

Komunikasi Persuasif Mamak terhadap Kemanakan dalam Penerapan Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang

Doni Muliadi

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Korespondensi penulis: muliadidoni4@gmail.com

Syafwan Rozi

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Alamat: Jl. Gurun Aua, Kubang Putih, Kec. Banuhampu, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26181

Abstract. Thesis on behalf of Doni Muliadi, NIM : 4318081, This thesis is entitled "Mamak's Persuasive Communication Against His Cousins in the Application of Kato Nan Ampek's Philosophy in Nagori Koto Panjang. Student of Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah. This study proposes two main issues, namely how the factors influence, the Forms of Mamak's Persuasive Communication Against Childhood in the Application of Kato Nan Ampek's Philosophy in Nagori Koto Panjang. The research method used is qualitative which is descriptive qualitative, with the aim of being able to describe the phenomenon of society in maintaining Mamak's communication with Kemanakan. The results of this study can be concluded that the factors that influence Mamak's Persuasive Communication regarding whereabouts are clarity of purpose, things that pay attention to the person who is the other person talking to, and the right way to invite friends to apply the Kato Nan Ampek Philosophy in Nagori Koto Panjang so that there is communication between mamak and whereabouts. Forms of Mamak's Persuasive Communication towards Kemanakan by inviting whereabouts to use persuasive words, kind words towards nephews with the aim of giving an impression that can be interesting to Kemanakans to apply polite words and repeat them, giving rewards for what is done whereabouts by giving good or bad threats and embracing events that attract public attention in the form of violations of customary norms which are often found by speaking harshly to other people so that the existence of Mamak's Persuasive Communication towards Kemanakan can change the application of the Kato nan Ampek Philosophy in Nagori Koto Panjang.

Keywords: Persuasive Communication, Mamak Against Uncle

Abstrak. Skripsi atas nama Doni Muliadi, NIM : 4318081, Skripsi ini berjudul "Komunikasi Persuasif Mamak Terhadap Kemanakan Dalam Penerapan Falsafah Kato Nan Ampek Di Nagori Koto Panjang. Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Penelitian ini mengemukakan dua pokok permasalahan yaitu bagaimana Faktor-faktor yang mempengaruhi, Bentuk-Bentuk Komunikasi Persuasif Mamak Terhadap Kemanakan dalam Penerapan Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang. Metode Penelitian yang digunakan adalah Kualitatif yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk dapat menggambarkan fenomena masyarakat dalam menjaga komunikasi Mamak terhadap Kemanakan. Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan Fakto-faktor yang mempengaruhi Komunikasi Persuasif Mamak Terhadap kemanakan ialah adanya kejelasan tujuan, adanya hal yang memperhatikan orang yang jadi lawan bicara, serta dengan adanya cara yang benar dalam mengajak kemanakan dalam penerapan Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang sehingga adanya komunikasi mamak terhadap kemanakan. Bentuk-bentuk Komunikasi Persuasif Mamak terhadap Kemanakan dengan mengajak kemanakan menggunakan kata persuasif, kata-kata yang baik terhadap kemanakan dengan tujuan memberikan kesan yang dapat menarik kepada Kemanakan agar diterapkan kata-kata yang sopan serta mengulang-ngulangnya, memberikan ganjaran terhadap apa yang dilakukan kemanakan dengan memberikan ancaman yang baik ataupun buruk dan menumpangkan terhadap peristiwa yang menarik perhatian public berupa pelanggaran norma adat yang banyak ditemukan dengan berkata kasar terhadap orang lain sehingga dengan adanya Komunikasi Persuasif Mamak terhadap Kemanakan dapat merubah penerapan Falsafah Kato nan Ampek di Nagori Koto Panjang.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Mamak Terhadap Kemanakan

LATAR BELAKANG

Komunikasi juga sebagai penyampaian pesan dari Komunikator yang dinyatakan otak dan perasaan seseorang untuk orang lain caranya memakai bahasa dalam penyampaiannya (Effendi, 2017). Komunikasi persuasif ialah suatu Komunikasi berdampak besar. Memiliki arti Komunikasi juga dilaksanakan untuk mempengaruhi Komunikan untuk membuat berpandangan sama dengan Komunikator. Komunikasi ialah salah satu bagian yang ampuh dan merupakan aspek lengkap di kehidupan Manusia, karena dengan berkomunikasi manusia dapat mengetahui situasi orang disekitarnya.

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan kepada komunikator, dengan tujuan mengubah sikap, cara pandang, pendapat, dan tindakan komunikator menjadi konsultan. Kegiatan komunikatif tidak hanya informatif, artinya orang lain dapat memahaminya, tetapi juga persuasif. Artinya, bersedia menerima pemahaman dan keyakinan yang dengannya orang lain melakukan tindakan, aktivitas, dll. Komunikasi persuasif ini tidak lain adalah upaya membujuk orang lain untuk bertindak dan bertindak sebagaimana yang diharapkan komunikator kepada khalayak untuk bertindak dan bertindak secara persuasif tanpa paksaan atau kekerasan.

Pada dasarnya, persuasi ditujukan untuk mendorong komunikator mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya atas kehendak sendiri, bukan paksaan.. Semua manusia selalu berusaha memahami segala peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya sehari-hari. Manusia selalu memberi makna pada hal-hal yang terjadi pada dirinya atau lingkungan sekitarnya. Terkadang makna yang diberikan sangat jelas dan mudah dipahami oleh manusia lain. Namun, terkadang maknanya tidak jelas dan sangat sulit dipahami. Komunikasi memungkinkan setiap individu untuk memahami segala sesuatu yang terjadi dalam hidup mereka. Pada hubungan komunikasi persuasif atau mengajak, membujuk dan meyakinkan, masing-masing dari setiap individu mencoba untuk memahami bagaimana individu lain bertindak dan menentukan sikap yang dapat mempengaruhi orang lain. Contoh komunikasi yang dilakukan dalam sebuah lingkungan masyarakat untuk menjaga suatu keharmonisan hubungan antara Mamak dengan Kemanakan, dan kemanakan dengan orang lain.

Semua manusia selalu berusaha memahami segala peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya sehari-hari. Manusia selalu memberi makna pada peristiwa yang menimpa dirinya dan orang-orang di sekitarnya. Terkadang makna yang diberikan begitu jelas sehingga manusia lain dapat dengan mudah memahaminya. Namun, terkadang maknanya tidak jelas dan sangat sulit dipahami. Komunikasi memungkinkan setiap individu untuk memahami segala sesuatu yang terjadi dalam hidupnya.

Kurangnya perhatian Mamak terhadap Kemanakan dapat menyebabkan anak-anak tidak memiliki adab kepada orang lain, berkata kotor, tidak sopan. Saat Mamak kurangnya kesempatan dalam berkomunikasi secara Persuasif terhadap hingga kemanakan kurang bisa menggunakan kato nan ampek secara baik.

Wawancara saat observasi terhadap seorang kamanakan yang ada di Nagari Koto Panjang yang menyatakan bahwa:

“Nagori Koto Panjang ialah tempat yang saya lihat masih adanya komunikasi antara mamak dan kemanakan, karna Nagori Koto Panjang masih menerapkan adat minangkabau yakni membutuhkan antara satu dengan yang lainnya” (Wawancara Pribadi, 31 Agustus 2022).

Komunikasi yang baik antara ibu dan keponakan menciptakan kekompakan, saling pengertian dan hubungan yang lebih harmonis dalam lingkungan masyarakat. Berbeda dengan Mamak yang tidak menjaga hubungan atau bahkan berkomunikasi secara meyakinkan dengan keponakannya.

Keharmonisan lingkungan masyarakat juga mempengaruhi pembentukan kepribadian keponakan. Tetangga yang lahir di "broken home" memiliki karakteristik yang berbeda dengan tetangga yang lahir di rumah yang utuh. Seorang keponakan dengan keluarga yang tidak lengkap lebih tidak ramah. Hal ini karena kebanyakan dari mereka ingin diperhatikan oleh orang lain, mulai dari apa yang mereka lakukan hingga apa yang mereka hasilkan.

Pandangan islam, ketika anak dilahirkan ke dunia Ia belum disertai ilmu pengetahuan, melainkan hanya dibekali potensi-potensi untuk menerima dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Dalam Islam potensi dasar yang dibawa manusia itu dikenal dengan fitrah, diantara fitrah yang diberikan kepada manusia itu adalah jiwa beragama, pendengaran, penglihatan, akal dan hati sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur.”

(Kementrian Agama RI, 2022)

Pada ayat di atas disebutkan bahwa manusia lahir tanpa mengetahui sesuatu, tetapi kemudian dengan panca indera, potensi akal dan jiwanya secara sedikit demi sedikit pengetahuannya bertambah. Bertambahnya pengetahuan anak ini dimungkinkan karena pergaulan anak dalam lingkungan keluarga dan masyarakat yang sangat mempengaruhi pembentukan kepribadian seseorang.

Berkomunikasi bersama merupakan tata cara budaya Minangkabau yang diwariskan secara turun-temurun. Kesopanan merupakan salah satu nilai adat yang termasuk dalam adat Minangkabau. Kesantunan sebagai penerapan lahiriah, seperti sopan santun berbicara, sopan santun, dan lain-lain, merupakan karakter, santun dalam rasa, perasaan, malu, dan perilaku, tergantung pada status dan fungsinya.

Amalan Minangkabau adalah yang di dalamnya terkandung ajaran yang baik dan akhlak yang mulia di antara manusia yang dikenal dengan Falsafah Kat Nan Ampek seperti Mandaki, Manurung, Mandata dan Melereng. Hal ini berkaitan dengan pergaulan dalam masyarakat dengan melihat orang-orang yang seumuran atau berstatus, besar atau kecil, dari orang-orang yang mereka kenal.

Mandaki artinya bersama orang dewasa, Manurun artinya bersama anak-anak, Mandata artinya bersama teman sebaya, Malelen artinya berada di antara Tunganai dan Sumand dalam masyarakat Minangkabau, artinya bersama suami saudara laki-laki atau perempuan.

Penelitian ini didasari oleh realitas banyaknya anak remaja yang tidak berkomunikasi dengan mamaknya di nagori koto panjang. Bahkan dampak keretakan mamak dan kemanakan seringkali menjadi penyebab utama kemanakan terjun ke hal-hal yang negatif. Tidak harmonisnya hubungan mamak dengan kemanakan akan berdampak kehidupan sosial yang tidak saling menghargai satu sama lainnya. Alasan penelitian memilih penelitian ini dikarenakan di nagori koto panjang banyak korban kurang perhatian dalam tatakrama berbicara.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang telah peneliti lakukan kepada salah satu kamanakan di Nagori Koto Panjang Mengatakan bahwa:

“Saat sekarang ini sudah banyak kemanakan mengikuti perkembangan zaman sekarang, serta banyak nya perubahan dalam kebiasaan sehari-hari bahkan ada kemanakan sekarang tidak mengenal mamak karna kurang efektifnya penggunaan falsafah kato nan ampek di nagori koto panjang sehingga cenderung menggunakan bahasa yang tidak sopan” (Wawancara Pribadi, 2 Agustus 2022).

Berdasarkan observasi yang dilakukan di Nagori Koto Panjang Lampasi didapatkan hanya beberapa Mamak yang menjalin hubungan erat dengan kemanakannya. Hubungan itu terlihat dari cara berkomunikasi si anak dengan Mamaknya dan cara merespon Mamak terhadap kemanakannya dan kemanakan dengan masyarakat yang ada dilingkungannya. Di Nagori Koto Panjang Lampasi terdapat beberapa anak yang memiliki hubungan kemanakan dengan Mamak yang kurang harmonis. Misalnya, Anak yang sering berkata kasar, tidak memiliki adab kepada mamaknya, bahkan mengatakan kata-kata kotor kepada mamaknya seharusnya terjadi komunikasi yang lebih intens antara mamak dan kemanakan

KAJIAN TEORI

Menurut Carl. I.Hofland komunikasi adalah tranmisi formasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan memakai simbol-simbol kata-kata, gambar, figure, dan sebagainya (Laswell & Effendi, 2002). Sedangkan menurut Miller komunikasi adalah situasi-situasi memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Deddy Mulyana, 2005).

Komunikasi Persuasif menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberitahu, tentang tujuan Mengajak, dan mempertimbangkan kehadiran orang lain. Istilah Persuasif berasal dari bahasa latin, Persuasion berarti membujuk, mengajak atau merayu. Persuasif dilakukan secara rasional dan emosional, biasanya menyentuh aveksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah.

Untuk mengawali defenisi komunikasi Persuasif ada tiga jenis pola komunikasi menurut Burghon dan Huffner yaitu pertama, Komunikasi Asertif yaitu kemampuan komunikasi yang mampu menyampaikan pesan secara jelas terhadap Komunikan tapi dengan cara tanpa menyinggung fisik. Kedua, Komunikasi Pasif ialah yang tidak ada respon yang total. terakhir, komunikasi agresi ialah Komunikasi yang mengutarakan pendapat atau informasi pesan secara lugas namun terdapat agresi Lisan dan Tidak Lisan (Maulana & Gumelar, 2013).

Kemudian ada yang mendefenisikan persuasive adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku seseorang atau orang banyak, dapat dilakukan dengan beberapa cara melalui terror, boikot pemerasan, penyipuan dapat juga memaksa orang lain bersikap atau berperilaku seperti yang diharapkan. Namun persuasi tidak melakukan cara demikian untuk mencapai tujuan yang diharapkan, melainkan menggunakan cara komunikasi (pernyataan antar manusia) yang berdasar pada argumentasi dan alas an-alasan psikologis (Maulana & Gumelar, 2013).

Schacter menjelaskan ada dua jenis persuasif yaitu persuasi sistematis yang mengacu pada proses memberikan pengaruh melalui perubahan sikap atau keyakinan dengan basis pemikiran logika dan pemberian alasan, jenis kedua yaitu peruasif heurispic adalah proses persuasi yang dilakukan melalui perubahan berdasarkan penerapan kebiasaan dan emosional.

Dari defenisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli bahwa persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan prilaku seseorang baik secara verbal maupun non verbal.

Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Ada 6 unsur-unsur komunikasi persuasif yang harus dipahami yaitu:

a. Pengirim pesan atau persuader

Persuader adalah orang dari suatu kelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain secara verbal maupun nonverbal. Dalam komunikasi persuasif eksistensi persuader benar-benar dipertaruhkan. Oleh karena itu ia memiliki etos yang tinggi. Etos adalah nilai diri seseorang yang merupakan paduan dan aspek kognisi, efeksi dan konasi.

Seorang persuader memiliki etos yang tinggi di cirikan kesiapan, kesungguhan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan. Jika komunikasi persuasif ingin berhasil seorang persuader harus memiliki sikap pesertif, selektif, digestif, asimilati, Dan transitif.

b. Penerima pesan atau persuade

Persuade adalah orang menjadi tujuan pesan itu tersampaikan di saluran oleh persuader baik secara verbal maupun non verbal (Maulana & Gumelar, 2013). Persuade sebelum melakukan perubahan dirinya, sebenarnya melakukan suatu aktivitas yang fundamental, aktivitas yang sifatnya intern, di dalam diri yakni belajar. Berajar biasanya tidak hanya merupakan suatu proses sesaat. Setiap persuade menerima stimulus, menafsirkan, memberikan respons, mengamati akibat respons, menafsirkan kembali, memberikan respons baru, menafsirkan seterusnya. Hal ini dilakukan terus-menerus sehingga persuade mendapat kebiasaan memberikan respon dalam suatu cara tertentu terhadap suatu stimulus tertentu (Maulana & Gumelar, 2013).

c. Pesan

Isi pesan Persuasif perlu diperhatikan karena isi pesan persuasif berusaha untuk mengkondisikan, menguatkan atau membuat perubahan tanggapan sasaran. Wilbur Schramm menampilkan apa yang disebut "*the condition of success in communication*" yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut yang pertama, pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, kedua, pesan harus menggunakan lambing-lambang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, ketiga, pesan membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut, keempat, pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok. Pengaruh komunikasi persuasif atas perubahan

perilaku persuade dapat dilihat dari dua pendekatan yakni pendekatan tradisional dan pendekatan teori kognitif. Persuasibilitas dapat diartikan sebagai kerentanan audiensi terhadap pesan persuasi yang diterimanya. Ditinjau komponen komunikasi, seorang dapat dan akan menerima sebuah pesan hanya kalau terdapat empat kondisi berikut ini secara simultan yang Pertama adalah komunikasi dapat benar-benar mengerti pesan komunikasi. Kedua, pada saat komunikasi mengambil keputusannya, komunikasi sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya. Ketiga, Pada saat komunikasi mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya. Keempat, Komunikasi mampu menepatinya baik secara mental maupun secara fisik.

d. Umpan balik

Umpan balik balasan dari perilaku yang diperbuat, umpan balik bisa dalam bentuk eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi persuader atas pesan yang disampaikan sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi penerima

e. Efek komunikasi persuasif

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri persuade sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku.

Faktor-faktor Komunikasi persuasif

Dimana komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap atau menguatkan dan perilaku. Sehingga dari pendapat, fakta dan himbauan motivasi harus membentuk sifat dalam memperkuat tujuan dari persuasif. Dalam bukunya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dari keefektifan komunikasi persuasif, diantaranya (Cangara, 2007):

a. Kejelasan Tujuan.

Tujuan dari komunikasi persuasif adalah mengubah pendapat, sikap, atau perilaku kepada sasaran persuasive atau komunikasi. Tujuan tersebut bertujuan mengubah persuader atau komunikasi, maka proses dari pada persuasive harus melalui kaitan dengan aspek afektif.

Pembicaraan komunikasi persuasif harus mengetengahkan sifat seperti memberikan ilustrasi, memperkuat, dan menyodorkan informasi kepada komunikasi. Tetapi focus tujuan pokoknya adalah mengubah sikap atau mengubah perilaku, sehingga penggunaan pendapat, fakta dan himbauan yang memotivasi harus bersifat memperkuat dari tujuan persuasifnya.

Faktor ini harus berkeadilan memmberikan ruang terhdap diri kita dan orang lain dalam menentukan tujuan dalam Komunikasi ataupun mengambil kesimpulan dalam komunikasi yang akan dilakukan.

b. Memilih strategi yang tepat.

Strategi Komunikasi Persuasif adalah campuran antara merencanakan komunikasi persuasife dengan manajemen komunikasi. Perlu dicermati untuk menentukan strategi seperti apa sasaran komunikasi persuasive, waktu dan tempat pelaksanaan komunikasi persuasif, apa yang disampaikan, dan mengapa pesan tersebut harus disampaikan.

Cara Komunikasi inti tak kalah penting karna kita bisa memilih berbagai cara dalam menyampaikan pesan kepada Komunikan, agar juga lebih dipahami oleh orang yang kita jadikan penerima pesan.

c. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi

Berbagai keberagaman yang cukup kompleks persuasif harus memiliki sasaran yang sesuai. Keberagaman yang cukup kompleks persuasive harus memiliki sasaran yang sesuai. Keragaman tersebut dilihat dari pada jenis kelamin, karakteristikdemografis, level pekerjaan, gaya hidup hingga gaya suku bangsa. Sehingga untuk melakukan komunikasi persuasif adanya pembelajaran mengenai komunikan setelah itu menelusuri aspek dari keragaman terlebih dahulu. Agar mudah mengatasi penyampaian pesan persuasif kepada komunikan.

Komunikasi penting mengetahui lawan bicara agar tidak terjadinya komunikasi yang gagal karna tidak tahu dengan siapa lawan bicara, biasanya kita lebih berusaha untuk melakukakan perkenalan terlebih dahulu sehingga tidak adanya keraguan dan kekeliruan dalam memahami lawan bicara.

Mengetahui lawan bicara akan membuat pesan kita lebih jelas karna kita tahu orang yang jadi lawan bicara, hal terpenting juga untuk kita dalam menyampaikan pesan yang cocok arna kita bisa memilih pesan yang layak disampaikan kepada komunikan tersebut

METODE PENELITIAN

Cara yang Peneliti lakukan pada pendekatan ini ialah Kualitatif serta jenis yang Penulis lakukan dengan metode Kualitatif Deskriptif (Abubakar, 2021). Pendekatan Kualitatif Deskriptif ialah salah satu langkah penelitian dengan memperoleh penjelasan dengan kata-kata, verbal, non verbal, dari individu, kelompok atau organisasi yang peneliti observasi dan realita dengan menggunakan pendekatan pada latar belakang individu secara utuh (Akhyar et al., 2023).

Pada Cara ini, Penulis berasal dari mengamati lalu mengelompokkan data yang akan untuk wawancara secara utuh, serta analisa dokumen berdasarkan keterangan yang telah diketahui yang akan menghasilkan penjelasan yang detail berupa informasi yang dibutuhkan Penulis bukan berupa angka. Tapi pada cara penulis gunakan Kualitatif Deskriptif, meupakan langkah mendetail informasi, Analisa Realita disekitar sedang terjadi dalam bahasa bukan tertulis. Penulis Memaparkan Faktor-Faktoryang Mempengaruhi kemanakan dalam penerapan kato nan ampek di Nagori Koto Panjang Lampasi, Kota Payakumbuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif Mamak Terhadap Kemanakan

Pesan Mengajak orang lain agar memiliki pandangan yang sama dan sikap sama dengan Komunikator. Tujuan, realita, dan pesan yang mempengaruhi wajib berupa pengaruh memperkuat kegiatan mempengaruhi. Ada beberapa cara yang dapat mempengaruhi optimalnya dalam mempengaruhi orang lain, berikut:

a. Kejelasan Tujuan

Memiliki target yang dicapai ialah mengubah cara pandang orang lain sehingga pesan yang disampaikan dengan menyamakan sikap terhadap orang yang menyampaikan pesan. Agar kegiatan Komunikasi Efektif maka memiliki target yang jelas, sesuai dengan pendapat berikut:

“Karano adonyo adab anak kamanakan dalam kehidupan bermasyarakat di nagori koto panjang, sehingga selaku mamak melakukan komunikasi dengan tujuan mengajak anak kamanakan bakato yang elok”

“Dengan adab kemanakan dalam kehidupan bermasyarakat di Nagori Koto Panjang, sehingga selaku Mamak melakukan komunikasi dengan target mengajak kemanakan berkata sopan santun.” (Wawancara Pribadi, 30 Oktober 2022)

Dipedomani dari hasil diatas Komunikasi Persuasif mamak terhdap kemanakan yang ada di Nagori Koto Panjang bertujuan mangajak Kemanakan untuk menerpakan Falsafah Kato Nan Ampek.

Begitupun selaras dengan perkataan kemanakan yang ada di Nagori Koto Panjang. *“Ditongah masyarakat di Nagori Koto Panjang selaku orang yang beradat ambo emang memperhatikan bahaso yang di pakai ditengah masyarakat namun ado juo talompek kato mamakai kato nan ndk elok di muko mamak makonyo sahinggo adonyo teguran dari mamak”* (Wawancara Pribadi, 1 November 2022)

”Ditengah masyarakat di Nagori Koto Panjang saya memang memperhatikan bahasa yang di gunakan di tengah masyarakat tetapi ada juga yang tidak menggunakan kata yang baik sehingga ditegur oleh mamak.”

Pembicaraan komunikasi persuasif harus mengetengahkan sifat seperti Menggambarkan, mengokohkan, serta menghidangkan pesan untuk penerima pesan. juga penekanan intinya untuk dengan mempengaruhi agar untuk merubah pandangan dan perilaku memiliki mengokohkan prinsip yang akan dicapai.

b. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi

Keberagaman relatif kompleks persuasif wajib mempunyai target sinkron. Keberagaman itu dicermati berasal dari pada jenis kelamin, karakteristik demografis, level pekerjaan sampai gaya adat.

Sebagai akibatnya buat melakukan Komunikasi Persuasif adanya pembelajaran tentang Komunikan sesudah itu menelusuri aspek asal keragaman terlebih dahulu, supaya praktis mengatasi penyampaian pesan Persuasif untuk penerima pesan.

“mangetahui lawan bicara perlu untuk mengajak anak kamanakan, karna kamanakan indak sadonyo lobiah ketek dari mamak, ado yang lobiah godang anak kamanakan dari mamak jadi perlu tau dulu dengan lawan bicara baitu pulo jo anak kamanakan di tengah masyarakat harus mamperhatikan lawan bicara kapado Niniak Mamak yang ado di nagori koto panjang” (Wawancara Pribadi, 2 Desember 2022)

“Mengetahui Lawan bicara perlu untuk mengajak kemanakan, karena kemanakan indak semua kecil dari mamak, ada yang lebih besar dari mamak jadi perlu tau terlebih dahulu dengan lawan bicara begitu juga dengan Kemanakan di tengah Masyarakat harus memperhatikan lawan bicara kepada Niniak Mamak yang ada di Nagori Koto Panjang”.

Dari wawancara tersebut kita mengetahui bahwa menentukan lawan bicara dan orang yang ada disekitar kita perlu agar tidak salah dalam berbicara, dengan mengetahui lawan bicara kita juga dapat menentukan falsafah kato nan ampek mana yang akan kita gunakan, kalau ka mamak kita menggunakan kato yang sopan dan santun begitupun mamak yang ada di nagori koto panjang bisa manentukan kato nan ompek yang bisa diterapkan ketika mengetahui lawan berbicara.

Sesuai dengan yang dikatakan salah seorang kemanakan yang berada di Nagori Koto Panjang Lampasi berikut ini :

“pontiang bagi awak tau jo sia awak mangecek, sering tajadi di Nagori Koto Panjang indak tau jo siapa mangecek karano kurang nyo mengetahu dengan mamak surang

bahkan karano itu bisa mamakai bahaso yang suaro tinggi” (Wawancara Pribadi, 3 Desember 2022)

“Penting bagi saya tau lawan bicara, sering terjadi di Nagori Koto Panjang tidak mengetahui orang yang ada disekitar sehingga masih menggunakan bahasa yang intonasi tinggi”

Membuktikan bahwa mengetahui lawan bicara itu hal yang penting agar komunikasi berjalan apa yang diinginkan agar tidak terjadinya keliru dalam menyampaikan pesan pada orang lain.

c. Memilih strategi yang tepat

Cara Mempengaruhi orang lain ialah dengan menentukan komunikasi yang dapat mempengaruhi dalam memilih pesan yang disampaikan. Penting tau cara serta kepada siapa yang dituju Komunikasi Persuasif, Jam dan Lokasi akan dilakukan kepada Komunikan serta jelas kenapa itu dilakukan haru ada alasan yang tepat.

“salah satu cara yang kami gunakan dalam mengajak anak kamanakan itu ialah mangajak dengan mamanggia anak kamanakan untuk bukumpua, dengan ado nyo waktu bakumpua sakurang nyo sakali dalam sabulan, distu di adokan silaturrahi dan dibuka diskusi.” (Wawancara Pribadi, 1 Desember 2022)

“Salah satu cara mengajak kamanakan itu ialah mengajak dengan memanggil kamanakan untuk berkumpul, dengan adanya waktu berkumpul skurang-kurang dilakukan sekali dalam sebulan, disitu di adakan silaturrahi dan diskusi persoalan yang terjadi di tengak kamanakan.”

Dari wawancara diatas kita dapat mengetahui adanya komunikasi mamak dengan kamanakan yang ada di nagori koto panjang satu kali dalam sebulan dalam rangka silaturrahi untuk saling kenal satu sama lainnya, adanya diskusi yang dapat menjelaskan keadaan kehidupan kamanakan yang ada di nagori koto panjang dan memberikan masukan kepada kamanakan berupa ajakan mematuhi aturan adat.

Bentuk-Bentuk Komunikasi Persuasif

a. Bentuk Integrasi

Bentuk Integrasi, adalah Usaha mengajak Komunikan menggunakan pesan yang dapan menyentuh hati agar timbulnya rasa kebersamaan, kekeluargaan yang telah ada sejak lama sehingga adanya rasa tanggung jawab dan saling bersatu dan membantu satu sama lainnnya serta saling menghargai agar kompak selalu baik secara penyampaian dengan bicara langsung dan tulisan.

Bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan mamak terhadap kemanakan terhadap penerapan falsafah kato nan ampek di nagori koto panjang dalam menyampaikan pesan salah satunya yaitu dengan bentuk integrasi, dimana penyampaian pesan kepada kemanakan secara langsung dengan menggunakan kata “Kita” merupakan ajakan untuk menumbuhkan rasa kebersamaan diri dengan kemanakan, pada bentuk Komunikasi mempengaruhi orang menunjukkan terpenting ialah kebersamaan bukan kepentingan individu (Hakimy Idrus Dt. Rajo panghulu, 2005).

Adanya cara tersebut merupakan cara menggunakan kan pesan menunjukkan bahwa ia *“senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Penggunaan kata kita dapat dilihat dari berbagai kalimat yang digunakan mamak terhadap kemanakan dalam mengajak kemanakan penerapan falsafah kato nan ampek di nagori koto panjang”*.

“salah satunya dengan saling menghargai, memberikan pesan kapado Kemanakan dengan menumbuhkan rasa kebersaman dengan mangatakan kita sapsakuan berkumpul untuk silaturrahi dirumah salah seorang anak kamanakan yang sapsakuan” dengan bergantian disetiap bulannya berarti dengan cara itu akan dapat membuat ikatan kito sapsakuan samakin erat” (Wawancara Pribadi, 29 Oktober 2022)

Dari hasil wawancara tersebut kita dapat mengetahui mamak dalam mengajak kemanakan di nagori koto panjang menggunakan kata “kita” agar menumbuhkan rasa kebersamaan dalam persuasif kemanakan untuk memberikan masukan kepada kemanakan, kita juga melihat dalam mengajak kemanakan mamak mengadakan pertemuan terhadap kemanakan yang merupakan satu suku dengan mamak itu sendiri, dengan adanya kesamaan satu suku dapat membuat ikatan dan jalinan komunikasi lebih baik antar mamak dengan kamanakan, antara kamanakan dengan masyarakat nagori koto panjang.

Uraian diatas adalah bentuk integrasi Komunikasi Persuasif diterapkan oleh mamak pada kemanakan agar diterapkan-nya Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang.

b. bentuk tatanan/*icing*.

Bentuk icing, yaitu Memberikan kesan yang indah pesan yang ingin disampaikan, dapat membuat komunikan yang menerima pesan memiliki kesan menarik. merupakan suatu cara memberikan kata-kata manis dengan mengulang pesan tersebut sehingga kesan lebih baik dan mempengaruhi orang lain cara nya memberikan penampilan yang baik dan pantas, dengan adanya cara tersebut dengan menampilkan prupa yang sopan dan pantas agar orang lain memiliki ketertarikan terhadap pesan yang kita sampaikan karna kita bisa menghargai diri kita sendiri.

Bentuk tataan ini dapat dilihat dari ajakan mamak untuk penerapan falsafah kato nan ampek di nagori koto panjang yang berisi

”mengajak anak kamanakan untuak bakato baiak paralu arahan berawal dari sendiri seperti hal nyo paralu mambori contoh talobiah dahulu dengam menggunakan pakaian yang sopan sobab kajadi contoh dek “anak kamanakan baitu pulo dalam berbicara, berbicara jo nan bona, bisa manyampaikan posan dengan bona didasari ilmu pengetahuan, walaupun kito berstatus rendah tapi bori contoh nan bona sehingga dapek manjadi taladan dek anak kamanan karano sapanjang kato ko bona anak kamanakan wajib pulo ma ikuti” (Wawancara Pribadi, 30 Oktober 2022)

“Mengajak kemanakan untuk berkata yang baik perlu ajakan yang bermula dari diri-sendiri seperti halnya memberi contoh terlebih dahulu dengan menggunakan pakaian yang sopan akan dijadikan contoh oleh anakan kemanakan”

Pernyataan itu adalah pedoman interaksi untuk mengajak dalam menata pesan yang akan mempengaruhi orang lain untuk mendorong rasa empati anak kamanakan dalam melihat dan mendengarkan apa yang dicontohkan mamak yang dijadikan pemimpin di tengah kaum.

“Mamak menasehati di saat acara bakumpua dalam sakali sabulan, disit di adokan diskusi dan mamak biasonyo mamakai pakaian yang sopan bahasa yang baik yang dapat dipahami mambuek ambo semangat hadir dalam perkumpulan, disitu bisa mandanga nasehat yang baik berupa ajakan untuak bakato sopan dan balaku elok kepada siapa pun” (Wawancara Pribadi, 9 Oktober 2022).

“Mamak menasehati di saat acara bakumpua sakali dalam sebulan, disana di adokan diskusi menggunakan pakaian yang sopan bahasa yang baik yang dapat dipahami kemanakan, sehingga semangat untuk menghadiri dalam perkumpulan itu, disana bisa mendengarkan dan mencotoh yang baik yang disarankan dan berlaku baik kepada siapapun”

c. Bentuk ganjaran (*pay-off technique and fear arousing*)

Bentuk pay-off dan fear-arousing, yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang mengembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan, dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan.

Bentuk selanjutnya adalah bentuk ganjaran (*pay-off technique*) yang dilakukan mamak terhadap kemanakan dalam penerapan falsafah kato nan ampek di nagori koto panjang.

“biasanyo kalau mamak lah menerapkan kato nan bona, mengajak anak kamanakan itu biaso berdampak adonyo anak yang menerapkan falsafah kato nan ompek, anak kamanakan yang punyo adab kapado mamak dan masyarakat nah itu akan dipuji mengatakan anak yang berpendidikan yang lai paham jo adat akan lobiah dirogoi ditengah masyarakat” (Wawancara Pribadi, 2 Desember 2022)

“Biasanya kalau mamak sudah menerapkan kata yang benar, mengajak kemanakan maka akan berdampak adanya kemanakan yang menghargai dan menerapkan Falsafah Kato nan Ampek, kemanakan yang punya adab kepada mamak dan masyarakat itu akan dipuji mengatakan kepadanya bahwa anak berpendidikan yang lai paham dengan adat sehingga dihargai ditengah masyarakat”

Mamak dalam mengajak kemanakan memberikan apresiasi kepada kemanakan yang memiliki sopan santun dengan lebih menghargai kemanakan tersebut seperti ditegur sapan di di apresiasi dengan kata-kata pujian.

“baitu pulo sabaliak nyo katiko anakkamanakan indak batarotik, indak marogoi mamak dan bakto yang tidak sopan akan ditingga an apobilo emang indak bisa dinasehati skurangnyo teguran nyo indak di tagua untuak mambori pelajaran kapado anak kamanakan nan sarupo iko” (Wawancara Pribadi, 1 Desember 2022)

“Begitu juga sebaliknya ketika kemanakan tidak memiliki adab, tidak bisa menghargai Mamak dan berkata tidak sopan akan ditinggalkan apabila emang tidak bisa dinasehati sekurang-kurangnya teguran nya tidak disapa lagi olah mamak supaya sadar dengan kesalah yang dilakukannya”

Adanya ancaman yang memberikan rasa takut kepada kemanakan tentu akan membuat kemanakan yang sering melakukan kesalahan dalam penggunaan Falsafah Kato Nan Ampek akan merasa takut berbuat salah serta merasa menyesal jika melakukan perbuatan yang melanggar. (Yunus, 2015)

d. Bentuk Asosiasi

Bentuk ini ialah dengan menggunakan penyampaian pesan dengan cara menggambarkan pada yang hangat dibicarakan publik atau dengan peristiwa yang baru-baru terjadi ditengah khalayak ramai yang dapat menimbulkan perhatian orang banyak.

“Mangaja anak kamanakan mambori dengan manggambarkan hal yang sedang tajadi di medial sosial seperti dengan mengataan siapapun yang perbuatan yang tidak menghargai orang lain seperti menendang seorang nenek yang sudah tua akan menerima balasan dari sikap nya” (Wawancara Pribadi, 13 Desember 2022)

“Mengajarkan kemandirian dengan memberi nasehat dengan menumpangkan dengan peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat seperti halnya orang yang sedang menendang nenek yang sudah tua kelak akan mendapat balasnya serupa apa yang dilakukannya kepada orang tersebut”

Dapat kita ketahui dengan kalimat yang menggambarkan dengan peristiwa actual yang tengah terjadi ditengah masyarakat tentu akan lebih membuat generasi muda paham dan melakukan perbuatan yang tidak menerapkan Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang.

Bentuk Asosiasi bisa di ketahui dengan melihat dulu kejadian yang lagi jadi perhatian public sehingga jika kejadian itu sama dan memang berdampak sama terhadap yang dilakukan bisa dijadikan pedoman atau persamaan terhadap pesan yang ingin disampaikan sehingga orang yang menerima pesan lebih paham dan tahu apa resiko yang didapatkan setelah melakukan perbuatan yang mungkin sama dengan yang sedang terjadi yang diperhatikan publik (Hasifendi dan Lindo Kasra, 2003).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil yang peneliti dapatkan yaitu bertempat di Nagori Koto Panjang Lamposi yang terdiri dari dua kelurahan yaitu kelurahan Koto Panjang Dalam dan Koto Panjang Padang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori, Kota Payakumbuh, dengan judul Komunikasi Persuasif Mamak Terhadap Kemandirian dalam Penerapan Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang, oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Komunikasi Persuasif Mamak Terhadap Kemandirian pada Masyarakat di Nagori Koto Panjang sangat menjunjung Adat yaitu Falsafah Kato Nan Ampek antar mamak dan kemandirian yang ada di Nagori Koto Panjang, baik kepada yang sama besar kepada teman sebaya, lebih, besar kepada orang tua, lebih kecil kepada anak-anak dan malereang seperti orang tua dan menantu atau menantu kepada mertua. Adanya kejelasan tujuan yang dilakukan mamak dalam mengajak kemandirian untuk menerapkan Falsafah Kato Nan Ampek, Mamak memperhatikan secara cermat orang yang dihadapi.

Mamak di Nagori Koto Panjang ada mengajak Kemandirian untuk menerapkan Falsafah Kato Nan Ampek ada Faktor nya berupa adanya tujuan untuk mempengaruhi Kemandirian agar menggunakan perkataan yang baik.

Mamak di Nagori Koto Panjang ada melakukan Komunikasi dengan menggunakan strategi yang tepat seperti dengan mengadakan pertemuan yang dapat membentuk

hubungan silaturahmi antara Mamak dan Kemanakan, Kemanakan dengan Kemanakan lainnya yang merupakan sapsakuan.

Mamak di Nagor Koto Panjang ada melakukan Komunikasi dengan memperhatikan siapa lawan bicara agar tidak keliru dalam memberikan nasehat.

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi yang dilaksanakan di tengah masyarakat Nagori Koto Panjang merupakan mengajak dengan menumbuhkan rasa kebersamaan. Mengajak dengan tatanan dalam kalimat yang menarik serta memberikan contoh, Bentuk ganjaran dengan memberi apresiasi terhadap yang dilakukan oleh kemanakan.

Mamak ada melakukan Komunikasi dengan berbagai bentuk di Nagori Koto Panjang, berupa ajakan agar diterapkan Falsafah Kato Nan Ampek di Nagori Koto Panjang.

Saran

Untuk mempertahankan komunikasi Kemanakan terhadap Mamak yang hidup bersama di Nagori Koto Panjang ada beberapa hal yang harus diperhatikan:

1. Komunikasi mamak dengan kemanakan ditingkan kan lagi, agar lebih memiliki hubungan emosional yang dekat antara mamak dan kemanakan.
2. Mamak di Nagori Koto Panjang agar mampu menjadikan komunikasi persuasif untuk dikembangkan dan juga sebagai cara atau media dalam mempertahankan kerukukan yang sudah ada
3. Mamak harusnya harus sering memantau keadaan rumah Anak Kemanakan sehingga mengetahui keseharian Kemanakan.
4. Mamak di Nagori Koto Panjang masih ada yang tidak menetap di daerah Koto Panjang sehingga jarak membatasi dalam mengajak kemanakan, agar lebih baiknya Mamak digantikan oleh Mamak yang bisa berperan optimal terhadap Kemanakan nya.
5. Kemanakan Nagori Koto Panjang Agra selalu menerapkan Falsafah Kato Nan Ampek baik di kehidupan sehari-hari di nagori Koto Panjang maupun diluar Koto Panjang.
6. Kemanakan dalam berkomunikasi kurang nya memperhatikan lawan bicara sehingga bicara kepada orang yang lebih besar menggunakan suara yang tinggi agar dapat Kemanakan hendaknya melihat situasi dan lawan bicara seblum melakukan Komunikasi.
7. Masih banyak nya Kemanakan yang kurang memahami Falsafah Kato Nan Ampek shingga terjadi pelanggaran Adat Agar lebih paham hendaknya ditanyakan kepada Mamak.

8. Untuk penelitian selanjutnya semoga bisa menjadi salah satu referensi, dan lebih mendalami lagi penelitian mengenai Komunikasi Persuasif dalam penerapan Falsafah Kato Nan Ampek.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Akhyar, M., Deliani, N., Batubara, J., & Gusli, R. A. (2023). Studi Analisis Pendidikan Budaya Alam Minangkabau Terhadap Pembentukan Karakter Anak di Sekolah Dasar. *Idarah Tarbawiyah: Journal of Management in Islamic Education*, 4(2), 193–206.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Deddy Mulyana. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Effendi, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cet. XII*.
- Hakimy Idrus Dt. Rajo panghulu. (2005). *pengantar adat minangkabau*. IAIN Ekspres.
- Hasifendi dan Lindo Kasra. (2003). *Utopia Nagari Minangkabau*. IAIN Ekspres.
- Kementrian Agama RI. (2022). *Quran Kemenag*. Quran.Kemenag.Go.Id. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Laswell, H. D., & Effendi, O. U. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi komunikasi dan persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, 113.
- Yunus, Y. (2015). *Minangkabau Social Movement*. IAIN Ekspres.