

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas berbagai teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam memahami fokus penelitian mengenai Strategi Komunikasi Persuasif Guru dalam Mempertahankan Siswa Berisiko Putus Sekolah (Studi Kasus di SMPN 4 Karangploso Satu Atap). Pembahasan dalam bab ini disusun secara sistematis untuk memberikan gambaran teoritis dan konseptual mengenai strategi komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks pendidikan dan interaksi guru–siswa.

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif pada dasarnya berakar dari pandangan bahwa setiap proses komunikasi memiliki potensi untuk memengaruhi cara seseorang berpikir, bersikap, atau bertindak. Mulyana memperluas pemahaman ini dengan menguraikan komunikasi sebagai aktivitas sosial yang memiliki berbagai fungsi, salah satunya fungsi instrumental. Pada fungsi ini, komunikasi diarahkan untuk menginformasikan, mengajar, memotivasi, atau mengubah keyakinan dan tindakan seseorang yang kesemuanya merupakan esensi dari persuasi. Dalam konteks pendidikan, komunikasi persuasif menjadi penting karena proses pembelajaran tidak hanya menekankan aspek kognitif, tetapi juga perubahan sikap dan perilaku siswa terhadap sekolah dan kegiatan belajar (Mulyana, 2007).

Dalam penelitian ini, komunikasi persuasif dipahami sebagai upaya guru dalam memengaruhi siswa berisiko putus sekolah agar memiliki motivasi, kesadaran, dan komitmen untuk tetap melanjutkan pendidikan hingga tamat. Siswa berisiko putus sekolah umumnya berada dalam kondisi psikologis yang rentan, seperti rendahnya kepercayaan diri, minimnya motivasi belajar, serta munculnya keinginan untuk berhenti sekolah. Oleh karena itu,

pendekatan komunikasi yang bersifat instruktif semata dinilai kurang efektif, sehingga diperlukan komunikasi persuasif yang lebih menekankan pada dialog, empati, dan pendekatan interpersonal (Suparsi, 2025).

Komunikasi persuasif sebagai salah satu teknik komunikasi yang paling sering digunakan manusia dibandingkan komunikasi informatif atau koersif. Dalam kerangka ini, komunikasi persuasif dilihat sebagai seni memengaruhi tanpa paksaan. Upaya memengaruhi melalui persuasi membutuhkan kemahiran dalam membangun pesan, memanfaatkan situasi, dan memahami kondisi psikologis penerima (Effendy, 2008). Hal ini relevan dengan konteks SMPN 4 Karangploso Satu Atap, di mana siswa berisiko putus sekolah memerlukan pendekatan komunikasi yang mampu membangun kesadaran internal, bukan sekadar kepatuhan terhadap aturan sekolah.

Persuasi tidak mungkin terjadi tanpa adanya niat sadar dari komunikator untuk memengaruhi perilaku khalayak melalui penyampaian pesan tertentu. Poin pentingnya ada pada kesengajaan (*conscious attempt*). Artinya, komunikasi persuasif selalu lahir dari perencanaan, pertimbangan, dan strategi. Komunikator tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga memikirkan bagaimana pesan itu dapat menimbulkan efek tertentu, misalnya membuat penerima merasa yakin, paham, termotivasi, atau terdorong untuk bertindak (Bettinghaus, 1973).

Komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai proses interaksi baik verbal maupun nonverbal yang dirancang untuk memengaruhi pemikiran, sikap, hingga perilaku seseorang. Pendekatan ini tidak berlandaskan ancaman atau paksaan, melainkan pada kemampuan komunikator memanfaatkan aspek psikologis, emosional, dan kognitif penerima pesan. Persuasi bekerja dengan menyelaraskan pesan komunikasi terhadap

kebutuhan dan keyakinan penerima, sehingga perubahan terjadi secara sadar (Maulana & Gumelar, 2013).

2.1.2 Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif merupakan bagian penting dalam kajian komunikasi karena berkaitan dengan usaha komunikator dalam memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku komunikan melalui pesan yang dirancang secara sadar. Persuasi tidak hanya dipahami sebagai kegiatan menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai proses strategis yang memperhitungkan karakteristik penerima pesan, konteks sosial, serta cara pesan dimaknai oleh khalayak. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi persuasif tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi yang digunakan dalam menyusun, menyampaikan, dan mengarahkan pesan tersebut (Ezi Hendri, 2019).

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif dari Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach sebagai teori pendukung yang mana telah diklasifikasikan strategi komunikasi persuasif ke dalam tiga jenis. Pertama, strategi psikodinamika yang menitikberatkan pada proses psikologis individu dalam menerima pesan. Kedua, strategi sosiokultural yang mempertimbangkan latar belakang sosial dan budaya audiens. Ketiga, strategi meaning construction yang berfokus pada bagaimana pesan dibangun dan dimaknai oleh audiens. Pemilihan dan penerapan strategi yang tepat menjadi krusial agar komunikasi persuasif mampu mencapai efektivitas maksimal dalam mencapai tujuan, khususnya dalam konteks mempertahankan siswa berisiko putus sekolah (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach mengembangkan pemikiran mengenai strategi komunikasi persuasif dengan menekankan bahwa pesan persuasif dapat memengaruhi khalayak melalui beberapa mekanisme. Dalam pandangan DeFleur

dan Ball-Rokeach, khalayak tidak dipandang sebagai pihak yang selalu menerima pesan secara seragam. Setiap individu memiliki karakteristik psikologis, latar sosial, pengalaman, dan struktur pengetahuan yang berbeda. Perbedaan tersebut menyebabkan pesan yang sama dapat menimbulkan respons yang berbeda pada setiap penerima pesan. Oleh karena itu, strategi komunikasi persuasif perlu disusun dengan mempertimbangkan faktor internal, faktor sosial, dan pembentukan makna dalam diri komunikan (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

DeFleur dan Ball-Rokeach membagi strategi komunikasi persuasif ke dalam tiga bentuk utama, yaitu strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi konstruksi makna. Ketiga strategi tersebut menjelaskan bahwa perubahan sikap dan perilaku tidak terjadi melalui satu jalur tunggal, melainkan melalui proses yang berkaitan dengan kondisi psikologis individu, pengaruh lingkungan sosial, serta pemaknaan terhadap simbol atau pesan yang diterima. Dengan demikian, teori ini memberikan kerangka konseptual untuk memahami bagaimana persuasi bekerja secara lebih sistematis (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Pertama, strategi psikodinamika merupakan strategi persuasi yang menekankan aspek internal individu sebagai dasar perubahan sikap dan perilaku. Strategi ini berangkat dari asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh struktur psikologis yang terdapat dalam diri individu. Struktur tersebut dapat berupa sikap, emosi, motivasi, keyakinan, pengalaman, persepsi, kebutuhan, serta kecenderungan personal dalam merespons suatu pesan. Karena setiap individu memiliki kondisi psikologis yang berbeda, pesan persuasif yang diterima oleh seseorang tidak selalu menghasilkan pengaruh yang sama dengan individu lainnya (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Dalam strategi psikodinamika, persuasi bekerja dengan cara menyentuh atau memodifikasi kondisi psikologis penerima pesan.

Pesan yang disampaikan oleh komunikator diharapkan dapat memengaruhi dorongan internal komunikan sehingga menghasilkan perubahan sikap tertentu. Perubahan tersebut dapat terjadi ketika pesan mampu membangkitkan perhatian, menyentuh emosi, memperkuat keyakinan, mengurangi keraguan, atau menumbuhkan motivasi dalam diri penerima pesan. Dengan demikian, titik penting strategi psikodinamika terletak pada hubungan antara pesan persuasif dan kondisi psikologis individu (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Strategi psikodinamika juga menekankan pentingnya pemahaman terhadap karakteristik personal komunikan. Karakteristik personal dapat dipahami sebagai ciri-ciri yang melekat pada individu dan tercermin melalui cara berpikir, cara bersikap, serta cara bertindak terhadap lingkungan sekitarnya. Karakteristik ini membuat setiap orang memiliki kecenderungan berbeda dalam menerima, menafsirkan, dan merespons pesan. Oleh sebab itu, strategi psikodinamika tidak dapat dilepaskan dari upaya komunikator untuk memahami aspek psikologis penerima pesan sebelum menyusun strategi persuasi (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Kedua, strategi sosiokultural merupakan strategi persuasi yang menekankan pengaruh faktor eksternal terhadap perilaku manusia. Strategi ini didasarkan pada pandangan bahwa individu tidak hidup dalam ruang kosong, melainkan berada dalam lingkungan sosial yang membentuk cara berpikir, sikap, dan tindakannya. Perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh keluarga, kelompok pertemanan, institusi sosial, budaya, norma masyarakat, status sosial, ekonomi, serta kekuatan sosial lain yang berada di sekitarnya. Dengan demikian, strategi sosiokultural memandang perubahan sikap dan perilaku sebagai proses yang berkaitan erat dengan lingkungan sosial individu (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Dalam perspektif sosiokultural, persuasi tidak cukup hanya diarahkan kepada individu sebagai pribadi, tetapi juga perlu memperhatikan konteks sosial tempat individu tersebut berada. Lingkungan sosial dapat membentuk tekanan, harapan, kebiasaan, dan nilai-nilai tertentu yang memengaruhi keputusan seseorang. Karena itu, strategi sosiokultural menuntut komunikator untuk memahami faktor luar yang memengaruhi komunikasi. Pemahaman terhadap lingkungan sosial menjadi penting karena pesan persuasif akan lebih efektif apabila disesuaikan dengan norma, nilai, dan kondisi sosial yang melingkupi penerima pesan (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Strategi sosiokultural menunjukkan bahwa perubahan perilaku dapat terjadi karena adanya pengaruh dari kelompok, lembaga, maupun struktur sosial. Seseorang dapat mengubah sikap atau perilakunya bukan hanya karena dorongan dari dalam diri, tetapi juga karena pengaruh orang lain, tekanan sosial, harapan kelompok, atau nilai yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu, strategi ini menempatkan lingkungan sebagai faktor penting dalam proses persuasi. Pesan yang tidak sesuai dengan realitas sosial komunikasi cenderung sulit diterima, sedangkan pesan yang mampu menyesuaikan diri dengan konteks sosial komunikasi memiliki peluang lebih besar untuk memengaruhi sikap dan perilaku (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Ketiga, strategi konstruksi makna atau *the meaning construction* merupakan strategi persuasi yang menekankan proses pembentukan makna melalui bahasa, simbol, dan pesan. Strategi ini berangkat dari asumsi bahwa kata-kata tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga dapat membentuk cara seseorang memahami suatu realitas. Melalui bahasa, komunikator dapat menciptakan, mengarahkan, atau memodifikasi makna yang diterima oleh komunikasi. Oleh karena itu, strategi konstruksi makna

menempatkan bahasa sebagai medium penting dalam proses persuasi (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Dalam strategi konstruksi makna, persuasi berlangsung ketika komunikator mampu menyusun pesan yang dapat membentuk pemahaman baru pada diri komunikan. Pesan tidak hanya diarahkan agar komunikan mengetahui sesuatu, tetapi agar komunikan menafsirkan sesuatu dengan cara tertentu. Proses ini menunjukkan bahwa makna tidak bersifat tetap, melainkan dapat dibentuk melalui penggunaan kata, simbol, narasi, dan cara penyampaian pesan. Dengan kata lain, strategi konstruksi makna berusaha menghubungkan pengetahuan yang dimiliki komunikan dengan pengertian baru yang ingin dibangun oleh komunikator (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Strategi konstruksi makna menekankan bahwa keberhasilan persuasi sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam memilih kata dan membangun simbol yang dapat menarik perhatian serta menciptakan pemahaman tertentu. Kata-kata dapat diarahkan untuk membangun asosiasi, menciptakan citra, membangkitkan perhatian, atau mengubah cara pandang komunikan terhadap suatu objek. Oleh karena itu, strategi ini sering digunakan dalam berbagai bentuk komunikasi persuasif karena mampu mengarahkan khalayak untuk memahami suatu pesan sesuai dengan makna yang diinginkan oleh komunikator (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Strategi sebagai rangkaian langkah yang memadukan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan komunikasi. Dalam persuasi, strategi tidak cukup hanya menjadi panduan umum, tetapi harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional diterapkan agar pesan dapat diterima secara efektif oleh khalayak. Pendekatan ini menempatkan persuader sebagai pihak yang harus mampu membaca situasi, mengatur langkah, dan mengelola proses interaksi sehingga setiap elemen komunikasi dapat bekerja secara harmonis. Artinya, strategi bukan hanya “apa yang hendak

dilakukan”, tetapi juga “bagaimana cara melakukan” agar perubahan sikap atau perilaku dapat terjadi (Ezi Hendri, 2019).

Suatu perencanaan yang matang dan sistematis untuk mencapai tujuan komunikasi spesifik, yaitu mengubah sikap dan perilaku audiens sesuai dengan yang diharapkan (Ilardo, 1981). Keberhasilan strategi komunikasi persuasif sangat ditentukan oleh pemahaman persuader terhadap elemen-elemen inti dalam proses persuasi, yaitu komunikator (persuader), khalayak (persuadee), pesan, dan saluran komunikasi. Setiap elemen memiliki peran yang saling memengaruhi. Persuader, misalnya, harus memiliki kredibilitas dan kemampuan menyusun pesan yang sesuai dengan kebutuhan, harapan, atau kondisi psikologis khalayak. Sementara persuadee memiliki latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman berbeda yang memengaruhi bagaimana mereka memandang dan menafsirkan pesan. Strategi yang efektif harus mempertimbangkan variasi ini sehingga proses persuasi tidak bersifat kaku, tetapi adaptif terhadap keadaan khalayak (Ezi Hendri, 2019).

Dalam merumuskan strategi komunikasi persuasif, persuader perlu memahami prinsip-prinsip dasar persuasi agar pesan dapat tersampaikan secara efektif dan diterima dengan baik oleh audiens. Prinsip-prinsip persuasi yang dikemukakan Cutlip dan Center (1978) ada empat prinsip utama yang menjadi fondasi strategi komunikasi persuasif.

1. Identifikasi, menekankan pentingnya menyusun pesan yang terasa relevan bagi khalayak. Pesan yang tidak menunjukkan keterhubungan dengan kebutuhan atau kepentingan penerima cenderung sulit memengaruhi sikap mereka. Melalui prinsip ini, strategi persuasi diarahkan agar pesan memiliki kedekatan emosional maupun rasional dengan sasaran. Dengan demikian, khalayak dapat merasa bahwa pesan tersebut memang ditujukan untuk mereka.

2. Prinsip tindakan, yang menegaskan bahwa pesan persuasi tidak boleh berhenti pada penyampaian ide, tetapi perlu diikuti ajakan atau contoh tindakan nyata. Komunikasi yang hanya bersifat informatif umumnya tidak cukup untuk mendorong perubahan perilaku. Dengan memberikan dorongan tindakan baik berupa ajakan, rekomendasi, atau contoh praktis, persuader membantu khalayak memahami langkah konkret yang dapat dilakukan. Hal ini memperkuat efektivitas persuasi karena perubahan sikap lebih mudah terbentuk ketika disertai arah tindakan yang jelas.
3. Familiaritas-kepercayaan, kepercayaan menjadi faktor penting karena khalayak lebih mudah menerima pesan dari komunikator yang dianggap kredibel, jujur, atau memiliki hubungan emosional dengan mereka. Tanpa kepercayaan, pesan sehebat apa pun sulit menghasilkan pengaruh.
4. Prinsip kejelasan menekankan bahwa pesan harus disampaikan secara lugas, terstruktur, dan mudah dipahami. Kekaburan pesan justru menimbulkan resistensi atau kebingungan, sehingga menghambat proses persuasi. Dengan menggabungkan keempat prinsip ini, strategi persuasi mampu berjalan lebih terarah dan memiliki potensi besar untuk memengaruhi perubahan sikap maupun perilaku khalayak secara efektif (Cutlip & Center, 1982).

Strategi komunikasi persuasif guru juga ditunjukkan melalui penggunaan bahasa yang mudah dipahami, sikap empatik, serta pemberian dorongan positif kepada siswa. Guru berupaya membangun hubungan yang bersifat dialogis sehingga siswa merasa dihargai dan diperhatikan. Strategi tersebut menjadi penting dalam konteks siswa berisiko putus sekolah, karena membantu mengurangi

resistensi siswa terhadap sekolah dan meningkatkan keterlibatan mereka dalam proses pendidikan.

2.2 Komunikasi Guru di Lingkungan Sekolah

Pendidikan merupakan sarana transfer ilmu, nilai, dan kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dalam dunia pendidikan, guru memiliki posisi sentral, bukan hanya mengajarkan ilmu pengetahuan tetapi juga menjadi pendamping serta fasilitator bagi siswa selama proses pembelajaran berlangsung. Seorang guru dituntut memiliki profesionalisme tinggi, khususnya dalam membangun relasi yang efektif dengan peserta didik. Tingkat profesionalisme seorang guru dapat dilihat dari kecakapannya berkomunikasi, baik secara lisan maupun nonverbal, dalam rangka menciptakan suasana kelas yang kondusif. Guru adalah pembimbing yang bertanggung jawab mengajar secara profesional, sehingga komunikasi menjadi aspek krusial dalam mengemban tugas tersebut (Qoid & Munif, 2020).

Sepanjang proses ini terjadi interaksi antara guru sebagai pengirim materi dan peserta didik sebagai penerima informasi, dalam konteks yang penuh makna dan tujuan tertentu. Dengan demikian, pendidikan dapat dipandang sebagai bentuk komunikasi edukatif yang melibatkan aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Keberhasilan pembelajaran sangat dipengaruhi oleh kemampuan guru dalam mengelola strategi, suasana kelas, serta menyampaikan materi dengan komunikasi yang jelas dan bermakna (Lasompo & Nadjamuddin, 2020).

Dalam praktiknya, komunikasi antara guru dan peserta didik memiliki peran utama dalam membangun pemahaman bersama atas apa yang diajarkan. Komunikasi yang baik akan membuat peserta didik lebih mudah menerima dan memahami pelajaran sehingga tujuan pembelajaran bisa dicapai secara maksimal. Selain itu, komunikasi yang efektif berfungsi menumbuhkan motivasi belajar, membangun hubungan emosional yang positif, dan menciptakan atmosfer kelas yang interaktif. Maka dari itu, guru perlu menguasai keterampilan komunikasi interpersonal agar mampu

menyesuaikan pendekatan sesuai kebutuhan dan karakter peserta didik (Qoid & Munif, 2020).

Sebaliknya, jika guru kurang mampu membangun komunikasi yang baik, proses belajar mengajar dapat mengalami hambatan. Pemahaman siswa terhadap materi menjadi tidak optimal jika pesan yang disampaikan tidak jelas. Ketidakefektifan komunikasi guru berdampak pada rendahnya pelaksanaan proses belajar di kelas. Artinya, peran komunikasi guru di sekolah menjadi unsur utama yang menentukan keberhasilan pendidikan, baik dari sisi capaian akademik maupun pengembangan karakter peserta didik (Ardiati et al., 2023).

2.3 Fenomena Siswa Berisiko Putus Sekolah

Fenomena siswa berisiko putus sekolah masih menjadi isu krusial dalam dunia pendidikan Indonesia. Putus sekolah dipahami sebagai kondisi ketika anak yang telah terdaftar dan mengikuti proses pembelajaran di sekolah memilih berhenti sebelum menyelesaikan masa studinya. Fenomena ini muncul bukan hanya sebagai kejadian administratif, tetapi sebagai kondisi kompleks yang menggambarkan kegagalan sistem pendidikan dalam mempertahankan keberlanjutan belajar siswa. Ketika seorang anak memutuskan berhenti, terdapat implikasi jangka panjang yang tidak hanya memengaruhi masa depannya, tetapi juga memengaruhi kualitas sumber daya manusia secara lebih luas (Yuniar, 2021).

Penyebab putus sekolah bersifat multidimensional, mencakup faktor internal seperti rasa malu, rendahnya minat belajar, dan kesulitan akademik, serta faktor eksternal seperti ketidakpahaman orang tua terhadap pentingnya pendidikan dan lingkungan sosial yang kurang mendukung. Faktor-faktor ini memperkuat pandangan bahwa keputusan siswa untuk berhenti sekolah bukanlah tindakan tunggal, melainkan hasil interaksi antara kondisi pribadi, keluarga, dan lingkungan (Brahmani Laras, 2016).

Meskipun pemerintah telah menerapkan program wajib belajar sembilan tahun dan memperkuat pemerataan akses melalui pembangunan infrastruktur sekolah, kasus putus sekolah masih terus terjadi di berbagai

wilayah (Tristanto et al., 2022). Program wajib belajar terbukti meningkatkan angka partisipasi, tetapi tidak serta-merta menghilangkan hambatan-hambatan lain yang membuat siswa sulit mempertahankan keberlanjutan pendidikannya (Tristanto et al., 2022).

Fenomena putus sekolah dipengaruhi oleh tiga penyebab utama, yakni rendahnya motivasi dan minat belajar, keterbatasan ekonomi keluarga, dan pengaruh lingkungan sosial yang tidak mendukung kegiatan belajar. Siswa dengan tingkat motivasi rendah cenderung menganggap sekolah tidak relevan dengan kebutuhan hidup mereka, terutama ketika tekanan ekonomi memaksa mereka untuk bekerja membantu orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa risiko putus sekolah lebih tinggi pada anak-anak dari keluarga berpenghasilan rendah dan pada wilayah pedesaan dengan akses pendidikan terbatas (Wahyuni et al., 2024).

Perubahan perilaku dapat terjadi jika pesan komunikasi menyentuh aspek emosional, sosial, dan kognitif penerima. Dalam konteks siswa berisiko putus sekolah, hal ini berarti bahwa guru perlu menggunakan pesan yang mampu membangkitkan harapan, menumbuhkan rasa diterima, dan menciptakan makna positif terhadap sekolah. Oleh karena itu, fenomena siswa berisiko putus sekolah tidak hanya menjadi isu pendidikan, tetapi juga tantangan komunikasi, di mana efektivitas strategi persuasif guru menjadi kunci dalam mengurangi angka putus sekolah (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

2.4 Relevansi Strategi komunikasi persuasif guru dengan siswa berisiko putus sekolah

Strategi komunikasi persuasif guru merupakan upaya sistematis yang dirancang untuk memengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku siswa agar selaras dengan tujuan pendidikan. Strategi ini mencakup perencanaan pesan, pemilihan media komunikasi, serta pendekatan emosional yang sesuai dengan karakteristik siswa (Riza Gusti Rahayu, 2024).

Strategi komunikasi persuasif menjadi tiga jenis utama, yaitu strategi psikodinamik, sosiokultural, dan konstruksi makna. Ketiga

pendekatan ini juga menjadi dasar dalam strategi komunikasi guru di lingkungan sekolah. Strategi psikodinamik diterapkan ketika guru berusaha memahami emosi, motivasi, dan kondisi psikologis siswa agar pesan persuasif dapat menyentuh aspek afektif siswa. Strategi sosiokultural diterapkan dengan memperhatikan latar belakang sosial dan budaya siswa, termasuk kondisi keluarga dan lingkungan yang memengaruhi perilaku belajar. Sedangkan strategi konstruksi makna dilakukan dengan cara membimbing siswa memahami makna dari setiap pesan yang disampaikan, sehingga pesan tersebut dapat diinternalisasi dan membentuk sikap positif terhadap pendidikan (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989).

Strategi komunikasi persuasif guru efektif ketika didukung dengan pendekatan personal, sosial, dan pemaknaan yang mendalam terhadap situasi siswa (Rakhmatullah, 2023). Temuan tersebut sejalan dengan teori DeFleur dan Ball-Roceach, di mana komunikasi persuasif yang menyentuh aspek emosional, sosial, dan kognitif mampu menghasilkan perubahan perilaku yang lebih tahan lama. Guru perlu memahami karakter dan kondisi emosional siswa sebelum menyusun pesan persuasif, agar strategi yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dan latar belakang individu siswa (Riza Gusti Rahayu, 2024)

Selain itu, strategi komunikasi persuasif guru juga berperan penting dalam mendorong motivasi belajar siswa dan mengatasi risiko putus sekolah. Anak Guru yang mampu menerapkan komunikasi persuasif secara konsisten dapat membangun hubungan interpersonal yang kuat dengan siswa, meningkatkan rasa percaya diri, dan menciptakan lingkungan belajar yang menyenangkan (Anak Agung Gede Agung Putra Dalem, Ni Nyoman Cipta Dewi, 2024). Pentingnya peran guru dalam memberikan dorongan motivasi eksternal yang dapat menumbuhkan motivasi intrinsik pada diri siswa, sehingga mereka memiliki keinginan untuk terus belajar dan menyelesaikan pendidikan (Naya S et al., 2024).

Konsep strategi komunikasi persuasif guru tidak hanya mencakup penyusunan pesan yang meyakinkan, tetapi juga mencakup kemampuan memahami kondisi psikologis, sosial, dan kultural siswa secara holistik.

Dalam konteks mempertahankan siswa berisiko putus sekolah, guru perlu menerapkan strategi persuasif yang bersifat empatik, partisipatif, dan edukatif agar pesan yang disampaikan tidak hanya diterima, tetapi juga dipahami dan dihayati oleh siswa.

2.5 Penelitian Terdahulu

Kajian terhadap penelitian terdahulu diperlukan untuk memahami sejauh mana topik yang diteliti telah dibahas sebelumnya serta menemukan posisi penelitian ini dalam konteks akademik yang lebih luas. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi persuasif guru berperan penting dalam meningkatkan motivasi belajar dan membentuk sikap positif siswa terhadap pendidikan. Namun, sebagian besar masih berfokus pada konteks peningkatan motivasi tanpa menyoroti secara mendalam penerapan strategi komunikasi persuasif dalam upaya mencegah siswa berisiko putus sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan meninjau strategi komunikasi persuasif guru melalui teori strategi komunikasi persuasif DeFleur dan Ball-Rokeach, yang membagi strategi persuasi ke dalam strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi konstruksi makna.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan	Kontribusi
M. Sukardi & V. N. Rakhmatullah (2024)	Strategi Komunikasi Persuasif Guru BK dalam Mengatasi Kenakalan Siswa di SMAN 1 Alas Barat (ARZUSIN	Penelitian Sukardi & Rakhmatullah berfokus pada hubungan interpersonal secara umum, bukan pada siswa dengan risiko putus sekolah, dan tidak membahas	Sama-sama menyoroti strategi persuasi guru melalui pendekatan psikodinamik, sosiokultural, dan konstruksi makna.	Menjadi rujukan teoretis utama penelitian ini, terutama dalam penggunaan tiga strategi komunikasi persuasif (psikodinamik, sosiokultural, dan

	Jurnal Ilmu Komunikasi)	efektivitas strategi dalam konteks retensi pendidikan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkupnya yang sempit dan kurang mempertimbangkan faktor sosial ekonomi siswa. Penelitian ini juga belum menilai dampak langsung strategi komunikasi terhadap keberlanjutan pendidikan siswa, sehingga belum menunjukkan implikasi praktis terhadap pencegahan putus sekolah.		konstruksi makna) sebagai dasar analisis strategi guru di SMPN 4 Karangploso Satu Atap.
Riza Gusti Rahayu (2024)	Strategi Komunikasi Persuasif Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa (SD Islam Sinar Cendekia	Fokus penelitian ini pada siswa SD dengan konteks lingkungan belajar yang relatif stabil, sedangkan penelitian ini mengkaji siswa SMP berisiko putus	Sama-sama menyoroti pentingnya komunikasi persuasif guru dalam membangun motivasi dan perubahan perilaku	Memberikan dasar empiris bahwa pendekatan komunikasi interpersonal guru mampu membangkitkan motivasi belajar

	BSD) (MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi)	sekolah yang menghadapi tekanan sosial dan ekonomi yang lebih kompleks. Penelitian ini belum membahas strategi komunikasi guru secara spesifik terhadap kelompok siswa bermasalah, serta belum menunjukkan bagaimana strategi tersebut dapat mencegah risiko putus sekolah. Penelitiannya lebih menyoroti motivasi belajar secara umum tanpa mempertimbangkan faktor eksternal seperti keluarga dan ekonomi.	siswa melalui pesan yang empatik dan membangun kepercayaan.	siswa melalui empati dan dukungan emosional.
Ni Made Agung, I. M. Cipta, & A. A. G. Bagus (2024)	Strategi Komunikasi Persuasif Guru dalam Membangun Minat Belajar	Penelitian ini menyoroti peran guru dalam meningkatkan minat belajar melalui pesan persuasif,	Sama-sama menekankan pentingnya kredibilitas komunikator, keteladanan, dan	Memberikan panduan konkret bagi penelitian ini mengenai bentuk komunikasi persuasif berbasis

	Siswa (Jurnal Cipta Gung Bagus)	<p>tetapi belum menyinggung masalah siswa yang berisiko putus sekolah maupun hubungan jangka panjang antara guru dan siswa.</p> <p>Kurang memperhatikan faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan ekonomi yang memengaruhi perilaku belajar siswa, serta belum mengkaji efek persuasi terhadap keberlanjutan pendidikan.</p>	<p>empati guru dalam membangun komunikasi efektif dengan siswa.</p>	<p>keteladanan dan penguatan positif yang relevan untuk diterapkan dalam konteks retensi siswa.</p>
N. S. Grasiara, M. Suryanti, & H. Faridah (2024)	<p>Strategi Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar sebagai Upaya Mengatasi Putus Sekolah (JPPM, Vol. 5 No. 1)</p>	<p>Penelitian dilakukan pada siswa SD di daerah pedesaan dengan konteks sosial ekonomi rendah dan berfokus pada kegiatan sosialisasi lapangan.</p> <p>Belum menjelaskan hubungan antara</p>	<p>Sama-sama membahas peran guru dan strategi komunikasi dalam membangun motivasi belajar sebagai langkah pencegahan putus sekolah.</p>	<p>Memberikan bukti empiris kuat bahwa komunikasi persuasif (melalui pendekatan interpersonal dan emosional) efektif mendorong perubahan sikap siswa terhadap pendidikan.</p>

		motivasi dan retensi belajar serta tidak menyoroti peran guru dalam konteks sosial ekonomi yang sulit.		Mendukung analisis strategi konstruksi makna karena pesan persuasif guru dapat membantu membentuk pemahaman siswa mengenai pentingnya pendidikan
I. Widiasanti, R. Fauziah, & S. Nuraeni (2023)	Ancaman Melawan Putus Sekolah dengan Dilema Kualitas Pendidikan Indonesia (JISIP, Vol.7 No.3)	Penelitian ini merupakan studi pustaka berskala nasional yang menyoroti penyebab struktural (ekonomi, sosial, dan motivasi rendah) tanpa meneliti komunikasi guru secara langsung.	Sama-sama berfokus pada isu putus sekolah dan faktor motivasional yang memengaruhi keterlibatan siswa dalam pendidikan.	Memberikan dasar kontekstual penting bahwa komunikasi guru perlu dijadikan intervensi strategis untuk memengaruhi faktor internal (motivasi dan sikap siswa) yang menjadi akar masalah putus sekolah.

Pada efektivitas komunikasi persuasif guru dalam meningkatkan motivasi dan minat belajar siswa, namun belum banyak yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi persuasif sebagai upaya mencegah siswa berisiko putus sekolah. Penelitian oleh (Riza Gusti Rahayu, 2024) dan (Anak Agung Gede Agung Putra Dalem, Ni Nyoman Cipta Dewi, 2024) menegaskan pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat belajar, tetapi tidak menyinggung upaya retensi siswa dari perspektif komunikasi jangka panjang. Sementara itu, (Naya S et al., 2024) telah

mengaitkan strategi komunikasi dengan pencegahan putus sekolah, namun dalam konteks siswa sekolah dasar dan kegiatan pengabdian masyarakat. Penelitian (Rakhmatullah, 2023) memberikan kontribusi signifikan dengan mengidentifikasi tiga bentuk strategi komunikasi persuasif guru: psikodinamik, sosiokultural, dan konstruksi makna. (Widiasanti et al., 2023) memperlihatkan bahwa lemahnya komunikasi sekolah–siswa merupakan faktor utama meningkatnya angka putus sekolah di Indonesia, sehingga memperkuat urgensi penelitian ini.

Penelitian ini menempati posisi unik dengan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif DeFleur dan Ball-Rokeach untuk menganalisis strategi guru dalam mempertahankan siswa berisiko putus sekolah di lingkungan sekolah Satu Atap pedesaan, ke dalam konteks pendidikan Indonesia, khususnya untuk memahami peran strategi komunikasi persuasif guru dalam mempertahankan siswa berisiko putus sekolah. Urgensi penelitian ini terletak pada minimnya penelitian yang berfokus pada sekolah Satu Atap di daerah pedesaan, yang memiliki karakteristik sosial ekonomi berbeda dari sekolah di perkotaan. Guru di sekolah seperti SMPN 4 Karangploso Satu Atap tidak hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga sebagai motivator, konselor, dan figur sosial yang berhadapan langsung dengan kondisi siswa yang kurang mendapat dukungan keluarga maupun fasilitas pendidikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperlihatkan bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dapat menjadi alat strategis dalam pencegahan putus sekolah melalui hubungan interpersonal yang humanis dan berkelanjutan.

2.6 Kerangka Berpikir

