

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGERAK
PAYUNGI DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERHADAP
PERILAKU PRODUKTIF ANGGOTA (STUDI PADA KELOMPOK
SWADAYA MASYARAKAT PAYUNGI DESA YOSOMULYO – METRO)**

Oleh

FITRIA

SKRIPSI



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2022

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGERAK
PAYUNGI DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERHADAP
PERILAKU PRODUKTIF ANGGOTA (STUDI PADA KELOMPOK
SWADAYA MASYARAKAT PAYUNGI DESA YOSOMULYO – METRO)**

**Oleh :
Fitria**

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

**Pengaruh Komunikasi Interpersonal Penggerak Payungi Dalam
Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Perilaku Produktif Anggota (Studi
Pada Kelompok Swadaya Masyarakat Payungi Desa Yosomulyo – Metro)**

FITRIA

Jurusan Ilmu Komunikasi

Email: fitriadrasmie@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran empirik seberapa besar pengaruh Komunikasi interpersonal dalam pemberdayaan masyarakat terhadap perilaku produktif. Kajian pustaka pada penelitian ini diantaranya teori kebutuhan maslow, konsep perilaku produktif, komunikasi interpersonal dan pemberdayaan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasi (*causes-effect*) yaitu penelitian yang menyoroti pengaruh antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. variabel dalam penelitian ini Pengaruh komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI (variabel X) dan Perilaku Produktif Anggota (variabel Y). Populasi penelitian ini adalah anggota PAYUNGI. teknik *Random Sampling* sebagai teknik pengambilan sampel sehingga dibutuhkan 51 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan : (1) Koefisien regresi 0.106 mempunyai makna setiap peningkatan satu satuan pengaruh Komunikasi Interpersonal, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan perilaku produktif sebesar 0.106 satuan. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y positif. (2) Nilai Konstanta

(a) sebesar 5.201 menunjukkan besarnya variabel perilaku produktif yang tidak dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal atau pada saat perilaku produktif sebesar 0, maka komunikasi interpersonal sebesar 5.201. (3) Nilai *pearson correlation* (r) = 0,751 sehingga variabel X dan Variabel Y memiliki hubungan di level kuat. Diketahui rumus koefisien determinasi yakni $k_d = r^2 \times 100\%$, $r = 0,751$, sehingga nilai koefisien determinasi = $0,751^2 \times 100\% = 56,40\%$ Sehingga pengaruh komunikasi interpersonal penggerak terhadap perilaku produktif anggota sebesar 56,40%. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, keseluruhan variabel mempunyai pengaruh yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh komunikasi interpersonal penggerak PAYUNGI dalam pemberdayaan masyarakat terhadap perilaku produktif anggota”.

Kata kunci : Komunikasi interpersonal, pemberdayaan masyarakat dan perilaku produktif.

***The Influence Of The Interpersonal Communication Payungi Activist In
Community Empowerment On The Productive Behavior Of Members' (Case
Study For Swadaya People Payungi Village Yosomulyo - Metro)***

FITRIA

Jurusan Ilmu Komunikasi

Email: fitriadrassmie@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the empirical description of how much influence interpersonal communication in community empowerment has on productive behavior. The literature review in this research includes Maslow's theory of needs, the concept of productive behavior, interpersonal communication and community empowerment. The research method used is a quantitative approach with the type of explanation research (causes-effect), namely research that highlights the influence between research variables and tests the hypotheses that have been formulated previously. The variables in this study are the influence of PAYUNGI's Interpersonal Communication (variable X) and Member Productive Behavior (variable Y). The population of this research is PAYUNGI members. Random Sampling technique as a sampling technique so that it takes 51 respondents. Based on the results of this study, it was found: (1) The regression coefficient of 0.106 means that every one unit increase in the influence of Interpersonal Communication, it will affect the increase in productive behavior by 0.106 units. The regression coefficient is positive so it can be said that the direction of the influence of the variable X on Y is positive. (2) The constant value (a) of 5.201 indicates the magnitude of the variable of productive behavior that is not influenced by interpersonal communication or when productive behavior is 0, then interpersonal communication is 5.201. (3) The value of Pearson correlation

(r) = 0.751 so that the X and Y variables have a strong relationship. It is known that the formula for the coefficient of determination is $kd = r^2 \times 100\%$, $r = 0.751$, so the value of the coefficient of determination = $0.7512 \times 100\% = 56.40\%$. So it can be concluded that the influence of driving interpersonal communication on the productive behavior of members is 56.40%. Thus H_0 is rejected and H_a is accepted. So, all variables have a significant effect. So it can be concluded that "There is a significant influence between the influence of interpersonal communication driving PAYUNGI in community empowerment on the productive behavior of members".

Keywords: Interpersonal communication, community empowerment and productive behavior

Judul Skripsi : **PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL
PENGGERAK PAYUNGI DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT TERHADAP PERILAKU PRODUKTIF
ANGGOTA (Studi Pada Kelompok Swadaya Masyarakat
Payungi Desa Yosomulyo Metro)**

Nama Mahasiswa : **Fitria**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1616031037**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

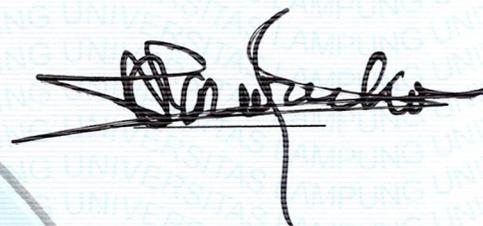
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : **Dra. Ida Nurhaida, M.Si**



Penguji Utama : **Drs. Sarwoko, M.Si**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **27 Januari 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitria
NPM : 1616031037
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl, Lettu Rohani Cunggu, Kec. Kalianda, Lampung Selatan
No. Handphone : 081369937826

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Interpersonal Penggerak Payungi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Perilaku Pproduktif Anggota (Studi Pada Kelompok Swadaya Masyarakat Payungi Desa Yosomulyo - Metro)”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 14 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Fitria

NPM 1616031037

RIWAYAT HIDUP



Fitria dilahirkan di Rawajitu, Tulang Bawang Provinsi Lampung pada 10 Desember 1998. Penulis lahir dari pasangan Bapak Indra dan Ibu Sulasmi dan merupakan anak pertama dari empat bersaudara yakni Dewi Hazizah, Lilis Nailasari dan Puput Adelia.

Penulis memulai pendidikan di SDN 2 Cunggu sampai 2010. kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 1 Kalianda dan lulus tiga tahun kemudian pada 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMKN 1 Kalianda jurusan Akuntansi dan lulus pada 2016. Pada Juli 2016, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN.

Pada tahun 2017 penulis mengikuti Program Kemenpora RI yakni Pemuda Mandiri Membangun Desa (PMMD) yang dilaksanakan selama tiga bulan di desa Cunggu. Selanjutnya penulis aktif mengikuti berbagai organisasi mahasiswa antara lain Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ), IKAMM Lampung Selatan, FSPI FISIP UNILA, pada tahun 2019 sebagai sekretaris menteri pemberdayaan dan pergerakan wanita BEM U KBM UNILA dan 2020 sebagai wakil menteri pergerakan BEM U KBM UNILA. Penulis melaksanakan KKN Bersama di Desa Ujung Mariah, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di ACT Lampung. Selain itu, penulis mengikuti kegiatan pengembangan diri dan kegiatan sosial seperti pada Tsunami Banten Desember 2019, penulis sebagai relawan Rumah KAMMI Peduli ikut serta evakuasi dan masa *recovery* di daerah Way Muli Kecamatan Rajabasa.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar – besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Perilaku Produktif Anggota (Studi Pada Kelompok Swadaya Masyarakat PAYUNGI desa Yosomulyo - Metro)”.

MOTTO

“Menuntut Ilmu Hukumnya wajib atas setiap muslim”

(HR. Ibnu Majah)

“....Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri...”

(Q.S Ar – Ra’d ayat 11)

“Tidak wajar jika kita lelah, lalu ingin menyerah. Bukankah Allah SWT memberikan banyak nikmat agar kita bahagia dan mendapatkan surga”

(Fitria)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

*Sujud syukur kepada- Mu Ya Allah, atas segala nikmat yang telah diberikan,
Segala Puji hanya milik Allah SWT. Aku Persembahkan Skripsi ini kepada :*

Kedua Orangtuaku tercinta

Bapak Indra dan Ibu Sulasmi

*Terimakasih atas cinta, kasih sayang, dukungan dan untaian doa
yang tiada henti diberikan disetiap langkahku.*

Adik-adikku

Dewi Hazizah, Lilis Nailasari dan Puput Adelia

*Terimakasih sudah kebersamai, semangat dari kalian menjadi salah satu
alasan untuk menjadi lebih baik lagi.*

Guru dan Dosen

*Terimakasih sudah memberikan waktu, ilmu dan pengalaman yang sangat
berharga dengan penuh ketulusan dan kesabaran.*

Serta

Semua Kawan Seperjuangan

Almamater Tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat, rahmat, karunia dan rezeki Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Perilaku Produktif Anggota (Studi Pada Kelompok Swadaya Masyarakat PAYUNGI Desa Yosomulyo - Metro)” merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik di Universitas Lampung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemampuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung dan Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu serta pikirannya untuk memberikan saran, gagasan, bimbingan dan ilmu yang bermanfaat sampai penulisan skripsi selesai.
3. Ibu Wulan Suciska, S. I. Kom., M. Si, Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung dan Dosen Pembimbing Akademik (PA) Penulis yang telah membantu dalam proses belajar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Drs. Sarwoko M. Si., selaku dosen penguji yang telah membantu dalam memberikan kritik dan sarannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini lebih baik.
5. Kedua Orangtuaku tercinta Bapak Indra dan Ibu Sulasmi serta ketiga adik tersayang Dewi Hazizah, Lilis Nailasari dan Puput Adelia.
6. Bapak – Ibu Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Lampung.

7. Seluruh Tim PAYUNGI Bapak Darma Setyawan, Bapak Tsauban, Ibu Tri Utami, Mba yang sudah membantu penulis dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Teman seperjuangan yang sudah membantu dan menemani penulis dalam proses menyelesaikan skripsi Raka Orlanda, Indri Septa, Maissa, Diyana, Masyitoh, mba Yeti, mba Lilis, mba Farah, Anggi, Neysy, Febrina dan Widia.
9. Keluarga besar FSPI FISIP Unila 2018, BPH KAMMI Unila, Kita Oke, dan Ikamm Lam – Sel atas dukungan, nasihat, rasa kekeluargaan dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis.
10. Keluarga Besar BEM U KBM Unila Kabinet Kontribusi Bersama terimakasih sudah memberikan pengalaman, kekeluargaan, dan kebersamaan berjuang menjadi mahasiswa dengan segala cerita disetiap bulannya selama 2019.
11. Keluarga Besar BEM U KBM UNILA Kabinet Semangat Kita terimakasih atas kesempatannya bertemu, mengenal, dan kebersamai suka duka selama satu periode kepengurusan.
12. Sahabat penulis yang menjadi saksi perjuangan untuk melanjutkan pendidikan Marisa Tri Junita dan Nurhasanah terimakasih sudah menjadi sahabat, pendengar, saudara. Semoga Allah menjaga kita dimanapun berada.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 terimakasih sudah memberikan warna dengan cerita suka dan duka selama di bangku perkuliahan.
14. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan memberi balasan sebaik – baiknya kepada kita. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Bandar Lampung, 18 Februari 2022

Penulis

Fitria

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal	11
2.2.1 Ciri - ciri Komunikasi Interpersonal	12
2.2.2. Proses Berlangsungnya Komunikasi Interpersonal.....	14
2.2.3. Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal yang Efektif	16
2.2.4. Tahapan hubungan Interpersonal	19
2.2.5. Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	20
2.2.6 Sikap Mendukung Komunikasi Interpersonal	21
2.3 Tinjauan Tentang Pemberdayaan Masyarakat	23
2.3.1 Tingkatan Keberdayaan Masyarakat	25
2.3.2 Aspek Pemberdayaan Masyarakat	25
2.3.3 Indikator Pemberdayaan Masyarakat	26
2.4 Tinjauan Tentang Perilaku Produktif.....	28
2.4.1 Ciri-ciri umum seseorang yang produktif.....	29
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Produktif.....	29
2.4.3 Indikator Pengukuran Perilaku Produktif.....	30
2.4 Kajian Teoritis	30
2.5 Kerangka Pikir.....	32
2.6 Hipotesis Penelitian.....	33

III. METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Tipe Penelitian.....	34
3.2 Variabel Penelitian	34
3.3 Definisi Konseptual.....	35
3.4 Definisi Operasional	35
3.5 Jenis Data.....	36
a. Data Primer	36
3.6.1 Populasi.....	37
3.6.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	40
3.9 Uji Validitas Data.....	40
3.10 Uji Reliabilitas	41
3.11 Teknik Analisis Data	41
3.12 Teknik Pengujian Hipotesis	42
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Uji Validitas.....	43
4.2 Uji Reliabilitas	44
4.3 Hasil Penelitian.....	45
4.4 Identitas Responden	46
4.4.1 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	46
4.4.3 Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.4.4 Persebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
4.5 Hasil Penelitian.....	49
4.5.1 Variabel X Komunikasi Interpersonal.....	49
4.5.2 Variabel Y Perilaku Produktif	54
4.6 Analisis data	57
4.7 Uji Regresi Linier Sederhana	58
4.6.1 Uji Hipotesis	59
4.7 Pembahasan.....	61
V. PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan dan Saran.....	69
5.1.1 Kesimpulan	69
5.1.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA.....72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Grafik Keterbukaan	49
Gambar 4. 2 Grafik Empati.....	50
Gambar 4. 3 Grafik <i>Supportiveness</i> (Sikap Mendukung)	51
Gambar 4. 4 Grafik <i>Positiveness</i> (Sikap Positif)	52
Gambar 4. 5 Grafik Kesetaraan.....	53
Gambar 4. 6 Grafik Kedisiplinan	54
Gambar 4. 7 Grafik Inovatif.....	55
Gambar 4. 8 Grafik Motivasi	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	36
Tabel 3.2 Anggota Payungi.....	37
Tabel 3.3 Contoh Kuisisioner Penelitian	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y.....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	45
Tabel 4. 3 Kriteria Koefisien Reliabilitas	45
Tabel 4. 4 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.5 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.6 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Korelasi.....	57
Tabel 4.8 Derajat Hubungan	58
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	59

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat merupakan kelompok manusia atau individu yang secara bersama – sama tinggal di suatu daerah dan saling berhubungan. Setiap anggota masyarakat saling berinteraksi dan membantu satu sama lain. Masyarakat memiliki kebiasaan, adat istiadat, budaya dan juga pola pikir membentuk tatanan sosial yang terjadi di masyarakat tersebut. Dalam Buku Pembangunan Masyarakat : Merangkai Sebuah Kerangka (2009) oleh Soetomo, masyarakat adalah suatu kesatuan yang selalu berubah yang hidup karena proses masyarakat terbentuk hasil interaksi yang terus menerus antar-individu. Dalam kehidupan bermasyarakat selalu ditemui kehidupan individu dengan masyarakat yang saling mempengaruhi.

Badan Pusat Statistik (BPS) pada awal Agustus 2020 menyampaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia minus 5,32% secara tahunan. Hampir semua sektor pengungkit ekonomi turut anjlok yakni sektor perdagangan minus 7,57%, pengolahan minus 6,19%, konstruksi minus 5,39%, transportasi minus 30,84% dan akomodasi makan dan minum minus 22.02%. Kemudian Data BPS Provinsi Lampung pada tahun 2018 jenis kejahatan yang paling banyak terjadi pencurian 70,65% desa/kelurahan di Lampung, kejahatan perjudian 20,57% dan kejahatan penyalahgunaan narkoba 17,56%. Angka kemiskinan di Provinsi Lampung pada September 2018 pada perkotaan sebesar 6,89%. Sementara tingkat kemiskinan pedesaan mencapai 13.1%. Jumlah angkatan kerja di Provinsi Lampung pada Februari 2020 sebanyak 4,43 juta orang. Dari angkatan kerja tersebut 4,24 orang bekerja sedangkan 189.700 orang masih menganggur. Lapangan pekerjaan di desa yang sangat minim, menjadikan pemuda desa merantau ke kota dan juga mencari

penghidupan yang layak di kota. Sumber daya alam di desa hanya di rawat oleh usia – usia yang tidak lagi produktif, potensi desa tergerus dengan realita harus segera memperbaiki keadaan masing-masing keluarga sehingga desa semakin tertinggal dan tidak ada perkembangan.

Begitu mengkhawatirkannya tingkat ekonomi masyarakat jika terus menerus tidak ada perbaikan. Semua potensi alam yang ada jika tidak dikelola dengan baik oleh sumber daya manusia yang mumpuni tidak menghasilkan kesejahteraan untuk masyarakat. Permasalahan yang terjadi di masyarakat seharusnya dikembalikan dan diselesaikan oleh masyarakat disertai dengan pendampingan secara langsung sehingga terarah dan juga terjadi perubahan yang lebih baik. Masyarakat berhak memiliki kualitas hidup yang baik dan mencapai kesejahteraan hidup yang terpenuhi kebutuhannya baik kebutuhan primer maupun sekunder.

Lapisan terkecil dalam masyarakat yakni individu yang di dalamnya bergerak baik untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri maupun yang tergerak untuk kepentingan orang banyak. Pada hakikatnya manusia dalam kehidupannya akan selalu melakukan komunikasi antar manusia satu dengan yang lainnya. Hal itu dilakukan menyadari bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa membutuhkan orang lain, melalui komunikasi sebagai upaya untuk mengatasi kendala yang ada dalam kehidupannya akan tercapai dengan baik.

Deddy Mulyana (2008:81) memberikan definisi komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang – orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Onong U. Effendy, 2003:30). Komunikasi Interpersonal pada dasarnya adalah suatu proses transaksi mengenai ide, gagasan, pesan, simbol, dan informasi yang saling mempengaruhi. Tatanan sosial terjadi pada masyarakat sebagai proses perbaikan dari semua permasalahan yang terjadi

baik dari segi ekonomi, pendidikan, sosial, politik maupun kualitas individu. Komunikasi Interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi interpersonal tidak hanya berpengaruh pada satu atau dua orang. Saat komunikator memiliki keterampilan dalam mengemas pesan, mampu mempengaruhi cara pikir sampai orang lain melakukan merupakan keberhasilan dari komunikasi yang dilakukan.

Baik pemerintahan, lembaga sosial dan juga lembaga pendidikan ikut serta pada memberdayakan masyarakat sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Solusi yang ditawarkan pada masyarakat terkadang hanya sekedar sosialisasi yang intensitas pertemuan hanya sekali atau sekedarnya saja. Tidak sampai praktek dari materi sosialisasi sehingga setiap individu belum tergerak untuk melakukan perbaikan. Adapun dari persoalan yang dihadapi masyarakat, dibutuhkan sosok penggerak yang melakukan pendampingan secara langsung pada kehidupan sehari – hari masyarakat, mengikuti aktivitas masyarakat dan mampu memberikan pengetahuan dan juga pengalaman bagi masyarakat yang sedang melakukan perbaikan. Hal ini harus dimiliki oleh seorang penggerak adalah komunikasi yang komunikatif. Komunikasi interpersonal seorang penggerak pada pemberdayaan masyarakat menjadikan satu faktor pendukung kesuksesan sebuah pemberdayaan masyarakat. begitu pentingnya komunikasi yang komunikatif mampu menjadikan berbagai solusi menjadi jawaban dari permasalahan yang terjadi di masyarakat.

Seorang komunikator dalam melakukan komunikasi interpersonal akan berusaha agar pesannya diterima orang lain dengan sebaik-baiknya. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar individu melalui upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan yang berasal dari pihak yang memprakarsai dan ditujukan kepada seseorang. Kegiatan tersebut bertujuan agar masing-masing individu yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan dengan sebaik-baiknya. Komunikator memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan untuk mempengaruhi komunikasi sebagaimana arah perubahan yang diinginkan. Onong

U. Effendy (1986:20-21) Mengutarakan, agar komunikasi dapat berlangsung efektif, komunikator harus memiliki kemampuan yang disyaratkan. Keefektifan komunikasi tidak saja ditentukan oleh kemampuan komunikasi tetapi juga oleh diri komunikator. Fungsi komunikator adalah mengatur perasaan dan pikirannya dalam bentuk penyusunan pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat dan perilakunya.

Menurut (Widjaja, 2003:169) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya. (Abu Huraerah, 2008:87) mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dalam bingkai usaha memperkuat apa yang lazim disebut *community self-reliance* atau kemandirian. Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan alternatif solusi masalah tersebut, serta diperlihatkan strategi memanfaatkan berbagai kemampuan yang dimiliki.

Begitu pentingnya komunikasi yang harus dilakukan untuk bisa menyentuh sampai adanya perubahan perilaku masyarakat untuk produktif pada aktivitas sehari – harinya. Pribadi yang produktif menggambarkan potensi, persepsi dan kreativitas yang senantiasa ingin menyumbangkan kemampuan agar bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungannya. Pada kelompok-kelompok ini masyarakat didampingi, dibina dan difasilitasi untuk dapat meningkatkan usahanya sehingga nantinya mampu meningkatkan status sosial ekonomi ke arah yang lebih baik. Sebagai upaya memupuk perilaku produktif dibutuhkan motivasi dan kreativitas dari individu tersebut agar berkeinginan dan mempunyai hasrat untuk maju merubah kehidupannya ke arah yang lebih baik. Dengan demikian dalam melakukan pemberdayaan pada masyarakat dibutuhkan skill komunikasi interpersonal yang mampu mendampingi masyarakat dalam bergerak dan menjadi mitra masyarakat untuk keluar dari pelbagai persoalan yang di hadapi masyarakat.

Desa Yosomulyo saat ini menjadi desa pemberdayaan masyarakat yang digerakkan oleh Dharma Setiawan lulusan Universitas Gajah Mada. Berawal dari kondisi anak muda yang kian dekat dengan *gadget*, kemudian menginisiasi festival permainan tradisional kemudian membuat kampung pelangi. Membawa konsep kreatif pada masyarakat bukan perkara mudah yang bisa langsung diterima oleh masyarakat dipengaruhi oleh aktivitas atau tindak komunikasi yang berlangsung di dalam kelompok itu sendiri, dimana setiap tindak komunikasi dan perilaku anggota akan berpengaruh pada perubahan pendapat dan sikap yang pada akhirnya akan membentuk partisipasi. Selain itu, di dalam kelompok setiap anggota berintegritas dan bekerjasama dalam rangka mencapai tujuan bersama. Inisiator terciptanya kampung kreatif bernama Pasar Yosomulyo Pelangi atau PAYUNGI. PAYUNGI adalah salah satu pemberdayaan yang berhasil memiliki kemandirian ekonomi dan mampu memberdayakan masyarakat desa memiliki usaha serta terbentuknya perilaku produktif. Berikut ini kegiatan pemberdayaan PAYUNGI :

- a. Pasar Yosomulyo
- b. kampung bahasa
- c. PAYUNGI media
- d. pesantren wirausaha
- e. Sekolah Desa



Gambar 1.1 Kegiatan Pemberdayaan PAYUNGI

Motto PAYUNGI yakni “PAYUNGI tumbuh dengan kebersamaan, gotong royong, dan cinta”. Fokus pada pendidikan dan pengembangan masyarakat, PAYUNGI menjadi contoh kelompok pemberdayaan masyarakat yang berhasil dengan usia yang memasuki 3 tahun. Motto ini menjadi jiwa pengembangan PAYUNGI. Dengan kebersamaan, gotong royong dan cinta mampu merealisasikan masyarakat yang memiliki etos kerja tinggi, produktif dan juga mandiri secara ekonomi serta memiliki cinta terhadap ilmu pengetahuan.

Dari pemaparan fenomena – fenomena di atas, penulis tertarik melakukan penelitian pada pemberdayaan masyarakat PAYUNGI Metro yakni sebagai pembelajaran atas keberhasilan menggerakkan masyarakat sehingga anggota masyarakat memiliki keterampilan, sejahtera pada bidang ekonomi dan menjadi jawaban dari meretaskan penggaguran di wilayah setempat dengan banyaknya aktivitas di desa. Selain itu, pola yang dilakukan oleh penggerak PAYUNGI menjadi salah satu contoh yang banyak di cari oleh penggerak lain untuk memajukan desa. Penggerak PAYUNGI yang membawa visi besar dengan kemampuan komunikasi interpersonal menjadi salah satu faktor pendukung Keberhasilan PAYUNGI bukan hanya terletak pada kesiapan masyarakat menerima ide dan ikut serta secara langsung pada aktivitas PAYUNGI, tetapi adanya pengawasan, diskusi serta kerjasama yang baik antar pihak menjadikan PAYUNGI di kenal banyak orang dan menjadi desa percontohan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat peneliti adalah bagaimanakah pengaruh komunikasi interpersonal dalam pemberdayaan masyarakat terhadap perilaku produktif ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran empirik seberapa besar pengaruh Komunikasi interpersonal dalam pemberdayaan masyarakat terhadap perilaku

produktif. Dari penelitian akan mengetahui faktor – faktor keberhasilan komunikasi interpersonal seorang pemimpin atau dalam penelitian ini penggerak sehingga mampu mengembangkan desa dengan pemberdayaan masyarakat sehingga terbentuk perilaku produktif pada anggota masyarakat tersebut.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan kajian bidang ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi interpersonal dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Untuk melengkapi dan memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi program pemberdayaan masyarakat sebagai proses pengembangan desa.
- c. Penelitian ini semoga menjadi referensi untuk lembaga atau masyarakat desa untuk mengaplikasikan program pemberdayaan masyarakat melalui komunikasi interpersonal.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI Dalam Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Perilaku Produktif Anggota (Studi Kasus Kelompok Swadaya Masyarakat PAYUNGI Desa Yosomulyo – Metro)”. Sebagai referensi dalam penelitian ini, penulis mencantumkan penelitian terdahulu yakni :

- a. Thesis Muhammad Irfan Ilmi dengan judul “Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal, Motivasi Berprestasi dan Kreativitas Terhadap Perilaku Produktif Anggota (Studi pada Kelompok Swadaya badan keswadayaan masyarakat program PNPM mandiri perkotaan di kecamatan ujung berung kota bandung)”. Dari Penelitian tersebut diketahui bahwa;
 1. pengaruh kualitas komunikasi interpersonal terhadap perilaku produktif Anggota KSM menunjukkan harga positif sebesar 0,505 yang termasuk pada kategori hubungan yang cukup kuat dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 25,5%;
 2. pengaruh motivasi berprestasi terhadap perilaku produktif anggota KSM menunjukkan harga positif sebesar 0,397 yang termasuk pada kategori hubungan yang rendah dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 15,8%;
 3. pengaruh kreativitas terhadap perilaku produktif anggota KSM menunjukkan harga positif sebesar 0,517 yang termasuk pada kategori hubungan yang cukup kuat dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 26,7%;
 4. pengaruh kualitas komunikasi interpersonal, motivasi berprestasi dan

keaktivitas secara simultan terhadap perilaku produktif anggota menunjukkan harga positif sebesar 0,714 yang termasuk pada kategori hubungan sangat kuat dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 51%.

- b. Skripsi Teuku Erdika Usiandra dengan judul “ Pengaruh Komunikasi Interpersonal Pimpinan-Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara “. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif komunikasi interpersonal pimpinan-bawahan terhadap motivasi kerja pegawai negeri sipil di lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara, yang diuji dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, yaitu dengan Uji T dan Che-Square Test. Dan pengaruhnya sangat kuat berdasarkan koefisien kontingensi sebesar 0,804, Sedangkan persentase pengaruhnya sebesar 26,9%, sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja, hal ini menunjukkan semakin tinggi komunikasi interpersonal pimpinan-bawahan maka semakin kuat motivasi kerja.
- c. Skripsi Pratiwi Esti Palupi dengan judul “Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Studi Kasus Pada Pasar Yosomulyo Pelangi” berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif di Pasar Yosomulyo Pelangi(PAYUNGI) kota Metro sangat berperan. PAYUNGI kota Metro memiliki potensi dalam peningkatan pendapatan pedagang, hal ini terbukti dari hasil wawancara pengurus, pedagang dan pengunjung yang ikut serta bergabung di PAYUNGI. Kehadiran PAYUNGI membawa pengaruh yang sangat signifikan dalam masyarakat baik peningkatan pendapatan maupun perekonomian yang membuat taraf hidup masyarakat kelurahan Yosomulyo Metro Pusat semakin meningkat.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

1.	Peneliti	Muhammad Irfan Ilmi (Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung)
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal, Motivasi Berprestasi dan Kreativitas Terhadap Perilaku Produktif Anggota (Studi pada Kelompok Swadaya badan keswadayaan masyarakat program PNPM mandiri perkotaan di kecamatan ujung berung kota bandung)
	Perbedaan Penelitian	penggerak bagian dari masyarakat yang menginisiasi pemberdayaan masyarakat dan juga program – program yang dilakukan dari masyarakat, oleh masyarakat dan juga untuk masyarakat serta pemberdayaan ini sudah berjalan 2 tahun dan semakin berkembang. Selain itu, penelitian ini fokus pada komunikasi interpersonal penggerak yang dilakukan sehingga terjadi perubahan perilaku pada anggota pemberdayaan masyarakat Desa Yosomulyo. Selain itu, pemberdayaan masyarakat pada Desa Yosomulyo terjadi dengan proses yang tidak sebentar. Terdapat perubahan sosial baik pemuda, anak – anak sampai orang tua. Masyarakat Desa Yosomulyo saat ini sudah bahu membahu menjadikan desa yang layak untuk dijadikan contoh. Bukan hanya rumah – rumah mereka yang dengan sukarela di warnai dan di jadikan objek wisata tetapi anak – anak usia dini yang gemar belajar dan membaca menjadi keberhasilan atas kerjasama yang baik antara beberapa pihak. Penggerak PAYUNGI mampu merealisasikan visi besar untuk masyarakat di desa atas kesadaran masyarakat itu sendiri. Sehingga penelitian ini akan menjadi jawaban bagi pemuda yang giat membangun desa sebagai <i>problem solver</i> di desa masing – masing.
2.	Peneliti	Teuku Erdika Usiandra

	Judul Penelitian	Pengaruh Komunikasi Interpersonal Pimpinan-Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara
	Perbedaan Penelitian	Penelitian yang penulis akan lakukan yakni, Subjek penelitian yang berbeda. Jika penelitian pengaruh komunikasi pimpinan – bawahan terhadap motivasi kerja di lakukan di lingkungan kantor pengadilan agama. Lingkungan kerja yang dilakukan dengan komunikasi formal dan terdapat operasional kerja tetap menjadikan komunikasi interpersonal seorang pemimpin mempunyai pengaruh atas motivasi kerja. Sedangkan penelitian akan dilakukan oleh penulis di lingkungan masyarakat yang tidak ada ikatan kerja dan komunikasi yang dilakukan non formal dengan meneliti komunikasi interpersonal penggerak yang dapat mempengaruhi
3.	Peneliti	Pratiwi Esti Palupi
	Judul Penelitian	Peran Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan pendapatan pedagang (Studi Kasus Pada Pasar Yosomulyo Pelangi)
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian terdahulu fokus terhadap ekonomi kreatif dan pendapatan pedagang di pasar Yosomulyo Pelangi sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai komunikasi interpersonal penggerak pasar yosomulyo pelangi sehingga bisa bertahan dan anggota pemberdayaan pasar tersebut memiliki perilaku produktif.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A DeVito (1997:234), komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penyampai pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) secara

langsung dalam konteks tatap muka (*face to face communication*). Pesan yang disampaikan dalam komunikasi antarpribadi ini bersifat dua arah, sehingga para pakar komunikasi menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang efektif dalam merubah pandangan, sikap dan perilaku komunikan (*to change opinion, attitude and behavior*) dibandingkan dengan komunikasi kelompok atau komunikasi bermedia.

Sedangkan menurut Bochner dalam mulyana (2001:16), komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang mencakup hubungan antar manusia yang paling erat. Hubungan interpersonal berkenaan dengan proses pembentukan hubungan perorangan, suatu ikatan yang mendekatkan, mendalam dan pribadi. Manfaat komunikasi antarpribadi ini betul-betul jelas bahkan amat nyata, dalam arti dapat diidentifikasi atau diketahui oleh baik komunikator maupun oleh komunikan yang bersangkutan.

2.2.1 Ciri - ciri Komunikasi Interpersonal

Agar lebih dapat memahami komunikasi Interpersonal terlebih dahulu harus melihat ciri-ciri komunikasi Interpersonal sebagaimana disebut Joseph A DeVito dalam Effendy (2000:19-22), meliputi:

- a. Komunikasi Interpersonal paling sedikit melibatkan dua orang.
Pada hakikatnya setiap manusia suka berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, karena itu tiap-tiap orang harus berusaha agar mereka lebih dekat antara satu dengan yang lainnya. Faktor kedekatan atau *proximity* bisa menyatakan dua orang yang memiliki kedekatan atau hubungan yang erat, kedekatan Interpersonal itulah yang menyebabkan seseorang bisa menyatakan pendapat-pendapatnya dengan bebas dan terbuka. Kebebasan dan keterbukaan mempengaruhi berbagai variasi pesan baik verbal atau nonverbal.
- b. Dalam komunikasi Interpersonal ada pesan (*message*) yang akan disampaikan dari komunikator pada komunikan, yang dalam proses

selanjutnya terjadi pertukaran pesan. Komunikasi ini juga digunakan simbol-simbol untuk menyampaikan dan memperoleh persamaan makna.

c. Ada dua saluran atau media untuk komunikasi Interpersonal yakni Saluran suara (audio) dalam wujud pendengaran dan saluran cahaya untuk penglihatan dapat dirasa, dipegang dan diraba. Gangguan dapat mengacaukan makna dalam penyampaian pesan dalam komunikasi. Ada tiga macam gangguan :

- 1) Eksternal. Faktor fisika biasanya mempengaruhi komunikasi, misalnya deru kendaraan, cahaya yang silau, suara musik yang keras dan sebagainya.
- 2) Internal. Faktor internal pada diri peserta komunikator dan komunikan, misalnya, kurang pendengaran atau tidak bisa bicara dengan benar (gagap), gila dan sebagainya.
- 3) Semantik. Faktor bahasa pada diri peserta komunikasi yang mengalami kesulitan memaknai pesan yang dikirimkan, misalnya perbedaan budaya.
- 4) Umpan Balik. Umpan balik adalah pemberian tanggapan terhadap pesan yang dikirimkan dengan suatu makna tertentu. Umpan balik berarti bahwa pesan yang diterima, didengar atau diketahui maknanya. Umpan balik disampaikan secara verbal atau nonverbal, dan berfungsinya adalah untuk memahami pesan yang dikirimkan apakah diterima, ditolak atau dikoreksi

Konteks adalah suatu keadaan atau suasana yang bersifat fisik-historis, dan psikologis tempat terjadinya komunikasi artinya komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa sosial. Dalam hal ini, konteks memiliki empat dimensi yakni fisik, sosial, psikologis, dan temporal.

Berdasarkan komponen-komponen maka komunikasi interpersonal sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara komunikator dengan komunikan akan

menghasilkan efek dan umpan balik. Efek dan umpan balik sebagai bagian dari komunikasi antarpribadi yang dipengaruhi komponen lain di dalamnya.

2.2.2. Proses Berlangsungnya Komunikasi Interpersonal

Menurut Rakhmat (2003:126), dalam hubungan interpersonal tidak bersifat statis, tapi selalu berubah. Untuk memelihara dan menguatkan hubungan interpersonal, perubahan memerlukan tindakan untuk mengembalikan keseimbangan (*equilibrium*) yang dipengaruhi oleh empat faktor yaitu: keakraban, kontrol, respon yang tepat dan nada emosional yang tepat.

- a. **Faktor pertama** adalah keakraban, yang merupakan pemenuhan kebutuhan akan kasih sayang. Hubungan interpersonal akan terpelihara apabila kedua belah pihak sepakat tentang tingkat keakraban yang diperlukan.
- b. **Faktor kedua** adalah kesepakatan tentang siapa yang akan mengontrol siapa dan bilamana jika dua orang mempunyai pendapat yang berbeda sebelum mengambil kesimpulan, siapakah yang harus berbicara lebih banyak, siapa yang menentukan, siapa, siapakah yang dominan. Konflik terjadi biasanya bila masing-masing ingin berkuasa dan tidak ada pihak yang mau mengalah.
- c. **Faktor ketiga** adalah ketepatan respon, artinya respon A harus diikuti oleh respon B yang sesuai. Dalam percakapan misalnya pertanyaan harus disambut dengan jawaban, lelucon dengan tertawa, permintaan keterangan dengan penjelasan. Respon ini bukan saja berkenaan dengan pesan-pesan verbal, tetapi juga pesan-pesan nonverbal. Dalam konteks ini respon dibagi menjadi dua kelompok, yaitu : konfirmasi dan diskonfirmasi. Konfirmasi menurut Sieburg dan Larson dalam Rakhmat (2003:127) adalah “*any behavior that causes another person to value himself less*”. Konfirmasi akan memperteguh hubungan sosial dan diskonfirmasi akan merusaknya. Selanjutnya Rakhmat (2003:127-128), mengemukakan respon yang termasuk dalam konfirmasi dan diskonfirmasi adalah :
 - a. Konfirmasi
 1. Pengakuan langsung (*direct acknowledgement*)

Saya menerima pernyataan-pernyataan Anda dan memberikan respon

segera misalnya, “Saya setuju, Anda benar”.

2. Perasaan positif (*positive feeling*).

Saya mengungkapkan perasaan yang positif terhadap apa yang sudah Anda katakan.

3. Respon meminta keterangan (*clarifying response*)

Saya meminta Anda menerangkan isi pesan Anda; misalnya : “Ceritakan lebih banyak tentang itu”.

4. Response suportif (*supportive response*)

Saya mengungkapkan pengertian, dukungan atau memperkuat Anda; misalnya mengerti apa yang Anda rasakan

b. *Diskonfirmasi*

1. Respons sekilas (*tangential response*)

Saya memberikan respon pada pernyataan Anda, tetapi dengan segera mengalihkan pembicaraan; misalnya, “Apakah film itu bagus?”. Lumayan. Jam berapa besok Anda harus saya jemput?”.

2. Respons impersonal (*impersonal response*)

Saya memberikan komentar dengan kata ganti orang ketiga; misalnya “Orang memang sering marah diperlakukan seperti itu”.

3. Respons kosong (*impervious response*)

Saya tidak menghiraukan Anda sama sekali; tidak memberikan sambutan baik secara verbal maupun nonverbal.

4. Respons yang tidak relevan (*irrelevant response*)

Seperti respon sekilas, saya berusaha mengalihkan pembicaraan tanpa menghubungkan sama sekali dengan pembicaraan Anda, misalnya “Buku ini bagus,” “Saya heran mengapa Rini belum juga pulang, menurut Kamu kira-kira dia kemana?”.

5. Respons interupsi (*interruption response*)

Saya memotong pembicaraan Anda sebelum Anda selesai, dan mengambil alih pembicaraan.

6. Respons rancu (*incoherent response*)

Saya berbicara dengan kalimat yang kacau, rancu atau tidak lengkap.

7. Respons kontradiktif (*incongruous response*)

Saya menyampaikan pesan verbal yang bertentangan dengan pesan nonverbal, misalnya Saya mengatakan dengan bibir mencibir dan intonasi suara yang merendahkan, “Memang, bagus betul pendapatmu”.

d. Faktor keempat yang memelihara hubungan interpersonal adalah keserasian suasana emosional ketika berlangsungnya komunikasi. Walaupun mungkin saja terjadi dua orang berinteraksi dengan suasana emosional yang berbeda, tetapi interaksi tidak akan stabil. Besar kemungkinan salah satu pihak mengakhiri interaksi atau mengubah suasana emosi. Bila saya turut sedih ketika Anda mengungkapkan penderitaan Anda, saya menyamakan suasana emosional saya dengan suasana emosional Anda. Anda akan menganggap saya “dingin” jika saya menanggapi perasaan Anda dengan perasaan yang netral (Rakhmat, 2003: 128).

2.2.3. Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Untuk mencapai tujuan komunikasi Interpersonal, komunikator (*source*) hendaknya memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi tersebut, hal ini karena komunikator merupakan komponen sentral dalam suatu proses komunikasi. Hal-hal terkait efektivitas komunikasi antarpribadi menurut Effendi (2001:61), adalah sebagai berikut :

a. Komunikator harus memahami diri sendiri dan berempati

Memahami diri sendiri maksudnya adalah memahami nilai pribadi yang baik, yang seharusnya ada dan dimiliki komunikator. Nilai pribadi merupakan perpaduan antara kemampuan, kejujuran dan itikad baik. Ketiga hal ini tercermin dalam perasaan, akhlak dan watak seseorang. Dengan kemampuan, kejujuran dan itikad baik, seorang komunikator akan memperoleh kepercayaan. Kepercayaan yang besar akan mempengaruhi perubahan sikap, sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Dengan empati seorang komunikator, komunikan akan merasa tertarik karena komunikan merasa

bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Komunikator juga dapat dianggap memiliki persamaan dengan komunikan, maka komunikan bersedia menerima pesan yang dikomunikasikan komunikator.

Faktor perasaan yang sama antara komunikator dengan komunikan akan menyebabkan komunikasi akan berhasil, karena sikap komunikator berusaha menyamakan diri dengan komunikan, yakni memahami kepentingan, kebutuhan, pengalaman, kemampuan, kesulitan dan sebagainya akan menimbulkan simpati komunikan kepada komunikator.

b. Komunikator harus memahami pesan yang disampaikan pada komunikan

Pesan yang disampaikan tidak hanya harus dimengerti oleh komunikan, tetapi komunikator harus memahami pesannya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikator ketika mengucapkan pesan harus menggunakan pemikiran seksama dan memperhitungkan makna pesan bagi komunikan.

c. Komunikator harus memahami komunikan yang dituju

Komunikator harus benar-benar memahami kondisi dan keadaan komunikan secara menyeluruh. Dengan pengertian yang demikian maka faktor psikologis dan kedekatan akan memberikan peluang lebih besar bagi masuknya muatan-muatan pesan yang ingin disampaikan sehingga efek yang ingin dicapai akan lebih terlihat secara jelas. Pemahaman sebagaimana disebutkan diatas menjadi penentu keberhasilan tujuan komunikasi antarpribadi yang dilakukan. Ada beberapa faktor yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi interpersonal dari komunikator yakni :

1. Faktor Keberhasilan dilihat dari sudut komunikator

- a) Kredibilitas ialah kewibawaan seorang komunikator di hadapan komunikan.
- b) Daya tarik ialah daya tarik fisik maupun non fisik. Adanya daya tarik ini akan mengundang simpati penerima pesan akan mudah menerima pesan – pesan yang disampaikan oleh komunikator.

- c) Kemampuan intelektual yakni tingkat kecakapan, kecerdasan dan keahlian seorang komunikator. Kemampuan intelektual itu suatu kondisi sehingga bisa mewujudkan cara komunikasi yang sesuai.
- d) Integritas atau keterpaduan sikap dan perilaku dalam aktivitas sehari – hari. Komunikator yang memiliki keterpaduan, kesesuaian antara ucapan dan tindakannya akan lebih disegani oleh komunikan.
- e) Keterpercayaan, kalau komunikator dipercaya oleh komunikan maka akan lebih mudah menyampaikan pesan dan mempengaruhi sikap orang lain.
- f) Kepekaan sosial, yaitu suatu kemampuan komunikator untuk memahami situasi di lingkungan sekitarnya.
- g) Kematangan emosional, ialah kemampuan komunikator untuk mengendalikan emosinya, sehingga tetap dapat melaksanakan komunikasi dalam suasana yang menyenangkan di kedua belah pihak.
- h) Berorientasi kepada kondisi psikologis komunikan, artinya seorang komunikator dapat memilih saat yang paling tepat untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan.
- i) Komunikator harus bersikap supel, ramah dan tegas.

2. Faktor keberhasilan dari sudut komunikan

- a) Komunikan yang cakap akan mudah menerima dan mencerna materi yang diberikan oleh komunikator.
- b) Komunikan yang mempunyai pengetahuan yang luas akan cepat menerima informasi yang diberikan oleh komunikator.
- c) Komunikan harus bersikap ramah, supel, dan pandai bergaul agar tercipta proses komunikasi yang lancar.
- d) Komunikan arus memahami dengan siapa ia berbicara.
- e) Komunikan bersikap bersahabat dengan komunikator.

3. Faktor keberhasilan dilihat dari sudut pesan

Dalam hubungan dengan pesan itu, Wilbur Schramm dalam Effendi (2001:63), mengemukakan bahwa kondisi tersebut diantaranya :

- a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b) Pesan harus menggunakan lambang yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti.
- c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki komunikator.

2.2.4. Tahapan hubungan Interpersonal

Menurut Duck dalam Effendi (2001:64-65), terdapat enam jenis atau tahapan hubungan interpersonal, yaitu:

1. Tahap perkenalan (*acquaintance*)
Hubungan interpersonal pada tahap ini dikategorikan sebagai kenalan karena jenis hubungan interpersonal seperti ini sangat terbatas pada pertukaran informasi.
2. Tahap persahabatan (*friends*)
Sahabat merupakan orang yang mempunyai kedudukan tertentu dalam hubungan interpersonal. Ada satu prinsip umum yang harus dijaga dalam persahabatan, yaitu keseimbangan dan kesejajaran kedudukan. Persahabatan menghendaki agar kedua belah pihak, komunikator dan komunikan, harus mempunyai kedudukan sama, tidak ada yang lebih tinggi daripada yang lain.
3. Tahap keakraban dan keintiman (*intimate*)
Jika persahabatan sudah diciptakan, maka persahabatan tersebut dapat ditingkatkan menjadi hubungan interpersonal yang akrab dan intim. Sillars dan Scott (1983) mengatakan bahwa hubungan interpersonal yang intim disebabkan oleh interaksi yang berulang-ulang dengan derajat kebebasan dan keterbukaan yang sangat tinggi. Derajat keterbukaan tersebut mempunyai pengaruh untuk mengubah pikiran, perasaan maupun perilaku orang lain. Keakraban atau keintiman interpersonal terjadi karena dua

pribadi memiliki banyak kesalahan sehingga membuat hubungan mereka terjadi.

4. Hubungan suami dengan istri (*marriage*)

Jika hubungan antara dua orang dari jenis kelamin yang berbeda melewati batas hubungan berkategori intim dan akrab, maka pasangan lelaki dan perempuan tersebut bisa meningkatkan hubungan menjadi suami-istri. Dilihat dari hubungan internal maka isi dan mutu dari hubungan suami-istri ditandai dengan keterbukaan tak terbatas, memberi dan menerima seluruh hidupnya dalam kelebihan dan kekurangan masing-masing pasangan.

5. Hubungan orang tua-anak (*parent-child*)

Jenis hubungan ini adalah hubungan yang terlihat di antara orangtua dengan anak-anak mereka dalam satu keluarga inti. Jenis hubungan ini ditandai oleh prinsip hubungan ketat berdasarkan pertalian darah, perasaan yang tumbuh pada hubungan orangtua dengan anak-anak adalah perasaan yang mendalam.

6. Hubungan persaudaraan (*siblings*)

Jika jumlah anak dalam suatu keluarga makin bertambah maka akan terjadi hubungan yang disebut *siblings*. Hubungan ini ditandai oleh perasaan cinta antara adik dengan kakak, maupun antara anak-anak dengan ayah dan ibu yang sama. Cinta yang menandai hubungan persaudaraan itu berlandaskan emosi. Kedekatan antar-anggota keluarga akan membawa dampak dari keluarga yang lain.

2.2.5. Tujuan Komunikasi Interpersonal

a. Tujuan komunikasi antarpribadi secara umum adalah untuk mempengaruhi atau mengubah pandangan, sikap dan perilaku komunikan sesuai dengan harapan komunikator, tujuan tersebut diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Efek kognitif, adalah yang berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio, misalnya komunikan yang semula tidak tahu, tidak mengerti menjadi mengerti atau tidak sadar menjadi sadar.
- b. Efek afektif, adalah efek yang berkaitan dengan perasaan, misalnya komunikan yang merasa tidak senang atau sedih menjadi gembira.

- c. Efek konatif, adalah efek yang berkaitan dengan timbulnya keyakinan dalam diri komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh komunikator berdasarkan pesan atau *message* yang ditransmisikan, sikap dan perilaku komunikan pasca proses komunikasi juga tercermin dalam efek konatif (Effendy, 1989:113)
- b. Ketiga jenis efek tersebut adalah hasil-hasil proses psikologis yang berkaitan satu sama lain secara terpadu, dan tidak mungkin dipilah-pilah, misalnya seorang komunikator mengharapkan komunikan berperilaku sesuai dengan keinginan dengan harapannya. Harapan itu tidak akan muncul jika komunikatornya sendiri tidak memberikan informasi atau menciptakan suasana dan perasaan senang bagi komunikan untuk berperilaku sesuai dengan harapannya. Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah sikap, dan untuk mengubah sikap ini maka fungsi komunikasi yang dilakukan adalah “mempengaruhi”. Persuasif adalah pengaruh yang dirancang untuk mengubah keyakinan, sikap, niat, motivasi, atau perilaku seseorang atau sekelompok orang.

2.2.6 Sikap Mendukung Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (1997: 259 – 264) mengemukakan lima sikap positif yang perlu di pertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal. Adapun lima sikap positif tersebut meliputi:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan ialah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Dalam proses komunikasi interpersonal, keterbukaan menjadi salah satu sikap yang positif. Hal ini disebabkan dengan adanya keterbukaan maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah dan dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.

b. Empati

Empati adalah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan dan keinginan mereka.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung. Masing – masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi yang terbuka. Oleh karena itu, respon yang relevan adalah respon yang bersifat spontan dan lugas, bukan respon bertahan dan berkelit. Pemaparan gagasan bersifat deskriptif naratif, bukan bersifat evaluative. Sedangkan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif, bukan intervensi yang disebabkan rasa percaya diri yang berlebihan.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Sikap positif ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku dalam bentuk sikap dan perilaku. Bentuk sikap yakni pihak – pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Sedangkan bentuk perilaku yakni tindakan yang dipilih adalah relevan dengan tujuan komunikasi interpersonal, yaitu secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalinnya kerjasama. Misalnya secara nyata membantu partner komunikasi untuk memahami pesan komunikasi, yaitu kita memberikan penjelasan yang memadai sesuai dengan karakteristik mereka. Sikap positif dapat ditunjukkan dengan berbagai macam perilaku dan sikap seperti menghargai orang lain, berpikiran positif terhadap orang lain, tidak menaruh curiga secara berlebihan, meyakini pentingnya orang lain, memberikan pujian dan penghargaan dan komitmen menjalin kerjasama.

e. Kesetaraan

Kesetaraan ialah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama – sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Berupa pengakuan atau kesadaran, serta kerelaan untuk menempatkan diri setara (tidak ada yang superior ataupun inferior) dengan partner komunikasi. Kesetaraan meliputi saling memerlukan, suasana komunikasi akrab dan nyaman, komunikasi dua arah, dan tidak memaksakan kehendak.

2.3 Tinjauan Tentang Pemberdayaan Masyarakat

Menurut (Moh. Ali Aziz dkk, 2005: 169) pemberdayaan adalah sebuah konsep yang fokusnya adalah kekuasaan. Pemberdayaan secara substansial merupakan proses memutus (*breakdown*) dari hubungan antara subjek dan objek. Proses ini mementingkan pengakuan subjek akan kemampuan atau daya yang dimiliki objek. Secara garis besar proses ini melihat pentingnya menyalurkan daya dari objek ke objek. Hasil akhir dari pemberdayaan adalah beralihnya fungsi individu yang semula objek menjadi subjek (yang baru), sehingga relasi sosial yang nantinya hanya akan dicirikan dengan relasi sosial antar subyek dengan subyek lain. Menurut (Sumaryadi, 2005:11) pemberdayaan masyarakat adalah “upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan”. Selain itu pemberdayaan masyarakat menurut Sumaryadi sebagai berikut:

- a. Membantu pengembangan manusiawi yang autentik dan integral dari masyarakat lemah, rentan, miskin perkantoran, masyarakat adat yang terbelakang, kaum muda pencari kerja, kaum cacat dan kelompok wanita yang didiskriminasikan atau dikesampingkan.
- b. Memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sosial ekonomis sehingga mereka dapat lebih mandiri dan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka, namun sanggup berperan serta dalam pengembangan masyarakat. Dari pendapat tersebut maka pemberdayaan

masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan.

- c. Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu arah kebijakan yang sangat penting dalam program penanggulangan ketertinggalan. Penanggulan masyarakat dalam ketertinggalan bertujuan agar masyarakat dapat mengakses peningkatan kualitas kehidupan dalam berbagai aspek, seperti pendidikan, kesehatan, kesejahteraan, dan lainnya. Upaya untuk merealisasi tujuan itu diperlukan adanya program percepatan penanggulangan yang benar-benar dapat menyentuh kebutuhan masyarakat. Kegiatan menolong memberikan pemahaman bahwa adanya usaha untuk mengubah potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat ke arah suatu keadaan yang lebih baik dibanding dengan keadaan sebelumnya. Pemberian bantuan seyogyanya diberikan kepada masyarakat yang memiliki dasar kemampuan tertentu; lalu ditingkatkan baik aspek kuantitas, aspek kualitas, dan aspek keberlanjutannya. Upaya itu sangat memungkinkan orang-orang yang mendapatkan bantuan memiliki kemampuan untuk meningkat kualitas hidupnya menuju pengembangan yang lebih baik. Namun sebaliknya manakala bantuan atau pengembangan dimulai dari sesuatu hal yang belum ada, ibarat bantuan itu sifatnya memanjakan masyarakat. Banyak kita lihat dan saksikan bantuan yang diberikan hanya sebagai bahan konsumtif yang menyebabkan masyarakat tidak mampu untuk meningkatkan taraf kehidupan yang layak. Kondisi itu harus dicegah karena tidak sesuai dengan hakikat makna pemberdayaan.

pemberdayaan mengandung makna sebagai suatu usaha agar kondisi masyarakat menjadi lebih meningkat kemampuannya. Sebagaimana telah dicontohkan oleh Edi Suharto bahwa pemberdayaan menunjuk pada adanya kemampuan dasar yang dimiliki orang kemudian dibantu sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam: (a) Memenuhi dalam mengembangkan kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*). (b) Menjangkau sumber-sumber produktif yang memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan.

(c) Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang memengaruhi mereka.

2.3.1 Tingkatan Keberdayaan Masyarakat

Menurut Susiladiharti dalam Huraerah (2011) terbagi ke dalam lima tingkatan, yakni:

1. Terpenuhinya kebutuhan dasar
2. Terjangkaunya sistem sumber atau akses terhadap layanan publik
3. Kesadaran akan kekuatan dan kelemahan atas diri sendiri dan juga lingkungannya
4. Mampu untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang bermanfaat di masyarakat dan lingkungan yang lebih luas
5. Kemampuan untuk mengendalikan diri dan lingkungannya. Tingkatan kelima ini dapat dilihat dari keikutsertaan dan dinamika masyarakat dalam mengevaluasi dan mengendalikan berbagai program dan kebijakan institusi dan pemerintahan.

2.3.2 Aspek Pemberdayaan Masyarakat

Dalam kerangka ini upaya untuk memberdayakan masyarakat (empowering) dapat dikaji dari 3 (tiga) aspek:

- a) *enabling* yaitu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Asumsinya adalah pemahaman bahwa setiap orang, setiap masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan artinya tidak ada orang atau masyarakat tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki masyarakat serta upaya untuk mengembangkannya.
- b) *empowering* yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat semakin

berdaya. Upaya yang paling pokok dalam empowerment ini adalah meningkatkan taraf pendidikan dan derajat kesehatan serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi (modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, pasar) termasuk pembangunan sarana dan prasarana dasar seperti (irigasi, jalan, listrik, sekolah, layanan kesehatan) yang dapat dijangkau lapisan masyarakat paling bawah yang keberadaannya sangat kurang.

- c) *Protecting* yaitu melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya merupakan unsur penting, sehingga pemberdayaan masyarakat sangat erat hubungannya dengan pementasan, pembudayaan dan pengalaman demokrasi (Friedmann, 1994). Pendekatan pemberdayaan pada intinya memberikan tekanan pada otonomi pengambilan keputusan dari kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumberdaya pribadi, langsung, demokratis dan pembelajaran sosial. Dalam hal ini Friedmann (1994) menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas bidang ekonomi saja tetapi juga secara politis, sehingga pada akhirnya masyarakat akan memiliki posisi tawar (*bargaining position*) baik secara nasional maupun internasional. Sebagai titik fokusnya adalah aspek lokalitas, karena *civil society* akan merasa lebih siap diberdayakan lewat isu-isu lokal.

2.3.3 Indikator Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan memang sebuah proses. Namun, dari proses tersebut dapat dilihat dengan indikator-indikator yang menyertai proses pemberdayaan menuju sebuah keberhasilan. Untuk mengetahui pencapaian tujuan pemberdayaan secara operasional, maka perlu diketahui berbagai indikator keberdayaan yang dapat menunjukkan seseorang atau komunitas berdaya atau tidak. Dengan cara ini kita dapat melihat ketika sebuah program pemberdayaan sosial diberikan, segenap upaya dapat dikonsentrasikan pada aspek-aspek apa saja dari sasaran perubahan (misalnya keluarga miskin) yang perlu dioptimalkan.

Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan mereka yang menyangkut kemampuan ekonomi, kemampuan akses kesejahteraan, dan kemampuan kultur serta politis. Ketiga aspek tersebut dikaitkan dengan empat dimensi kekuasaan, yaitu: 'kekuasaan di dalam' (*power within*), 'kekuasaan untuk' (*power to*), 'kekuasaan atas' (*power over*) dan 'kekuasaan dengan' (*power with*). Dari beberapa dasar tersebut, berikut ini sejumlah indikator yang dapat dikaitkan dengan keberhasilan dari pemberdayaan (Suharto, 2005):

- a) Kebebasan mobilitas: kemampuan individu untuk pergi ke luar rumah atau wilayah tempat tinggalnya, seperti ke pasar, fasilitas medis, bioskop, rumah ibadah, ke rumah tangga. Tingkat mobilitas ini dianggap tinggi jika individu mampu pergi sendirian.
- b) Kemampuan membeli komoditas kecil: kemampuan individu untuk membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari (beras, minyak goreng, bumbu); kebutuhan dirinya (minyak rambut, shampo, rokok, bedak). Individu dianggap mampu melakukan kegiatan ini terutama jika ia dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin orang lain termasuk pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang dengan menggunakan uangnya sendiri.
- c) Kemampuan membeli komoditas besar: kemampuan individu untuk membeli barang-barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, TV, radio, koran, majalah, pakaian keluarga. Seperti halnya indikator diatas, point tinggi diberikan terhadap individu yang dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta izin dari orang lain, terlebih jika ia dapat membeli dengan uangnya sendiri.
- d) Terlibat dalam membuat keputusan-keputusan rumah tangga: mampu membuat keputusan secara sendiri maupun bersama (suami/istri) mengenai keputusan keluarga, misalnya mengenai renovasi rumah, pembelian kambing untuk ternak, memperoleh kredit usaha.
- e) Kebebasan relatif dari dominasi keluarga: responden ditanya mengenai apakah dalam satu tahun terakhir ada seseorang (suami, istri, anak, mertua) yang mengambil uang, tanah, perhiasan dari dia tanpa izinnya, yang melarang mempunyai anak, atau melarang bekerja di luar rumah.

- f) Kesadaran hukum dan politik: mengetahui nama salah seorang pegawai pemerintah desa/kelurahan, seorang anggota DPRD setempat, nama presiden, mengetahui pentingnya memiliki surat nikah dan hukum-hukum waris.
- g) Keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes seseorang dianggap 'berdaya' jika ia pernah terlibat dalam kampanye atau bersama orang lain melakukan protes, misalnya terhadap suami yang memukul isteri; isteri yang mengabaikan suami dan keluarganya; gaji yang tidak adil; penyalahgunaan bantuan sosial; atau penyalahgunaan kekuasaan polisi dan pegawai pemerintah.
- h) Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga: memiliki rumah, tanah, aset produktif, tabungan. Seseorang dianggap memiliki poin tinggi jika ia memiliki aspek-aspek tersebut secara sendiri atau terpisah dari pasangannya.

2.4 Tinjauan Tentang Perilaku Produktif

Perilaku produktif merupakan perilaku mencakup kreativitas dan meliputi hal-hal yang cukup luas, di mana semua memerlukan kreativitas untuk menciptakan inovasi serta tidak pernah menyerah dan selalu mencoba lagi. Perilaku Produktif juga merupakan pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu hidup seseorang dengan keadaan hari ini harus lebih baik dari kemarin, dan hari esok harus lebih baik dari hari ini, (Zaini, 1999, hlm. 45). Fromm (1975) dalam Sedarmayanti (2001, hlm. 56) menyatakan bahwa: "Individu yang produktif adalah orang yang memiliki kecakapan untuk menggunakan kemampuannya dan dapat merealisasikan potensi yang ada pada dirinya". Sedarmayanti (2001, hlm. 81) mengatakan bahwa: "Pribadi yang produktif adalah pribadi yang yakin akan kemampuan dirinya, yang dalam istilah psikologi sering disebut sebagai orang yang memiliki rasa percaya diri, harga diri dan konsep diri yang tinggi. Orang yang demikian dapat dikatakan sebagai orang yang mampu mengaktualisasikan dirinya."

Berdasarkan berbagai penjelasan mengenai pengertian perilaku produktif dapat disimpulkan bahwa perilaku produktif dalam penelitian ini yaitu suatu sikap mental untuk selalu berusaha meningkatkan mutu hidup seseorang ke arah yang lebih baik secara konstruktif, inovatif dan disiplin.

2.4.1 Ciri-ciri umum seseorang yang produktif

Menurut Sedarmayanti (2001: 82) mengutip tentang ciri-ciri individu yang produktif dari Erich dan Gilmore yaitu:

- a. Tindakan konstruktif
- b. Percaya diri
- c. Mempunyai rasa tanggung jawab
- d. Memiliki rasa cinta terhadap pekerjaannya
- e. Mempunyai pandangan ke depan
- f. Mampu menyelesaikan persoalan.
- g. Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah
- h. Mempunyai kontribusi positif terhadap lingkungan
- i. Mempunyai kekuatan untuk mewujudkan kompetensinya.

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Produktif

Salah satu tujuan pengelolaan tenaga kerja adalah meningkatkan produktivitas. Tujuan-tujuan dalam operasi lainnya mencakup biaya, kualitas, kehandalan, dan fleksibilitas. Dalam hal ini perlu dicatat bahwa tujuan manajemen tenaga kerja adalah bukan untuk memaksimumkan "*performance*" tetapi mengoptimalkan pelaksanaan kerja karena adanya berbagai batasan (*constraint*) yang meliputi operasi organisasi. Perilaku produktif akan mendorong produktivitas kerja semakin meningkat, jika usaha karyawan tinggi dan kemampuan kerjanya tinggi, demikian juga sebaliknya. Disiplin kerja yaitu sikap atau tingkah laku berupa kepatuhan dan ketaatan secara sadar terhadap aturan yang berlaku dalam lingkungan kerja karena adanya keyakinan bahwa dengan aturan-aturan itu dapat dicapai. Tingkat pendidikan pada umumnya orang mempunyai pendidikan lebih tinggi cenderung akan mempunyai wawasan yang luas terutama penghayatan akan

arti pentingnya produktivitas, pengertian pendidikan disini berasal dari pendidikan formal atau non formal. Tingginya kesadaran akan arti pentingnya produktivitas dapat mendorong tenaga kerja yang bersangkutan melakukan tindakan yang produktif. Keterampilan pada aspek tertentu kalau tenaga kerja makin terampil maka akan lebih terampil kalau mempunyai kecakapan (*ability*) dan pengalaman (*experience*) yang cukup.

2.4.3 Indikator Pengukuran Perilaku Produktif

Untuk mengetahui perilaku produktif dari setiap anggota maka perlu dilakukan sebuah pengukurannya. Pengukuran perilaku produktif seorang anggota menurut sistem pemasukan fisik per orang atau per jam kerja orang ialah diterima secara luas, dengan menggunakan metode pengukuran waktu tenaga kerja (jam, hari atau tahun). Menurut Simamora (2006:612) indikator pengukuran perilaku produktif seseorang meliputi inovasi, disiplin dan motivasi.

- a. Inovasi adalah gagasan, perbuatan atau sesuatu yang baru dalam konteks sosial tertentu untuk menjawab masalah yang dihadapi. Inovasi ini meliputi ;
 - 1) Bekerja keras
 - 2) Dorongan berprestasi
 - 3) Bertanggungjawab
- b. Disiplin adalah sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari perusahaan baik tertulis maupun tidak tertulis. Disiplin ini meliputi :
 - 1) Penggunaan waktu secara efektif
 - 2) Ketaatan terhadap peraturan yang telah ditetapkan
 - 3) Tanggungjawab dalam pekerjaan dan tugas
- c. Motivasi adalah suatu dorongan yang berasal dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang yang berpengaruh terhadap perilaku pekerjaan sesuai kebutuhannya.

2.4 Kajian Teoritis

pada dasarnya manusia itu baik dan menunjukkan bahwa individu memiliki dorongan yang tumbuh secara terus menerus yang memiliki potensi besar. Sistem hirarki kebutuhan, dikembangkan oleh Maslow, merupakan pola yang biasa digunakan untuk menggolongkan motif manusia. Sistem hirarki kebutuhan meliputi lima kategori motif yang disusun dari kebutuhan yang paling rendah yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi (Wallace, Goldstein dan Nathan, 2007: 277). Lima tingkat kebutuhan sebagaimana diuraikan oleh Hammer dan Organ ditunjukkan dalam tingkatan kebutuhan berikut :

- a. Kebutuhan Fisiologis : Makanan, air, dan tempat perlindungan.
- b. Kebutuhan Rasa aman
Perlindungan terhadap bahaya, ancaman, dan jaminan keamanan. Perilaku yang menimbulkan ketidakpastian berhubungan dengan kelanjutan pekerjaan atau yang merefleksikan sikap dan perbedaan, kebijakan administrasi yang tidak terduga akan menjadi motivator yang sangat kuat dalam hal rasa aman pada setiap tahap hubungan kerja.
- c. Kebutuhan Sosial
Memberi dan menerima cinta, persahabatan, kasih sayang, harta, dan pergaulan. Jika dua tingkat kebutuhan pertama terpenuhi seseorang menjadi sadar akan perlunya kehadiran teman.
- d. Kebutuhan Harga Diri
Kebutuhan akan prestasi, kecukupan, kekuasaan, dan kebebasan. Intinya hal ini merupakan kebutuhan untuk kemandirian atau kebebasan. Status, pengakuan, penghargaan, dan martabat. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan akan harga diri.
- e. Kebutuhan Aktualisasi Diri
Kebutuhan untuk menyadari kemampuan seseorang untuk kelanjutan pengembangan diri dan keinginan untuk menjadi lebih dan mampu untuk menjadi orang. (Kondisi kehidupan industri modern hanya memberi sedikit kesempatan untuk kebutuhan mengaktualisasikan diri untuk menemukan pernyataan) (Hamner dan Organ, 2005:138). Dua dalil utama dapat

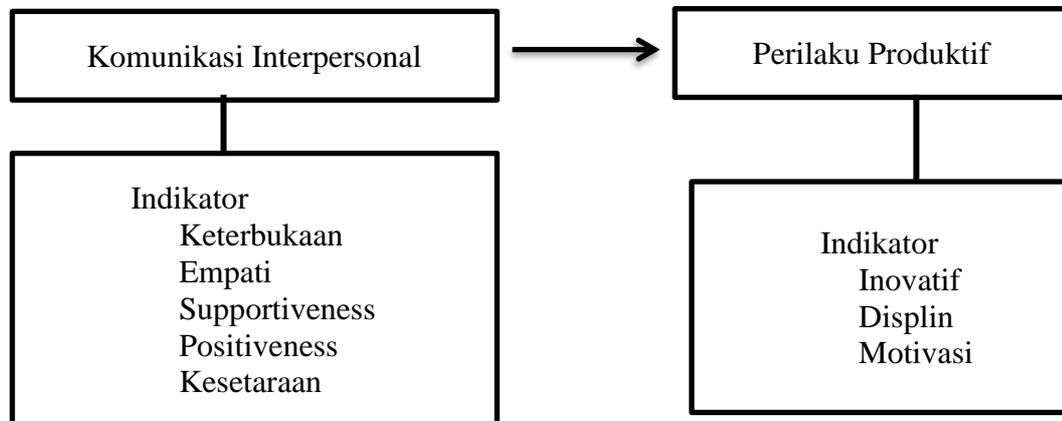
disimpulkan dari Teori Hirarki Kebutuhan Maslow yakni Kebutuhan kepuasan bukanlah motivator suatu perilaku. Bila kebutuhan yang lebih rendah telah terpenuhi maka, kebutuhan yang lebih tinggi akan menjadi penentu perilakunya (Hamner dan Organ, 2005: 139).

Jika pekerjaan telah memenuhi beberapa kebutuhan yang lebih tinggi maka hal tersebut akan menentukan dalam motivasi kerja. Tingkat aspirasi sangat berhubungan erat dengan hirarki kebutuhan, dan sikap akan menentukan jalan yang akan ditempuh seseorang untuk pencapaian kebutuhannya (Haiman, 2003, 219). Kategori kebutuhan yang paling pokok yang dikemukakan Maslow adalah aktualisasi diri.

2.5 Kerangka Pikir

Komunikasi interpersonal memiliki tujuan yakni mempengaruhi orang lain dengan keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Kerangka pikir pada penelitian ini yakni komunikasi interpersonal yang memiliki beberapa indikator yakni keterbukaan, empati, *supportiveness*, *positiveness*, dan kesetaraan. Menurut Joseph Devito (1997:259), Komunikasi antarpribadi yang efektif dioperasionalkan sebagai persepsi anggota mengenai keterbukaan, empati, *supportiveness*, *positiveness*, dan kesetaraan yang terjadi dalam komunikasi antarpribadi di antara ketua dengan anggota. Jadi, indikator – indikator untuk mengukur komunikasi antarpribadi yang efektif adalah keterbukaan, empati, *supportiveness*, *positiveness*, dan kesetaraan. Jika komunikasi interpersonal yang efektif mampu memberdayakan masyarakat yang diberdayakan dan akhirnya menjadikan anggota pemberdayaan memiliki perilaku produktif. Seorang komunikator yakni penggerak PAYUNGI memiliki kepedulian terhadap desa dan juga masyarakat setempat sehingga memberdayakan masyarakat sekitarnya. Dengan begitu seorang penggerak PAYUNGI memiliki pengaruh untuk merubah perilaku anggota menjadi perilaku yang produktif dengan keberhasilan indikator komunikasi interpersonal yang dilakukan. Pada kerangka pikir penelitian ini menjelaskan pengaruh komunikasi interpersonal yang

memenuhi indikator efektivitas komunikasi yang dilakukan akan membentuk perilaku produktif anggota dengan adanya inovasi, disiplin, dan motivasi.



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir yang telah dibahas sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI dalam pemberdayaan masyarakat tidak berpengaruh pada perilaku produktif anggota.

H_1 : Komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI dalam pemberdayaan masyarakat berpengaruh pada perilaku produktif anggota.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian *survey*. Penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode penelitian ini yaitu metode survei. Metode survei yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau suatu daerah. Nazir (2003:56)

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi (*causes-effect*) yaitu penelitian yang menyoroti pengaruh antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Format eksplanasi dimaksud dengan menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lain (Bungin, 2005:38). Survey eksplanatif dapat dibagi dua sifat: komparatif dan asosiatif :

- a. Komparatif
Bermaksud untuk membandingkan variabel satu dengan variabel lainnya yang sejenis.
- b. Asosiatif
Bermaksud untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antar-variabel.

3.2 Variabel Penelitian

Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengaruh komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI (variabel X).

- b. Perilaku Produktif Anggota (variabel Y).

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pemikiran dari konsep yang digunakan sehingga akan memudahkan peneliti untuk mengoperasionalkan konsep tersebut di lapangan. Menurut Kerlinger, konsep adalah abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus (Rakhmat, 2002:12). Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

- a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara beberapa individu yang saling kenal satu sama lainnya dalam periode waktu tertentu. Proses transaksi pesan yang bersifat dua arah, dan perhatian masing – masing pihak tidak semata – mata tertuju pada isi pesan itu, melainkan juga kepada perilaku lawan komunikasi.

- b. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk membangun masyarakat agar mereka memiliki inisiatif melakukan aktivitas sosial agar mereka bisa membenahi situasi dan kondisi mereka sendiri.

- c. Perilaku Produktif

Perilaku produktif menurut Alma (2011:55) adalah seseorang yang memberikan kontribusi kepada lingkungannya, dia imajinatif dan inovatif, bertanggung jawab dan responsif dalam berhubungan dengan orang lain. Seseorang yang produktif adalah individu yang matang (*maturity*). Matang disini bukan berarti dewasa secara fisik, tetapi lebih banyak mengandung aspek psikologisnya.

3.4 Definisi Operasional

Menurut Singarimbun dan Effendi (2001:123), definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (x) dan variabel terikat (y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pengaruh komunikasi interpersonal Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu

perilaku produktif. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel (x)	Dimensi	Indikator	Skala
Komunikasi Interpersonal	Keterbukaan	Menerima masukan dari orang lain dan berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain.	Likert
	Empati	Memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain	
	<i>Supportiveness</i>	Komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka.	
	<i>Positiveness</i>	Ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku yang positif.	
	Kesetaraan	Kedua belah pihak sama – sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan.	
Variabel (y)	Dimensi	Indikator	Skala
Perilaku produktif	Inovatif	Bersifat memperkenalkan sesuatu yang baru	Likert
	Disiplin	sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan baik tertulis maupun tidak tertulis	
	Motivasi	Keinginan dan energi seseorang yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan.	

3.5 Jenis Data

Data adalah fakta atau gambaran yang nantinya akan dikumpulkan oleh para peneliti untuk diolah. Setelah diolah sedemikian rupa dengan berbagai fakta-fakta lalu dijadikan informasi. Selanjutnya informasi akan digunakan untuk pengambilan keputusan. Jenis-jenis data dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

a. Data Primer

Data primer menurut Umi Narimawati (2008:98) ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi

ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan lainnya (Uma Sekaran, 2011).

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut kamus riset karangan Komarudin, yang dimaksud dengan populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel. Pada kenyataannya populasi itu adalah sekumpulan kasus yang perlu memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Mardalis, 2004:53).

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota yang tergabung dalam PAYUNGI baik pesantren pedagang berjumlah 105 orang. Data anggota PAYUNGI dapat digambarkan oleh tabel sebagai berikut :

Jumlah Anggota PAYUNGI Desa Yosomulyo Metro

Tabel 3.2 Anggota Payungi

Nama Kelompok	Jumlah
Pedagang PAYUNGI	60
Anggota PAYUNGI UNIVERSITY	45
	105

Sumber : Database PAYUNGI 2021

3.6.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari individu yang menjadi objek penelitian (Mardalis, 2004:55). Tujuan penentuan sampel adalah untuk memperoleh keterangan

mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi, suatu reduksi terhadap jumlah objek penelitian.

Dalam penelitian ini sampel ditentukan dengan teknik *Random Sampling*. Populasi pada penelitian ini merupakan populasi yang heterogen menurut suatu karakteristik yaitu tingkat pendidikan dan terlebih dahulu dikelompokkan dalam beberapa sub populasi, sehingga tiap sub populasi yang memiliki anggota sampel yang relatif homogen. Menurut Surakhmad (1975:92), apabila jumlah populasi mencapai 100, maka sampel yang diambil sedikitnya 50% dari populasi yang dijadikan sampel. Berikut ini rumus untuk menentukan besarnya jumlah sampel (Siregar, 2005:125) :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi yang diketahui

d : presisi yang ditetapkan yaitu 0,1

Maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah:

$$N = \frac{105}{105 \cdot 01^2 + 1}$$

$$N = \frac{105}{1 \cdot 05 + 1}$$

$$N = \frac{105}{2 \cdot 05}$$

$$n = 51 \text{ anggota}$$

Responden harus memiliki beberapa kriteria agar penelitian yang dilakukan sesuai dengan objek yang dituju dalam penelitian ini. Adapun kriteria respon pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. terdaftar sebagai anggota PAYUNGI
- b. aktif mengikuti kegiatan PAYUNGI selama 3 bulan terakhir
- c. usia minimal 20 tahun dan pendidikan minimal SD

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data akan dikumpulkan dengan teknik-teknik:

a. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2017:199) Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Data akan diperoleh melalui pertanyaan yang akan diisi oleh kepala keluarga, ibu rumah tangga dan juga pemuda pemudi. Pada kuesioner ini, setiap sistem memiliki tiga alternatif jawaban yang masing – masing mempunyai skor bobot yang berbeda – beda yaitu :

- a) Untuk Jawaban yang sesuai harapan diberikan skor 1
- b) Untuk Jawaban yang kurang sesuai harapan diberikan skor 0
- c) Untuk jawaban yang tidak sesuai dengan harapan diberikan skor -1

Tabel 3.3 Contoh Kuisisioner Penelitian

No	Pertanyaan	S	KS	TS
1	Ketua PAYUNGI selalu memberikan arahan yang Jelas dan terbuka		√	
2	Apakah Saudara melakukan kebiasaan baru setelah Bergabung di Payung			√

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Setiap pertanyaan atau pernyataan dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata – kata yakni setuju, kurang setuju dan tidak setuju.

b. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data tambahan dari berbagai referensi berupa buku, literatur, arsip, agenda, dokumen, dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data dari lapangan, maka tahap selanjutnya adalah mengadakan pengolahan data. Adapun kegiatan pengolahan data dilakukan dengan teknik-teknik sebagai berikut:

1. *Editing*, adalah memeriksa data-data yang diperoleh mengenai kelengkapan jawaban, kejelasan tulisan yang telah dikumpulkan dari lapangan.
2. *Koding*, adalah tahap dimana jawaban responden diklasifikasikan menurut jenis pertanyaan dengan jalan memberi tanda pada tiap-tiap data termasuk dalam kategori yang sama dalam bentuk angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.
3. *Tabulating*, adalah mengelompokkan jawaban-jawaban yang serupa secara teratur dan sistematis berdasarkan kategori tertentu dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel – tabel yang telah dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data.

3.9 Uji Validitas Data

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.10 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik Alpha Cronbach. Teknik Alpha Cronbach di mana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

3.11 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan rumus regresi linear sederhana. Regresi digunakan untuk pengujian hubungan atau pengaruh antara sebuah variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Regresi linier sederhana adalah suatu metode yang digunakan untuk melihat hubungan antar satu variabel independen (bebas) dan mempunyai hubungan garis lurus dengan variabel dependennya (terikat). Rumus regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan Rumus dibawah ini :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

b = Koefisien variabel bebas

X = Variabel bebas

Untuk mengukur variabel penelitian digunakan kuesioner yang diberi nilai alternatif jawaban yang dipilih responden. Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan diberi tiga alternatif jawaban yaitu setuju, kurang setuju, tidak setuju dengan

skor jawaban menggunakan ukuran interval. Penentuan skor untuk masing-masing alternatif jawaban adalah sebagai berikut:

- a) Alternatif jawaban setuju akan diberi skor 1, yang menunjukkan jawaban sangat positif.
- b) Alternatif jawaban kurang setuju akan diberi skor 0, yang menunjukkan jawaban sedang.
- c) Alternatif jawaban tidak setuju akan diberi skor -1, yang menunjukkan jawaban yang rendah atau negatif.

3.12 Teknik Pengujian Hipotesis

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Penggerak PAYUNGI Dalam Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Perilaku Produktif Anggota (Studi Kasus Swadaya Masyarakat PAYUNGI Desa Yosomulyo – Metro. Setelah diketahui standar error dari koefisien regresi dan harga T hitung maka signifikansi koefisien regresi dapat diketahui atas dasar kriteria sebagai berikut:

- a. Bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% maka koefisien regresi signifikan, berarti hipotesis diterima.
- b. Bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi 5 % maka koefisien regresi tidak signifikan, berarti hipotesis ditolak

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan dan Saran

5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh komunikasi interpersonal penggerak sebagai keberhasilan PAYUNGI dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di Desa Yosomulyo menghasilkan perilaku produktif para anggotanya. Tingkat hubungan antara pengaruh komunikasi interpersonal terhadap perilaku produktif memiliki nilai positif. Selain itu, Pengaruh komunikasi interpersonal sebesar 0,106 satuan. Sedangkan perilaku produktif yang tidak terpengaruhi oleh komunikasi interpersonal adalah 5.201. Dari indikator komunikasi interpersonal dapat disimpulkan bahwa sikap yang sangat memengaruhi yakni kesetaraan sebesar 92,2 % dan perilaku produktif dari anggota pemberdayaan yang memiliki frekuensi tinggi yakni motivasi.
2. Pengaruh nyata secara simultan atau keseluruhan antara variabel X dan Y menunjukkan uji signifikansi sebesar 11,079. Hal ini menjadikan hipotesis pada penelitian ini dapat di terima yakni terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh komunikasi interpersonal penggerak PAYUNGI dalam pemberdayaan masyarakat terhadap perilaku produktif.
3. Keyakinan bahwa masyarakat mampu diberdayakan menjadi semangat penggerak PAYUNGI untuk terus mengedukasi, menunjukkan keseriusan

penggerak dengan tindakan – tindakan nyata. Sampai pada akhirnya masyarakat tertarik dan percaya bergabung dengan PAYUNGI. Penggerak PAYUNGI memiliki sikap yang mendukung keberhasilan komunikasi interpersonal dalam mengajak, merangkul, mengembangkan dan mendampingi anggota pemberdayaan Sehingga terjadi perubahan – perubahan sikap dan perilaku dari komunikator (anggota). Sudah bertahan selama 3 tahun dan terus melakukan inovasi – inovasi sebagai keberhasilan pengembangan desa menjadikan Penggerak PAYUNGI diberi kepercayaan oleh pemerintah setempat untuk mengembangkan desa – desa lain di Kota Metro. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, sebesar 56, 40 % komunikasi interpersonal penggerak mempengaruhi perilaku produktif anggota.

4. Berjalannya waktu PAYUNGI terus berkembang setelah menggelar festival permainan tradisional kemudian launching pasar PAYUNGI yang akhirnya membentuk kelompok dagang dengan 47% merupakan ibu rumah tangga berdomisili di Desa Yosomulyo. PAYUNGI tidak hanya dikenal oleh masyarakat secara langsung namun, seluruh bidang yang ada di PAYUNGI sudah memiliki masing – masing media sosial. Saat peneliti melakukan penelitian sambutan hangat dari masyarakat Yosomulyo sangat terasa. Baik anggota PAYUNGI, mahasiswa yang sedang KKN dan juga pengunjung sangat menghargai kehadiran orang lain. Hal ini menunjukkan adanya sikap keterbukaan yang dilakukan oleh penggerak PAYUNGI dan dicontohkan oleh anggotanya. Selain komunikasi interpersonal yang berhasil melakukan pemberdayaan ini, terdapat pengembangan dan pendampingan yang menjadikan kelompok pemberdayaan ini mampu bertahan. Walaupun saat ini sedang pandemi, semangat dan jiwa inovatif dari anggota PAYUNGI tidak menurun. Komunikasi Interpersonal Penggerak memengaruhi sangat signifikan terhadap perilaku anggota.

5.1.2 Saran

Dari keterbatasan penelitian yang dilakukan maka dapat disarankan untuk Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) kota Metro dan peneliti selanjutnya yakni :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator komunikasi interpersonal yang harus ditingkatkan oleh penggerak pemberdayaan adalah keterbukaan dan empati. Selain itu, anggota pemberdayaan dapat ditingkatkan kembali perilaku disiplin secara menyeluruh dan inovatif.
2. Pengelolaan PAYUNGI sudah sangat baik, bisa menggunakan digitalisasi agar lebih modern, aman dan nyaman. Seperti pintu masuk dan keluar saat gelaran pasar yang akan memudahkan untuk melakukan keamanan.
3. Walaupun saat ini mulai hadir kampung – kampung kreatif, kehadiran PAYUNGI sebagai model pemberdayaan masyarakat yang berhasil akan menjadikan percontohan bagi daerah lain. Oleh karena itu, mempertahankan ciri khas dan budaya sangat diperhatikan.
4. Mempersiapkan generasi penerus PAYUNGI agar memiliki jiwa penggerak dan juga memiliki sikap – sikap mendukung komunikasi interpersonal agar keberhasilan tercapai dan dapat mempertahankan PAYUNGI.
5. Bagi penelitian selanjutnya, PAYUNGI memiliki banyak aspek yang bisa di kembangkan dan ditelaah. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat mencakup dari sisi ekonomi, budaya dan keagamaan untuk lebih komprehensif dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Abu Huraerah. 2008. *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat Model dan Strategi Pembangunan Berbasis Kerakyatan*. Bandung: Humaniora
- Ahmad Tsauban.2021. *Menjadi Warga Payungi*.
<https://payungi.org/gagasan/mejadi-warga-payungi-part-1/> di akses pada 7 oktober 2021
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- _____. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi).Jakarta : Rhineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Badan Pusat Statistik : Angka Kemiskinan Provinsi Lampung Pada Tahun 2018.
<https://lampung.bps.go.id/pressrelease/2019/01/15/649/angka-kemiskinan-provinsi-lampung-september-2018.html> . Diakses pada 22 Februari 2021
- Badan Pusat Statistik:Ekonomi Triwulan II 2020 turun 5,32 persen.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>. Diakses pada 22 Februari
- Darma Setiawan.2021.*Gagasan Sekolah Media PAYUNGI University*.
<https://PAYUNGI.org/gagasan/sekolah-media-PAYUNGI-university/>.
Diakses pada 22 Februari 2021
- Devito, Joseph A.1997. *The Interpersonal Communication Book(Ninth Edition. New)* York Addison Wesley Longman, Inc.
- Edi, Suharto, *Op. Cit.*, h. 58-59. Alexander, *What Is Communication?*, Journal of Communication,New York, 1989, h. 40.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti

- _____. 1986. (a). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit. Remadja Karya CV
- _____. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Hafied Cangara, 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi* . Jakarta : Rajawali Pers
- HAW. Widjaja. 2003. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Yang Asli, Bulat Dan Utuh*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat.2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertasi Contoh Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta:Kencana
- Liliwei, Alo.2017. *Komunikasi Interpersonal*.Jakarta:PT Fajar Interpretama Mandiri
- _____. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara
- Muhammad Irfan Ilmi.2011.*Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal, Motivasi Berprestasi dan Kreativitas Terhadap Perilaku Produktif Anggota (Studi pada Kelompok Swadaya badan keswadayaan masyarakat program PNPM mandiri perkotaan di kecamatan ujung berung kota bandung)*. Thesis. Fisip, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia:Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi penelitian kualitatif, paradigma baru Ilmu Komunikasi dan ilmu sosial lainnya* - Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Pratiwi Esti Palupi.2021. *Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pada Pasarr Yosomulyo Pelangi)*. Skripsi. FEB, Akunansi, Universitas Muhammadiyah Metro : Lampung
- Sedarmayanti.2001. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Mandar Maju: Bandung.

- Simamora, Henry. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2. Yogyakarta: STIE
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi. 2005, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung : Refika Aditama.
- Sumaryadi. 2005. *Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah*. Jakarta: Citra Utama
- Suranto Aw.2011. *Komunikasi Interpersonal*.Yogyakarta:Graha Ilmu
- Tim Pustaka Phoenix. 2009. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Media Pustaka Phoenix
- Zaini, M. 1999. *Hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan Produktivitas kerja. Skripsi (tidak diterbitkan)*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada: Yogyakarta