

KOMUNIKASI PERSUASIF PUSAT KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR PADA ANAK JALANAN DI WILAYAH KOTA KUPANG (STUDI KASUS PADA KELAS PAKET B YAYASAN OBOR TIMOR MINISTRY KUPANG)

Tasya Emiliana Panggo¹, Sylvania S.E. Mandaru², Veki Edizon Tuhana³
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi yang terjadi dan juga kendala apa saja yang dihadapi Yayasan Obor Timor Ministry terhadap anak-anak jalanan di wilayah Kota Kupang dalam mengajak untuk bergabung mengikuti program PKBM paket B (Setara SMP). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan jenis penelitian kualitatif dan metode penelitian menggunakan studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi, serta dikaji menggunakan teori perubahan sikap oleh Carl Hovlad yang menjelaskan bagaimana sikap seseorang terbentuk, dapat berubah, dan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain melalui proses komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan Obor Timor Ministry selaku *persuader* melakukan pendekatan kepada anak-anak jalanan atau *persuasde* dengan menggunakan lima tahapan yaitu tahapan perhatian, pemahaman, pembelajaran, penerimaan dan penyimpanan pesan persuasif. Hasil proses komunikasi diklasifikasi menjadi tiga yaitu aspek kognitif dimana anak-anak jalanan baru menerima pesan persuasif oleh Yayasan Obor Timor Ministry bahwa melanjutkan pendidikan itu sangat penting, aspek afektif dimana anak-anak jalanan mulai tergerak hatinya untuk mengikuti program PKBM paket B yang diadakan oleh Yayasan Obor Timor Ministry dan yang terakhir aspek konatif dimana anak-anak jalanan akhirnya memutuskan untuk ikut serta dalam program PKBM paket B yang ditawarkan oleh Yayasan Obor Timor Ministry. Teknik komunikasi yang digunakan adalah teknik *pay-off* dan teknik tataan dimana dengan menggunakan tata bahasa yang baik dan juga memotivasi anak-anak jalanan untuk dapat bergabung kedalam program PKBM paket B. Yayasan Obor Timor Ministry juga menggunakan media sebagai saluran penyampaian pesan persuasif dalam bentuk iklan fisik yaitu brosur dan juga media sosial seperti facebook.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif ; Yayasan Obor Timor Ministry ; Anak Jalanan

PERSUASIVE COMMUNICATION CENTER FOR TEACHING AND LEARNING ACTIVITIES FOR STREET CHILDREN IN THE KUPANG CITY (CASE STUDY IN PACKAGE B YAYASAN OBOR TIMOR MINISTRY KUPANG)

ABSTRACT

This study aims to determine the communication process that occurs and also what obstacles are faced by the Timor Ministry Obor Foundation towards street children in the Kupang City area in inviting them to join the PKBM package B (Junior High School Equivalent) program. In this study using the constructivism paradigm with qualitative research and research methods using case studies with data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation, and studied using the theory of attitude change by Carl Hovlad which explains how a person's attitude is formed, can change, and can affect attitudes and behavior of others through the communication process. Based on the results of the research, it shows that: the Timor Ministry Obor Foundation as a persuader approaches street children or persuasion using five stages, namely the stages of attention, understanding, learning, receiving and storing persuasive messages. The results of the communication process are classified into three, namely the cognitive aspect where street children have just received a persuasive message from the Timor Ministry Obor Foundation that continuing education is very important, the affective aspect where street children are starting to be moved to join the PKBM package B program held by the Foundation. Torch Timor Ministry and finally the conative aspect where street children finally decided to participate in the PKBM package B program offered by the Timor Ministry Obor Foundation. and also motivate street children to be able to join the PKBM package B program. The Timor Ministry Obor Foundation also uses the media as a channel for delivering persuasive messages in the form of physical advertisements, namely brochures and also social media such as Facebook.

Keywords : *Persuasive Communication, Timor Ministry Torch Foundation, Street Children*

Korespondensi : Tasya Emiliana Panggo. Universitas Nusa Cendana, Jl. Adisucipto – Penfui, Kec.

Maulafa, Kota Kupang-Nusa Tenggara Timur. 85111. Email: -

PENDAHULUAN

Fenomena anak jalanan merupakan salah satu masalah sosial di perkotaan. Aktivitas mereka dapat membahayakan diri mereka sendiri dan mengganggu ketertiban kota. Oleh karena itu mereka tidak sebaiknya berada di jalanan, mereka sewajarnya mendapatkan kehidupan yang layak sama seperti anak-anak pada umumnya. Menurut Bajari (Bajari, 2012) anak jalanan adalah anak yang berusia 5-18 tahun yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mencari nafkah atau berkeliaran di jalanan maupun di tempat-tempat umum. Ciri-ciri anak jalanan tersebut dibagi menjadi dua kategori yakni kategori anak jalanan yang berusia (5-11 tahun) dan anak jalanan yang berusia remaja (12-18 tahun), kategori ini menunjukkan bahwa anak jalanan menurut usianya juga mengalami tumbuh kembang menuju masa remaja, masa ini merupakan masa yang penting, karena disinilah seseorang mengalami proses pencarian jati diri.

Negara telah menetapkan peraturan pemerintah mengenai hak dan kewajiban serta perlindungan anak dalam bentuk undang-undang, yakni Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak pada pasal 1 ayat 2. Dalam Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa “Perlindungan anak adalah segala kegiatan untuk menjamin dan melindungi anak dan hak-haknya agar dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan

berpartisipasi, secara optimal, sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi” (Sekretariat Negara, 2002). Tetapi fenomena yang ada di masyarakat menunjukkan bahwa hak tersebut belum didapatkan oleh anak jalanan secara merata. Anak jalanan seperti halnya anak-anak lain, memiliki hak yang sama, yakni mendapatkan pengasuhan dan pendidikan yang layak. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa Kota Kupang juga mengalami fenomena anak jalanan tersebut. Permasalahan anak jalanan bukan hal baru di Kota Kupang dan masih menjadi masalah yaitu banyak anak jalanan yang hanya mengenyam pendidikan SD dan SMP, bahkan ada pula yang sama sekali tidak mendapatkan Pendidikan formal. Pemerintah Kota Kupang melalui Dinas Sosial mengungkap keberadaan anak jalanan saat ini terdata sebanyak 395 anak jalanan yang tersebar di wilayah Kota Kupang, diantaranya anak-anak ini bekerja sebagai looper koran (Jehola, 2021).

Dalam menjawab permasalahan anak jalanan di Kota Kupang Yayasan Obor Timor Ministry hadir yang dimana merupakan salah satu organisasi yang peduli terhadap nasib anak jalanan khususnya di Kota Kupang. Yayasan ini didirikan oleh sepasang suami istri, sebagai wadah kegiatan dan pendidikan untuk membantu anak-anak jalanan meraih cita-cita

mereka. Yayasan Obor Timor Ministry ini sendiri memiliki program pusat kegiatan belajar pendidikan nonformal berupa paket A (setara SD), paket B (setara SMP) dan paket C (setara SMA) bagi anak-anak jalanan yang kurang mampu, dengan adanya program pendidikan non formal ini Yayasan Obor Timor Ministry telah melakukan komunikasi persuasif terhadap anak-anak jalanan dalam meningkatkan motivasi belajar. Komunikasi persuasif ini bertujuan untuk mempengaruhi sikap seseorang, pendapat dan perilaku seseorang, baik secara verbal maupun nonverbal (Prisiska & Furqany, 2021).

Kondisi anak jalanan saat ini menjadi sangat penting, karena Anak merupakan investasi masa depan bangsa, anak adalah penerus generasi di masa yang akan datang, dalam siklus kehidupan manusia, anak-anak merupakan fase krusial dalam perkembangan kognisi, mental dan fisik bagi setiap individu, dengan demikian perlu adanya optimalisasi perkembangan anak, sehingga anak mendapatkan perhatian dan kasih sayang dari orang tua dan keluarga (Dacholfany & Hasanah, 2021).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, perbedaan karakter anak-anak jalanan yang cenderung manipulatif dan usia yang cenderung masih remaja ini menjadi suatu tantangan bagi Yayasan Obor Timor Ministry ini untuk melakukan komunikasi persuasif guna meningkatkan

motivasi belajar pada anak-anak jalanan yang mengikuti program pendidikan non formal paket B (setara SMP). Alasannya dipilih kelas paket B, dikarenakan pendekatan terhadap anak-anak jalanan pada usia remajacenderung lebih sulit sebab pada usia inilah anak-anak mengalami masa pubertas sehingga memiliki pemikiran, perasaandan emosi yang belum stabil.

Dengan demikian, peneliti menjadikan komunikasi persuasif Yayasan Obor Timor Ministry Kupang dalam memotivasi anak jalanan untuk bergabung kedalam program Pusat Kegiatan Belajar Mengajar (PKBM) jalur Pendidikan Non Formal (PNF), ini berarti komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry Kupang dan anak jalanan sudah jelas berada dalam situasikomunikasi antarpribadi yang dialogis dan tatap muka. . Semua unsur atau elemen komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry Kupang dan anak jalanan ini merupakan unsur dan elemen komunikasi antarpribadi.

Kajian studi kasus mengenai fenomena anak jalanan ini pada dasarnya telah dikaji Penelitian pertama adalahjurnal dari Timanta dkk, (Timanta et al., 2023). Penelitian ini untuk menganalisis strategi komunikasi Dinas Sosial Bogor dalam menjalin komunikasi dengan anak jalanan di Bogor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengungkap situasi dan masalah Dinas

Sosial Bogor dalam menerapkan strategi komunikasi dalam menangani anak jalanan, sedangkan peneliti lebih fokus kepada komunikasi persuasif yang dilakukan dalam memotivasi anak jalanan untuk melanjutkan pendidikan non formal. Penelitian lain adalah Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Penjualan Emas (Studi Kasus Toko Mas Sinar Simpati Cianjur) Institut Ilmu Al-Quran (IIQ), Jakarta. Penelitian ini meneliti Bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi persuasif pada Toko Mas Sinar Simpati dalam meningkatkan penjualannya, kemudian apa saja hambatan komunikasi persuasif yang dilakukan karyawan Toko Mas Sinar Simpati dalam menarik pembeli untuk penjualan emasnya (Izzati, 2021). Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa, pertama, pelaksanaan strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan penjualan emas pada Toko Mas Sinar Simpati Cianjur menggunakan 5 teknik yang dipaparkan oleh William S. Howell, yaitu *transfer*, *bandwagon technique*, *say it with flowers*, *don't ask if ask which*, *Reassurance*, dan 2 teknik dalam buku yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy yaitu teknik asosiasi dan teknik ganjaran (Effendy, 2022). Kedua, hambatan komunikasi persuasif yang dilakukan Toko Mas Sinar Simpati dalam penjualan emasnya terbagi menjadi 3 yaitu, hambatan teknis, hambatan perilaku, dan hambatan semantik.

Penelitian mengenai komunikasi persuasif juga dilakukan oleh Al Harits dengan judul Strategi Komunikasi Persuasif Pembina Dalam Membentuk Karakter Santri Di Pondok Pesantren DDI Takkalasi” (Al Harits, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif pembina dalam membentuk karakter santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi keabsahan data dengan analisis melalui pengumpulan data dan penyajian data. Hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa, bentuk karakter santri yang diharapkan sesuai dengan misi Pondok Pesantren DDI Takkalasi yaitu mengantarkan para santri kepada kemantapan aqidah, penguasaan ilmu, keluhuran akhlak, kedewasaan sikap dan mandiri. Strategi komunikasi persuasif pembinaan karakter santri di DDI Takkalasi, ditunjukkan dengan melakukan berbagai metode, diantaranya metode integrasi, metode tataan dan metode ganjaran dalam membina santri guna membentuk karakter santri yang beraqidah, mampu menguasai ilmu, keluhuran akhlak dan mandiri.

Penelitian ini menggunakan teori perubahan sikap. Hal ini sejalan dengan permasalahan diatas dimana teori *Attitude Change Theory* atau teori perubahan sikap dikemukakan oleh Carl Hovland, teori ini memberikan penjelasan bagaimana sikap

seseorang terbentuk, dapat berubah, dan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain melalui proses komunikasi. Hal tersebut sejalan dengan fokus penelitian dimana mau melihat bagaimana teknik komunikasi persuasif dapat membawa perubahan bagi anak jalanan.

Melihat kondisi dan nasib anak jalanan yang begitu memprihatinkan membuat penelitian ini menjadi penting untuk membahas permasalahan yang terjadi dan bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry dalam mengaitkan permasalahan anak jalanan yang terjadi di Kota Kupang dengan kajian ilmu komunikasi. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih mendalam dengan memilih penelitian yang dilakukan dengan judul “Komunikasi Persuasif Pusat Kegiatan Belajar Mengajar Pada Anak Jalanan Di Wilayah Kota Kupang (Studi Kasus Pada Kelas B Yayasan Obor Timor Ministry Kupang).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dikarenakan peneliti melakukan interaksi dengan Ketua Yayasan Obor Timor Ministry, tokoh masyarakat dan anak jalanan yang pernah terlibat dalam program PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Mengajar), untuk mendapatkan informasi

guna menyelesaikan penelitian ini (Anggito & Setiawan, 2018).

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Di mana dalam Penelitian ini peneliti telah memahami, menginterpretasikan dan menyimpulkan bagaimana Komunikasi Persuasif Yayasan Obor Timor Ministry Dalam Program PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Mengajar) Terhadap Anak Jalanan Di Wilayah Kota Kupang Harahap (AK & ZA, 2015).

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode studi kasus. Menurut Creswell (Creswell, 2015) studi kasus merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, kelompok, organisasi, suatu program kegiatan dan sebagainya dalam jangka waktu tertentu. Jenis metode studi kasus yang digunakan adalah studi kasus instrumental tunggal (*instrumental case study*) yaitu bentuk penelitian studi kasus yang dilakukan menggunakan sebuah kasus untuk memberi gambaran suatu isu atau fenomena yang akan diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode studi kasus untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif pusat kegiatan belajar mengajar pada anak jalanan di wilayah kota kupang untuk menangani fenomena anak jalanan tersebut (Creswell, 2012). Adapun subjek penelitian atau informan adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta

atau pendapat. Informan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti (Denzin, 2009). Subjek dalam penelitian ini adalah beberapa anak jalanan yang mengikuti program paket B pada Yayasan Obor Timor Ministry Kupang, beberapa individu yang pernah membantu maupun terlibat dalam menyelenggarakan program PKBM oleh Yayasan Obor Timor Ministry Kupang, terkhususnya Ketua Yayasan Obor Timor Ministry Kupang dan juga mentor dari kelas paket. Peneliti menggunakan beberapa informan yakni informan kunci adalah informan yang secara menyeluruh mengetahui permasalahan yang diangkat peneliti dan informannya adalah Ketua Yayasan Obor, dan mentor paket B. Informan pendukung adalah informan yang memberikan informasi tambahan mengenai masalah yang diteliti dan informan dalam penelitian ini adalah Anak jalanan yang bergabung dalam PKBM PNF. Sedangkan informan ahli adalah dosen FKIP Undana. Sedangkan objek atau fokus penelitian ini adalah komunikasi persuasif kelas paket B Yayasan Obor Timor Ministry dalam program PKBM terhadap anak jalanan di wilayah Kota Kupang.

Untuk melakukan analisis, sebagaimana dianjurkan oleh Miles Huberman peneliti mengikuti tiga alur kegiatan yang terjadi bersamaan yaitu: 1) *Data Reduction* (reduksi data), diartikan sebagai proses pemilihan,

pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis dilapangan. 2) *Data Display* (penyajian data) yaitu sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. 3) Verifikasi data yaitu data yang diperolehnya sejak semula berupaya mengambil kesimpulan (Denzin, 2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan informasi untuk mengetahui proses komunikasi persuasif dari Yayasan Obor Timor Ministry terhadap anak jalanan yang mengikuti program PKBM kelas paket B dan juga untuk mengetahui apa sajakah yang menjadi kendala dalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry pada anak jalanan yang mengikuti program PKBM kelas paket BS.

Dalam menjawab proses komunikasi tersebut terdapat 5 tahapan dalam komunikasi persuasif yang dijalankan oleh Yayasan Obor Timor Ministry terhadap anak jalanan yang mengikuti program PKBM paket B. Tahapan-tahapannya sebagai berikut:

1. Perhatian (*Attention*)

Pada tahapan ini Yayasan Obor Timor Ministry menarik perhatian dari anak jalanan yang berlaku sebagai *Persuade*, dengan mengajak bercerita dan ikut

terlibat dengan kegiatan keseharian anak-anak jalanan, sehingga anak-anak jalanan inipun menjadi penasaran dan memberikan perhatian lebih kepada pihak Yayasan Obor Timor Ministry. Pada tahapan ini peneliti mendapatkan informasi dari anak jalanan selaku informan pendukung bahwa mereka mau mendengarkan apa yang disampaikan.

2. Pemahaman (*Comprehension*)

Dengan terbentuknya perhatian maka akan dilanjutkan dengan tahapan pemahaman atau pengertian pesan, di tahap ini anak jalanan yang mulai memahami pesan yang disampaikan.

3. Belajar (*Learning*)

Tahap ini merupakan proses dimana anak-anak jalanan mulai mempelajari pesan yang disampaikan sehingga membuat mereka untuk memutuskan suatu keputusan merasa tertarik mengikuti program PKBM yang ditawarkan.

4. Penerimaan (*Acceptance*)

Ini adalah tahapan dimana anak-anak jalanan merasakan pentingnya pendidikan sehingga memutuskan untuk mengikuti program PKBM yang ditawarkan.

5. Penyimpanan (*Retention*) Tahapan terakhir dalam proses komunikasi persuasif ini menunjukkan bahwa anak jalanan akhirnya mengambil tindakan

sesuai dengan penerimaan pesan yang mereka dapatkan.

Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry untuk mengajak anak-anak jalanan yang ada di wilayah kota Kupang dapat bergabung di Yayasan Obor Timor Ministry agar mendapatkan pendidikan yang setara dengan anak pendidikan formal melalui jalur kelas paket B. Maka dari itu proses komunikasi yang dijalankan oleh Yayasan Obor Timor Ministry selaku pihak yang melakukan pendekatan pada anak-anak jalanan dengan menggunakan berbagai tahapan proses komunikasi persuasif yaitu adalah perhatian, pemahaman, pembelajaran, dan penyimpanan pesan persuasif. Hal tersebut ditemukan juga pemanfaatan media sebagai saluran penyampaian pesan persuasif agar anak-anak jalanan dapat mengenal dan mengetahui adanya program PKBM paket A,B dan C yaitu melalui platform website, *facebook* dan iklan lainnya seperti brosur dan poster.

Kendala yang dialami yaitu pada penekanan karakter kepribadian anak-anak yang sedang berada di masa-masa pubertas, anak-anak yang cenderung menjadi lebih manipulatif dan sulit diatur karena mereka berada di usia-usia yang ingin bebas, merasa diri mereka sudah besar dan merasa bisa menentukan pilihan mereka sendiri, memiliki pemikiran, emosi, perasaan yang

berubah-ubah, mungkin ini yang masih menjadi kendala tersendiri. Sehingga terkadang anak-anak masih membolos tapi karena faktor karakter mereka yang cenderung masih labil inilah yang menjadi tantangan bagi pihak Yayasan Obor Timor Ministry.

Karakter anak-anak jalanan ini juga tentu saja masing-masing sangat berbeda, setiap paket A, B dan C tentu berbeda karena anak-anak berada di fase yang berbeda, anak SD tentu saja masih berada di fase anak-anak, SMP tentu saja berada di fase anak remaja dan SMA tentu saja berada di fase dewasa awal, teruntuk kelas B yang setara dengan SMP ini sendiri, tentu memiliki hambatan tersendiri karena anak-anak yang sedang berada di fase pubertas ini, cenderung lebih sulit untuk diatur sehingga kami sendiri harus pintar-pintar melihat keadaan dan situasi dalam memberikan arahan kepada anak-anak ini.

Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry masih ditemukannya beberapa hambatan saat melakukan komunikasi persuasif kepada anak-anak jalanan di wilayah kota Kupang yaitu, hambatan berupa kurangnya jangkauan Yayasan Obor Timor Ministry kepada anak-anak jalan di karenakan anak jalanan yang tersebar di berbagai wilayah di kota Kupang, ada juga ada hambatan semantic yang dimana terdapat perbedaan persepsi karena adanya perbedaan usia dan pendidikan

sehingga masih terjadi *misunderstanding*, selain itu ditemukan anak-anak merasa takut saat di dekati ini salah faktor hambatan psikologis dan juga ada hambatan teknis yaitu kurang fasilitas, sarana dalam menunjang anak-anak jalanan untuk mengikuti kegiatan PKBM paket B.

PEMBAHASAN

Dalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry, bertujuan agar anak-anak jalanan dapat termotivasi dalam hal pendidikan, sehingga dapat bergabung kedalam program PKBM paket B yang diadakan oleh Yayasan Obor Timor Ministry itu sendiri, tentunya dalam melakukan komunikasi persuasif terdapat sebuah proses komunikasi, baik itu dalam bentuk komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori perubahan sikap (*Attitude Change Theory*). Teori ini menjelaskan bagaimana sikap orang dapat terbentuk, dapat berubah dan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain melalui proses komunikasi. Teori ini tentunya akan menggambarkan bagaimana upaya Yayasan Obor Timor Ministry dalam mempersuasif anak jalanan.

Pada proses komunikasi persuasif Yayasan Obor Timor Ministry pada anak jalanan dalam memotivasi untuk mengikuti

program PKBM paket B. seorang *persuader* harus memiliki karakteristik adalah otoritas dan kredibilitas. Ketua yayasan dan mentor PKBM itu sendiri memiliki otoritas sebagai orang yang memimpin dan pengajar memiliki kredibilitas untuk membujuk, memotivasi dan mempengaruhi anak jalanan dalam mengikuti PKBM paket B. Kredibilitas dapat dilihat dari ketulusan dan kesabaran dari para mentor dan ketua dalam menghadapi berbagai karakter anak-anak jalanan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa pada saat melakukan komunikasi persuasif Yayasan Obor Timor Ministry menemukan dua macam *Persuade* menurut konsep dari Nothsine dalam (NADELIS, 2022) yaitu yang dimana *Persuade* yang tidak bersahabat dan *Persuade* yang mendukung secara terbuka. Dalam hal ini yang menjadi *Persuade* yang memiliki karakteristik tidak bersahabat dapat dilihat bahwa orang tua dari anak jalanan yang menolak untuk tidak mengikuti program tersebut. *Persuade* terbuka ini adalah orang yang mendukung secara terbuka dengan mendukung *persuader* sepenuh hati dan mau melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan oleh *persuader*.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa pesan yang disampaikan oleh pihak Yayasan Obor Timor Ministry menggunakan teknik-teknik komunikasi

persuasif yakni teknik *Pay-off idea* dan teknik *tataan/icing*. Teknik *pay-off idea* merupakan teknik untuk mempengaruhi dengan cara mengiming-imingi dengan hal yang diuntungkan, menggembirakan, menyenangkan perasaannya atau menjanjikan sesuatu harapan. Seperti yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry selaku pihak menjalankan program PKBM dalam hal ini Yayasan Obor Timor Ministry menjanjikan anak-anak jalanan untuk mencari beasiswa agar anak-anak ini termotivasi dan ikut kedalam program PKBM paket B ini. Teknik *tataan* atau *Iching Technique* adalah penyusunan pesan sedemikian rupa, yang dimaksud dengan *tataan* disini adalah upaya menyusun pesan agar enak didengar. Sebagaimana para anggota Yayasan Obor Timor Ministry selaku yang menjalankan program PKBM menggunakan kata-kata yang positif agar enak didengar oleh anak-anak jalanan, sehingga anak-anak jalanan ini termotivasi untuk bergabung kedalam program PKBM tersebut.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan mengenai komunikasi persuasif Yayasan Obor Timor Ministry terhadap anak jalanan, peneliti mengkaitkannya dengan teori perubahan sikap (*Attitude Change*) menurut Hovland, yang dimana ada 5 (lima) tahapan yang akan di terapkan oleh Yayasan Obor Timor Ministry kepada anak-anak jalanan yaitu memperhatikan, mempelajari,

memahami, menerima dan menyimpan pesan persuasif sebagai berikut:

1) **Perhatian (*Attention*)**

Pada tahapan ini Yayasan Obor Timor Ministry menarik perhatian dari anak jalanan yang berlaku sebagai *Persuade*, dengan mengajak bercerita dan ikut terlibat dengan kegiatan keseharian anak-anak jalanan, sehingga anak-anak jalanan ini pun menjadi penasaran dan memberikan perhatian lebih kepada pihak Yayasan Obor Timor Ministry.

2. **Pemahaman (*Comprehension*)**

Tahapan yang kedua dalam proses komunikasi persuasif oleh Yayasan Obor Timor Ministry kepada anak jalanan, yang dimana anggota tim Yayasan Obor Timor Ministry melalui program PKBM memberikan motivasi kepada anak-anak jalanan terdapat dua tahap belajar pesan yaitu tahap pemahaman dan tahap belajar. Tahap pemahaman ini sudah dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry dengan cara pendekatan komunikasi antar pribadi secara tatap muka. Sehingga terbentuknya perhatian anak-anak jalanan.

3. **Belajar (*Learning*)**

Pada tahap selanjutnya Yayasan Obor Timor Ministry menerapkan konsep belajar dalam mempersuasi anak-anak

jalanan. Belajar merupakan tahapan yang dimana *persuade* mempelajari apa yang sudah diterima dari *persuader*. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Yayasan Obor Timor Ministry selaku *Persuader* yang memberikan pembelajaran kepada anak-anak jalanan. Selanjutnya dari proses penerimaan informasi dari Yayasan Obor Timor Ministry, kemudian anak-anak jalanan ini mulai mempelajari apa yang mereka dapatkan dengan mengikuti program PKBM paket B (Setara SMP). Pada tahap ini juga, anak-anak jalanan belajar untuk mendapatkan pendidikan dan kehidupan yang layak.

4. **Penerimaan (*Acceptance*)**

Pada tahap selanjutnya, penerimaan yang dikemukakan oleh Yayasan Obor Timor Ministry sebagai *persuader* akhirnya anak-anak jalanan tergugah untuk bergabung dalam program PKBM yang diadakan oleh Yayasan Obor Timor Ministry.

5. **Penyimpanan (*Retention*)**

Tahapan yang terakhir dalam proses komunikasi persuasif adalah penyimpanan. Tahap penyimpanan yang terjadi pada proses komunikasi persuasif dari Yayasan Obor Timor Ministry kepada anak-anak jalanan, dibuktikan dengan anak-anak yang berkomitmen

mengikuti program PKBM paket B hingga selesai dan mendapatkan ijazah untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya yang setara dengan pendidikan formal. Pada akhirnya anak-anak jalanan ini dapat mengingat pesan atau nasehat serta motivasi dari Ketua Yayasan Obor Timor Ministry.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan juga bahwa Yayasan Obor Timor Ministry dalam menjalankan komunikasi persuasif, mereka menggunakan berbagai macam saluran atau media untuk mengajak anak-anak jalanan bergabung dalam program PKBM paket B, saluran merupakan media perantara yang digunakan untuk menyalurkan apa yang hendak disampaikan oleh komunikator yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung.

Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Obor Timor Ministry dalam mengajak anak jalanan di wilayah Kota Kupang dalam mengikuti program PKBM, peneliti juga menemukan dalam jurnal lain yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian yaitu jurnal "Strategi Komunikasi Persuasif Pembina Dalam Membentuk Karakter Santri Di Pondok Pesantren DDI TAKALASI" Muhammadiyah Parepare (Izzati, 2021). Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pesantren dalam membentuk karakter santri ialah menggunakan teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran/*pay-off technique* dan teknik

tataan/*icing*. Jika dibandingkan dengan penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menggunakan teori Perubahann Sikap Carl Hovland yang menjelaskan 5 tahapan penyampaian pesan persuasif juga menggunakan teknik yang sama yaitu teknik ganjaran / *Pay-off technique* dan teknik tataan/*icing*.

Berdasarkan hal di atas maka Teori Perubahan Sikap Carl Hovland sudah mendukung hasil penelitian ini yaitu dalam menjalankan komunikasi persuasif dalam mengajak anak jalan di wilayah Kota Kupang untuk mengikuti program PKBM paket B menerapkan 5 tahapan penyampaian pesan persuasif salah satunya menggunakan teknik *pay-off* dan teknik tataan/*icing* untuk mempsuasif anak-anak jalanan wilayah Kota Kupang dapat bergabung pada program PKBM paket B agar mendapatkan pendidikan yang layak dan sama dengan pendidikan formal (Madi et al., 2022).

Peneliti menggunakan faktor penghambat komunikasi persuasif menurut Shannon dan weaver dalam buku "Pengantar Ilmu Komunikasi" karya Cangara (Cangara, 2012), yaitu faktor hambatan teknis, hambatan *semantic*, hambatan psikologis, hambatan fisik, hambatan status, hambatan kerangka berpikir dan hambatan budaya, untuk menguraikan kendala-kendala dalam proses komunikasi persuasif Yayasan Obor Timor Ministry terhadap anak jalanan, sebagai berikut:

Hambatan Teknis berkaitan dengan gangguan yang dialami saat proses komunikasi itu berlangsung. Pada hambatan teknis yang dialami oleh anak-anak jalanan itu sendiri adalah keterbatasan sarana atau fasilitas untuk menunjang mereka dalam mengikuti program ini. Keterbatasan fasilitas yang dimaksud adalah ketidaktersediaan *smartphone* dan kuota internet yang terbatas.

Hambatan *semantic* berkaitan dengan pihak Yayasan Obor Timor Ministry yang juga mengalami kendala dalam menyampaikan pesan melalui bahasa, dikarenakan pihak Yayasan Obor Timor Ministry yang menggunakan bahasa formal atau bahasa Indonesia baku yang sulit dimengerti oleh anak-anak jalanan yang menjadi target. Hal serupa dialami juga oleh anak-anak dimana anak-anak juga sangat sulit memahami bahasa atau pesan yang disampaikan oleh Yayasan Obor Timor Ministry karena pada dasarnya anak-anak jalanan ini sudah terbiasa menggunakan bahasa yang nonformal sebagai bahasa sehari-hari.

Hambatan Psikologi dialami oleh anak-anak jalanan yang disebabkan oleh perasaan takut saat didekati oleh pihak Yayasan Obor Timor Ministry yang bahwasannya adalah pihak asing, untuk bergabung kedalam program PKBM paket B. Ketakutan yang dimaksud disebabkan karena adanya pengalaman buruk terkait hal serupa yang pernah dialami oleh anak-anak jalanan

tersebut tetapi tidak ada hasil baik yang didapatkan, seperti mendapatkan harapan yang tidak pasti.

Hambatan fisik yang dimaksud adalah saat menjalankan komunikasi persuasif, Yayasan Obor Timor Ministry menemukan kendala jarak antara Yayasan Obor Timor Ministry dengan anak-anak jalanan yang tersebar luas di Kota Kupang sehingga tidak semua anak jalanan dapat dijangkau.

Hambatan status berkaitan dengan rentang usia dan pendidikan antara anggota Tim Yayasan Obor Timor Ministry dan anak-anak jalanan. Perbedaan usia yang jauh mengakibatkan komunikasi persuasif yang dilakukan menjadi terhambat dan juga latar belakang pendidikan yang cukup jauh membuat penerimaan pesan kurang efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Komunikasi Persuasif Pusat Kegiatan Belajar Mengajar Pada Anak Jalanan Di Wilayah Kota Kupang”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Proses komunikasi persuasif yang dijalankan oleh Yayasan Obor Timor Ministry melalui program PKBM dalam mengajak anak-anak jalanan untuk mengikuti program PKBM paket B adalah dengan memberikan motivasi. Dalam proses komunikasi persuasif tersebut meliputi lima unsur komunikasi persuasif, antara lain *persuader*, *Persuade*, pesan, saluran dan

efek. Teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Yayasan Obor Timor Ministry melalui program PKBM paket B dalam menyampaikan pesan yakni teknik *pay-off* dan teknik tataan (*icing*). Dalam proses komunikasi persuasif juga terdapat tahapan dimana anak-anak jalanan memberikan perhatian, memahami, mempelajari, menerima dan menyimpan pesan persuasif dari Ketua PKBM oleh Yayasan Obor Timor Ministry.

Dalam menjalankan proses komunikasi persuasif kepada anak-anak jalanan, Yayasan Obor Timor Ministry menemui beberapa hambatan yaitu hambatan teknis, hambatan semantic, hambatan psikologis, hambatan status, hambatan fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- AK, W. W., & ZA, T. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Al Harits, I. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Pembimbing Agama Islam Dalam Pembentukan Karakter Santri di Panti Asuhan Al Hayya Cipayang Depok* (p. 133). Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Bajari, A. (2012). *Anak jalanan: dinamika komunikasi dan perilaku sosial anak menyimpang*. Humaniora.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar ilmu komunikasi*.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed* (Edisi Ketiga). *Pustaka Pelajar*.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. In *Pustaka Pelajar*.
- Dacholfany, M. I., & Hasanah, U. (2021). *Pendidikan anak usia dini menurut konsep islam*. Amzah.
- Denzin, N. K. (2009). The elephant in the living room: Or extending the conversation about the politics of evidence. *Qualitative Research*, 9(2), 139–160.
- Effendy, O. U. (2022). *Ilmu Komunikasi Teorik Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya,.
- Izzati, N. N. N. (2021). *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Penjualan Emas (Studi Kasus Toko Mas Sinar Simpati Cianjur*.
- Jehola, K. (2021). *Kota Kupang Punya 395 Anak Jalanan*. <https://kupang.tribunnews.com/>
- Madi, S. G., Daga, L. L., & Pietriani, I. G. A. R. (2022). Komunikasi Persuasif Ketua RT Dalam Mengatasi Hubungan Disharmonisasi Warga:(Studi Kasus di RT028, Kelurahan Fatululi, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang). *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 2(1), 32–46.
- NADELIS, N. (2022). *KOMUNIKASI PERSUASIF POLSEK RAO DALAM PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DI KAMPUNG BERINGIN LIMAU KAPAS KECAMATAN RAO SELATAN KABUPATEN PASAMAN*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Prisiska, P., & Furqany, S. (2021). Upaya Membangkitkan Motivasi Belajar Pendidikan Agama Islam Tingkat Anak-Anak pada Masa Covid-19 di Gampong Jeulingke dengan Penerapan Komunikasi Persuasif. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 210–225.
- Sekretariat Negara, R. I. (2002). *Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, sebagaimana diubah dengan Undang-Undang No. 35 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 2002*

tentang Perlindungan Anak. Jakarta.

Timanta, R. D., Anggoro, M. A., Pratama, P., & Rudi, R. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Kerja Di Samsat Medan Utara. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 745–749.