

Hubungan Antara Program Mentorkuy Dengan Sikap Peserta Terhadap Personal Development

Atikah Nabilah Sari¹, Hanny Hafiar^{2*}, FX. Ari Agung Prastowo³
^{1, 2, 3} Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Program Mentorkuy merupakan program insentif selama 3 bulan oleh produktifkuy untuk mengasah skill, mengembangkan potensi diri dan pola pikir. Hanya saja, pengenalan skill yang dimiliki oleh para mentor tidak maksimal. Para mentor juga tidak membagikan pengalaman dan pencapaian mereka lebih mendalam. Adapun pesan yang diberikan tidak memiliki standar tertentu untuk setiap mentor sehingga pesan yang diterima setiap kelompok berbeda. Penelitian ini menggunakan instrumen dari teori persuasif dari Hovland, Janis dan Kelly untuk mengetahui hubungan antara Program Mentorkuy dengan sikap peserta terhadap personal development. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional melalui uji hipotesis Rank Spearman. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 49 orang yang diperoleh melalui teknik Simple Random Sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan inferensial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Program Mentorkuy dengan Sikap Peserta terhadap Personal Development. Simpulan penelitian ini adalah komunikator dan pesan dalam Program Mentorkuy berakibat pada perubahan opini, persepsi, afeksi dan perilaku peserta terhadap personal development.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, *Mentoring*, Instrumen Teori Persuasif

The Correlation between Program Mentorkuy and the Mentee's Attitude towards Personal Development

ABSTRACT

The Mentorkuy program is an incentive program for 3 months by produktifkuy to hone skills and develop self-potential and mindset. However, the introduction of skills possessed by mentors is not optimal. Mentors also do not share their experiences and achievements more deeply. The message given does not have a certain standard for each mentor so the message received by each group is different. This study uses instruments from the persuasive theory of Hovland, Janis and Kelly to determine the relationship between the Mentorkuy Program and participants' attitudes towards personal development. The research method used is a quantitative method with a correlational approach through the Spearman Rank hypothesis test. The sample in this study amounted to 49 people obtained through the Simple Random Sampling technique. The analysis technique used is descriptive and inferential analysis. The results of this study indicate that there is a strong relationship between the Mentorkuy Program and the Participants' Attitudes towards Personal Development. This study concludes that communicators and messages in the Mentorkuy Program result in changes in participants' opinions, perceptions, affections and behaviours towards personal development

Keywords: *Persuasive Communication, Mentoring, Produktifkuy, Intrumental Theory of Persuasion*

***Korespondensi:** Hanny Hafiar. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang No.Km. 21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 43563. Email: hanny.hafiar@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Produktif merupakan segala macam kegiatan yang dapat menghasilkan output. Adapun *output* sendiri tidak hanya berarti uang tetapi juga *output* lain seperti membuat tubuh menjadi sehat, menambah pengetahuan maupun menambah relasi. Oleh karena itu, pada masa produktif atau masa remaja, seseorang harus dapat mengatur waktu dan kegiatannya sedemikian rupa agar kegiatan tersebut mampu memenuhi tujuan maupun target mereka. Akan tetapi, tidak semua anak muda mampu mengatur waktu dan kegiatan mereka pada hal - hal yang produktif. Jiwa eksploratif mereka jika tidak diarahkan dengan baik, maka mereka akan bereksplorasi pada hal - hal yang tidak bermanfaat. Bahkan mereka sering kali tidak memiliki tujuan maupun target dalam hidup mereka.

Ditambah dengan adanya perkembangan teknologi yang membuat segala aktivitas menjadi lebih instan dan mudah. Perubahan ini mendorong seseorang untuk menjalani gaya hidup *sedentary*. Gaya hidup *sedentary* biasa dikenal dengan istilah *rebahan* atau *mager*. Sesuai yang dikatakan oleh Dokter Spesialis Gizi Klinik Siloam Hospitals, dr. Christopher Andrian pada laman Investor.id, Gaya hidup Sedentari pada dasarnya adalah kebiasaan malas bergerak atau menetap pada suatu posisi dalam waktu lama serta minim beraktivitas secara fisik/tubuh. *Sedentary Lifestyle* ditujukan kepada seseorang yang memiliki aktivitas fisik yang rendah dimana mereka mayoritas

menghabiskan waktunya dengan tidur-tiduran sekaligus *scrolling* media sosial maupun menonton tv atau film (Handayani, 2021).

Aktivitas rebahan ini pun diperparah dengan adanya situasi pandemi corona yang membuat dunia terisolasi dari aktivitas secara fisik. Namun meski begitu, aktivitas di dunia digital mengalami peningkatan secara drastis. Peningkatan aktivitas digital salah satunya terjadi pada media sosial twitter yang penggunaanya memiliki label sebagai "*kaum rebahan*". Seperti yang dikutip oleh Pikiran-rakyat.com dari *Japan Today*, jumlah pengguna aktif harian di Twitter meningkat menjadi 186 juta pengguna pada kuartal kedua tahun 2020 (Sinuhaji, 2020).

Generasi muda saat ini memang mendapatkan streatip sebagai "*kaum rebahan*" yang identik dengan malas, tidak produktif, tidak memiliki target, dan stereotip negatif lainnya. Akan tetapi Generasi muda saat ini sebenarnya memiliki potensi yang berharga dalam diri mereka. menurut Yoris Sebastian dalam bukunya *Generasi Langgas Millenials Indonesia*, anak remaja memiliki beberapa kelebihan yaitu; kreatif, dinamis, serba cepat dan pintar dalam teknologi dan media sosial (Rasyid, 2020).

Berdasarkan kelebihan dan kekurangan dari "*kaum rebahan*" ini, Produktifkuy sebagai platform pendidikan, memberikan fasilitas secara gratis kepada anak SMA dari seluruh indonesia untuk mengikuti kegiatan *mentoring* yaitu "*Mentorkuy*" dalam rangka meningkatkan

personal development para peserta. Program ini akan berlangsung selama 3 bulan secara online yang dimana setiap mentor akan mengasah dan mendampingi kurang lebih 5 peserta sesuai dengan minat yang dipilih. Dalam program ini terdapat 11 mentor yang merupakan mahasiswa dari PTN terbaik. Sesi mentoring dilakukan minimal satu kali dalam sebulan selama tiga bulan secara *online*. Adapun media *online* dan bentuk kegiatan kelompok setiap mentor diserahkan sesuai dengan kehendak masing-masing mentor. Diluar sesi pertemuan secara *online*, para peserta dapat bertanya kepada mentornya melalui aplikasi chat *online*.

Edtech atau penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam layanan pendidikan pada masa pandemi mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Penggunaan *edtech* dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi penyebaran virus corona dengan membuat para murid dari tingkat pra-sekolah hingga perguruan tinggi belajar dirumah. Fenomena ini menjadi salah satu sektor *edtech* di indonesia mengalami kemajuan menyusul negara-negara global yang sudah terlebih dahulu menerapkan *edtech*. Tidak hanya pada sektor pendidikan formal, permintaan *edtech* pada sektor pendidikan informal juga mengalami peningkatan sehingga pertumbuhan berbagai platform pendidikan informal seperti webinar, kursus maupun kegiatan mentoring muncul secara masif.

Kegiatan *mentoring* yang dilakukan secara *online* tentu berbeda dengan mentoring yang

dilakukan secara *offline*. Mentor/*National Mentoring Partnership* mendefinisikan mentoring sebagai bentuk hubungan yang dilandasi rasa kepercayaan yang terstruktur yang melibatkan remaja dimana proses ini menawarkan bimbingan, dukungan dan memberikan semangat yang bertujuan mengembangkan kompetensi dan karakter peserta. Fokus dari kegiatan ini adalah pengembangan pribadi dan juga karir. Dalam prosesnya, dibutuhkan adanya kedekatan dan relasi diantara mentor dan juga pesertanya. Dengan kata lain, dalam kegiatan komunikasi diantara mentor dan peserta, terdapat unsur persuasif. Mentor akan menyampaikan pesan dan menjawab pertanyaan sekaligus membimbing para peserta. Komunikasi yang terjalin tentu jauh lebih personal dibandingkan kegiatan lain seperti seminar ataupun *workshop*. Para peserta harus memiliki persamaan merasa familiar agar kegiatan mentoring dapat berlangsung dengan baik. Selain itu, latar belakang mentor haruslah sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman yang ingin dicapai oleh para peserta.

Selama kegiatan Mentorkuy berlangsung dari bulan Desember 2020 hingga febuari 2021, *personal development* para peserta diharapkan meningkat dan mereka mendapatkan skill baru yang dapat dipergunakan. Akan tetapi, dibalik kesuksesan dan kelancaran program Mentorkuy *batch* 1, terdapat beberapa para peserta yang masih merasa belum tergerak sepenuhnya untuk meningkatkan *personal development* mereka.

HUBUNGAN ANTARA PROGRAM MENTORKUY DENGAN SIKAP PESERTA TERHADAP PERSONAL DEVELOPMENT
(ATIKAH NABILAH SARI, HANNY HAFIAR, FX ARI AGUNG PRASTOWO)

Permasalahan yang terjadi juga terdapat pada Mentor yang menjadi komunikator dari program ini. Sebelum kegiatan dimulai, calon peserta diberikan form registrasi dimana mereka berhak memilih mentor yang akan berpengaruh pada pesan yang mereka dapatkan. Hal ini dikarenakan pesan diberikan sesuai dengan *skill* yang dimiliki oleh para mentor. Akan tetapi, pengenalan *skill* setiap mentor belum terlalu signifikan. *Skill* yang dimiliki oleh para mentor hanya diperkenalkan melalui feed Instagram yang tidak menggambarkan pesan yang akan diberikan secara spesifik. Dengan begitu hal tersebut berpengaruh terhadap proses pemilihan para mentor yang tidak terlalu sesuai dengan minat dari calon peserta. Dalam proses pelaksanaannya, beberapa peserta juga mengaku bahwa para mentor kurang menceritakan pengalaman dan pencapaian yang telah mereka lakukan secara lebih dalam. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap kepercayaan para peserta terhadap kredibilitas para mentor.

Dalam program *mentoring* yang telah dilakukan, pesan yang diberikan sepenuhnya diserahkan kepada para mentor. CHRO sekaligus *co-founder*, Willy Dinata, mengatakan para mentor berhak menentukan jadwal pertemuan dan isi pesan yang akan diberikan. Adanya kebebasan para mentor ini menyebabkan struktur dan treatment yang diterima oleh setiap kelompok berbeda. Dengan begitu, hasil akhir dari perubahan para peserta

setelah program mentorkuy pun juga akan berbeda.

Hasil wawancara dari beberapa peserta juga menunjukkan bahwa mereka cukup terbantu dengan adanya kegiatan mentorkuy. Mereka dapat mengisi waktu luang, menambah ilmu baru dan juga menambah teman. Akan tetapi mereka mengeluhkan periode kegiatan mentorkuy yang cenderung singkat yaitu hanya tiga pertemuan dalam tiga bulan. Pertemuan yang singkat ini disayangkan oleh beberapa peserta. Mereka berharap Mentorkuy yang selanjutnya mengadakan pertemuan yang lebih banyak lagi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data kuantitatif dari hasil pengumpulan angket, wawancara pra – riset dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dilakukan deskriptif dan inferensial. Analisis data deskriptif menurut Sugiyono (dalam Pratiwi, 2017) digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan analisis inferensial, digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sukma et al., 2016).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Penulis menggunakan

metode korelasional, karena penulis akan menguji sejauh mana hubungan antara program mentorkuy yang diadakan oleh produktifkuy dengan sikap peserta terhadap personal development. Dalam rangka menguji hubungan tersebut, maka dibuat hipotesis yang menggambarkan hubungan antar dua variabel yaitu program mentorkuy (sebagai variabel X) dengan sikap peserta terhadap personal development (sebagai variabel Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori persuasi yaitu, *Instrumental Theory of persuasions* dari Holvand, Janis dan Kelly. Model ini menjelaskan bagaimana komunikasi persuasif mampu mempengaruhi perubahan opini seseorang dan selanjutnya mampu merubah sikap serta perilaku seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

“Attitude can be change by changing related opinions (or information) (hat a person has about the object. Opinions are like other “habits” in that they tend to persist unless the person undergoes some new learning experience” (Tan, 1981)

Asumsi dasar dalam teori ini dikemukakan oleh Hovland et, al (dalam Tan, 1981) yaitu sikap dapat diubah melalui opini (informasi) yang dimiliki komunikan tentang suatu objek melalui komunikasi yang bersifat persuasif.

Berdasarkan hasil uji signifikansi pada tabel uji korelasi antara Program Mentorkuy dengan Sikap Peserta terhadap Personal Development, diperoleh nilai t hitung sebesar

3,313 dan nilai t tabel dengan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 2,013 maka dapat dilihat bahwa t hitung ($3,313 > t$ tabel 2,013) sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara program mentorkuy dengan sikap peserta terhadap *personal development*. Koefisien korelasi sebesar 0,794 menunjukkan keeratan hubungan antara program mentorkuy dengan sikap peserta terhadap *personal development* merupakan hubungan yang kuat.

Hubungan yang kuat ini dapat terjadi karena program mentorkuy memiliki komunikator dan pesan yang sudah selaras sebagai stimulus untuk para peserta. Stimulus tersebut diberikan melalui komunikasi persuasif berupa informasi atau gagasan baru sehingga terjadi perubahan sikap. Pesan tersebut diberikan untuk mengganggu kestabilan sikap dan membuat terjadinya perubahan sikap karena munculnya kontradiksi dan inkonsistensi pada sikap seseorang (Azwar dalam Ardyati, 2019). Menurut Edwin P. Bettinghause dalam bukunya *Persuasive Communications*, untuk mencapai suatu komunikasi yang persuasif, komunikasi mempunyai syarat sebagai berikut:

“in order to be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change the behavior through the transmission of some message”(Effendy, 1993 dalam Qonita et al., 2016)

Berdasarkan *instrumental theory of persuasion*, faktor sumber dititikberatkan

HUBUNGAN ANTARA PROGRAM MENTORKUY DENGAN SIKAP PESERTA TERHADAP PERSONAL DEVELOPMENT
(ATIKAH NABILAH SARI, HANNY HAFIAR, FX ARI AGUNG PRASTOWO)

kepada komunikator yang meliputi keahlian (*expertise*) dan keterpercayaan (*trustworthiness*) serta daya tarik (*attractiveness*). Selanjut adalah pesan berupa materi yang diberikan kepada para peserta selama program mentorkuy berlangsung. Dalam model *instrumental theory of persuasion*, faktor pesan yang baik adalah pesan yang memiliki struktur pesan (*message structure*), gaya pesan (*message style*), dan daya tarik pesan (*message appeals*).

Dari dua faktor yang berhubungan dengan perubahan sikap terhadap *personal development*, hubungan yang paling kuat adalah hubungan antara faktor pesan (X_2) dengan sikap peserta terhadap *personal development* dengan koefisien korelasi sebesar (0,797). Hubungan yang kuat ini diakibatkan oleh tiga sub variabel yaitu struktur pesan, gaya pesan dan daya tarik pesan. Adapun diantara ketiga sub variabel tersebut, daya tarik pesan memiliki nilai yang paling kuat lalu diikuti oleh gaya pesan dan terakhir struktur pesan.

Tabel 1. Uji Korelasi antara Faktor Pesan Program Mentorkuy dengan Perubahan Opini, Persepsi, Afeksi dan Perilaku Peserta terhadap Personal Development

Variabel	Korelasi (r_s)	t _{hitung}	t _{tabel}	Hipotesis	Kesimpulan
Faktor Pesan Program Mentorkuy dengan Sikap Peserta terhadap <i>Personal Development</i>	0,797	4,342	2,013	H ₀ ditolak	Terdapat Hubungan yang kuat

Sumber: Pengolahan Data 2021

Berdasarkan hasil uji signifikansi pada tabel uji korelasi Korelasi antara Faktor Pesan Program Mentorkuy dengan Perubahan Opini, Persepsi, Afeksi dan Perilaku Peserta terhadap Personal Development, diperoleh nilai t hitung sebesar 4,342 dan nilai t tabel dengan $\alpha = 5\%$ dan dk (derajat kebebasan) = $n-k-1 = 46$ adalah sebesar 2,013 maka dapat dilihat bahwa t hitung (4,342) > t tabel (2,013) sehingga H₀ ditolak. Koefisien korelasi sebesar 0,797 menunjukkan keeratan hubungan antara faktor pesan dengan sikap peserta terhadap personal development merupakan hubungan yang kuat.

Daya tarik dari materi yang disampaikan terdiri dari *Emotional appeals* dan *Rational appeals*. yaitu motif-motif psikologis yang dikandung suatu pesan. Rasional, mencoba untuk meyakinkan penerima untuk mengambil keyakinan mereka dengan menyajikan bukti yang empiris (nyata) dan logis yang mendukung.” (Tan, 1981). Pesan – pesan rasional masih memerlukan aspek afektif untuk dapat membawa perubahan pada sikap, sedangkan pesan – pesan emosional memerlukan pula rasionalisasi untuk mengubah komponen kognitif individu. (Azwar, 1995).

Daya tarik emosional dari materi yang disampaikan adalah pemberian contoh serta pengalaman seseorang sebagai bukti dan referensi tentang peningkatan *personal development*. Pengalaman tentang nilai dan keberhasilan seseorang diberikan untuk menarik perhatian para peserta secara emosional. Dengan

menarik perhatian para peserta secara emosional, membuat para peserta lebih mudah dipersuasi untuk meningkatkan *personal development*. Sedangkan daya tarik rasional diberikan dari penyajian materi dengan menggunakan alat peraga tambahan seperti video, presentasi dan alat peraga lainnya. Hal ini dilakukan agar materi tidak disampaikan secara monoton melainkan materi disampaikan dengan penjelasan yang baik dan alat peraga tambahan. Alat peraga tambahan seperti foto atau video yang digunakan untuk menambah visualisasi dalam rangka mengorganisasikan penyusunan materi. Pengorganisasian materi melalui visualisasi bertujuan agar materi yang disampaikan menjadi lebih menarik sehingga peserta lebih mudah mencerna informasi yang telah diberikan dan memberikan gambaran terkait informasi tersebut.

Hubungan yang kuat antara faktor pesan dengan sikap peserta terhadap *personal development* juga diakibatkan oleh gaya pesan dengan ciri *Message comprehensibility* atau pesan yang mudah dipahami dan *Message characteristics and source evaluation* atau penyampaian pesan secara jelas. Gaya pesan atau penyusunan bahasa yang dimiliki mentorkuy memiliki susunan yang baik dan mudah dipahami. Para mentor menggunakan bahasa dan istilah universal dan mudah dimengerti oleh para peserta. Dikarenakan para peserta masih menduduki bangku SMA, istilah yang digunakan tidaklah rumit. Bahasa yang digunakan juga tidaklah baku melain

menggunakan bahasa yang santai namun sopan. Penyusunan bahasa yang digunakan juga menggunakan istilah yang populer di kalangan anak remaja.

Penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan bahasa populer telah memenuhi salah satu dari 5 variabel gaya pesan berdasarkan hipotesis oleh dalam Carbone dan Mar'at yaitu *human interest* (Mar'at, 1984). Variabel tersebut mengatakan bahwa pesan akan lebih mudah dipahami sejauh mana pesan memiliki hubungan dengan penerimaan pesan. Hal ini diukur dari kata ataupun kalimat yang memiliki keterikatan personal dengan penerima pesan.

Penyusunan bahasa dari materi mentorkuy juga disampaikan dengan suara yang lantang sehingga dengan mudah didengar oleh para peserta. Dalam *Message characteristics and source evaluation*, evaluasi sumber komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh materi apa yang disampaikan tetapi juga tentang bagaimana para mentor menyampaikan materi tersebut. Selama program mentorkuy berlangsung, para mentor menyampaikan dengan suara lantang dengan menggunakan *mic* tambahan agar para peserta daring dapat mendengar materi secara jelas. Mereka juga berupaya untuk menggunakan volume yang cukup tinggi dan selalu memastikan kepada para peserta mengenai kejelasan suara mereka. Hal ini juga sesuai dengan salah satu dari 5 variabel gaya pesan berdasarkan hipotesis yaitu, *Listenability* (Mar'at, 1984). Variabel tersebut mengacu pada pemahaman pesan yang diukur dari kata

HUBUNGAN ANTARA PROGRAM MENTORKUY DENGAN SIKAP PESERTA TERHADAP PERSONAL DEVELOPMENT
(ATIKAH NABILAH SARI, HANNY HAFIAR, FX ARI AGUNG PRASTOWO)

maupun kalimat yang dapat didengar dengan jelas oleh para peserta.

Selain *Message comprehensibility* dan *Message characteristics and source evaluation*, terdapat *Repetition of persuasive messages* dalam ciri gaya pesan menurut De Vito (Tan, 1981) Pengulangan pesan yang dimaksud adalah pengulangan terpaan stimulus penting untuk meningkatkan kesukaan terhadap objek. Namun dalam gaya pesan dalam penyampaian materi mentorkuy tidak menggunakan repetisi. Sebaliknya, dalam setiap pertemuan, para mentor selalu memberikan materi yang berbeda dengan pertemuan sebelumnya. Adapun pengulangan hanya membahas *personal development* secara umum sebagai pengantar. Berkaitan dengan repetisi, komunikasi yang efektif adalah mengemukakan kesimpulan komunikasi secara eksplisit kepada subjek yang sikapnya hendak diubah, dan dengan mengulang – ulang argumentasi yang mendukung sikap yang dituju (Asri et al., 2016). Akan tetapi pengulangan pesan justru akan mendatangkan penolakan dari individu yang menjadi target. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cacioppo dan Petty (1986), ditemukan bahwa pengulangan akan menaikkan perubahan sikap tapi kemudian kalau diteruskan juga pengulangan itu akan menurunkan efeknya. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan gaya pesan dalam materi mentorkuy.

Struktur pesan dalam materi mentorkuy adalah penyebab terakhir yang membuat

hubungan antara faktor pesan dengan sikap peserta terhadap *personal development* memiliki hubungan yang kuat. Struktur pesan merupakan cara penyampaian argumen terhadap peserta yang mencakup satu sisi atau dua sisi sudut pandang yang akan diambil. Dalam penyampaian materi, para mentor sepakat untuk menggunakan teknik penyampaian *two-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan di mana komunikator selain mengemukakan hal yang baik-baik juga menyampaikan hal yang kurang baik. Komunikator memberi kesempatan kepada para peserta untuk berpikir apakah ada keuntungan bagi mereka mendapatkan informasi yang disampaikan (Desiana et al., 2021). *Two-side issue* yang disampaikan mengenai keunggulan dari pentingnya meningkatkan *personal development* bagi kaum remaja (khususnya tingkat SMA) tetapi juga kerugian apabila kaum remaja tidak meningkatkan *personal development*.

Terkait struktur pesan pada materi, para mentor diberikan kebebasan sepenuhnya dalam menentukan kapan mereka akan memberikan materi dan apa saja yang akan mereka bahas. Materi yang diberikan juga disesuaikan dengan *skill* apa saja yang mereka kuasai. Seperti yang diungkapkan oleh Willy Dinata, salah satu mentor dari mentorkuy sekaligus CHRO dan *co-founder* Produtifkuy:

“Untuk materinya *tuh*, kami serahkan sepenuhnya kepada tiap – tiap mentor. Jadi, *tiap – tiap* mentor *tuh*, berhak menentukan

kan mereka mentoring dan juga apa yang ingin dibawakan ketika mentoring. Jadi kami serahkan semua ke mentor.” (Willy Dinata, *co founder* dan CHRO Produktifkuy, 15 maret 2021)

Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kelompok mentoring mendapatkan materi yang berbeda tergantung mentor mereka. Namun meskipun berbeda – beda, *quality control* tetapi dilakukan dengan mengadakan LPJ setiap bulan. Dimana dalam LPJ tersebut, setiap mentor akan menjelaskan mentoring yang telah dilakukan selama sebulan ke belakang dan bagaimana perkembangan dari setiap peserta. Seperti yang diungkapkan oleh Willy Dinata, salah satu mentor dari mentorkuy sekaligus CHRO dan *co – founder* Produktifkuy:

“Tiap bulan kami pasti ada LP, tiap tutor itu membawakan atau mungkin menjelaskan terkait mentoring mereka selama sebulan belakangan. Dan juga menjelaskan perkembangan tiap – tiap anak tuh gimana” (Willy Dinata, *co founder* dan CHRO Produktifkuy, 15 maret 2021)

Berdasarkan hasil uji signifikansi pada tabel uji korelasi Korelasi antara faktor sumber program mentorkuy dengan perubahan opini, persepsi, afeksi dan perilaku peserta terhadap personal development, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,735 dan nilai t tabel dengan $\alpha = 5\%$ dan dk (derajat kebebasan) = $n-k-1 = 46$ adalah sebesar 2,013 maka dapat dilihat bahwa t hitung ($3,735 > t$ tabel (2,013) sehingga H_0 ditolak. Koefisien korelasi sebesar 0,736 menunjukkan keeratan hubungan antara faktor sumber dengan

sikap peserta terhadap personal development merupakan hubungan yang kuat.

Tabel 1 Uji Korelasi antara Faktor Sumber Program Mentorkuy (X1) dengan Perubahan Opini, Persepsi, Afeksi dan Perilaku Peserta terhadap *Personal Development* (Y)

Variabel	Korelasi (rs)	tHitung	tTabel	Hipotesis	Kesimpulan
Faktor Sumber Program Mentorkuy dengan Sikap Peserta terhadap Personal Development	0,736	3,735	2,013	H_0 ditolak	Terdapat Hubungan yang kuat

Sumber: Pengolahan Data 2021

Faktor sumber dititikberatkan kepada kredibilitas komunikator yang meliputi keahlian dilihat dari tingkat sejauh mana sumber dianggap mengetahui jawaban yang benar oleh audiens, keterpercayaan pada komunikator yang dilihat dari tingkat audiens dimotivasi oleh sumber untuk mengkomunikasikan pendiriannya tanpa prasangka (Tan, 1981).

Hubungan yang kuat antara faktor sumber dengan sikap peserta terhadap *personal development* diakibatkan oleh keahlian para mentor. Mereka adalah para tutor dalam program BBP (Belajar Bareng Produktifkuy) yang diseleksi kembali menjadi 11 orang. Mereka merupakan mahasiswa dari PTN yang dipastikan oleh produktifkuy memiliki kemampuan dan *skill* tertentu untuk bisa

HUBUNGAN ANTARA PROGRAM MENTORKUY DENGAN SIKAP PESERTA TERHADAP PERSONAL DEVELOPMENT
(ATIKAH NABILAH SARI, HANNY HAFIAR, FX ARI AGUNG PRASTOWO)

menjadi mentor. Berikut adalah daftar para mentor beserta asal PTN dan *skill* yang mereka miliki:

Proses pengenalan dan bagaimana para mentor menunjukkan *skill* mereka kepada para peserta merupakan hal yang penting. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan kepada para peserta bahwa mentor memang memiliki keahlian. Dengan begitu, para peserta akan semakin yakin bahwa para mentor memiliki keahlian sehingga mereka terpersuasi. Seperti yang dikatakan oleh Kenneth Laurence Neal mengenai *perceive competence* dalam bukunya yang berjudul “*Six Key Communication Skills for Records and Information Managers*” (Laurence, 2014)

Untuk menarik perhatian para peserta, para mentor membawakan program ini dengan aktif, ekspresif dan ramah. Hal ini dilakukan untuk menciptakan keakraban dengan para peserta. Apabila dikaitkan dengan *instrumental theory of persuasion*, aspek kesukaan (*liking*) merupakan rasa menyukai audiens terhadap komunikator yang mereka sukai (Tan, 1981). Dalam menyampaikan materi, para mentor menggunakan bahasa yang sopan dengan penyampaian yang menarik perhatian para peserta. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian para peserta.

Meskipun para mentor sudah berusaha untuk tampil secara menarik dan sopan, dibandingkan dengan indikator daya tarik lainnya, daya tarik fisik mendapatkan nilai

paling rendah. Daya tarik fisik itu sendiri bersifat subjektif. Daya tarik fisik seseorang tidak akan memiliki dampak yang sama kepada satu orang dengan yang lainnya. Berkenaan dengan hal tersebut, Stone, Singletary dan Richmond (dalam Venus, 2009) mengatakan bahwa daya tarik fisik sebenarnya bersifat perseptual dalam arti bergantung pada persepsi orang yang melihatnya.

Sedangkan sub variabel yang paling rendah berasal dari keterpercayaan sumber. Meskipun begitu, indikator kepercayaan masih dalam kategori yang sangat kuat (88%). Kuatnya keterpercayaan sumber dikarenakan prestasi para mentor yang ditunjukkan kepada para peserta melalui akun instagram produktifkuy. Pada tahap ini, para peserta diberikan kesempatan untuk mempertimbangkan dan memilih mentor yang mereka inginkan. Prestasi dan pengalaman yang dimiliki para mentor juga disampaikan dalam interaksi antara mentor dengan para peserta. Interaksi tersebut dapat berbentuk interaksi satu arah ketika mentor menceritakan pengalamannya maupun dua arah ketika peserta bertanya lebih lanjut untuk mengenal mentor mereka.

Tingginya keterpercayaan sumber juga diakibatkan oleh penyediaan sumber data dan referensi data materi yang disampaikan. Adanya data dan referensi membuktikan bahwa komunikator menyampaikan kebenaran tanpa adanya kepentingan untuk memanipulasi.

Sumber yang terpercaya disebut sebagai sumber yang objektif. Dan juga sumber yang dipercaya, bagi audiens, tak memiliki niatan untuk melakukan manipulasi (Tan, 1981).

Faktor pesan dan faktor sumber yang telah dibahas sebelumnya merupakan stimulus yang diberikan kepada para peserta dalam program mentorkuy. Dalam proses komunikasi persuasi, stimulus yang diberikan disertai dengan argumentasi yang dapat meyakinkan para peserta. Selanjutnya, para peserta akan memberikan respon dari stimulus yang telah diberikan sebagai opini mereka. Adapun para peserta akan memberikan respon implisit yang menunjukkan orientasi dari sebuah objek, individu, kelompok ataupun simbol - simbol tertentu sebagai sikap (Tan, 1981).

Perubahan sikap dapat terjadi dengan mengubah opini atau informasi seseorang mengenai suatu objek. Salah satunya adalah mempelajari opini atau ide baru melalui komunikasi persuasif yang disertai argumentasi untuk meyakinkan peserta agar menerima opini atau ide baru tersebut. Opini adalah jawaban verbal sebagai sebuah respon dari stimulus komunikasi. Sedangkan sikap adalah respon implisit yang menunjukkan orientasi dari sebuah objek, individu, kelompok ataupun simbol – simbol tertentu (Tan, 1981). Hovland, Janis dan Kelly (dalam Tan, 1981) menjelaskan bagaimana komunikasi persuasif dapat berakibat pada perubahan opini seseorang serta selanjutnya mampu merubah sikap dan perilaku

seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Perubahan sikap yang diharapkan terjadi dari para peserta adalah para peserta akan terus meningkatkan *personal development* mereka yang meliputi produktivitas, manajemen waktu dan pendidikan dalam konteks ini adalah pendidikan non – formal yaitu mempelajari *hard skill* dan *soft skill*. Menurut Hovland dalam Tan (1981:95) perubahan sikap meliputi perubahan opini (*opinion change*), perubahan persepsi (*perception change*), perubahan perasaan atau emosi (*affect change*) dan perubahan tindakan (*action change*). Perubahan sikap peserta dimulai dari perubahan opini mengenai mengenai *personal development* bagi anak muda. Pada tahap perubahan opini, peserta akan memiliki opini bahwa anak muda harus produktif, berpendidikan dan mampu mengatur waktu dengan baik serta meningkatkan *value* dengan mengasah *soft skill*. Perubahan opini selanjutnya yaitu mengenai sumber belajar yang tidak hanya dari pendidikan formal tetapi juga dari sumber lain seperti menonton film, webinar dan kegiatan lainnya.

Perubahan selanjutnya adalah perubahan persepsi. Persepsi merupakan pemberian makna pada stimulus inderawi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman para peserta terhadap *personal development*. Persepsi akan membuat para peserta dapat melukiskan objek serta objek – objek lain yang berhubungan dengan objek utama. Pengetahuan dan pengalaman para peserta mengenai *personal*

HUBUNGAN ANTARA PROGRAM MENTORKUY DENGAN SIKAP PESERTA TERHADAP PERSONAL DEVELOPMENT
(ATIKAH NABILAH SARI, HANNY HAFIAR, FX ARI AGUNG PRASTOWO)

development akan membentuk perubahan persepsi dalam benak peserta. Aspek yang diukur dalam perubahan persepsi sama dengan aspek pada perubahan opini.

Perubahan ketiga adalah perubahan afeksi, yaitu perubahan rasa suka atau tidak suka peserta terhadap program mentorkuy. Perubahan afeksi juga hasil dari evaluasi emosional peserta terhadap *personal development*. perubahan afeksi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu perubahan afeksi terhadap program mentorkuy dan juga *personal development*.

Perubahan afeksi terhadap program mentorkuy diupayakan sebagai strategi persuasif. Menurut Azwar (1995), salah satu strategi persuasi yang perlu diperhatikan adalah langkah awal untuk membuat target berada dalam emosi yang menyenangkan. Maka dari itu, penting untuk membuat para peserta menyukai dan puas terhadap materi yang disampaikan. Penelitian mengemukakan bahwa orang yang hatinya sedang senang akan lebih mudah dikenai persuasi (Azwar, 1995; Mackie & Worth, 1989)

Dari hasil penelitian mengenai perubahan afeksi didapatkan bahwa perubahan afeksi para peserta terhadap program mentorkuy lebih besar yaitu 81.42 persen. Sedangkan perubahan afeksi terhadap *personal development* mendapatkan jumlah persentase sebesar 77.34 persen. Lalu pada perubahan afeksi terhadap kepercayaan diri untuk *public speaking* mendapatkan nilai yang paling rendah.

Pada yang terakhir adalah perubahan sikap yaitu perubahan tindakan, yaitu tingkah laku secara nyata. Perubahan perilaku adalah serangkaian gerak empiris komunikasi yang nampak sesuai dengan harapan komunikator (Tan, 1981). Perubahan tindakan atau tingkah laku terjadi pada beberapa aspek, yaitu: peningkatan *skill*, *to do list* dan *time management*, kebiasaan baik sehari – hari, target berdasarkan skala prioritas dan kegiatan positif untuk mendukung target tersebut.

Berdasarkan data yang didapatkan, hampir seluruh peserta terus meningkatkan *personal development* mereka dengan mempelajari *skill* yang ingin mereka kuasai. Para peserta juga telah menentukan target yang ingin mereka capai kedepannya. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa para peserta telah mengetahui apa yang mereka inginkan untuk masa depan mereka. Akan tetapi beberapa peserta belum optimal dalam aspek *to do list* dan *time management*. Hal ini dapat dilihat dari adanya keraguan sebesar 27 persen. Keraguan juga terdapat pada aspek kebiasaan baik sehari-hari sebesar 24 persen dan 1 responden tidak setuju. Padahal kedua aspek tersebut berperan penting untuk meningkatkan produktivitas sehari-hari untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.

Manajemen waktu menurut Leman (dalam Mulyani, 2013) adalah:

“Manajemen waktu adalah penggunaan dan pemanfaatan waktu sebaik-baiknya,

seoptimal mungkin dengan melakukan perencanaan aktivitas secara terorganisir dan matang.”

Dengan kata lain, manajemen waktu memiliki manfaat agar pekerjaan maupun kegiatan dilakukan secara efektif dan efisien. Suatu kegiatan dikatakan efektif dan efisien dilihat dari tercapainya tujuan ataupun target yang telah ditetapkan. Begitu pula dengan *to do list*, yaitu daftar kegiatan apa saja yang perlu dilakukan dalam jangka waktu sehari. *To do list* berguna agar kita dapat mengetahui apa saja yang akan kita lakukan dalam sehari sehingga kegiatan kita dapat terorganisir dengan baik.

Personal development juga dapat ditingkatkan dengan melakukan kebiasaan baik sehari – harinya. Dengan melakukan kebiasaan baik dapat meningkatkan produktivitas seseorang. Akan tetapi melakukan suatu kegiatan hingga menjadi suatu kebiasaan memerlukan adanya konsisten dalam diri seseorang. Sehingga Membiasakan hal baik dalam diri seseorang memerlukan waktu, motivasi dan juga tekad. Azwar mengatakan bahwa sikap juga memiliki konsistensi. Konsistensi sikap diperlihatkan oleh kesesuaian sikap antar waktu. Untuk dapat konsisten, sikap harus bertahan dalam diri individu untuk waktu yang relatif panjang (Azwar, 1995)

SIMPULAN

Hubungan antara faktor sumber dengan sikap peserta terhadap personal development memiliki hubungan yang kuat. Hal ini

dikarenakan Para mentor memiliki kredibilitas yang baik. Para mentor merupakan mahasiswa PTN yang telah diseleksi dan memiliki skill tertentu. Keterpercayaan para mentor juga diperkuat dengan prestasi dan pengalaman mereka sehingga kredibilitas para mentor semakin kuat sehingga para peserta dapat tersuasi. Apalagi para mentor juga memiliki daya tarik dengan membawakan program mentorkuy secara aktif, ramah dan ekspresif.

Hubungan antara faktor pesan dengan sikap peserta terhadap personal development memiliki hubungan yang kuat. Hal ini dikarenakan materi yang disampaikan menarik secara emosional dan rasional. Daya tarik emosional diberikan melalui pemberian contoh serta pengalaman seseorang sebagai bukti dan referensi tentang peningkatan personal development. Sedangkan daya tarik rasional diberikan dengan penyajian materi yang menggunakan alat peraga tambahan seperti video, presentasi dan alat peraga lainnya. Materi juga disampaikan dengan bahasa populer dan mudah dipahami oleh peserta sehingga mereka lebih mudah lebih mudah mengerti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyati, N. (2019). Pengelolaan Kesan Komunikasi Persuasif Personal Sales. *Nyimak: Journal of Communication*, 3 (2),169.<https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i2.1779>
- Astri, D. N., Afifah, D. R., & Triningtyas, D. A. (2016). Implementasi Pelatihan Personal

HUBUNGAN ANTARA PROGRAM MENTORKUY DENGAN SIKAP PESERTA TERHADAP PERSONAL DEVELOPMENT
(ATIKAH NABILAH SARI, HANNY HAFIAR, FX ARI AGUNG PRASTOWO)

- Development Dalam Mengembangkan Konsep Diri Positif Pada Warga Rumah Pintar “Bunga Padi” Di Kabupaten Madiun. *Counsellia: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3 (1). <https://doi.org/10.25273/counsellia.v3i1.229>
- Azwar, S. (1995). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya Edisi Kedua* (2nd ed., Vol. 1). Pustaka Pelajar Offset.
- Desiana, R., Novianti, E., & Khadijah, L. U. (2021). Strategi Komunikasi Pariwisata Berbasis Budaya Dalam Menunjang Pariwisata Di Kawasan Bandung Utara. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 3 (1). <http://jurnal.unpad.ac.id/tornare/article/view/31663/14718>
- Handayani, I. (2021, May 26). *Siloam Hospitals TB Simatupang Ingatkan Risiko Gangguan Kesehatan “Kaum Rebahan.”* Investor.Id. <https://investor.id/lifestyle/249520/siloam-hospitals-tb-simatupang-ingatkan-risiko-gangguan-kesehatan-kaum-rebahan>
- Laurence, N. (2014). *Six Key Communication Skills for Records and Information Managers* (1st ed., Vol. 1). Elsevier Science & Technology.
- Mackie, D. M., & Worth, L. T. (1989). Processing deficits and the mediation of positive affect in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(1), 27–40. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.1.27>
- Mar’at. (1984). *Sikap Manusia: Perubahan serta Pengukurannya* (2nd ed., Vol. 2). Ghalia Indonesia.
- Mulyani, M. D. (2013). Hubungan antara Manajemen Waktu dengan Self Regulated Learning pada Mahasiswa. *Educational Psychology Journal*, 1(Psikologi), 44.
- Petty, R., & Cacioppo, J. (1986). *Communication and Persuasion Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer.
- Pratiwi, N. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179/804>
- Qonita, A., Romli, R., & Budiana, H. R. (2016). Hubungan Sosialisasi Sociopreneurship Dengan Pembentukan Sikap Wirausaha Partisipan Pada Forum Kreatif Jatinangor. *Communication*, 7(1). <https://doi.org/10.36080/comm.v7i1.78>
- Rasyid, A. (2020, January 2). *Suka Duka Menjadi Generasi Milenial (Kaum Rebahan)*. Geotimes.Id. <https://geotimes.id/opini/suka-duka-menjadi-generasi-milenial-kaum-rebahan/>
- Sinuhaji, J. (2020, July 25). *Dunia Terisolasi Pandemi Covid-19, Pengguna Twitter Meningkat*. PikiranRakyat.Com. <https://www.pikiranrakyat.com/teknologi/pr->

01634954/ dunia-terisolasi-pandemi-covid-19-pengguna-twitter-meningkat
Sukma, R. N., Sumartias, S., & Sjafirah, N. A. (2016). Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner Di Kota Sukabumi.

Jurnal Kajian Komunikasi, 4(1), 28–43.

<https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.3>

Tan, A. (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Grid Publishing.

Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye*, (1st ed., Vol. 2). Simbiosis Rekatama Media.