

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis

Kajian tentang strategi komunikasi persuasif dalam pembangunan telah menjadi perhatian banyak peneliti, baik dalam konteks lokal di Indonesia maupun pada tingkat internasional. Penelitian-penelitian sebelumnya menjadi referensi penting bagi penulis untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai ragam pendekatan serta variabel yang dapat diuji pada implementasi komunikasi persuasif di tingkat masyarakat.

2.1.1 Jurnal - Sabella Adaobi Alobele. 2023 “Communication Strategies for Enhancing Community Development and Participation in Rural Communities in Nigeria”.

Dari penelitian menemukan bahwa strategi kolaborasi partisipatif dan penerapan teknologi digital berperan penting dalam mendorong pemberdayaan dan keterlibatan masyarakat di desa-desa pedesaan, meskipun permasalahan struktural seperti pembatasan infrastruktur dan perbedaan budaya masih menjadi tantangan utama. Penelitian Alobele tekanan penerapan teori difusi inovasi pada komunitas pedesaan Nigeria.

2.1.2 Jurnal - Hapsah, Agus Surya Dharma, Ni Made Musiyani Anjasmari. 2024 “Pengaruh Komunikasi Kepala Desa terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan di Desa Hambuku Hilir”. Hulu Sungai Utara.

Dari penelitian tersebut juga memberikan kontribusi wawasan penting. Mereka menemukan bahwa komunikasi kepala desa yang tidak intensif serta kurang transparan terbukti mengurangi partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan. Sementara itu, komunikasi yang terbuka dan partisipatif dapat meningkatkan kontribusi aktif warga. Penelitian tersebut menonjolkan aspek transparansi dan kepemimpinan, sementara penelitian milik peneliti lebih fokus pada efektivitas komunikasi persuasif. Menggunakan Teori Komunikasi Persuasif (*Yale Attitude Change Approach*) yang dikembangkan oleh Carl I. Hovland.

2.1.3 Jurnal - Alifah Karimah. 2021 “Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Penerapan Konsep Wisata Halal Tourism di Pantai Pulau Santen Banyuwangi” Surabaya

Penelitian tersebut ditemukan bahwa upaya persuasif yang dilakukan pemerintah sangat berkontribusi terhadap peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata dan lingkungan sekitar, meskipun kemandirian masyarakat masih menghadapi kendala, khususnya di lingkungan yang banyak beragaman budaya.

Pada penelitian ini yang menggunakan *Source Credibility Theory* yang dikembangkan oleh Carl I. Hovland dan rekan-rekannya yang menekankan pentingnya sumber pesan yang kredibel, pesan yang relevan dan dapat dipercaya, serta media yang efektif untuk menyampaikan pesan. Faktor persuasif utama ini menjelaskan bahwa perubahan sikap dan perilaku hanya terjadi jika komunikator memiliki kredibilitas, pesan dirancang dengan kualitas tinggi dan logika, dan audiens bersedia menerima informasi.

2.1.4 Jurnal - Hairul Imam Mustafa. 2024 “Komunikasi Persuasif Aparatur Pemerintah dalam Mewujudkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di Desa Bulangan Barat Pegantenan Pamekasan)”

Dalam jurnal milik Hairul Imam Mustafa, ditemukan bahwa komunikasi persuasif memiliki peran krusial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa. Aparatur pemerintah menerapkan tiga pendekatan utama: informatif, yang memberikan pemahaman jelas tentang tujuan dan manfaat program partisipatif, yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam perencanaan serta pengambilan keputusan. dan emosional, yang menekankan nilai kebersamaan dan gotong royong. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif ini sehingga mampu memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta meningkatkan tingkat partisipasi dalam pelaksanaan program pembangunan.

Strategi komunikasi persuasif Aparatur Pemerintah ini diterapkan dalam konteks peningkatan keterlibatan masyarakat dalam program pembangunan di Desa Bulangan Barat Pegantenan Pamekasan. Strategi ini secara khusus berfokus pada

upaya untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat agar mau berpartisipasi aktif, sekaligus mengatasi hambatan seperti perbedaan tingkat pendidikan, ketidakpercayaan terhadap pemerintah, dan keterbatasan infrastruktur komunikasi.

2.1.5 Jurnal - Dominic, Mahamed, dan Ogodo (2025) “*Source Credibility as a Catalyst: Unraveling its Role in Shaping Strategic Communication Acceptability (SCA)*”

Jurnal ini membedah peran kredibilitas sumber dalam efektivitas komunikasi. Kajian ini menyoroti bahwa dimensi kredibilitas bertindak sebagai katalisator utama yang memengaruhi penerimaan pesan serta perubahan perilaku audiens. Hasil riset menegaskan bahwa kekuatan persuasif sebuah pesan sangat bergantung pada tingkat kepercayaan audiens terhadap sumber informasi tersebut. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan *Source Credibility Theory* sebagai landasan utama, namun penelitian ini mengisi celah (*gap*) melalui fokus pada dinamika partisipasi masyarakat desa yang selama ini masih jarang dieksplorasi dalam literatur komunikasi strategis dunia.

Paparan mengenai hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya keragaman pendekatan dalam mengimplementasikan strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Melalui sintesis terhadap berbagai studi tersebut, dapat ditarik benang merah mengenai pentingnya kredibilitas sumber dan transparansi pesan dalam proses persuasif. Sebagai upaya untuk menyajikan ringkasan yang lebih terstruktur dan memudahkan proses komparasi antara penelitian-penelitian di atas dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, maka poin-poin krusial dari literatur tersebut disajikan dalam matriks sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Matrik Penelitian	1	2	3	4	5
Nama Peneliti	Sabella Adaobi Alobele	Hapsah, dkk	Alifah Karimah	Hairul Imam Mustafa	Dominic, dkk
Tahun Terbit	2023	2024	2021	2024	2025
Judul	<i>Communication Strategies for Enhancing Community Development and Participation in Rural Communities in Nigeria</i>	Pengaruh Komunikasi Kepala Desa terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan	Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Penerapan Konsep Wisata Halal Tourism di Pantai Pulau Santen Banyuwangi	Komunikasi Persuasif Aparatur Pemerintah dalam Mewujudkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di Desa Bulangan Barat Pegantenan Pamekasan)	<i>Source Credibility as a Catalyst: Unraveling its Role in Shaping Strategic Communication Acceptability (SCA)</i>
Tujuan penelitian	Mengeksplorasi strategi komunikasi untuk meningkatkan pembangunan dan partisipasi masyarakat pedesaan di Nigeria serta mengidentifikasi hambatan yang ada	Mengetahui keberadaan dan besarnya pengaruh komunikasi Kepala Desa terhadap partisipasi masyarakat dalam pembangunan di Desa Hambuku Hilir.	Mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi persuasif terhadap partisipasi masyarakat dalam penerapan konsep wisata “Halal Tourism” di Pantai Pulau Santen Banyuwangi	Menganalisis strategi komunikasi persuasif (informatif, partisipatif, emosional) untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan desa	Menyelidiki peran <i>source credibility</i> (kredibilitas sumber) sebagai katalisator utama dalam membentuk penerimaan komunikasi strategis di mata publik.

Publikasi	(Jurnal: SEAH PUBLICATIONS)	(Jurnal: Administrasi Negara)	(Jurnal Triwikrama: Ilmu Sosial)	(Jurnal Dakwatul Haq: Ilmu Sosial)	<i>International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences</i> (Jurnal Internasional Terindeks, Volume 15, Issue 2).
Metode Penelitian	Kualitatif kolaboratif	Kuantitatif survei	Kualitatif deskriptif		Kuantitatif
Teori/Konsep	Teori Difusi Inovasi (Rogers) & <i>Participatory Comm</i>	Teori Kepemimpinan & Partisipasi (Cohen & Uphoff)	Teori Komunikasi Persuasif (Pendekatan AIDDA / S-O-R)	Teori Komunikasi Persuasif	<i>Source Credibility</i> dan <i>Strategic Communication Acceptability</i> (SCA).
Tempat Penelitian	Nigeria	Desa Hambuku Hilir	Pantai Pulau Santen Banyuwangi	Desa Bulangan Barat Pegantenan Pamekasan	
Waktu Penelitian	Penelitian diterbitkan pada periode Juli - September 2023. Akses referensi dilakukan hingga April 2022	Pengambilan data menggunakan data populasi terbaru tahun 2023 dan aplikasi pengolah data digunakan pada tahun 2023	Data diolah dan diterbitkan pada edisi Oktober 2024.	Artikel diterima pada 22 Juli 2024 dan diterima (accepted) pada 11 November 2024	
Persamaan Penelitian	Sama-sama mengkaji strategi komunikasi dalam konteks masyarakat Pedesaan (Rural) untuk tujuan pembangunan.	Sama-sama menggunakan metode Kuantitatif dan meneliti pengaruh komunikasi aparat desa terhadap partisipasi pembangunan.	Sama-sama meneliti variabel Komunikasi Persuasif sebagai faktor pendorong Partisipasi Masyarakat.	Sangat identik dalam variabel: Komunikasi Persuasif Aparatur dan Partisipasi Pembangunan.	Memiliki kesamaan pada penggunaan <i>Source Credibility Theory</i> sebagai landasan utama. Kedua penelitian ini sama-sama mengukur bagaimana faktor kredibilitas sang komunikator menjadi

					kekuatan persuasif yang paling efektif untuk memengaruhi dan mengubah perilaku audiens.
Perbedaan Penelitian	Penelitian Alobele menekankan penerapan Teori Difusi Inovasi pada komunitas pedesaan Nigeria dan berfokus pada strategi kolaborasi dan teknologi digital. Penelitian milik peneliti secara khusus mengkaji komunikasi persuasif pemerintah desa di Indonesia dengan fokus teoritis pada Teori Kredibilitas Sumber, mengukur bagaimana tiga dimensi kredibilitas (keahlian, kepercayaan, dan daya tarik) memengaruhi partisipasi pembangunan	Penelitian ini menonjolkan aspek transparansi dan kepemimpinan dalam komunikasi kepala desa. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada efektivitas komunikasi persuasif pemerintah desa, dianalisis menggunakan Teori Kredibilitas Sumber untuk mengukur bagaimana kepercayaan (<i>trustworthiness</i>) dan keahlian (<i>expertise</i>) kepala desa memengaruhi perubahan sikap dan perilaku partisipatif warga.	Penelitian ini fokus pada komunikasi persuasif dalam konteks pengelolaan destinasi wisata dan lingkungan. Penelitian milik peneliti secara spesifik mengkaji komunikasi persuasif pemerintah desa dalam konteks keberhasilan partisipasi pembangunan, dengan menyoroti kredibilitas sumber (<i>trustworthiness</i> dan <i>expertise</i>) sebagai kunci keberhasilan persuasi, dianalisis menggunakan Teori Kredibilitas Sumber (Hovland, Janis, & Kelley).	Penelitian ini identik dalam fokus subjek (komunikasi persuasif aparat desa untuk partisipasi pembangunan). Perbedaannya terletak pada fokus analisis teoritis. Penelitian Mustafa menggunakan tiga pendekatan (informatif, partisipatif, emosional). Penelitian Anda secara eksplisit menggunakan Teori Kredibilitas Sumber untuk menguji bagaimana atribut sumber (<i>kepercayaan</i> dan <i>keahlian</i>) memvalidasi efektivitas pendekatan-pendekatan tersebut.	Perbedaan mendasar terletak pada objek dan ruang lingkup kajian. Penelitian Dominic dkk. mengkaji penerimaan komunikasi strategis di tingkat korporasi atau organisasi berskala makro. Sebaliknya, kajian ini berfokus pada level akar rumput (mikro), yakni implementasi komunikasi pemerintah tingkat desa dalam memobilisasi warga secara spesifik untuk proyek pembangunan jalan.

Hasil Penelitian	Strategi kolaborasi partisipatif dan penerapan teknologi digital berperan penting dalam mendongkrak pemberdayaan dan keterlibatan masyarakat, meskipun permasalahan struktural seperti pembatasan infrastruktur dan perbedaan budaya masih menjadi tantangan utama.	Komunikasi kepala desa yang tidak intensif serta kurang transparan terbukti mengurangi partisipasi masyarakat. Sebaliknya, komunikasi yang terbuka dan partisipatif dapat meningkatkan kontribusi aktif warga.	Upaya persuasif yang dilakukan pemerintah terbukti berkontribusi terhadap peningkatan serta keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata dan lingkungan sekitar, meskipun kemandirian masyarakat masih menghadapi kendala, khususnya di lingkungan yang banyak beragaman budaya.	Komunikasi persuasif yang efektif kunci utama dalam mempererat hubungan pemerintah dan warga, sekaligus mendorong partisipasi serta kesuksesan pembangunan desa. Hal ini dilakukan melalui tiga pendekatan: informatif, partisipatif, dan emosional. Namun, keberhasilannya masih kerap terhambat oleh rendahnya tingkat pendidikan, krisis kepercayaan publik, serta minimnya infrastruktur komunikasi.	Membuktikan bahwa <i>source credibility</i> (kredibilitas sumber) memiliki pengaruh yang sangat signifikan sebagai katalisator untuk membujuk publik, mengubah opini, dan mendorong tindakan nyata dari audiens.
--------------------------------	--	---	---	---	---

Sumber : Olahan peneliti (2026)

2.2 Kerangka Pemikiran

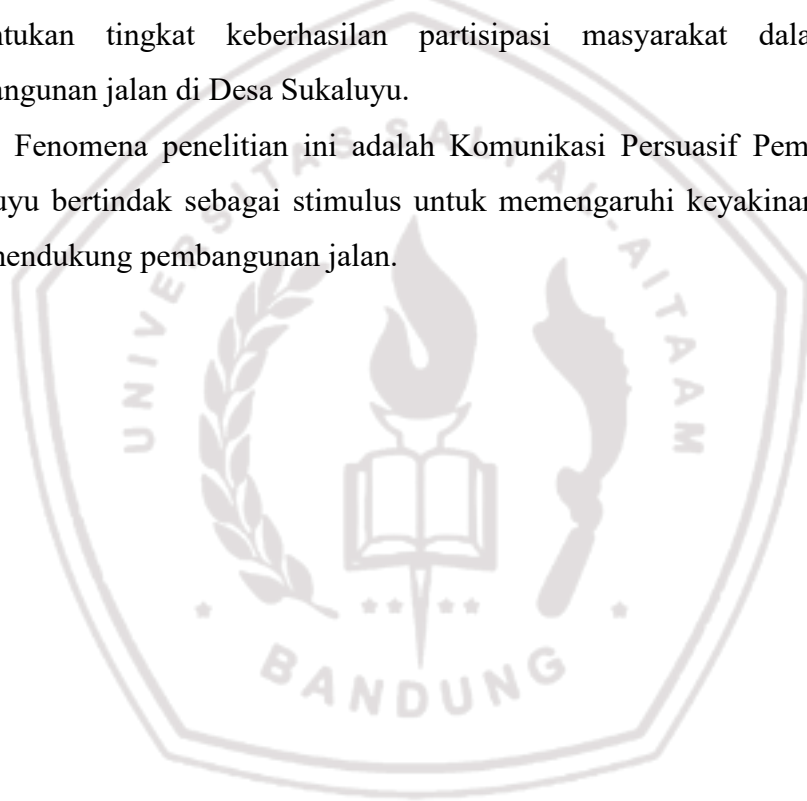
Dalam kerangka pemikiran ini, hubungan antara kredibilitas sumber dan partisipasi masyarakat dijelaskan melalui alur logika Stimulus-Organism-Reponsse (S-O-R) yang diperdalam dengan *Theory of Planned Behavior*. Pemerintah Desa Sukaluyu, sebagai komunikator, melakukan upaya komunikasi persuasif yang bertujuan untuk memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku masyarakat agar bertindak sesuai dengan tujuan pembangunan desa. Stimulus ini ditekankan pada variabel kredibilitas sumber yang mencakup keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Sharma dan Jha dalam kajiannya menegaskan bahwa kredibilitas sumber merupakan penentu utama dalam membentuk niat beli atau niat berperilaku, di mana informasi dari sumber yang kompeten akan lebih mudah diterima sebagai kebenaran oleh penerima pesan. Berdasarkan teori Ajzen (1991), kredibilitas ini bukan sekadar atribut pengirim pesan, melainkan landasan informasi yang memicu proses kognitif dalam diri masyarakat sebagai organisme untuk membentuk keyakinan yang menonjol terkait manfaat pembangunan jalan.

Proses internal di dalam diri masyarakat RW 4 melibatkan transformasi informasi persuasif menjadi niat bertindak. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat merupakan representasi dari seberapa keras seseorang bersedia mencoba dan seberapa besar usaha yang direncanakan untuk dilakukan. Pada perspektif ini, komunikasi persuasif yang efektif akan memengaruhi tiga pilar utama: pertama, sikap masyarakat terhadap partisipasi; kedua, norma subjektif atau persepsi mengenai dukungan sosial dari lingkungan sekitar; dan ketiga, persepsi kontrol perilaku yang berkaitan dengan ketersediaan sumber daya dan peluang. Oyibo & Toyonaga (2024) menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif bergantung pada penyusunan pesan yang sistematis, pemahaman karakteristik audiens, dan penggunaan strategi komunikasi berbasis teori sehingga mampu mendorong perubahan sikap dan perilaku.

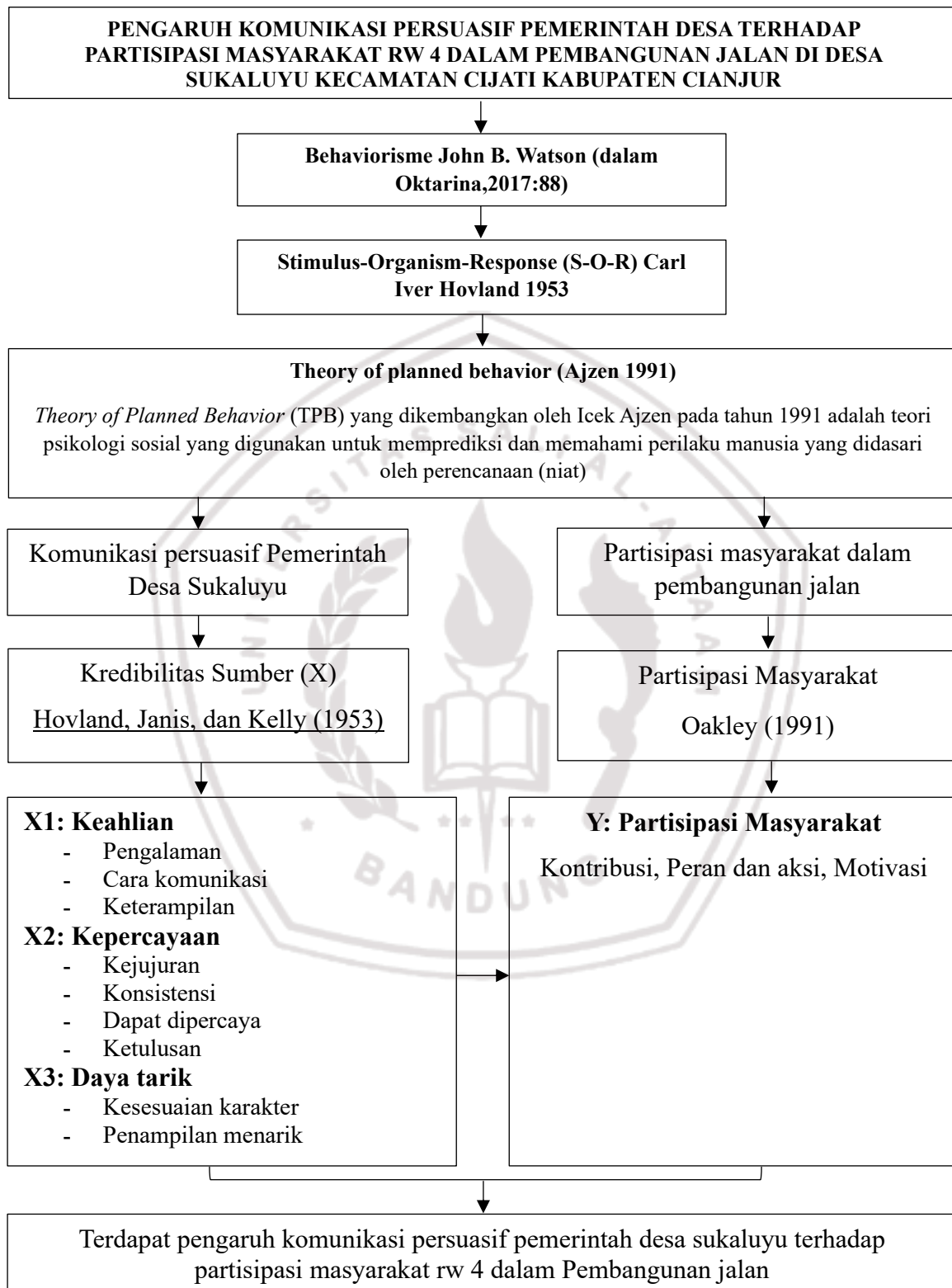
Repons akhir yang dihasilkan adalah partisipasi masyarakat yang nyata dalam pembangunan desa. Sebagaimana dijelaskan oleh Dewi (2024) partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan aktif yang mencakup beberapa tahapan, mulai dari pengambilan keputusan hingga pelaksanaan rencana dan pemanfaatan hasil.

Indikator partisipasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kontribusi, peran aksi, dan motivasi, merupakan bentuk perilaku nyata (*actual behavior*) yang dalam teori Ajzen (1991) diprediksi secara akurat oleh kekuatan niat dan persepsi kontrol perilaku. Motivasi masyarakat berfungsi sebagai motor penggerak utama yang memastikan bahwa niat yang terbentuk melalui komunikasi persuasif benar-benar terwujud dalam aksi fisik dan kontribusi materil. Dengan demikian, kredibilitas pemerintah desa sebagai sumber komunikasi persuasif secara sistematis menentukan kualitas proses psikologis masyarakat, yang pada akhirnya menentukan tingkat keberhasilan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan jalan di Desa Sukaluyu.

Fenomena penelitian ini adalah Komunikasi Persuasif Pemerintah Desa Sukaluyu bertindak sebagai stimulus untuk memengaruhi keyakinan masyarakat agar mendukung pembangunan jalan.



Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan peneliti (2026)

2.2.2 Hipotesis

2.2.2.1 Hipotesis Mayor

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara komunikasi persuasif Pemerintah Desa terhadap partisipasi masyarakat RW 4 dalam pembangunan jalan di Desa Sukaluyu Kecamatan Cijati Kabupaten Cianjur. Hal ini menyiratkan bahwa kredibilitas pemerintah desa secara keseluruhan tidak berdampak nyata terhadap keterlibatan warga.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan antara komunikasi persuasif Pemerintah Desa terhadap partisipasi masyarakat RW 4 dalam pembangunan jalan di Desa Sukaluyu Kecamatan Cijati Kabupaten Cianjur. Hal ini menyiratkan bahwa kredibilitas pemerintah desa secara keseluruhan berdampak nyata terhadap keterlibatan warga.

2.2.2.2 Hipotesis Minor

- 1) H_0 : Tidak Terdapat pengaruh keahlian Pemerintah Desa Sukaluyu terhadap partisipasi
 H_1 : Terdapat pengaruh keahlian Pemerintah Desa Sukaluyu terhadap partisipasi
- 2) H_0 : Tidak Terdapat pengaruh kepercayaan Pemerintah Desa Sukaluyu terhadap partisipasi.
 H_2 : Terdapat pengaruh kepercayaan Pemerintah Desa Sukaluyu terhadap partisipasi.
- 3) H_0 : Tidak Terdapat pengaruh daya tarik Pemerintah Desa Sukaluyu terhadap partisipasi.
 H_3 : Terdapat pengaruh daya tarik Pemerintah Desa Sukaluyu terhadap partisipasi.