

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU RENTANG KISAH
KARYA GITA SAVITRI DEVI**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Da'watul Khoiroh

12210115

Pembimbing:

Dr. H. M. Kholili, M.Si.

NIP.19590408 198503 1 005

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

2018



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 : B- 2226/Un.02/DD/PP.05.3/08/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU RENTANG KISAH GITA
SAVITRI DEVI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DA'WATUL KHOIROH
NIM/Jurusan : 12210115/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu, 3 Oktober 2018
Nilai Munaqasyah : 89,6 / A/B

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

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I.

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji II.

Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
NIP 19680501 199303 1 006

Penguji III.

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP 19661209 199403 1 004



Yogyakarta, 3 Oktober 2018

Dekan,

Dr. H. Nurjannah, M.Si.

NIP 19600310 198703 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
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 Saudari:

Nama : Da`watul Khoiroh

NIM : 12210115

Judul Skripsi : Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku Rentang Kisah Karya Gita Savitri Devi

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 mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 21 September 2018

Ketua Jurusan

Pembimbing

Dr. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 002



Dr. H. M. Kholili, M.Si.
NIP. 19590408 198503 1 005

SURAT PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Da`watul Khoiroh
NIM : 12210115
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul : Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku Rentang Kisah Karya Gita Savitri Devi, adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis kutip sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 21 September 2018



Da`watul Khoiroh

NIM. 12210115

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Da'watul Khoiroh

NIM : 12210115

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 September 2018

Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
AF3A0AFF236196926
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Da'watul Khoiroh

NIM. 12210115

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

- Ibuku tercinta Juwariah terimakasih untuk cinta, kasih sayang dan doa yang tulus yang tidak pernah berhenti untuk putrimu.
- Ayahku, Radi, terimakasih karena telah mendidikku menjadi perempuan yang kuat dan tangguh
- Kakakku Miftakhul Fauzi yang selalu mendukung dan mendoakan adiknya setiapwaktu.
- Teman-teman terbaikku, Ervi, Ima, Cica, Yeni, Sasa, Ikke, Ajeng, Mertty, Nuna, terimakasih sudah menjadi Alarm skripsiku, bahagia dan sehat selalu teman-temanku.



MOTTO

“Hidupku, bukan hidupmu dan manusia adalah serigala bagi sesamanya



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat dan taufiqNya. Tak lupa shawat teriring salam teruntuk Baginda Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Setelah melalui berbagai proses dan perjalanan yang panjang, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Komunikasi Persuasif dalam Buku Rentang Kisah Karya Gita Savitri Devi*”. Peneliti sadar bahwa karya berikut tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah di berikan kepada peneliti selama persiapan sampai skripsi ini selesai. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Muhammad Sahlan yang telah memberikan arahan selama menjalani perkuliahan.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si yang telah banyak membantu untuk membimbing peneliti hingga tugas akhir ini selesai.

6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan-karyawati Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak, Ibu, kakak Miftakhul Fauzi yang tidak pernah berhenti untuk selalu mendoakan dan mendukung.
8. Keluarga besar Abankirenk *Creative* yang selalu mengingatkan saya untuk selalu mengerjakan tugas akhir.
9. Teman-teman di Omah Kopi yang selama ini telah menjadi keluarga kedua di Yogyakarta dan selalu memberikan semangat.
10. Teman-teman KPI D dan seluruh mahasiswa KPI angkatan 2012 yang tidak pernah lupa untuk memberikan semangat
11. Teman-teman masa kecilku, Windy dan Dian, semoga bahagia dan sehat selalu di Jambi.

Terimakasih banyak untuk seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

WassalamualaikumWr, Wb

Yogyakarta, 20 September 2018

Penulis

ABSTRAK

Pada saat ini, dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan banyak media, salah satunya yaitu media cetak. Salah satu contoh pemanfaatan penggunaan media cetak sebagai media dakwah adalah buku *Rentang Kisah* karya Gita Savitri Devi. Materi yang disampaikan dalam buku *Rentang Kisah* tersebut berisikan tentang lika-liku perjalanan hidup dari Gita Savitri dalam mencari jati diri dan agamanya. Teknik komunikasi persuasif dalam buku tersebut menarik untuk diteliti, karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa teknik-teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam buku *Rentang Kisah* karya Gita Savitri Devi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dan menggunakan teori dari Sunaryo yang menjelaskan bahwa ada lima teknik komunikasi persuasif, yaitu *Cognitive Dissonance*, *Pay-off Technique and Fearing Hearing*, *Emphaty*, *Packing*, dan Asosiasi.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti menemukan bahwa dalam buku "*Rentang Kisah*" terdapat kelima unsur teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Sunaryo. Tetapi, dari lima kategori teknik komunikasi persuasif tersebut, didalam buku "*Rentang Kisah*" lebih banyak menggunakan teknik komunikasi persuasif *Cognitive Dissonance* dan *Pay-off Technique and Fearing Hearing* sehingga Gita dalam menyampaikan pesannya tersebut dalam bentuk sebab dan akibat atas apa yang telah dialaminya.

Kata Kunci: Teknik Komunikasi Persuasif, Buku *Rentang Kisah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori.....	7
F. Metode Penelitian	20
G. Sistematika Pembahasan	23
BAB II: GAMBARAN UMUM TENTANG BUKU RENTANG KISAH	
A. <i>Profile</i> Gita Savitri Devi	25
B. Sekilas Tentang Buku Rentang Kisah	29

C. Sinopsis Rentang Kisah	29
---------------------------------	----

**BAB III: TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU
RENTANG KISAH KARYA GITA SAVITRI DEVI**

A. Kategorisasi.....	37
B. Teknik Komunikasi Persuasif	42

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	87
C. Penutup.....	88

DAFTAR PUSTAKA.....	89
----------------------------	-----------



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring semakin maju dan berkembangnya zaman, ada banyak cara maupun metode untuk melakukan dan menyampaikandakwah. Dakwah dapatdilakukan melalui lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Penggunaan metode-metode tersebut disesuaikan dengan kondisi mubbaligh yang akan menerima pesan dakwah yang akan disampaikan.¹

Dalam bukunya Publistik Islami, Dr. H. Hamzah Ya`Qub mengatakan “Berdakwah, melaksanakan amar ma`ruf dan nahyi-munkar, adalah salah satu kewajiban setiap muslim dimanapun mereka berada menurut kemampuannya. Juga merupakan kewajiban ummat secara keseluruhan. Allah Berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: *Adakanlah di antara kamu ummat yang mengajak kepada kebaikan, menyuruh mengerjakan kebajikan, melarang kemungkaran. Mereka itulah orang-orang yang beruntung*”.²

Di era yang serba modern ini, syiar agama Islam dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.Masyarakat pada saat ini tidak hanya mengandalkan ulama sebagai satu-satunya sumber untuk mencariilmu pengetahuan tentang agama Islam. Televisi, radio, surat kabar, handphone,

¹ Dr. H. Hamzah Ya`qub, *Publistik Islami*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1981) hal, 47-48

²*Ibid.*, hal, 21

video, CD-room, buku, majalah, dan bulletin bahkan internet sekalipun menjadi media yang begitu praktis untuk mempelajari dan mencari tahu tentang berbagai macam persoalan agama.³

Diantara banyak media yang dapat digunakan sebagai media dakwah, buku merupakan salah satu media yang saat ini banyak digunakan sebagai media untuk menyampaikan syiar Islam. Dalam setiap buku mengandung 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 dimengerti, pesan dakwah akan mudah diterima oleh pembaca.⁴

Belakangan ini banyak penulis muda yang menyampaikan dakwahnya melalui media tulisan. Salah satu diantaranya yang memanfaatkan tulisan sebagai media untuk menyampaikan dan menyebarkan syiar Islam yaitu Gita Savitri Devi. Gita sendiri merupakan salah satu pemudi bangsa yang saat ini berhasil menempuh pendidikan sarjana Strata satunya di salah satu universitas ternama di Berlin, Jerman, yaitu Freie Universtat Berlin dengan jurusan Kimia Murni. Selain melahirkan sebuah buku yang berjudul Rentang Kisah, Gita juga menghasilkan video Vlogger dengan konten-konten yang sangat membangkitkan semangat positif untuk anak muda Indonesia.

³ Abdul Basit, *Dakwah Cerdas di Era Modern*, (Jurnal komunikasi Islam, Volume 03, Nomor 01 Juni 2013, jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel) hal,77

⁴ Arswendo Atmowiloko, *Mengarang itu Gampang*, (Jakarta: Suberta Citra Pustaka, 1995), hlm, 69-70

Dalam penelitian ini, peneliti penggunaan teknik komunikasi persuasif, dan buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi akan menjadi subjek pada penelitian kali ini. Untuk memahami teknik komunikasi yang terdapat dalam buku tersebut, peneliti menggunakan teknik komunikasi persuasif yang diambil dari buku "*Psikologi Dakwah Dengan Aspek Aspek Kejiwaan yang Qurani*" karya Totok Jumanoro. Adapun teknik komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu teknik *Cognitive Dissonance*, *Pay Off and Fear Hearings*, *Empty, Packing* dan Asosiasi.

Alasan utama yang membuat peneliti memilih dan mengangkat judul "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Rentang Kisah Karya Gita Savitri Devi" yaitu dikarenakan peneliti melihat semangat Gita untuk menyebarkan motivasi dan membuka kembali fikiran anak-anak muda Indonesia terhadap isu apa yang sedang terjadi saat ini. Konten-konten dan materi yang Gita berikan kepada anak muda cukup mampu memberikan dampak positif untuk membuat anak muda berfikir ulang untuk apa dan kemana mereka akan melangkah. Menyuarakan apa yang selama ini anak muda rasakan, dilema hidup yang datang ketika memasuki usia 20 tahun serta pencarian jati diri Gita sendiri tentang agamanya.

Melalui buku Rentang Kisah, Gita ingin mengajak pembaca bukunya khususnya anak muda untuk selalu memasukkan unsur agama kedalam setiap aktivitas yang dilakukan, menjadi pribadi yang tidak bergantung kepada orang lain, selalu ikhlas dan berserah diri kepada Allah SWT. Karena Gita sendiri sadar setelah apa yang dilaluinya selama ini, bahwa

manusia hanya bisa berencana, tetapi yang menentukan tetaplah yang Maha Kuasa, manusia hanya bertugas untuk usaha dan berdoa.⁵

Buku *Rentang Kisah* sendiri ditulis oleh Gita Savitri Devi berdasarkan cerita dari pengalaman dan perjalanan kehidupannya sendiri. Masa-masa dimana Gita masih mencari jati diri tentang eksistensinya di dunia ini, hingga sampai pada titik Gita menyadari dia hidup di dunia ini bertujuan untuk apa. Cerita dari kehidupan Gita begitu menarik dan menginspirasi, sehingga dari cerita-cerita tersebut akan ada pengalaman yang dapat diambil sebagai salah satu pelajaran dalam perjalanan hidup.

Selain tertarik terhadap buku *Rentang Kisah* yang begitu positif dan memotivasi, alasan lain peneliti mengangkat buku *Rentang Kisah* sebagai subjek penelitian dalam skripsi ini yaitu karena Gita Savitri Devi merupakan seorang *Influencer*, penyanyi, *Blogger* dan *Vlogger* yang saat ini *subscriber Channel Youtube* nya mencapai 238.672.⁶ Tidak hanya isi dari bukunya saja yang menarik untuk diulas dan diteliti, tetapi juga Gita memiliki konten-konten *Youtubed* dan *Blog* yang banyak membicarakan dan mengulas tentang isu-isu yang saat ini sedang terjadi, baik didalam negeri maupun luar negeri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

⁵Gita Savitri Devi, *Rentang Kisah*, (Jakarta: Gagas Media, 2017), hlm. 75

⁶<https://youtube.com/gitasavitrivedi> diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pukul 20:20

- a. Seperti apa pengkategorisasian teknik komunikasi persuasif dalam buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi?
- b. Bagaimana teknik komunikasi persuasife yang digunakan Gita Savitri Devi dalam bukunya Rentang Kisah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana teknik komunikasi persuasive yang digunakan Gita Savitri Devi dalam bukunya Rentang Kisah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan penelitian di bidang dakwah, khususnya pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Turut serta memberikan kontribusi, informasi dan pengetahuan tentang bagaimana teknik komunikasi persuasive dalam sebuah karya tulis berupa Novel oleh Gita Savitri Devi.
3. Dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya untuk Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terutama jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian kali ini, penulis mencoba untuk menggali dan memahami beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.Sementara

itu ada beberapa penelitian yang telah dilakukan yang seialur dengan kajian dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut sekaligus menjadi referensi bahan kajian penulis dalam menyusun penelitian ini. Penelitian tersebut dilakukan oleh:

Penelitian dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku *Hijab Iam In Love* Karya Oki Setiana Dewi” karya Fitra Febiani, 2015.⁷ Dalam penelitian ini Fitra Febiani menggunakan metode penelitian analisi isi. Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu bagaimana teknik komunikasi persuasif Oki Setiana Dewi dalam bukunya *Hijab Iam In Love* serta pembahasan makna yang terkandung dalam masing-masing teknik. Penelitian ini menggunakan teori teknik komunikasi persuasif yang dirumuskan oleh Sunaryo, diantaranya *Cognitif Dissonance, Pay off and Fear Hearing, Emphaty, Packing*, dan *Asosiasi*. Dalam skripsi ini, peneliti menjabarkan penjelasan kelima teknik komunikasi persuasive tersebut secara rinci dan jelas, dengan menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami.

Selanjutnya penelitian dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya Ippho Santosa” karya Auliya Niswah, 2014.⁸ Dalam penelitian ini Auliya Niswah menggunakan metode penelitian analisis isi, dengan menggunakan teori teknik komunikasi persuasive oleh Sunaryo, dalam teknik komunikasi tersebut terdapat lima teknik komunikasi persuasif, diantaranya: *Cognitif Dissonance, Pay off and Fear Hearing,*

⁷Fitra Febiani, *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku Hijab Iam In Love Karya Oki Setiana Dewi*, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015

⁸ Auiya Niswah, *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya Ippho Santosa*, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

Emphaty, Packing, dan Asosiasi. Peneliti dalam penelitian ini melihat bahwa dalam buku *7 Keajaiban Rezeki* karya Ippho Santosa terdapat lima teknik komunikasi persuasif.

Dari kedua penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa persamaan dari penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan buku sebagai subjek utama penelitian, dan penelitian memiliki tujuan utama yang sama yaitu untuk mengetahui teknik-teknik komunikasi persuasif yang terdapat dalam buku *Rentang Kisah*.

Penelitian teknik komunikasi persuasif dalam buku *Rentang Kisah* dilakukan untuk menambah dan memperkaya pengetahuan dalam bidang penyampaian pesan dakwah melalui media cetak.

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu, maupun kelompok.⁹ Komunikasi bukan sekedar tukar menukar pikiran serta pendapat saja akan tetapi kegiatan yang dilakukan untuk berusaha mengubah pendapat dan tingkah laku orang lain.¹⁰

Edward Depari mendefenisikan komunikasi sebagai penyampaian gagasan, harapan, pesan yang disampaikan melalui

⁹Drs. A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi*, (Jakarta, PT. Bina Aksara, 1988), hlm. 26

¹⁰*Ibid.*

lambang tertentu yang mengandung arti yang dilakukan oleh penyampaian pesan ditunjukkan kepada penerima pesan.

Sedangkan John R. Schermerhorn mendefinisikan komunikasi sebagai proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima symbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.¹¹

Dalam pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media nonmassa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, *spandoek*, dan sebagainya. Jadi komunikasi dalam pengertian paradigmatis bersifat *intensional* (intentional), mengandung tujuan; karena itu harus dilakukan dengan perencanaan. Sejahter mana kadar perencanaan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang dijadikan sasaran.¹²

Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatis ini banyak defenisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak defenisi itu dapat disimpulkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki, yaitu:

“Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan, maupun tak langsung melalui media.”¹³

¹¹*Ibid.*, hlm. .14

¹² Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 5

¹³*Ibid.*

Dalam defenisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberitahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*).¹⁴

Berdasarkan defenisi-defenisi komunikasi yang telah dijelaskan diatas, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan yang dapat menimbulkan efek.

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diutarakan diatas, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Dalam “bahasa komunikasi” komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator - Orang yang menyampaikan pesan;
- Pesan - Pernyataan yang didukung oleh lambang;
- Komunikan - Orang yang menerima pesan;
- Media - Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
- Efek - Dampak sebagai pengaruh pesan.¹⁵

Teknik berkomunikasi adalah cara atau “seni” penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 6

disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran dan sebagainya. Yang penting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni:

- 1) Dampak Kognitif,
- 2) Dampak afektif,
- 3) Dampak behavioral.¹⁶

Dampak kognitif adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitansya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditunjukkan kepada pikiran si komunikan. Dengan lain perkataan, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.

Dampak afektif lebih tinggi kadarnya dari pada dampak kognitif. Di sini tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya; menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 7

Yang paling tinggi kadarnya adalah *dampak behavioral*, yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.¹⁷

b. Pengertian Persuasif

Persuasif, berasal dari istilah bahasa Inggris *persuasion*. Sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahasa Latin *persuasion* (kata kerja)nya dalam bahasa Inggris *to persuade* yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, menakutkan, dan sebagainya.¹⁸

William J. McGuire dalam karyanya yang berjudul *Persuasion, Resistance, and Attitude Change* yang disitir dalam *Handbook of Communication* menulis:

Persuasion or changing people's attitudes and behavior through the spoken and written word, constitutes one of the more interesting uses communication.

Dalam konteks ini persuasi diartikan sebagai tujuan mengubah sikap dan tingkah laku orang (*changing people's attitudes and behavior*) baik dengan tulisan atau ucapan (*through the spoken and written word*).¹⁹

¹⁷*Ibid.*

¹⁸Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani*, (Wonosobo: Amzah 2001), hlm. 148

¹⁹*Ibid.*, hlm.149.

Para ahli komunikasi sering kali menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Penegasan ini dimaksudkan untuk mengadakan perbedaan dengan *koersi* (coercion).

Bettinghouse mendefinisikan persuasif sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka. Sedangkan Wiston Brembeck dan William Howell mendefinisikan persuasi sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasikan motif-motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan.²⁰

Berdasarkan deifinisi-deifinisi persuasif yang telah dijelaskan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa persuasif merupakan kegiatan komunikasi yang erat hubungannya dengan psikologi yang bermaksud ataupun bertujuan untuk mempengaruhi orang lain sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Menurut Aristoteles, komunikasi dibangun oleh tiga unsur yang fundamental, yakni orang yang berbicara, materi pembicaraannya, dan orang yang mendengarkannya. Aspek pertama yang disebut *persuader* atau komunikator, yang merupakan sumber komunikasi; aspek kedua adalah pesan; aspek ketiga adalah *persuade* atau komunikan, yang merupakan penerima komunikasi.

Persuader adalah sekelompok orang atau individu yang menyampaikan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat,

²⁰ Dedy Djamiliddin Malik & Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1994), hlm. 5

dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun non-verbal. Oleh karena itu seorang *persuader* harus memiliki nilai etos yang tinggi. Selain itu seorang komunikator juga harus memiliki sifat *reseptif*, yaitu bersedia menerima gagasan orang lain, selektif dalam menerima berbagai informasi, *disegtif*, yaitu mampu menerima berbagai gagasan, *asimilatifyaitu* mampu menciptakan gagasan-gagasan baru yang orisinil sebagai bahan untuk komunikasi, *transitif*, yaitu memiliki kemampuan memilih kata-kata yang fungsional, mampu menyusun kata secara logis, memilih waktu yang tepat untuk komunikasinya, dan lain-lain.

Persuade adalah orang/ sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan dan disalurkan oleh *persuader* baik secara verbal maupun non verbal. Kepribadia dan ego merupakan dua faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan komunikan terhadap komunikasi, termasuk di dalamnya faktor persepsi dan pengalaman.

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri *persuader* sebagai akibat dan diterimanya pesan melaluu proses komunikasi. Efek yang biasa terjadi berbentuk perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku. Lingkungan komunikasi persuasive adalah konteks situasional dimana proses komunikasi persuasive ini terjadi. hal itu bisa berupa konteks historis, konteks fisik temporal, kejadian-

kejadian kontemporer, *impending events*, dan norma-norma sosiokultural.²¹

Komunikasi persuasif merupakan salah satu model komunikasi yang melibatkan kondisi psikologi 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 dalam segi psikologis, sosiologi, dan sosial budaya, serta kerangka ideology politiknya. Sehingga sikap 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 persuasive merupakan dakwah aplikatif.²²

2. Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Melalui Media Cetak

Dakwah adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu ataupun masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak, dakwah adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri.

Dakwah dalam menghadapi situasi dan kondisi masyarakat yang kompleks ini maka dakwah perlu menerapkan strategi yang multi-

²¹Herdiyana Maulana & Gungum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata, 2013), hlm. 11-12

²²Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani*, (Wonosobo: Amzah, 2001), hlm. 151

kompleks pula atau *multicomplex approach*. Salah satunya adalah “Pendekatan persuasive.”²³

Ahmad Mubarak dalam buku Psikologi Dakwah mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana dai mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad`u, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi dai (komunikator) dan mad`u (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah sama saja dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.²⁴

Dakwah persuasif akan efektif apabila *message* yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan mad`u. Untuk keperluan ini, sebelum mengkaji “dakwah persuasif dalam aplikasinya” maka perlu kita satu bahasakan tentang kebutuhan mad`u secara umum.

Menurut Otto Lerbinger dan Albert J. Sullivan dalam karyanya yang berjudul *Information, Influence, and Communication*, kebutuhan manusia secara umum, meliputi:

- a. *Affiliative needs*, yaitu *the need to belong* atau kebutuhan untuk diterima sebagai anggota suatu kelompok dan anggota masyarakat.

²³*Ibid.*, hlm. 148

²⁴Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT Remaja Rosda Karya, 2010), hlm.23

- b. Status need, yaitu kebutuhan akan kekuasaan atau kekuatan, popularitas, prestige, dan sebagainya.²⁵

A.H. Maslow memperluas kebutuhan manusia tidak hanya dua macam (Sebagaimana yang dikatakan Otto Lebinger) tetapi menjadi lima macam, walaupun pada hakikatnya tidak jauh berbeda, yaitu: *Psychological needs* (kebutuhan psikologi), *safety needs* (kebutuhan akan rasa aman), *love needs* (kebutuhan untuk dicintai dan disayangi), *esteem needs* (kebutuhan untuk dihargai), *self actualization needs* (kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri).

Dengan memperhatikan kebutuhan dasar manusia atau *the basic needs* maka tidak akan pincang jika mengkaji teknik dakwah persuasive atau aplikasi dakwah dengan pendekatan persuasive. Adapun teknik dakwah persuasif menurut Sunaryo yang dikutip oleh Totok Jumentoro adalah sebagai berikut²⁶:

- a. Cognitive Dissonance

Teknik ini mengambil gejala-gejala hidup dari manusia. Dimana manusia sering perilakunya tidak sesuai dengan pendapat serta sikapnya atau apa yang dilakukannya sering bertentangan dengan keyakinannya atau hati nuraninya. Dengan mudah, da'i seakan-akan membenarkan perilakunya yang kurang tepat, walaupun nuraninya tidak sependapat. Sebagai contoh, seorang da'i tahu kalau si "parno"

²⁵Totok Jumentoro, *Psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani*, (Wonosobo: Amzah, 2001), hlm. 152

²⁶*Ibid.*, hlm. 154-155

pejabat di salah satu kota itu mendapatkan hartanya tidak wajar alias “korupsi” atau manipulasi. Da`i seakan-akan membenarkan dalam rangka meluruskan. Ini merupakan salah satu metode “bil hikmah”.

b. Pay off and fear hearing

Pay off idea adalah usaha persuasi terhadap seseorang atau orang banyak dengan memberi *reward* (hadiah atau ganjaran bahkan harapan) yang baik. Sedangkan *fear rousing* yaitu menyajikan sesuatu *message* yang dapat menimbulkan rasa khawatir atau takut, bila tidak mematuhi informasi-informasi yang dikemukakan.

c. Emphaty

Empati adalah seseorang memproyeksikan perasaannya dan emosinya ke dalam objek pengalamannya. Sehingga seseorang berada dalam situasi empatis bilamana ia mengalami atau berada dalam perasaan dan pikiran yang sama dengan orang lain. Adapun prosesnya adalah:

- 1) Membayangkan diri (da`i) dalam kedudukan sebagai mad`u.
- 2) Membandingkan sikap da`I dengan sikap mad`u seandainya da`I ada dalam keadaan khayal tadi.
- 3) Mengambil kesimpulan-kesimpulan dari sikap mad`u dan membandingkannya dengan reaksi khayal yang dibayangkan oleh da`i seandainya ia dalam keadaan mad`u.

Dengan mudah dapat dikatakan bahwa empati merupakan kemampuan seseorang untuk mendapatkan diri pada situasi orang lain.

Sehingga seorang da'i harus mengenal situasi dan kondisi yang ada pada mad'u. Memahami kondisi mad'u merupakan kemutlakan dalam dakwah. Sebab dakwah yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mad'u niscaya “menggantung asap”, yakni perbuatan yang sia-sia. Seperti dakwah kepada kalangan petani terpencil disuguhi dengan “teknologi luar angkasa”.

d. Packing

Dalam istilah komunikasi diartikan sebagai suatu komunikasi yang dalam penyajiannya dibuat sedemikian rupa sehingga sangat menarik, sangat menawan hati. Sedang ahli lain mengistilahkan dengan *Icing Device*, yaitu menyajikan sesuatu *message* dengan menggunakan *emotional appeal* agar menjadi lebih menarik, dapat memberikan kesan yang tidak mudah dilupakan, lebih menonjol dari pada yang lainnya.

Sering kali kita lihat dakwah semacam ini, dakwah tidak hanya monoton, pengajian saja, akan tetapi sering kita lihat dengan pendekatan *infiltration method*, dalam sinetron-sinetron televisi, drama-drama, ataupun nyanyi-nyanyian, seperti H, Rhoma Irama maupun Ebiet G. Ade serta dewasa ini sering menjadi perhatian pemerintah si “bento” Iwan Fals. Dengan pengepakan yang manis, dakwah disajikan kepada masyarakat, tanpa terasa mereka telah menerima ajaran Islam.

e. Teknik Asosiasi

Dakwah dengan teknik asosiasi artinya penyampaian sesuatu gagasan dengan jalan menempelkan atau menggabungkan dengan objek yang sedang actual dan menarik. Metode ini juga diistilahkan dengan *build in technique*. Jadi, materi dakwah itu dikaitkan dengan suatu peristiwa yang menarik dan actual.

Komunikasi persuasi dalam dakwah melalui media cetak dapat diaktualisasikan dengan melihat teknik-teknik tersebut, untuk kemudian disesuaikan dengan jenis media yang akan digunakan. Penulisan materi dakwah di media cetak juga dapat dilakukan dengan komunikasi persuasive dalam format dan isinya yang dibuat sedemikian rupa tanpa menafikan sama sekali kekurangan-kekurangannya. Dengan berorientasi pada teori teknik komunikasi persuasi atau dakwah persuasive, dengan segala hal yang harus diperhatikan baik dari segi komunikannya, komunikator, pesan, maupun mediannya, efektivitas dakwah persuasif melalui media cetak pun dapat menjadi sebuah kenyataan.

Bagi khalayak pembaca, membaca buku bukanlah suatu beban karena tidak ada unsur paksaan di dalamnya. Penilaian pembaca terhadap isi dari apa dibacanya akan berbeda satu dengan yang lain. Hal ini tergantung pada sesuatu yang dibacanya atau dapat juga dipengaruhi oleh pola pikir dan juga persepsi mereka terhadap sesuatu yang dibacanya tersebut. Dengan demikian, sikap merekapun

akanberagam dan sarat dengan subjektivitas, bisa jadi positif, bisa pula negative, bahkan bisa juga acuh sama sekali.

Akan tetapi tidak jarang sebuah tulisan dapat mengubah sikap dan pandangan hidup seseorang, bahkan tidak sedikit orang yang menjadi pandai dengan membaca, belajar banyak hal dari membaca bacaan-bacaan seperti Koran, buku, majalah, bulletin dan sebagainya yang dengan sadar dapat merubah pandangan dan pola pikir mereka terhadap sesuatu. Seperti halnya dalam mendengarkan sebuah ceramah, *audience* lebih memilih penceramah yang enak di dengar, ringan, tutur kata yang halus, nasehat yang baik dan sebagainya. Pembaca juga lebih tertarik dengan tulisan-tulisan yang notabene seperti tersebut diatas, yaitu mudah dipahami, ringan, kalimat-kalimat yang halus, actual, komunikatif dan spesifik. Komunikatif artinya langsung menjamah materi atau ke pokok permasalahan, tidak berbunga-bunga dan tanpa bas-basi (*straight to the poin*). Sedangkan spesifik artinya mempunyai gaya penulisan tersendiri, sebuah gaya bahasa yang sederhana, kalimat-kalimatnya pendek dengan kata-kata yang jelas dan mudah dimengerti.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif diperuntukkan untuk menggambarkan dan menganalisis

fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran manusia secara individu maupun kelompok.²⁷

Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif yaitu peneliti ingin mengetahui teknik-teknik komunikasi persuasive seperti apa yang digunakan oleh Gita Savitri Devi dalam bukunya Rentang Kisah. Sedangkan untuk metode, metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Pemilihan metode deskriptif kualitatif dikarenakan metode deskriptif kualitatif sangat tepat digunakan untuk meneliti permasalahan yang membutuhkan studi mendalam, seperti pandangan pemirsa terhadap suatu tayangan media.²⁸

2. Sumber Data

a. Sumber Data Utama

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi

b. Sumber Data Sekunder

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

3. Fokus Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi persuasive dalam buku Rentang Kisah Karya Gita Savitri Devi. Sehingga

²⁷HM.Djunaidi Ghony dan Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruz media, 2012), hlm. 13.

²⁸M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana 2008), hlm. 69.

focus penelitian kali ini yaitu berfokus kepada teknik komunikasi persuasive dalam buku Rentang Kisah.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan analisis isi sebagai teknik untuk menganalisis data yang terdapat dalam buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi.

Analisis isi (*Content Analysis*) yang artinya suatu model yang dipakai untuk dokumentasi data yang berupa teks, gambar, symbol, dan sebagainya.²⁹ Menurut Klaus Krippendorff analisis isi bukan sekedar menjadikan isi pesan sebagai obyeknya, melainkan lebih dari itu terkait dengan konsepsi-konsepsi yang lebih baru tentang gejala-gejala simbolik dalam dunia komunikasi.³⁰

Analisis isi sendiri digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang.³¹ Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi: seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat peraturan, undang-undang, musik, teater, dan sebagainya.³²

Dalam menganalisis, peneliti mengelompokkan data sesuai dengan kategori yang ada. Langkah-langkah yang akan peneliti sebagai berikut:

²⁹ Klaus Krippendorff, *Analisis Isi pengantar dan metodologi*, (Jakarta: Rajawali Press, 1991), hlm. 15

³⁰ Imam Subrayogo, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 71

³¹ Drs. Jalaludin Rakhmat, M.Sc, *Metode penelitian Komunikasi*, (Bandung: CV Remadja Karya, 1985), hlm. 108

³² *Ibid*

- a. Mengumpulkan data-data yang didapat dari buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi.
- b. Mengkategorikan data yang telah didapat berdasarkan teknik komunikasi persuasive
- c. Menganalisis data yang didapat dengan dengan teori-teori yang sudah ada
- d. Penarikan kesimpulan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan.

Permasalahan yang akan diteliti dari penelitian ini adalah menggunakan teknik komunikasi persuasif dalam buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi. Kategori-kategori teknik komunikasi persuasif yang akan digunakan dalam penelitian yaitu lima teknik komunikasi persuasive sebagaimana yang telah dirumuskan oleh Sunaryo.

- a. Teknik *Cognitif Dissonance* (mengunggah kesadaran seseorang)
- b. *Pay-off Technique and Fear Hearing* (hadiah dan ancaman)
- c. Teknik *Emphaty* (empati)
- d. Teknik *packing*
- e. Teknik Asosiasi

H. Sistematika Pembahasan

Penjelasan tentang sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana susunan bab yang akan diuraikan dalam skripsi ini, adapun sistematika terdiri dari 4 bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penguarain latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori yang meliputi Pengertian komunikasi, persuasif dan komunikasi peesusasif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, metode penelitian kualitatif, subjek penelitian, objek penelitian, jenis penelitian yang digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika pembahasan.

BAB II GAMBARAN UMUM GITA SAVITRI DEVI DAN BUKUNYA RENTANG KISAH

Bab ini berisikan tentang gambaran umum dari

BAB III TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BUKU RENTANG KISAH KARYA GITA SAVITRI DEVI

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan, berupa penjelasan mengenai teknik komunikasi persuasive yang ada dalam novel Rentang kisah karya Gita Savitri Devi

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk berbagai pihak, serta penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

a. Kategorisasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Rentang Kisah

Setelah melakukan pengkategorian menggunakan teknik komunikasi persuasif yang dirumuskan oleh Sunaryo, peneliti dapat menyimpulkan bahwa didalam buku Rentang Kisah terdapat kelima terknik komunikasi persuasif yang telah dirumuskan oleh Sunaryo, diantaranya yaitu: Teknik *Cognitif Dissonance* (mengunggah kesadaran seseorang), *Pay-off Technique and Fear Hearing* (hadiah dan ancaman), Teknik *Emphaty* (empati), Teknik *packing* . Teknik Asosiasi. Dan, diantara kelima teknik tersebut, hanya ada dua teknik komunikasi persuasif yang paling banyak ditemukan dalam buku Rentang Kisah, yaitu *Cognitive Dissonance dan Pay-off technique and fear hearing*.

b. Penggunaan Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai teknik komunikasi persuasif dalam buku “Rentang Kisah” karya Gita Savitri Devi dari bab pertama hingga bab ketiga, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah melakukan pengkategorisasian dalam buku Rentang Kisah karya Gita Savitri Devi, peneliti menemukan banyak teknik komunikasi persuasif dalam

buku Rentang Kisah yang dapat dikaji lebih dalam lagi dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif dari Sunaryo.

2. Setelah melakukan pengkategorian terhadap buku “Rentang Kisah” karya Gita Savitri Devi, peneliti berhasil menarik sebuah kesimpulan bahwa dalam buku tersebut terdapat kelima teknik komunikasi persuasif yakni, *Cognitive Dissonance*, *Pay-off Technique and fear hearing*, *emphaty*, *packing* dan *asosiasi*. Dalam karyanya Gita Savitri Devi banyak bercerita tentang lika dan liku perjalanan hidupnya. Bagaimana indahnya buah dari keikhlasan, kesabaran serta kepasrahan kepada Allah Swt. Didalam bukunya sendiri, Gita hanya memasukkan satu ayat Qur`an tentang perpecahan keluarga. Buku Rentang Kisah ini sendiri, secara tidak langsung mengajak pembacanya untuk dapat menjadi pribadi yang lebih positif lagi dan lebih menghargai diri sendiri. Dari kelima teknik komunikasi persuasif, Gita lebih banyak menggunakan teknik *Cognitive Dissonance* dan *Pay-off Technique and Fearing hearing* dalam menyampaikan pesannya. Sehingga Gita menyampaikan pesannya tersebut dalam bentuk sebab dan akibat atas apa yang pernah dialaminya. Gaya bahasa penulisan Gita dalam menyampaikan pesan tersebut juga dibuat dengan gaya bahasa yang mudah untuk dipahami, serta tidak menggunakan gaya bahasa yang terlalu formal, sehingga pembaca buku tersebut akan lebih mengerti pesan apa yang akan disampaikan oleh Gita didalam bukunya. Peneliti melihat bentuk komunikasi persuasif yang digunakan Gita sebagai penulis dari buku Rentang Kisah dalam menuangkan

buah ide-ide ceritanya memiliki persiapan serta perencanaan dakwah yang matang. Sehingga buku Rentang Kisah dapat dijadikan sebagai contoh dakwah dalam bentuk media cetak.

B. Saran

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

Kepada jurusan KPI dan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk lebih mengembangkan media cetak sebagai media untuk berdakwah. Sudah banyak memang media kampus yang telah ada, tapi masih sangat jarang yang menggunakannya sebagai media dakwah, kebanyakan media yang telah tercipta lebih banyak digunakan untuk mengkritisi perihal politik yang terjadi di UIN Sunan Kalijaga, sehingga fokus dakwah dalam media cetak tersebut masih kurang.

2. Penulis Buku Rentang Kisah

Dalam penyampaian pesan dakwah melalui media cetak, Gita savitri Devi telah menggunakan gaya bahasa yang mudah untuk dipahami. Sehingga para pembaca buku tersebut akan mudah mengetahui pesan apa yang disampaikan.

C. Penutup

Puji syukur peneliti haturkan kepada Allah Swt, karena atas rahmat dan nikmat dan karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak lupa pula shwalat beserta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kesalahan dan kekurangan didalamnya. Karena menyadari masih banyaknya kesalahan dan kekurangan, sehingga peneliti mengharapkan adanya kritik yang berguna untuk membangun peneliti agar dapat menciptakan sebuah karya yang lebih bagus lagi. Sebagai akhir dari penelitian ini, ada sebuah kalimat yang selalu menjadi motivasi peneliti untuk selalu bersemangat menyelesaikan tugas akhir, kalimat tersebut berbunyi “Usaha yang keras tidak akan mengkhianati hasil akhir.” Jangan pernah berhenti untuk selalu berusaha dan selalu berpasrah kepada Allah Swt agar selalu dibukakan jalan seperti apa yang diinginkan. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Atmowiloko, 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
- Djamaluddin, Malik Dedy dan Yosil Iriantara, *Komunikasi Persuasif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1994.
- Devi, Gita Savitri, *Rentang Kisah*, Jakarta: Gagas Media, 2017.
- Departemen Urusan Agama Islam, UII Press Yogyakarta, *Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*.
- Effendy, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Ghony, HM. Djunaidi dan Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruz media, 2012.
- Illahi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010.
- Jumantoro, Totok, *Psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur'ani*, Wonosobo: Amzah, 2001.
- Krippendorff, Klaus, *Analisis Isi pengantar dan metodologi*, Jakarta: Rajawali Press, 1991.
- Maulana, Herdian dan Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Jakarta, Akademia Permata, 2013.
- Jalaludin, Rakhmat, *Metode penelitian Komunikasi*, Bandung: Remadja Karya, 1985.
- Subrayogo, Imam, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

Widjaja , A.W, *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi*, Jakarta : Bina Aksara, 1988.

Ya`qub, Hamzah, *Pubistik Islami*, Jakarta: CV. Diponegoro, 1981

JURNAL

Basit, Abdul, *Dakwah Cerdas di Era Modern*, Jurnal komunikasi Islam, Vol 03, No 01, Surabaya: Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel, 2013.

SKRIPSI

Febiani, Fitra, *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku Hijab Iam In Love Karya Oki Setiana Dewi*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Niswah, Auliya, *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya Ippho Santosa*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

INTERNET

<https://youtube.com/gitasavitridevi>

<http://www.berkuliah.com/2016/11/gita-savitri-devi-vlogger-indonesian-vlogger-kuliah-di-jerman-untuk-indonesia.html?m=1>

<http://gagasmmedia.net/press-release-rentang-kisah-gita-savitri-devi/>

DA`WATUL KHOIROH

CONTEN CREATOR

PROFILE

Hallo, Nama Lengkap Saya Da`watul Khoiroh dengan usia 24th. saat ini saya sedang menggeluti dunia Branding dengan fokus kepada pembuatan konten

KONTAK

Jl-Liposos 1, Rt.10, No.35 Kelurahan Eka Jaya, Kecamatan Jambi selatan, Kota Jambi
+62853-2672-5932
dawatulkhoiroh22@gmail.com

KETERTARIAN

Pembuatan konsep Branding, prodak maupun personal
proses produksi Foto
Proses produksi video

KEAHLIAN

Konseptor	● ● ● ● ●
Social Media	● ● ● ● ●
Fotografi	● ● ● ● ●
Marketing	● ● ● ● ●

PENDIDIKAN

MAN MODEL 1 KOTA JAMBI 2012
Tahun Pendidikan 2010-2012

MTSn TALANG BAKUNG
Tahun pendidikan 2007-2009

SDn 08/IV KOTA JAMBI
Tahun pendidikan 2000-2006

PENGALAMAN KERJA

VOLUNTEER PERTUNJUKAN FKY28 2016
SUPPORTING STAFF ARTJOG 2017

VOLUNTEER PERTUNJUKAN FKY30 2018
ABANKIRENK CREATIVE 2018
IVENFRAME 2018

RUJUKAN

MAKNA CREATIVE
DEKRAFT

DURRASI MEDIA
FRANKIE MAGAZINE
TAKUN AROSID