

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU HIJAB *I'M IN LOVE*
KARYA OKI SETIANA DEWI**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:
Fitra Febiani
NIM. 11210111

Pembimbing :
Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si.M.A.Ph.D.

NIP 19710919 199603 2 001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 239 /2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU HIJAB I'M IN LOVE KARYA
OKI SETIANA DEWI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FITRA FEBIANI
NIM/Jurusan : 11210111/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu, 30 Desember 2015
Nilai Munaqasyah : 85,8 (A/B)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Alimatus Sibtiah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D
NIP 19710919 199603 2 001

Penguji II,

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 19680103 199503 1 001

Penguji III,

Saptoni, S.Ag., M.A.
NIP 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 25 Januari 2016

Dekan,



Dr. Nurjanah, M.Si
NIP 19600316 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856 YOGYAKARTA
55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Fitra Febiani

NIM : 11210111

Judul Skripsi : Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Hijab *I'm In Love* Karya Oki Setiana Dewi

Sudah dapat diajukan kemabali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 18 Desember 2015

Ketua Jurusan KPI



Muhoza Umamah, S.Ag., M.Si
NIP. 19970919 199703 2 001

Pembimbing

Alimatul Oibtiyah, S.Ag., M.Si, M.A., Ph.D.
NIP. 19710919 199603 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitra Febiani
NIM : 11210111
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul: **“Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Hijab I’m In Love Karya Oki Setiana Dewi”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Desember 2015

Yang menyatakan,



Fitra Febianai
NIM. 11210111

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitra Febiani
NIM : 11210111
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkut pautkan kepada pihak fakultas

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 16 Desember 2015

Yang menyatakan



Fitra Febiani

Fitra Febiani

11210111

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

**Kedua Orang Tuaku (Puadi & Sutinah) yang telah membesarkanku,
mendidik dan tidak berhenti untuk selalu mendoakan dan
mendukungku.**

**Saudara-Saudariku (Atika Musyadad & Muhammad Adi Hidayat)
yang selalu mendukung dan menjadi saudara-saudari terbaikku.**

**Seluruh keluarga besar di Jogja, Indramayu, dan Kalimantan
Teman-teman KPi 2011, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selalu
memberikan dukungan, doa dan semangatnya**

**Almamaterku, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberiku
banyak ilmu pengetahuan dan memperkenalkan aku dengan orang-
orang hebat.**

MOTTO

Jika aku percaya tak bisa melakukan sesuatu, maka hal itu membuatku tak mampu melakukannya. Namun, ketika aku yakin bahwa aku bisa, aku mendapatkan kemampuan untuk melakukannya, bahkan meski awalnya aku tidak memiliki kemampuan itu.

(Mahatma Gandhi)



KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan anugrah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam (S. Kom. I) dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, para sahabat, dan umatnya yang senantiasa dalam tuntunannya.

Skripsi yang penulis susun berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku *Hijab I’m In Love* Karya Oki Setiana Dewi”, semoga menjadi bukti kerja keras dan sumbangan penulis bagi kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang menjadi tempat penulis belajar dan menempuh perkuliahan strata satu.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini bukanlah semata-mata hasil kerja penulis sendiri, melainkan atas bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Drs. Nurjanah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Khoiro Ummatin, S.Ag, M.Si, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

3. Saptoni, M.A. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi banyak masukan dan bimbingan.
4. Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu menyempatkan waktunya, membimbing saya dengan sabar dan tegas dalam menyelesaikan skripsi, memotivasi dan menjadi inspirasi.
5. Semua dosen jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi atas perhatian dan pelayanan yang diberikan.
6. Orang tua tercinta, bapak Puadi, Ibu Sutinah, Saudara-saudariku, Atika Musyadad, Muhammad Adi Hidayat, dan seluruh keluargaku di Jogja, Kalimantan, Indramayu yang kusayangi.
7. Keluarga besar Assafa UIN Sunan Kalijaga Khususnya Assafa 2011 yang menjadi teman berbagi dan berjuang bersama untuk menggapai asa.
8. Sahabat-sahabat KPI Traveller Sulis, Rahma, Marti, Marda, Lulus, Agus terima kasih atas do'a dan dukungan kalian.
9. Teman-teman KPI 2011 yang tidak dapat disebutkan satu persatu semoga kita tetap bisa menjaga tali silaturahmi.
10. Semua pihak yang telah membantu, mendoakan, dan memotivasi tersusunnya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada

khususnya, dan pembaca pada umumnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan segala kerendahan hati sebagai koreksi.

Yogyakarta, 18 Desember 2015

Penulis

Fitra Febiani



ABSTRAK

Salah satu contoh media cetak yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah buku *Hijab I'm In Love* karya Oki Setiana Dewi. Materi yang disampaikan dalam buku *Hijab I'm In Love* berisi pernyataan-pernyataan dari Al-Quran dan Al-Hadist. Teknik komunikasi Persuasif dalam buku tersebut menarik untuk diteliti, karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik-teknik komunikasi persuasif yang diterapkan dalam buku *Hijab I'm In Love* karya Oki Setiana Dewi.

Metode Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dan menggunakan teori dari Sunaryo yang menjelaskan bahwa ada lima teknik komunikasi persuasif, yaitu *Cognitif Dissonance*, *Pay-off Technique and Fear Hearing*, Teknik *Emphaty*, *Packing*, dan Asosiasi.

Berdasarkan hasil analisa, Peneliti menemukan dalam buku *Hijab I'm In Love* terdapat kelima teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Sunaryo, yaitu *Cognitif Dissonance*, *Pay-off Technique and Fear Hearing*, Teknik *Emphaty*, *Packing*, dan Asosiasi. Kelima teknik komunikasi persuasif tersebut digunakan oleh Oki Setiana Dewi dalam penyampaian pesannya. Artinya Oki menggunakan kelima teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Sunaryo dalam buku *Hijab I'm In Love* untuk penyampaian pesan dakwahnya kepada pembaca.

Kata Kunci: Teknik Komunikasi Persuasif , Buku *Hijab I'm In Love*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	8
G. Metode Penelitian	22
H. Sistematika Pembahasan	27

BAB II: GAMBARAN UMUM TENTANG BUKU HIJAB *I'M IN LOVE*

A. Sekilas Tentang Oki Setiana Dewi.....	28
B. Sekilas Tentang Buku Hijab <i>I'm In Love</i>	30
C. Sinopsis Buku Hijab <i>I'm In Love</i>	31

BAB III: TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU HIJAB *I'M IN LOVE* KARYA OKI SETIANA DEWI

A. Materi Dalam Buku Hijab <i>I'm In Love</i>	40
---	----

B. Kategorisasi.....	48
C. Teknik Komunikasi Persuasif	52
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86
C. Penutup.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah melalui media tulisan atau yang sering disebut dengan dakwah *bil-qalam* yaitu sarana dan metode dalam penyampaian pesan-pesan dakwah kepada mad'u melalui media-media cetak baik surat kabar, majalah, buku-buku, atau berupa tulisan dan artikel lainnya. Pengertian dakwah *bil qalam* itu sendiri menurut Jalaluddin Rahmat dalam *Islam Aktual* adalah menyampaikan dakwah melalui media cetak (tulisan)¹

Buku adalah salah satu bentuk karya sastra yang dimanfaatkan oleh tokoh agama atau yang lainnya, sebagai sarana dakwah untuk mengajak manusia ke jalan Tuhan, sehingga tujuan dakwah yaitu agar tercapainya kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sastra adalah salah satu karya seni, karya seni itu mengandung unsur estetika. Karena karya Sastra di sini adalah buku tidak terlepas dari latar belakang pengarang, apalagi pengarang buku tersebut adalah Muslim, besar kemungkinan kelahiran karya tersebut dilator belakang oleh motivasinya untuk menyampaikan pesan moral yang terkandung dalam ajaran agamanya, yaitu peristiwa yang berlangsung atau dialami.²

¹Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual*, (Bandung:Mizan, 1998), hlm 172.

²Burhan Nurgiantoro, *Teori Pengkajian Fiksi*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995), hlm 322.

Setiap buku mengandung tema yaitu dasar pemikiran penulis yang disampaikan melalui karya-karyanya, maka dasar atau tema merupakan sarana atau tujuan yang penting dalam sebuah buku. Maka apabila sebuah buku dimuat dengan tema-tema dakwah yang dikemas oleh penulisnya dalam bentuk kata-kata yang indah dan mudah dipahami, pesan dakwahnya akan mudah diterima dan dipahami oleh pembaca.³

Belakangan banyak penulis muda Muslim melakukan dakwahnya dengan pena melalui buku. Salah satu da'i muda yang memanfaatkan tulisan sebagai sarana dan metode *bil qalam* untuk berdakwah adalah Oki Setiana Dewi. Da'i muda yang pernah melanjutkan studinya di Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), ini sangat produktif dalam berdakwah, selain aktif dakwah di stasiun televisi Beliau juga telah melahirkan beberapa buku yang dijadikan medianya untuk menyampaikan pesan pesan dakwah salah satunya adalah buku *Hijab I'm In Love*.

Dalam penelitian ini teknik komunikasi persuasif yang ada dalam buku *Hijab I'm In Love* akan dijadikan objek penelitian. Untuk memahami teknik komunikasi persuasif tersebut, maka peneliti menggunakan Teknik Komunikasi Persuasif teori Sunaryo yang peneliti mengambil dari buku "*Psikologi Dakwah Dengan Aspek Aspek Kejiwaan yang Qurani*" karya Totok Jumanoro. Adapun Teknik Persuasif yang dimaksud adalah Teknik

³Arswendo Atmowiloto, *Mengarang itu Gampang*, (Jakarta: Suberta Citra Pustaka, 1995), hlm 69-70.

Cognitive Dissonance, Pay Off and Fear Hearing, Empty, Packing, dan Asosiasi.

Adapun ketertarikan peneliti memilih judul “ Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku *Hijab I'm In Love* Karya Oki Setiana Dewi” berlatar belakang dari tema hijab atau dalam penelitian ini adalah jilbab. Proses Jilbab di Indonesia mengalami tahapan-tahapan yang panjang dan berliku, dari budaya berjilbab yang awalnya hanya dikenal oleh kalangan santri saja kemudian berkembang dikenal oleh masyarakat umum baik kalangan terpelajar hingga masyarakat awam. Kemudian jilbab membudaya dikalangan masyarakat, namun dibalik perkembangan tersebut perlu diwaspadai dengan banyaknya mode-mode jilbab yang tidak sesuai dengan syar`i sehingga jilbab seakan kehilangan nilai yang terkandung didalamnya.

Dalam Buku tersebut Oki Setiana Dewi mengajak wanita Muslim untuk berhijab yang syar`i agar menunjukkan ketaatan, tunduk, patuh, dan berserah pada Allah Swt untuk mendapatkan pahala dan ridhoNya, bukan hanya sekedar mengikuti trend hijab yang sedang berkembang saat ini.

Dalam buku *Hijab I'm In Love* Oki mengajak wanita Muslim untuk menyegerakan pekerjaan yang baik, dan bahkan banyak sekali ayat dan hadist yang menekankan untuk menyegerakan dan berlomba-lomba melakukan

kebaikan.⁴ Dan salah satu kebaikan yang harus disegerakan adalah menutup aurat dengan berjilbab. Meskipun terkadang keraguan dan ketakutan menghampiri ketika akan memutuskan untuk berjilbab, seperti ketakutan ketika berjilbab akan sulit bergaul dengan banyak orang, ketakutan ketika berjilbab akan ada tanggapan terlalu dini untuk berjilbab, dan bahkan ketakutan ketika berjilbab akan menghalangi karir yang telah dicapai dengan susah payah.⁵ Tetapi dalam buku tersebut Oki mematahkan semua keraguan dan ketakutan-ketakutan tersebut, dengan bersumber pada QS Al-Thalaq 2-3 dalam ayat tersebut Allah menjamin dengan tegas akan ada kemudahan setelah kesulitan, akan ada balasan surga dan air sungai yang mengalir dibawahnya, dan doa yang pasti akan dikabulkan.⁶

Selain itu, Buku tersebut ditulis oleh Oki dengan bersumber pada Al-Quran dan Hadist, dalam buku tersebut juga terdapat beberapa pengalaman dari Sahabat Oki Setiana Dewi atau yang sering disebut (SOSD) tentang bagaimana mereka mendapatkan hidayah dari Allah untuk mengenakan hijab, dan bagaimana mereka Istiqomah dalam mempertahankan hijab yang telah mereka kenakan. Pengalaman-pengalaman tersebut sangat menarik dan menginspirasi sehingga akan ada pelajaran yang bisa kita ambil dalam pengalaman-pengalaman tersebut.

⁴Oki Setiana Dewi, *Hijab I'm In Love* (Bandung: Mizan Pustaka, 2013), hlm 9.

⁵*ibid* hlm 8.

⁶*ibid*.

Hal lain yang menjadi alasan peneliti meneliti buku *Hijab I'm In Love* karena buku tersebut merupakan karya dari seorang Aktris, seorang da'i, seorang motivator dan baru-baru ini menjadi penyanyi religi. Terbukti dengan adanya CD Album yang terdiri dari 9 lagu yang menjadi bonus dalam pembelian buku *Hijab I'm In Love*, dan dalam Album tersebut Ia bernyanyi bersama adik kandungnya Shindy Kurnia.⁷

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana Teknik Komunikasi Persuasif diaplikasikan dalam Buku *Hijab I'm In Love* karya Oki Setiana Dewi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan teknik-teknik komunikasi persuasif dalam buku *Hijab I'm In Love*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Sebagai kontribusi pemikiran bagi akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi, untuk mengembangkan pelaksanaan dakwah

⁷Oki Setiana Dewi, *Hijab I'm In Love*, (Bandung: Mizan, 2013.)hlm 124.

melalui media cetak pada umumnya, dan melalui buku pada khususnya.

- b. Menyumbangkan bahan kepustakaan dengan harapan dapat menjadi koleksi tulisan ilmiah yang bermanfaat.

2. Secara praktis

Sebagai panduan praktis untuk berupaya mengembangkan dakwah melalui media massa elektronik maupun media cetak.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis mencoba menggali dan memahami beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk memperkaya referensi dan menambah wawasan terkait dengan judul pada skripsi penulis. Beberapa penelitian yang relevan dengan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Penelitian yang berjudul “ Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Meniti Jalan Ke Surga” karya Sri Wahyu, 2006 ⁸. Dalam skripsi tersebut, metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi, hasil penelitian mengatakan bahwa dalam novel “ Meniti Jalan Ke Surga “ secara teori masuk dalam konteks Teknik Komunikasi Persuasif menurut Totok Jumentoro. namun dalam novel pelaksanaan dakwah lebih banyak menggunakan Teknik *packing* atau kemasan yang masuk dalam seni.

⁸Siti wahyu, *Aplikasi Teknik Komunikasi dalam Novel Meniti Jalan Kesurga*, fakultas dakwah dan komunikasi UIN sunan kalijga Yogyakarta,2006, hlm vii

Penelitian berjudul “ Teknik Komunikasi Persuasif dalam Rubrik Sakinah Majalah Bakti” karya A. Anis Fajri, 2005⁹. Dalam penelitian ini A. Anis Fajri menggunakan metode penelitian analisis isi, fokus penelitian ini adalah komposisi pesan persuasif dalam rubrik sakinah majalah Bakti. Hasil penelitian menyatakan bahwa dalam rubrik sakinah majalah Bakti secara teori sudah mencakup dalam teori teknik komunikasi persuasif.

Dari kedua penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi subjek, subjek yang diteliti berbeda-beda yakni novel dan majalah, sedangkan peneliti menggunakan buku sebagai subjek penelitian. Persamaan penelitian ini adalah metode yang digunakan menggunakan analisis isi, tetapi penelitian ini menggunakan model Milles dan Huberman, dan penelitian ini sama-sama ingin mengetahui teknik-teknik komunikasi persuasif yang terdapat dalam buku *Hijab I'm In Love*.

Oleh karena itu, skripsi yang berjudul “ Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku *Hijab I'm In Love* Karya Oki Setiana Dewi” bukan merupakan pengulangan semata dari penelitian yang sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk menambahkan dan memperkaya pengetahuan khususnya dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam yang terkait dalam penyampaian pesan yang termuat dalam media cetak. Sedangkan referensi yang dipakai dalam skripsi

⁹A. Anis Fajri , *Teknik Komunikasi Persuasif dalam Rubrik Sakinah Majalah Bakti*, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kljaga Yogyakarta, 2005

ini adalah buku yang berjudul “*Psikologi Dakwah dengan Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani*“ karya Totok Jumanoro, yang menggunakan beberapa Teknik Persuasif, serta referensi sekunder lainnya yang menunjang dalam penyusunan kerangka teori skripsi ini.

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi

Secara Epistimologi istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut *communication* sesungguhnya berasal dari bahasa latin *communicatio* dengan kata dasar *communis* yang berarti “sama”, maksudnya adalah bahwa orang yang menyampaikan dan orang yang menerima mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikan.

Sedangkan secara Terminologi pengertian komunikasi dapat dirumuskan sebagai proses penyampaian suatu pernyataan atau pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan atau tidak langsung melalui media¹⁰. Jadi ditinjau dari segi isi penyampaian pesan komunikasi yang bersifat infomatif dan persuasif.

¹⁰Djamaluddin Abidin, *Komunikasi dan Bhasa Dakwah* ,(Jakarta : Gema Insan Pers ,1996), hlm 16

Sedangkan pengertian komunikasi secara istilah banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, dari sekian banyak pengertian, Onong Uchjana Effendy menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung yaitu melalui media¹¹. Jadi ditinjau dari segi isi penyampaian dan pernyataan, komunikasi yang bertujuan adalah yang bersifat informatif dan persuasif.

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan, orang yang menyampaikan disebut komunikator, sedangkan orang yang menerima pernyataan dinamakan komunikan. Lebih jelasnya komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Paradigma *Harold Lasswell* lebih lengkap lagi mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan (*message*) oleh komunikator (*communicator*) kepada komunikan (*communicate*) melalui media (*channel*) yang menimbulkan efek (*effect*) tertentu¹².

¹¹Onong Uchjana Effendy *Dinamika Komunikasi* (Bandung:PT Remaja Rosda karya, 2002) hlm 5

¹²*Ibid*, hlm 10

Jadi pengertian komunikasi dalam penelitian ini adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek.

Gain Cron Krite merumuskan 4 asumsi pokok komunikasi yang dapat membantu memahami komunikasi, adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah suatu proses

Bahasa sebagai salah satu lambang dalam komunikasi mempunyai peran yang sangat penting karena tanpa lambang, komunikasi tidak dapat berjalan. Setelah bahasa dituturkan oleh komunikator sebagai sebuah pesan dan pesan akan diterima oleh komunikan. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila ada timbal balik pesan secara langsung (*feedback*) maupun tertunda (*delayed feedback*) tergantung media yang dipakai. Jadi rangkaian atau tahapan-tahapan tersebut dinamakan proses.¹³

2. Komunikasi adalah pertukaran pesan

Terjadinya *feedback* secara terus menerus adalah sebagai bentuk pertukaran informasi karena antara komunikator dan komunikan akan saling memberi dan menerima informasi yang

¹³Radi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), hlm 6

dimiliki komunikator dan komunikan itu sendiri. Di sinilah komunikasi dapat diartikan sebagai pertukaran pesan.¹⁴

3. Komunikasi adalah interaksi yang bersifat multidimensi

Artinya karakteristik komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek, semuanya berdimensi kompleks. Suatu pesan misalnya mempunyai efek yang berbeda-beda untuk komunikan, tergantung motif maupun pola-pola perilaku yang spesifik seperti kebiasaan mendengar, membaca, berbicara dan menulis.¹⁵

4. Komunikasi merupakan interaksi yang mengupayakan tujuan-tujuan dan maksud-maksud ganda.

Sebagaimana pengertian komunikasi yaitu proses penyampaiannya suatu pesan oleh komunikator kepada komunikan berupa sebuah informasi maupun persuasif. Di sini terjadi interaksi antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan informasi maupun persuasif, yang pasti individu-individu tersebut mempunyai beberapa tujuan.¹⁶

¹⁴*ibid.*

¹⁵*ibid*, hlm 7.

¹⁶*ibid*

b. Pengertian Persuasif

Persuasif merupakan usaha perubahan sikap individu dengan menimbulkan ide, pikiran, pendapat, dan bahkan fakta baru lewat pesan-pesan komunikatif¹⁷. Pesan yang disampaikan dengan sengaja dimaksudkan untuk menimbulkan kontradiksi dan inkonsistensi diantara komponen sikap individu atau diantara sikap dan perilakunya sehingga mengganggu kestabilan sikap dan membuka peluang terjadinya perubahan yang diinginkan.

Ronald L. Applbau dan Karl W.E Annathol mendefinisikan persuasif sebagai suatu proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal maupun non verbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lainnya. Sementara itu Bettighous mendefinisikan persuasif sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha merubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka¹⁸.

Lawrence K. dan Wilbur Schram, mengemukakan bahwa pesuasif dalam arti yang semurni-murninya, yaitu menggunakan informasi tentang situasi psikologis dan sosiologis serta kebudayaan

¹⁷Saifudin Azwar, *sikap manusia : teori dan pengukurannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1997), hlm 61

¹⁸Dedy Djamiliddin Malik & yosal Iriantara, *Komunikasi Persuasif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1994), hlm 5

komunikasi, untuk mempengaruhi dan mencapai perwujudan dari apa yang diinginkan oleh *message* ini¹⁹.

Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mendefinisikan persuasif sebagai proses yang mempengaruhi dan mengendalikan orang lain melalui pendekatan psikologis.

Definisi lain dari persuasif adalah kegiatan psikologis, tujuannya untuk dapat merubah sikap, pendapat, atau tingkah laku tanpa menggunakan ancaman, kekerasan, kekuatan, kekuasaan, penekanan, pemerasan, penyipuan, teror, intimidasi, dan boikot tetapi dengan kesadaran, simpati dan sepenuh perasaan²⁰.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persuasif erat kaitannya dengan psikologi atau dapat dikatakan sebagai bagian dari dunia psikologi sehingga istilah-istilah dalam psikologi yang banyak digunakan dalam persuasif. Seperti halnya sikap menjadi perhatian khusus dalam hal ini mengingat tujuan persuasif adalah agar terjadi perubahan sikap dari objek sasaran persuasif

Dalam persuasif ada beberapa teori strategi persuasif, antara lain; pertama, pendekatan tradisional yang pada umumnya meliputi

¹⁹Totok Jumentoro, *psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang qur`ani* (Wonosobo: Amzah 2001), hlm 183

²⁰Jamaluddin Kafie *psikologi dakwah* (Surabaya: Indah Surabaya, 1993), hlm 76

beberapa unsur yaitu sumber (*source*), pesan (*message*), audien, sehingga dikenal istilah “*who say what to whom and with what effect*” salah satu studinya adalah model studi *yale*. Asumsi dasar yang melandasi studi *hovland* dan kawan-kawannya adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi ini diperhatikan, difahami, dan diterima²¹.

Pendekatan yang kedua, adalah pendekatan teori kognitif, dimana salah satu modelnya adalah *Elaboration Likelihood Model*. Menurut *Petty* dan *Cacioppo* dan juga *Greenwold*, sewaktu individu dihadapkan pada pesan persuasif maka ia akan memikirkan pesan itu, memikirkan argumentasi apa yang terkandung didalamnya dan argumentasi apa yang tidak. Pemikiran-pemikiran ini yang membawa kepada penerimaan dan penolakan pesan yang disampaikan, bukan pesan itu sendiri. Elaborasi merujuk pada kerja kognitif yang terjadi dalam proses sebuah pesan persuasif²²

Pendekatan ketiga, adalah pendekatan Belajar-Pesan (*message-learning Approach*). Teori ini menyatakan bahwa proses yang paling dasar dalam perubahan sikap manusia adalah atensi, pemahaman, penerimaan dan retensi. Keempat-empatnya merupakan proses

²¹Saifudin Azwar, *sikap manusia : teori dan pengukurannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1997), hlm 62

²²*Ibid*, hlm, 67

perantara internal yang dipengaruhi oleh karakteristik sumber pesan itu sendiri, target atau orang yang sikapnya hendak diubah, dan saluran yang digunakan dalam penyampaian dan penerimaan pesan. Pendekatan belajar pesan memasukkan satu bentuk proses perantara internal yang sangat penting yaitu retensi yang membedakannya dari pendekatan tradisional.²³

Dalam pelaksanaan dakwah, teori-teori tersebut dapat diaktualisasikan dengan menyesuaikan pada unsur-unsur dakwah itu sendiri. Artinya seorang da'i dalam menentukan model komunikasi yang akan dilakukan maupun menjelaskan dengan kondisi mad'unya, jenis pesannya, juga media yang digunakan, sehingga bisa terjadi saling mendukung dan saling mengisi diantaranya. Dengan demikian nuansa dakwah yang harmonis, komunikatif, dan aplikatif akan lebih terbuka.

Komunikasi persuasif merupakan salah satu model komunikasi yang melibatkan kondisi psikologis individu-individu didalamnya, sehingga tercipta saling memahami, mengerti, menerima, dan saling terbuka karena tidak adanya penekanan dari pihak manapun. Demikian pula pada upaya menyebarkan pesan dakwah yaitu dengan melihat latar belakang kehidupan mad'u, baik dari segi psikologis, sosiologi, dan sosial budaya, serta kerangka ideology politiknya, sehingga sikap

²³*Ibid*, hlm 71

dan tingkah lakunya diarahkan sesuai dengan ajaran islam. Sebagai *message* atau dengan kata lain dakwah dapat dilihat dari multi konteks kehidupan objek dakwahnya, karena dakwah persuasif merupakan dakwah aplikatif yang selalu memperhatikan apa yang disebut dengan kondisi total dari mad`u atau objek dakwah yang bersangkutan.²⁴

c. Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Melalui Media Cetak

Dakwah merupakan penyampaian ajaran-ajaran Islam dari seseorang da`i kepada khalayak (mad`u), yang didalamnya terjadi proses penyampaian pesan. Yang harus diperhatikan oleh seorang da`i ialah teknik penyampaian dan media yang digunakan, karena dua hal tersebut akan menentukan keefektifan dalam kegiatan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan dakwah dan kegiatan komunikasi memiliki perbedaan yang sangat tipis. Perbedaan yang menonjol hanya pada muatan pesan yang akan disampaikan. Dalam hal ini komunikasi sifat pesannya lebih netral dan umum, sedangkan dalam dakwah terkandung pesan nilai kebenaran dan keteladanan Islam. Pada pelaksanaan dakwah didalamnya terjadi proses komunikasi, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa setiap proses dakwah adalah komunikasi, akan tetapi tidak setiap proses komunikasi adalah

²⁴Totok Jumantoro, *psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang qur`ani* (Wonosobo: Amzah 2001), hlm 151

dakwah. Dengan kata lain komunikasi merupakan salah satu bagian dari dakwah.

Sebagaimana dalam penelitian ini, teknik komunikasi dakwah persuasif dalam media cetak merupakan hal yang menarik untuk diteliti, karena menyampaikan dakwah melalui media cetak membutuhkan teknik yang mampu menyentuh perhatian mad`u, yaitu dengan menyesuaikan materi dengan kebutuhan mad`u. kegiatan dakwah apapun bentuknya hendaknya memperhatikan kebutuhan dasar manusia, terlebih dari dakwah persuasif. Dalam buku “*Psikologi Dakwah dengan Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani* “ karya Totok Jumentoro menyebutkan kebutuhan manusia secara umum, meliputi:

- a. *Affiliative needs*, yaitu *the need to belong* atau kebutuhan untuk diterima sebagai anggota suatu kelompok dan anggota masyarakat.
- b. *Status needs* yaitu kebutuhan akan kekuasaan atau kekuatan, popularitas, dan sebagainya²⁵.

Dengan memperhatikan kebutuhan dasar manusia, dakwah menggunakan teknik persuasif lebih terarah dan jelas. Demikian juga komunikasi persuasif melalui media massa, dalam hal isi atau materi yang terdapat didalamnya harus dikemas dan dibuat sesuai dengan

²⁵*Ibid*, hlm 153

keadaan dan kebutuhan dari pembaca. Adapun teknik dakwah persuasif menurut Sunaryo yang dikutip oleh Totok Jumentoro adalah

a. *Cognitive Dissonance*

Teknik ini mengambil gejala gejala hidup manusia. Dimana Manusia sering perilakunya tidak sesuai dengan pendapat serta sikapnya atau apa yang dilakukannya sering bertentangan dengan keyakinan atau hati nurani. Dengan mudah komunikator seakan akan membenarkan perilaku yang kurang tepat, walaupun nuraninya tidak sependapat. Komunikator seakan akan membenarkan dalam rangka meluruskan. Ini merupakan salah satu metode “ bil Hikmah” yang dikehendaki dalam Al –Qur`an surat *an –nahl* ayat 125.²⁶

b. *Pay –off Techunique and fear hearing*

Teknik ini adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi atau yang menjanjikan harapan. *Pay off and fear hearing* terdiri dari *pay off idea* yaitu dengan memberi *reward* (hadiah atau ganjarana atau bahkan harapan) yang baik, sedangkan *fear hearing* yaitu yang menyajikan *message* yang dapat menimbulkan rasa khawatir atau takut, bila tidak

²⁶*ibid*, hlm 155.

mematuhi informasi-informasi yang dikemukakan. Di antara kedua teknik tersebut, teknik *pay off idea* lebih baik karena berdaya upaya menimbulkan kegairahan emosional, sedangkan teknik *fear arousing* menimbulkan ketegangan emosional.²⁷

c. *Emphatty*

Seseorang membangun perasaannya dan emosinya kedalam objek pengalamannya. Sehingga seseorang berada dalam situasi empatis bilamana dia mengalami atau berada dalam perasaan atau pikiran yang sama dengan orang lain. Adapun prosesnya adalah:

1. Membayangkan diri (komunikator) dalam kedudukan sebagai komunikan
2. Membandingkan sikap komunikator dengan sikap komunikan
3. Mengambil kesimpulan-kesimpulan dari sikap komunikan dan membandingkan dengan reaksi khayal yang dibandingkan oleh komunikator seandainya dia dalam keadaan komunikan.²⁸

Dengan mudah dapat dikatakan bahwa *Emphaty* merupakan kemampuan seseorang untuk mendapatkan diri atau menempatkan diri pada situasi orang lain. Sehingga seorang

²⁷*ibid.*

²⁸*ibid*, hlm 156.

komunikator harus mengenal situasi dan kondisi yang ada pada komunikasi.

d. *Packing*

Istilah komunikasi adalah *Packing* sebagai suatu komunikasi yang dalam penyajiannya dibuat atau dikemas sedemikian rupa sehingga sangat menarik. Dengan kata lain, pengemasan pesan dengan menggunakan kalimat-kalimat yang indah dan enak dibaca, mudah dipahami dan komunikatif, karena pada umumnya pembaca senang dengan sesuatu yang indah. Baik keindahan alam maupun keindahan seni. Sering kita lihat dakwah semacam ini, dakwah tidak hanya monoton, pengajian saja, akan tetapi sering kita lihat pendekatan-pendekatan yang menarik seperti melalui lirik sebuah lagu ataupun kata-kata indah dalam sebuah bacaan.²⁹

e. Asosiasi

Dakwah dengan teknik asosiasi artinya penyampaian suatu gagasan dengan jalan menempelkan atau menghubungkan dengan objek yang nyata dan menarik. Jika materi yang disampaikan dihubungkan dengan kondisi nyata yang sedang terjadi, sehingga

²⁹*ibid.* hlm 157.

pembaca akan tertarik dengan pesan yang disajikan.³⁰ Dalam masalah ini, Al-Qur`an telah berbicara, dimana dalam dakwah dapat memanfaatkan peristiwa-peristiwa penting sebagai pembelajaran. Dengan memanfaatkan peristiwa penting untuk membangkitkan perasaan dan perhatian mad`unya.

Komunikasi persuasif dalam dakwah melalui media cetak dapat diaktualisasikan dengan teknik-teknik tersebut, untuk kemudian disesuaikan dengan jenis media yang akan digunakan. Penulisan materi dakwah di media cetak juga dapat dilakukan dengan komunikasi persuasif dengan isinya yang dibuat sedemikian rupa.

Bagi pembaca, membaca bukanlah suatu beban, karena membaca tidak terdapat unsur paksaan didalamnya. Penilaian pembaca terhadap isi dari apa yang telah dibaca pun berbeda satu sama lain. Hal ini tergantung pada pola pikir pembaca dan persepsi mengenai apa yang dibacanya. Dengan demikian sikap mereka dalam menanggapi sebuah bacaan akan beragam atau sarat dengan subjektivitas, bisa jadi positif maupun negatif, bahkan ada pula yang acuh sama sekali. Akan tetapi tidak jarang pula sebuah tulisan dapat juga mengubah sikap dan pola pikir seseorang,

³⁰*ibid*, hlm 158.

bahkan tidak sedikit yang menjadi pandai karena mereka sering membaca bacaan seperti Koran, majalah, buku, bulletin, dan sebagainya, yang dengan sadar dapat mengubah pandangan hidup dan sikap mereka terhadap sesuatu. Pembaca lebih sering tertarik dengan tulisan-tulisan yang mudah dipahami, ringan, kalimat-kalimat yang halus, aktual, komunikatif, dan spesifik tanpa basa-basi yang berbelit belit.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran manusia secara individu maupun kelompok³¹. Alasan penelitian menggunakan penelitian kualitatif karena penulis ingin mengetahui teknik-teknik persuasif yang digunakan oleh pengarang buku *Hijab I'm In Love* bukan untuk mengujikan hipotesisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Format deskriptif kualitatif lebih tepat apabila digunakan untuk meneliti masalah-masalah yang membutuhkan studi mendalam, seperti terhadap pandangan pemirsa

³¹HM.Djunaidi Ghony dan fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruz media, 2012), hlm 13

terhadap suatu tayangan media; permasalahan implimentasi kebijakan publik dimasyarakat dan sebagainya³².

2. Sumber Data

a. Sumber Data Utama

Sumber data utama yang didapatkan dalam penelitian ini adalah buku *Hijab I'm In Love* karya Oki Setiana Dewi.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur yang terkait dengan sumber data primer seperti buku, jurnal, skripsi, internet dan sebagainya.

3. Fokus Penelitian

Objek penelitian ini adalah teknik-teknik komunikasi persuasif dan subjek penelitian ini adalah buku *Hijab I'm In Love* karya Oki setiana Dewi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian ini adalah Teknik Komunikasi Persuasif dalam buku *Hijab I'm In Love*.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan dasar. Yang membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang

³²M. Burhan Bungin , *Penelitian Kualitatif : Komunikasi , Ekonomi, Kebijakan Publik , dan ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: kencana 2008), hlm 69.

signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian.³³ Penelitian ini menggunakan analisis data yang disebut *content analysis* atau analisis isi, menurut Klaus Krippendorff bahwa:

Analisis isi adalah penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan shohih data dengan memperhatikan konteksnya.³⁴ Analisis isi dapat dipergunakan untuk menganalisis bentuk-bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi dan lain sebagainya.³⁵

Aplikasi prosedurnya adalah merumuskan pertanyaan penelitian yang dijadikan rumusan masalah. Di sini tidak dilakukan hipotesa dan sampling, karena metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian ini buku berjudul “*Hijab Im In love* karya Oki Setiana Dewi yang terbit pada tahun 2013.

Dalam menganalisis, peneliti mengelompokkan data yang ada sesuai dengan kategori yang ada. Maka dari sini penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

Secara mudah, langkah-langkah yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

³³Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), hlm 103.

³⁴Klaus Krippendorff, *Analisis Pengantar Teori dan Metodologi* (Jakarta: Rajawali Press, 1991) hlm 15.

³⁵Jalaluddin Rakhmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991) hlm 89.

- a. Mengumpulkan data-data yang diambil dari buku “*Hijab I`m In Love* Karya Oki Setiana Dewi
- b. Mengkategorikan data berdasarkan teknik komunikasi persuasif
- c. Menganalisis dengan teori-teori yang sudah ada
- d. Membuat kesimpulan.

Adapun kategori-kategori teknik komunikasi persuasif yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi lima kategori sebagaimana dirumuskan oleh Sunaryo. Definisi operasional dalam kategori-kategori tersebut meliputi:

- a. *Cognitive Dissonance* (Menggugah Kesadaran)

Teknik *cognitive dissonance* adalah mengambil gejala-gejala hidup dari manusia. Di mana manusia sering perilakunya tidak sesuai dengan pendapat serta sikapnya atau apa yang dilakukannya sering bertentangan dengan hati nurani.

- b. *Pay off and Fear hearing* (Hadiah dan ancaman)

Teknik hadiah atau ganjaran (*pay off technique*) adalah teknik yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan, dan juga dengan menyajikan pesan yang dapat menimbulkan rasa kuatir atau takut

apabila tidak mematuhi informasi-informasi yang dikemukakan (*fear hearing*), maka konsekuensinya adalah hukuman.

c. *Emphaty* (empati)

Teknik *Emphaty* adalah seseorang yang menempatkan perasaan dan empatinya ke dalam objek pengalamannya. Sehingga seseorang berada dalam situasi empatis bilamana ia mengalami atau berada dalam perasaan dan pikiran yang sama dengan orang lain.

d. *Packing* (Kemasan)

Teknik *Packing* dalam istilah komunikasi diartikan sebagai suatu komunikasi yang dalam penyajiannya dibuat atau dikemas sedemikian rupa sehingga sangat menarik dan menawan hati. Dengan kata lain, pengemasan pesan dengan menggunakan kalimat-kalimat yang indah, enak dibaca, mudah dipahami dan komunikatif, karena pada umumnya pembaca senang pada sesuatu yang indah. Pada akhirnya pembaca akan terus membaca pesan yang disampaikan hingga tuntas.

e. *Asosiasi* (Penggabungan)

Teknik asosiasi adalah penyampaian suatu gagasan dengan jalan menempelkan atau menggabungkan dengan objek yang nyata dan menarik.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk gambaran sekilas skripsi ini akan disusun, maka penulis akan membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari IV bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika pembahasan

BAB II Gambaran umum berisi sekilas tentang penulis, sekilas tentang buku *Hijab I'm In Love*, dan sinopsis buku *Hijab I'm In Love*.

BAB III Pembahasan mengenai Teknik Komunikasi Persuasif dalam buku *Hijab I'm In Love* serta pembahasan makna yang terkandung dalam teknik masing-masing

BAB IV Penutup berisi kesimpulan, saran dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai aplikasi teknik Komunikasi Persuasif dalam buku *Hijab I'm In Love* karya Oki Setiana Dewi yang telah disajikan dari bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisa peneliti menemukan adanya kelima teknik komunikasi persuasif dalam buku *Hijab I'm In Love* karya Oki Setiana Dewi yang dikemukakan oleh Sunaryo yang dikutip dalam buku "*Psikologi Dakwah dengan Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani*" karya Totok Jumantoro, adapun kelima teknik tersebut adalah *Cognitive Dissonance*, *Pay-off Technique*, *Emphaty*, *Packing*, dan Asosiasi. Dalam karyanya Oki Setiana Dewi memasukkan ayat Al-Qur`an dan hadist sebagai dasar dari isi materi yang disampaikan dalam buku *Hijab I'm In Love* sehingga buku ini dapat mengajak kita lebih dekat dan lebih menganal agama Islam. kelima teknik komunikasi persuasif tersebut digunakan oleh Oki Setiana Dewi sebagai penulis buku, untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Artinya Oki Setiana Dewi menggunakan kelima teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Sunaryo dalam buku *Hijab I'm In Love* untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada pembaca.

B. Saran

1. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga

Kepada jurusan KPI dan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga selayaknya membuat suatu media khusus dalam menyampaikan pesan dakwah, contohnya melalui tulisan, baik itu majalah atau bulletin agar mahasiswa dapat terbiasa menulis sehingga dapat berdakwah melalui media tulis menulis.

2. Penulis Buku Hijab *I'm In Love*

Dalam mennyampaikan pesan dakwah melalui media tulis sudah bagus dan menarik, karena dalam penyampaianya menggunakan bahasa yang sering digunakan sehari-hari sehingga ketika orang membaca mudah mencerna dan di pahami.

C. Penutup

Puji syukur yang tidak terkira penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena atas nikmat, rahmat, dan karunia-Nya, penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan pada baginda Muhammad SAW.

Peneliti menyadari bahwa banyak terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Karenanya dengan sangat menyadarinya, maka

peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca kepada peneliti. Sebagai akhir kata dari penutup ini, sebuah usaha besar akan berhasil apabila kita memulainya dengan usaha yang kecil. Yakin atas perlindungan Allah SWT, Semoga Allah Swt menyertai dan meridhoi usaha kita. Amin.



Daftar Pustaka

1. BUKU

- Abidin, Djamaluddin , *Komunikasi dan Bahasa Dakwah* . Jakarta : Gama Insan Pers, 1996
- Al-Albany, Muhammad Nasiruddin, *A-Radd al- Mufhim : Hukum Cadar* , terj. Abu Shafiya, Yogyakarta : Media Hidayah,2002.
- Al-Albany, Muhammad Nasiruddin, *Jilbab Wanita Muslimah*, terj. Abu Shafiya Yogyakarta, Media Hidayah, 2002.
- `Ali, Muhammad Ibn Muhammad , *Hijab : Risalah Tentang Aurat*, terj. Sabrur R. dkk Yogyakarta : Pustaka Sufi, 2002.
- Al- Qaradawi Yusuf, *al-Halal wa al- Haram*, Kairo: Maktabah Wahdah, 1976.
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi* , Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Atmowiloto, Arswendo, *Mengarang itu Gampang*, Jakarta: Suberta Citra Pustaka, 1995.
- Bungin , M.Burhan,*Penelitian Kualitatif : Komunikasi , Ekonomi , Kebijakan Publik , dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Kencana 2008.
- Dahlan, Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam* , Jakarta : PT. Ichtiar Van Hoeve, 2001.
- Daulay, Hamdan, *Dakwah Ditengah Persoalan Budaya dan Politik* Yogyakarta : PT Kurnia Kalam Semesta, 2001.
- Departemen Urusan Agama Islam, Wakaf, Dakwah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-qur`an dan Terjemahannya*,
- Dewi, Oki Setiana, *Hijab I'm In Leve*, Bandung: Mizan, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi* Bandung: PT Remaja Rosda karya, 2002.
- Ghony, HM. Djunaidi dan Fauzan Almansur, *metodologi Penelitian Kualitatif* Yogyakarta: Ar ruz Media , 2012.

- Imam Al Baihaqi, *Ringkasan Syu`ab al Iman*, Jakarta: Pusaka Azzam ,2011
- Jumantoro,Totok, *Psikologi Dakwah,Aspek Aspek kejiwaan yang qurani*
Wonosobo: Amzah ,2011.
- Kafie, Jamaludin, *Psikologi Dakwah* Surabaya: Indah Surabaya 1993
- Kasiran, H. Moh, *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif* Malang :
UIN Maliki Pers , 2010.
- Krippendorf, Klaus, *Analisis Pengantar Teori dan Metodologi* Jakarta:
Rajawali Press, 1991.
- Malik , Dedy Djamaluddin & Yosol Iriantara , *Komunikasi Persuasif*
Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1994.
- Meleong, Lexy .J , *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya, 1998.
- Mutahar, Ali, *Kamus Arab-Indonesia*, Jakarta: Penerbitan Hikmah, 2005.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja
Rosdakarya, 1991.
- Salim, Peter & Yenny Salim *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta:
Modern English Press,1991
- Shihab, M.Quraish , *Wawasan Al-Quran : Tafsir Mandhu`i Atas Pelbagai
Persoalan Umat*, Jakarta : Mizan, 1996.
- Sriharmi, “Jilbab dan Kiprah Perempuan dalam Sektor Publik”, *Jurnal PMI*,
vol. VI:1, 2008.
- Surin, Bactiar, *Terjemahn dan Tafsir Al-Qur`an*, Bandung: Fa. SUMATRA,
1978
- Taimiyyah, Syaikh Ibnu dkk, *Jilbab dan Cadar Dalam Al-Quran dan Sunnh*,
alih bahasa Abu Said Al-Anshori,Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya , 1994.

1. SKRIPSI

- Fajri, A. Anis *Teknik Komunikasi Persuasif dalam Rubrik Sakinah Majalah
Bakti*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2005.
- Niswah, Auliya, *Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku 7
Keajaiban* , Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Sunan Kalijaga, 2014.

Wahyu, Siti , *Aplikasi Teknik Komunikasi dalam Novel Meniti Jalan Kesurga*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga , 2006.

