerja dengan menggunakan argumentasi serta alasan-alasan. Mempengaruhi, memperkuat, mengubah sikap dan tingkah laku adalah ciri komunikasi persuasif. Oleh karena itu, tingkah laku seseorang ditentukan oleh pendapat, kepercayaan, dan sikap yang sudah dimiliki sejak lahir. Komunikasi persuasif adalah upaya seseorang dalam mengkomunikasikan pesan kepada orang lain yang sikapnya ingin diubah atau dibentuk.

Hutagalung (2015 : 75-76) terkait komunikasi persuasif ada tiga faktor penting yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Komunikator merupakan sumber komunikasi merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam keberhasilan komunikasi persuasif. Kemungkinan terjadinya perubahan sikap akan semakin besar bila komunikator memiliki keahlian (*expertise*), keterandalan (*trustworthiness*), dan disukai oleh penerima pesan. Dalam hal ini komunikator menyanggah pendapat tertentu dan berupaya untuk meyakinkan orang/kelompok lain untuk menerima dan mendukung pendapatnya. Semakin baik penilaian seseorang terhadap komunikator, maka akan semakin besar kemungkinan orang akan mengubah sikapnya mengikuti pendapat dari komunikator.
2. Isi Pesan merupakan kemampuan untuk menimbulkan rasa cemas ataupun rasa takut pada penerima pesan juga merupakan unsur yang tak kalah penting dalam komunikasi persuasif. Membangkitkan rasa takut merupakan salah satu cara untuk meyakinkan seseorang agar berbuat sesuatu. Namun pada tingkat rasa takut yang sangat tinggi, bila pesan dirasakan terlalu mengancam atau mengganggu maka komunikasi menjadi tidak efektif.
3. Sasaran/target merupakan reaksi terhadap sebuah pesan tergantung pada tiga hal, yaitu:
  - (a). Keterikatan target terhadap suatu sikap. Semakin besar keterikatan, semakin sulit mengubah sikap seseorang.
  - (b). Kekebalan, yaitu ketahanan lain dari target untuk menghadapi perubahan berupa pengalaman masa lalu terkait masalah yang dikomunikasikan oleh komunikator.
  - (c). Faktor kepribadian, yaitu bahwa sebagian orang umumnya lebih mudah dipersuasif dari pada yang lain. Dalam hal ini, orang dengan harga diri rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang dengan harga diri tinggi. Bahwa orang yang memiliki harga diri rendah akan memberikan penilaian yang rendah pula pada opini/pendapatnya. Lebih lanjut, orang yang memiliki harga diri rendah karena tidak dapat menghargai opini diri sendiri akan cenderung

segan mempertahankannya, dan kemungkinan besar akan mengubah opini bila mendapatkan informasi yang bertentangan. Hal yang bertolak belakang terjadi pada orang yang memiliki harga diri yang tinggi, yang memiliki kecenderungan untuk mempertahankan opini dan kurang mudah dipersuasif.

Aristoteles (West, 2008:7-8) menjelaskan terdapat tiga bukti-bukti yang dimaksudkan merujuk kepada cara-cara persuasif, berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut, yaitu:

- a. *Ethos (Argument Based On Credibility)* merujuk pada tampilan karakter, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara ketika hal-hal ini ditunjukkan melalui pidatonya. *Ethos* merupakan istilah yang luas yang merujuk pada pengaruh timbal balik yang dimiliki oleh pembicara dan pendengar terhadap satu sama lain. Aristoteles percaya bahwa pembicara dapat dipengaruhi oleh khalayak sebagaimana khalayak dapat dipengaruhi oleh pembicara. Aristoteles merasa bahwa sebuah pidato yang disampaikan oleh seseorang yang terpercaya akan lebih persuasif. Karena dia adalah pakar yang menguasai subjek pembicaraan, dan hanya dia pula yang dianggap sangat berpengalaman menjawab dan membahas berbagai pertanyaan audiens.
- b. *Pathos (Psychological Emotional Argument)* berkaitan dengan keterampilan pembicara untuk mengelola emosi ketika dia berbicara di depan publik, yang bisa menggugah perasaan audiens. Aristoteles berargumen bahwa para pendengar menjadi alat pembuktian pembicara.
- c. *Logos (Logical Argument)* adalah pengetahuan yang luas dan bukti-bukti logis yang digunakan oleh pembicara-argumen mereka, rasionalisasi, dan wacana. Bagi Aristoteles, *logos* mencakup penggunaan beberapa praktik termasuk menggunakan klaim logis dan bahasa yang jelas.

## Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Menurut Aristoteles (Suryanto, 2015:357-358) komunikasi dibangun oleh tiga unsur yang fundamental, yakni orang yang berbicara, materi pembicaraan yang dihasilkannya, dan orang yang mendengarkannya. Aspek yang pertama disebut komunikator atau *persuader*, yang merupakan sumber komunikasi. Aspek yang kedua adalah pesan, dan aspek yang ketiga disebut komunikan atau *persuadee*, yang merupakan penerima komunikasi.

- a. *Persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam komunikasi persuasif, eksistensi *persuader* benar-benar dipertaruhkan. Oleh karena itu *persuader* harus memiliki *ethos* yang tinggi. *Ethos* adalah nilai diri seseorang yang merupakan paduan dan aspek kognisi, afeksi, dan konasi. Seorang *persuader* yang memiliki *ethos* tinggi dicirikan dengan kesiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, dan kesederhanaan. Jika komunikasi persuasif ingin berhasil, seorang *persuader* harus memiliki sikap reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transitif.
- b. *Pesan* adalah segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Pesan bisa berbentuk verbal dan nonverbal. Pesan verbal terdiri dari pesan verbal yang disengaja dan tak disengaja. Pesan nonverbal juga terdiri atas pesan nonverbal disengaja dan tak disengaja.
- c. *Persuadee* adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan penyampaian dan penyaluran pesan oleh *persuader* baik secara verbal maupun nonverbal. Variabel kepribadian dan ego yang rumit merupakan dua kelompok konsep yang berpengaruh terhadap penerimaan *persuadee* terhadap komunikasi, termasuk juga faktor persepsi dan pengalaman.

## Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam pe-

nelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Serta menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2006:69). Tipe penelitian ini menggambarkan fenomena tentang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola museum Provinsi Sulawesi Tengah.

Dasar penelitian yang digunakan peneliti adalah analisis sumber. Analisis sumber merupakan suatu metode yang digunakan oleh peneliti yang berdasarkan pada studi komunikator sebagai individu maupun institusi (Kriyantono, 2006:12).

Adapun objek dalam penelitian ini adalah terkait dengan kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dan faktor yang menghambat kemampuan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang yaitu sebagai berikut :

1. Kepala UPT Museum Provinsi Sulawesi Tengah sebagai informan kunci, Dra. Hj. Muslima, M.Pd.
2. Kepala Seksi Pengelolaan dan Pemanfaatan Museum Provinsi Sulawesi Tengah, Drs. Ikh-sam, M.H.
3. Pemandu Museum Provinsi Sulawesi Tengah sebanyak 2 (dua) orang, Masye dan Germana.
4. Pengunjung sebanyak 2 (dua) orang, Arung dan Rizki.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah

Penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah kepada masyarakat yang berkunjung. Tentunya, komunikasi persuasif penting dilakukan untuk memberikan kesan yang positif kepada pengunjung yang selanjutnya akan bermuara pada peng-

etahuan pengunjung dan berharap semakin banyak masyarakat berkunjung ke Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang menekankan pada kemampuan komunikator berinteraksi pada komunikan atau audiens sehingga tercipta sebuah kondisi yang ideal. Adapun kondisi ideal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemandu sebagai komunikator dapat menjelaskan dan memberikan kesan positif pada pengunjung dan sebaliknya Pengunjung juga dapat terpuaskan oleh bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunikator (pemandu). Penelitian ini menggunakan cara-cara komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Aristoteles, dimana komunikasi persuasif terdiri dari kemampuan komunikator yang terlihat dari karakter dan penampilannya (*ethos*), keterampilan komunikator untuk mengelola emosi ketika berbicara di depan publik (*pathos*) dan komunikator yang memiliki wawasan yang luas (*logos*).

### **Ethos**

Komunikasi persuasif adalah sebuah upaya dalam memberikan pengaruh yang signifikan terhadap audiens sehingga audiens dapat mengubah pandangan, pola pikir hingga perilakunya. Dalam konteks ini, komunikasi persuasif diarahkan pada pengunjung Museum Provinsi Sulawesi Tengah dimana pihak pengelola Museum (pemandu) diasumsikan memiliki kemampuan untuk melakukan atau memberikan pengaruh. Adapun salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh pemandu dalam melakukan komunikasi persuasif yakni, *Ethos*. Kemampuan atau potensi *Ethos* dimaknai sebagai sebuah upaya persuasif yang dilakukan oleh komunikator terkait bagaimana komunikator memberikan kesan positif melalui tampilan karakter dan kredibilitas. Karakter adalah sikap yang dimiliki seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal ini komunikator memiliki sifat terbuka, ramah dan tegas. Sementara kredibilitas merupakan nilai seseorang yang dianggap mampu untuk mempengaruhi orang lain.

### **Pathos**

Komunikasi persuasif tidak hanya berkenaan dengan bagaimana komunikator menyam-

paikan pesan dengan tutur kata dan bahasa yang baik serta etika dalam proses percakapan, melainkan komunikasi persuasif juga berkenaan dengan upaya komunikator membangun kedekatan emosional dengan audiens disertai dengan gaya bahasa yang santai dan memberikan ilustrasi yang dekat dengan audiens. Upaya membangun kedekatan emosional dengan audiens berguna agar penyampaian pesan dapat diterima dengan baik sehingga hal-hal yang dapat mengganggu penyampaian pesan dapat diminimalisir. *Pathos* yang artinya himbauan emosional, atau sesuatu yang berhubungan dengan emosi manusia, karena saat menyampaikan pesan, seringkali hal tersebut bersangkutan dengan perasaan pendengar dan terkadang menimbulkan banyak empati atau bahkan simpati dari pendengar atau audiens. Komunikator mampu membawa suasana pendengarnya ke dalam topik masalah yang diceritakannya, jika respon yang diharapkan muncul. Maka pembicara berhasil memiliki aspek *pathos* di dalam dirinya.

### **Logos**

Setelah menemukan bagaimana mengetahui kemampuan komunikasi persuasive yang dimiliki oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah melalui penggunaan bahasa yang baik dan santun (*ethos*) dan pembangunan kedekatan emosional menggunakan kata-kata pengganti yang dekat dengan audiens disertai ilustrasi dan alat atau media pembantu (*pathos*), komunikator dalam hal ini pemandu juga tentunya memiliki pengetahuan yang luas mengenai Museum dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan koleksi Museum (*logos*). Pengetahuan yang dimiliki oleh pemandu menjadi hal penting dalam menjalankan komunikasi persuasif, selain dibutuhkan sebagai bahan atau modal dalam memberikan informasi kepada pengunjung, pengetahuan juga berperan aktif dalam menjaga keseimbangan informasi dan memberikan keyakinan kepada pengunjung kepada pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah.

### **Faktor-Faktor Penghambat Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah**

Dalam pelaksanaan komunikasi persuasif pengelola Museum Provinsi Sulawesi Ten-

gah tidak terlepas dari rintangan-rintangan yang menghambat pelaksanaannya. Rintangan-rintangan tersebut antara lain : berdasarkan observasi dan wawancara dapat diketahui bahwa terdapat beberapa hambatan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah, yaitu :

### 1. Rintangan Pada Sumber

Dalam peristiwa komunikasi, komunikator atau sumber adalah orang-orang yang akan mengkomunikasikan suatu pesan kepada orang lain. Agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator menjadi persuasif, maka komunikator mampu mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang dimaksud dengan kredibilitas disini adalah komunikator yang mempunyai tingkat pengetahuan yang tinggi, terutama tentang apa yang disampaikan. Misalnya, ketika seorang komunikator menjelaskan kepada pendengarnya atau audiens, dia mampu menguasai apa yang akan disampaikan dan menyampaikan pesan ke audiens dengan jelas. Karena rintangan komunikasi yang seringkali terjadi pada sumber (komunikator) dalam mengkomunikasikan pesan disebabkan oleh komunikator yang menyampaikan pesannya dengan tidak jelas, sehingga audiens ragu-ragu untuk menafsirkan pesan tersebut. Pesan-pesan yang disampaikan oleh sumber juga sederhana dan mudah dimengerti. Artinya, sumber mampu menyesuaikan isi pesan yang disampaikan dengan khalayak, sasarannya atau masyarakat. Informasi yang diberikan disesuaikan dengan kebudayaan dan kepercayaan kelompok sasaran. Yang paling mudah kita lihat adalah dari segi bahasa. Ketika pengunjung yang datang adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan menengah ke bawah, maka bahasa yang dipakai disesuaikan dengan tingkat pendidikan mereka. Begitu pula jika pengunjung yang datang adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan yang tinggi.

### 2. Rintangan pada penyampaian

Pesan adalah informasi yang akan

disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas. Seorang komunikator mampu menyampaikan informasi dan pesan dengan baik dan jelas. Namun biasanya komunikator menemui rintangan dalam penyampaian pesan yang disebabkan oleh penggunaan kata-kata ilmiah yang sulit dipahami oleh audiens. Penggunaan istilah dan bahasa yang ilmiah tidak semuanya dipahami oleh masyarakat atau pengunjung Museum Provinsi Sulawesi Tengah yang diakibatkan oleh tingkat pendidikan antara komunikator, dalam hal ini pemandu Museum dan pengunjung Museum. Sehingga dibutuhkan penjelasan yang lebih sederhana agar pengunjung atau audiens dapat memahaminya dengan baik.

### 3. Rintangan pada penerima

Penerima adalah orang-orang yang menerima pesan dari komunikator, yang biasa disebut dengan komunikan. Dalam berkomunikasi, khalayak sasaran atau audiens juga perlu menjadi perhatian. Pengunjung yang datang berkunjung ke Museum seringkali merupakan anak sekolah mulai Sekolah Dasar hingga masyarakat umum dan mereka masing-masing memiliki perbedaan karakteristik, yaitu usia dan tingkat pendidikan sehingga hal inilah yang kemudian menjadi rintangan dalam menjalankan suatu komunikasi persuasif. Rintangan komunikasi biasanya terjadi jika yang datang berkunjung adalah anak-anak Sekolah Dasar yang jumlahnya banyak sehingga pemandu kesulitan untuk mengontrol mereka, yang terjadi akhirnya adalah banyak diantara mereka yang tidak memperhatikan penjelasan yang disampaikan oleh pemandu.

### 4. Rintangan dalam umpan balik

Umpan balik adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun



non verbal. Tanpa umpan balik, seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Umpan balik dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Umpan balik yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan umpan balik langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak.

## Pembahasan

Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa pengelola museum Provinsi Sulawesi Tengah melakukan komunikasi persuasif. Dimana penyampaian pesannya dilakukan dan dirancang untuk mempengaruhi audiens dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap orang lain sesuai dengan teori yang dikatakan oleh Djama-luddin (1994 : 1).

Dalam penelitian ini, komunikasi persuasif merupakan sebuah upaya untuk menggerakkan atau mengubah sikap seseorang atau khalayak dengan mengajak mereka untuk bertindak dengan cara tertentu. Untuk itu, komunikasi persuasif selalu berorientasikan pada bagaimana hasil tersebut. Dengan kata lain usaha dalam mengubah sikap seseorang selalu menggunakan pesan dimana berfokus pada kemampuan komunikator dan keberadaan audiens.

Ada beberapa faktor penting pada diri komunikator seperti yang dikatakan oleh Ishak (2008 : 25) adalah memiliki sumber daya tarik (*source attractiveness*) dan sumber kepercayaan (*source credibility*). Dalam hal ini, sesuai pada sub bab hasil penelitian bahwa komunikator (pemandu) mampu menjelaskan kepada pengunjung semua yang berkenaan tentang museum dan koleksi-koleksi Museum Provinsi Sulawesi Tengah, sehingga pengunjung merasa bahwa yang dikatakan komunikator benar dan bersedia taat pada isi pesannya. Faktor kedua adalah sumber kepercayaan dari audiens atau pengunjung pada komunikator (pemandu).

Tentunya, untuk menghasilkan sebuah komunikasi persuasif beberapa unsur komunikasi dalam mempengaruhi audiens juga ada, Komunikasi persuasif mempunyai unsur komunikasi seperti komunikator (pemandu), pesan dan komunikan (audiens) yang menjadi satu kesatuan. Dalam perspektif penelitian ini, berdasarkan temuan penelitian dalam sub bab hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa unsur komunikasi dalam persuasif, yakni komunikator, pesan, dan audiens sebagai sasaran atau target komunikasi persuasif.

Dalam sub bab pembahasan ini, peneliti akan memperdalam bagaimana hasil penemuan penelitian ini dalam perspektif tinjauan pustaka yang lain, berdasarkan dengan hasil penemuan penelitian ini, sesuai dengan teori unsur-unsur komunikasi persuasif oleh Suryanto (2015: 357-358), adapun hal-hal tersebut mengenai unsur-unsur komunikasi persuasif yang meliputi :

- a) *Persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. *Persuader* dalam penelitian ini yaitu seorang komunikator, dalam hal ini adalah pemandu Museum Provinsi Sulawesi Tengah merupakan sumber komunikasi yang merupakan salah satu faktor paling penting dalam keberhasilan komunikasi persuasif. Kemungkinan terjadinya perubahan sikap akan semakin besar bila komunikator memiliki keahlian, kredibilitas, dan disukai oleh penerima pesan.
- b) Pesan adalah segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Pesan bisa berbentuk verbal dan nonverbal. Pesan verbal terdiri dari pesan verbal yang disengaja dan tak disengaja. Pesan nonverbal juga terdiri atas pesan nonverbal disengaja dan tak disengaja. Isi Pesan merupakan kemampuan untuk menimbulkan rasa cemas ataupun rasa takut pada penerima pesan juga merupakan unsur yang tak kalah penting dalam komunikasi persuasif.
- c) *Persuadee* adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan penyampaian dan penyaluran pesan oleh *persuader* baik

secara verbal maupun nonverbal. Variabel kepribadian dan ego yang rumit merupakan dua kelompok konsep yang berpengaruh terhadap penerimaan *persuadee* terhadap komunikasi, termasuk juga faktor persepsi dan pengalaman. *Persuadee* dalam penelitian ini merupakan pengunjung museum atau bisa juga disebut sebagai audiens.

Dalam hal ini pengelola (pemandu) Museum Provinsi Sulawesi Tengah dalam menjalankan tugasnya tak lepas dari sebuah keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh komunikator (pemandu). Dimana pemandu Museum Provinsi Sulawesi Tengah mempunyai daya tarik dan sebuah kredibilitas dalam arti *skill* atau sebuah keahlian. Menurut Effendy (2003:38) mengatakan bahwa ada dua faktor penting pada diri komunikator yang dapat membantu dalam melancarkan komunikasi yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Pemandu akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku audiens melalui mekanisme daya tarik jika audiens atau pengunjung merasa ikut serta dengannya. Dengan kata lain, pengunjung atau audiens merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikasi bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Faktor kedua yang menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikasi pada komunikator, kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi dan keahlian yang dimiliki oleh komunikator.

Memahami bagaimana hambatan terjadi dalam berjalannya suatu komunikasi persuasif, keadaan ini membawa peneliti pada satu hal mengenai audiens. Setiap proses komunikasi yang terjadi, ada beberapa yang saling terkait di dalamnya. Apabila meminjam konsep komunikasi dari *Harrold Lasswell*, maka komunikator, komunikasi, *channel*, pesan dan efek yang diderita merupakan keterkaitan yang satu. Unsur-unsur komunikasi di atas, berada dalam satu sistematisasi kerja struktur yang harus saling mendukung. Dalam konteks penelitian ini, hambatan banyak terjadi atau tidak bekerjanya dengan baik komunikasi (audiens) dalam proses komunikasi persuasif.

## Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran pada bab sebelumnya dan berdasarkan rumusan masalah yang ingin dijawab pada penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa kemampuan pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah dapat dilihat dengan melakukan persuasif menggunakan *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Dapat dilihat bahwa pengalaman seorang komunikator menjadi pembeda, karena dengan pengalaman, pengetahuan dalam menghadapi hal-hal di luar dugaan dapat teratasi dengan baik. Hal ini dapat diartikan bahwa, komunikasi persuasif dapat dijalankan dengan bertatap muka langsung dengan audiens atau pengunjung, sehingga efektifitas pesan dapat tercapai dengan baik.

Didalam setiap kegiatan komunikasi, sudah dapat dipastikan akan menghadapi berbagai hambatan. Hambatan dalam kegiatan komunikasi yang manapun tentu akan mempengaruhi efektivitas pada berjalannya suatu komunikasi tersebut. Demikian pula dengan faktor-faktor yang menghambat kemampuan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah, yaitu a). Rintangan pada sumber (komunikator) yang disebabkan karena penyampaian pesan yang kurang jelas sehingga penerima sulit untuk menafsirkan. b). Rintangan dalam penyampaian yang disebabkan oleh penggunaan kata-kata ilmiah yang susah dipahami oleh audiens. c). Rintangan pada penerima yang disebabkan oleh perbedaan karakteristik audiens yakni usia dan tingkat pendidikan. d). Rintangan pada umpan balik yang disebabkan oleh adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Teks

- Djamaluddin, Dedy Malik. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, OnongUchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Graham Ilmu
- Hutagalung, Inge. 2015. *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks
- Ishak dan Tanjung, Hendri. 2004. *Manajemen Motivasi*. Jakarta: Grasindo
- Moekijat. 2003. *Teori Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- West, Richard. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika
- Widjaja H.A.W. 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

#### **Buku Teks Metodologi**

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Tehnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

