

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF
DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELAJAR FILSAFAT
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Ngaji Filsafat
di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Disusun Oleh :
Endah Zahrani
14730020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Endah Zahrani

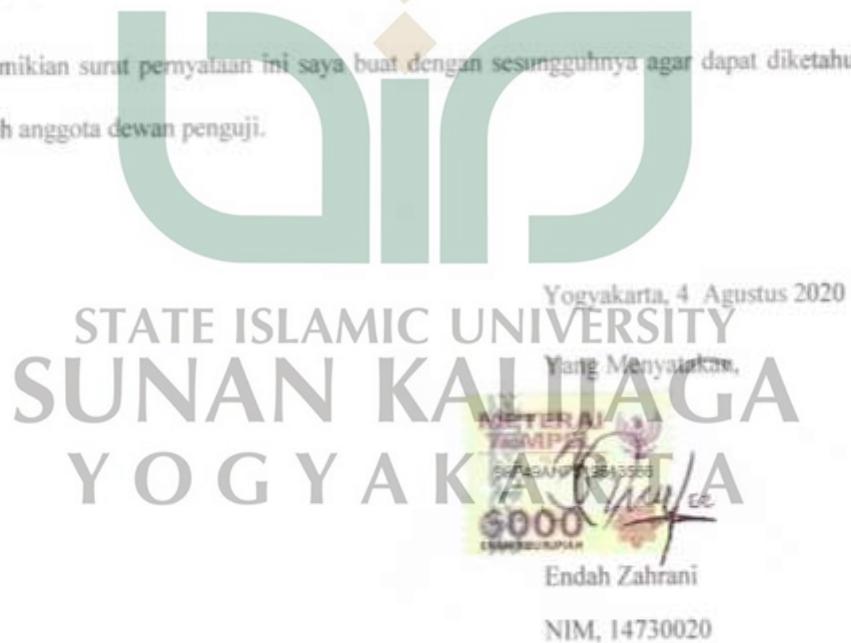
Nomor Induk : 14730020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.



Endah Zahrani

NIM, 14730020



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Endah Zahrani
NIM : 14730020
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELAJAR FILSAFAT

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 5 Agustus 2020
Pembimbing

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP : 19600323 199103 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-634/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2020

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELAJAR FILSAFAT (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ENDAH ZAHRANI
Nomor Induk Mahasiswa : 14730020
Telah diujikan pada : Kamis, 13 Agustus 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR.

Ketua Sidang

Drs. Sianturi Rihartono, M.Si

SIGNED

Valid ID: 515633503ebdb

Pengaji I

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.

SIGNED

Valid ID: 505621a2-2402

Pengaji II

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si

SIGNED

Valid ID: 515623e1-09ca

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 13 Agustus 2020

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 50374cf0ba341

MOTTO

“Jika kita tidak suka filsafat, tidak masalah, akan tetapi sebagai manusia kita tidak boleh tidak suka berpikir dengan benar, karena berpikir benar itu adalah kewajiban kita sebagai manusia.”

~Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag.~



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Saya persembahkan karya tulis penuh kenangan, pengalaman,

serta perjuangan ini kepada :



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta). Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
3. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memberikan masukan, serta membantu peneliti dalam penggerjaan skripsi;
4. Prof. Dr. Iswandi Syahputra, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang senantiasa memberikan arahan dan membimbing peneliti dalam proses perkuliahan;
5. Dra. Marfuah Sri Sanityastuti., M. Si. Selaku Dosen Penguji I dan Dr. Yani Tri Wijayanti, M. Si. Selaku Dosen Penguji II

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
7. Orang tua dan kakak penulis, bapak Mahmud Effendi, ibu Suti, dan mas Agung Tyas Pambudi tersayang yang senantiasa ikhlas mendoakan dan mendukung penulis selama ini. Keluarga besar di Jambi maupun Jawa Timur yang juga senantiasa menyemangati untuk segera lulus di usia ini;
8. Bapak Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag. selaku pemateri program Ngaji Filsafat, Dosen Filsafat UIN Jambi Bapak Ariyandi Batubara, S. Ud., M. Ud., Mas Nur Wahid selaku pengurus Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta, serta santri-santri Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta yang telah berkenan dan membantu penulis dalam penyelesaian penelitian ini;
9. Keluarga Alumni MAN Model Jambi-Yogyakarta (Kamanjayo) yang senantiasa menjadi tempat pelarian saat di rantau;
10. Kakak-kakak UKM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya UKM Pramuka UIN Jogja Racana Sunan Kalijaga dan Racana Nyi Ageng Serang. Teman-teman penulis di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, teman prodi Ilmu Komunikasi, dan teman KKN Sambeng 2017;
11. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebut satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT., dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya,Aamiin.

Yogyakarta, 4 Agustus 2020
Penyusun,

Endah Zahrani
NIM, 14730020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Telaah Pustaka	6
F. Landasan Teori	14
G. Kerangka berpikir	31
H. Metode Penelitian	32
BAB II GAMBARAN UMUM.....	Error! Bookmark not defined.
A. Masjid Jendral Sudirman.....	Error! Bookmark not defined.
B. Sejarah Ngaji Filsafat	Error! Bookmark not defined.
C. Pemateri Ngaji Filsafat	Error! Bookmark not defined.

D. Materi Ngaji Filsafat.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Analisis SWOT Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.
B. Strategi Psikodinamika dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat	Error! Bookmark not defined.
C. Strategi Sosiolokultural dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat	Error! Bookmark not defined.
D. Strategi <i>The Meaning Construction</i> dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	84



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Table 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	13
Table 2 Daftar Nama Informan Tambahan	35
Table 3 SWOT Program Ngaji Filsafat	Error! Bookmark not defined.
Table 4 Analisa Silang Matriks SWOT Program Ngaji Filsafat	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Kehadiran Santri Ngaji Filsafat.....	4
Gambar 2 Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 Suasana Ngaji Filsafat	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4 Dr. Fahruddin Faiz, S.Ag., M.Ag.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Interview Guide	84
Lampiran II : Rekapitulasi Kehadiran Santri Ngaji Filsafat tahun 2017-2019.....	86
Lampiran III : Materi Ngaji Filsafat hingga bulan Maret 2020.....	90
Lampiran IV : Dokumentasi Wawancara	97



ABSTRAK

For people who have studied philosophy, when hearing the word philosophy will think of complicated science, boring science, annoying, or even also consider it to be something to be stray. Very few laypeople who want and able to study it. Since April 2013 the Koran Philosophy Program at the Jendral Sudirman Mosque (MJS) Yogyakarta is a place for people to study philosophy.

The purpose of this study is to figure out how the persuasive communication strategy by the speaker of the Ngaji Filsafat so that interest in studying philosophy increased at that program, using The Communication Strategy Theory of Persuasion Melvin L. De Fleur and Sand J. Ball-Roceach (1989). The research uses a qualitative descriptive approach. Researchers use interviews, observations, and document as data collection methods, and descriptive analysis as a data analysis technique.

The results of this study indicate that the persuasive communication strategy which has been done by Dr. Fahruddin Faiz, M. Ag. as a Koran speaker Philosophy through simplelanguage, the material associated with daily life, and new knowledge that can attract students to study philosophy through the Ngaji Filsafat Program at the Jendral Sudirman Mosque (MJS) Yogyakarta.

Keywords: Philosophy, Persuasive Communication Strategies, Ngaji Filsafat, Jendral Sudirman Mosque



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Filsafat merupakan pelajaran yang baru kita dapatkan di bangku perguruan tinggi, Filsafat menjadi salah satu mata kuliah wajib dalam pembelajaran di perkuliahan. Sebagai mahasiswa, mau tidak mau kita harus mempelajari filsafat dan harus lulus dalam mata kuliahnya. Filsafat sebagai *the mother of science* yang mana dari filsafat semua ilmu lahir dan bersinergi dengan kebutuhan manusia, dengan alasan inilah mempelajari filsafat menjadi sesuatu yang penting. Akan tetapi bagi orang yang pernah mempelajari filsafat, saat mendengar kata filsafat kebanyakan dari kita langsung terpikir mengenai suatu ilmu yang rumit, membosankan, menyebalkan, atau bahkan juga menganggapnya sebagai sesuatu yang akan menyesatkan kita. Sedikit sekali orang awam yang ingin dan mampu mempelajarinya. Hal ini dapat dimaklumi karena setiap orang pasti memiliki tafsir dan pendapat yang berbeda mengenai filsafat.

Dr. Stephen Palmquist (2007) dalam bukunya *Pohon Filsafat* mengemukakan bahwa “Sebagian agamawan juga ada yang berpandangan memegang erat-erat kitab suci sebagai pegangan hidup sudah lebih dari cukup, sehingga filsafat yang tidak menjelaskan kebenaran mutlak tidak diperlukan.” Selain Dr. Stephen Palmquist, Dr. Harry Hamersma penulis buku *Pintu Masuk ke Dunia Filsafat* pernah menuliskan sebagaimana berikut :

“Usia filsafat dalam sejarah ilmu pengetahuan sudah cukup panjang. Filsafat lebih tua usianya daripada semua ilmu dan kebanyakan agama. Walaupun demikian, bagi kebanyakan orang awam, bahkan sebagaimana ilmuwan beranggapan bahwa filsafat itu merupakan sesuatu yang kabur atau sesuatu yang sepertinya tidak ada gunanya karena hasil “lamunan” belaka, tanpa metode, tanpa kemajuan, dan penuh perbedaan serta perselisihan pendapat. Jika kita melihat dari sejarah ilmu pengetahuan, filsafat memang lebih tua usianya daripada semua ilmu dan kebanyakan agama.” (Hamersma, 2008: 5).

Citra filsafat dalam kehidupan sehari-hari yang dianggap sebagai

sesuatu yang “tidak asik” ini mengakibatkan sebagian pihak menyimpulkan bahwa ketika kita terpikir akan filsafat, literatur filsafat, dan hal-hal yang berkaitan dengan filsafat, kita langsung melabelinya dengan filsafat itu suatu ilmu yang sulit dipahami. Dengan demikian, secara tidak langsung pernyataan bahwa filsafat tidak akrab dengan otak manusia adalah benar.

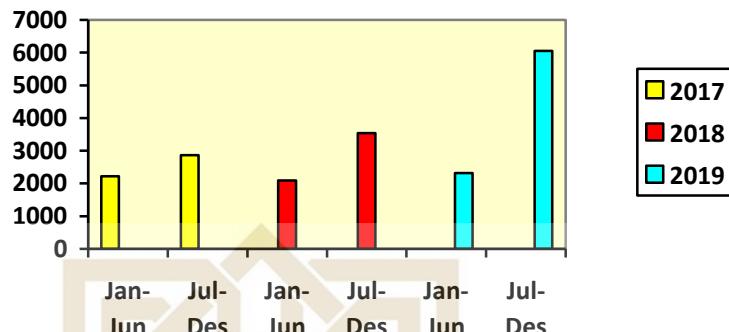
Menjawab dari keresahan tersebut, Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta hadir untuk mengenalkan filsafat dengan metode yang mudah dipahami dan menjadi solusi yang memungkinkan filsafat dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, baik akademis maupun non akademis (umum).

Ngaji Filsafat adalah sebuah program pengurus Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta yang membahas tentang filsafat. Tema Ngaji Filsafat ini meliputi filsafat Yunani, Barat, Timur, Islam dan Nusantara, Periode klasik, modern, dan post modern. Ngaji Filsafat ini diadakan rutin setiap hari Rabu mulai pukul 20.00 WIB dengan pengampu Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag. Ngaji Filsafat ini pertama kali diselenggarakan pada hari Minggu, 21 April 2013 dan menjadikannya sebagai program masjid yang unik dan menarik. Unik karena acaranya dilaksanakan di masjid dan menarik karena membahas mengenai filsafat.

Ngaji Filsafat sebagai suatu program pengurus masjid juga menjadi unik dikarenakan di beberapa masjid lain saat ini lebih mudah dijumpai kajian-kajian praktis dan populis berlabel syariah seperti: pelatihan sholat khusyu, keajaiban sedekah, menguak keajaiban rezeki, bahkan diskusi tentang jodoh. Namun, Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta menjadikan kajian rutin filsafat sebagai salah satu programnya.

Menjadikan filsafat sebagai materi yang disampaikan dalam program masjid pasti bukan sesuatu yang mudah, apalagi dalam menarik perhatian masyarakat untuk mengikutinya. Dalam sejarahnya, awal diadakannya program Ngaji Filsafat ini pun sepi, tidak banyak santri yang memadati tempat ini dan hanya dilakukan dalam satu ruang kelas di area Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta. Akan tetapi, semakin bertambah tahun hingga saat ini tempat yang awalnya sepi sudah berubah menjadi padat. Tiap Rabu malam Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta penuh dengan santri bahkan sampai ke luar masjid. Santri yang hadir pun tidak hanya dari kota Yogyakarta, akan tetapi dari luar kota pun tak jarang ikut hadir dalam ngaji filsafat ini. Sebagaimana dalam grafik berikut yang menunjukkan adanya peningkatan kehadiran santri Ngaji Filsafat disetiap tahunnya mulai dari tahun 2017 hingga 2019. Selain peningkatan, dari grafik tersebut juga terlihat adanya penurunan kehadiran santri Ngaji Filsafat dikarenakan adanya libur pada saat pemateri tidak dapat hadir pada program Ngaji Filsafat dan libur pada selama Ramadhan hingga hari raya Idul Fitri disetiap tahunnya.

Gambar 1 Grafik Kehadiran Santri Ngaji Filsafat
di Masjid Jendral Sudirman tahun 2017-2019



(Sumber: Olahan Peneliti)

Menarik minat belajar masyarakat dalam Ngaji Filsafat tentu bukanlah sesuatu yang mudah, diperlukan suatu strategi yang tepat untuk menarik minat. Dari berbagai macam komunikasi, salah satu komunikasi yang sangat berpengaruh adalah komunikasi persuasif yang didefinisikan sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha keyakinan, nilai, atau sikap mereka. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS. An Nisa : 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَاعْظِمْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بِلِيغاً

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”

Ayat diatas menjelaskan tentang bagaimana Allah menganjurkan kepada manusia untuk memberikan pelajaran atau pengetahuan melalui perkataan yang membekas. Hal ini sejalan dengan tujuan dari komunikasi yang mana terjadinya komunikasi tidak hanya bertujuan memberikan informasi, akan tetapi juga bertujuan untuk mempengaruhi orang lain

(persuasif). Strategi Komunikasi Persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang. Pengaplikasian strategi perlu untuk dikomunikasikan kepada khalayak agar dapat memberikan dampak sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi persuasif adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang besar melalui ide-ide baru. Dari latar belakang diatas peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat (Studi Deskriptif Kualitatif pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Minat Belajar Filsafat pada Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan wawasan penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya Strategi Komunikasi Persuasif
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi kajian Strategi Komunikasi Persuasif, khususnya bagi mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif bagi Pemateri dan Pengurus Masjid lain yang akan membuat program dengan melakukan strategi komunikasi persuasif
- b. Penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pembaca dalam praktik strategi komunikasi persuasif.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka dalam penelitian digunakan untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa sebelumnya, dengan begitu peneliti dapat memberikan gambaran perbedaan dan kesamaan dari referensi penelitian sebelumnya. Dalam hal ini peneliti menggunakan telaah pustaka yang berkaitan dengan kajian proses strategi komunikasi persuasif, baik berbeda daerah maupun negara.

- 1) Skripsi berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui *New Media*

yang ditulis oleh Siti Sakhinah program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2018.

Fokus penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui *New Media*. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta uji coba kesimpulan. Teori yang digunakan adalah teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pengurus mengimplementasikan *the psychodynamic strategy* di *new media* menggunakan desain menarik dan bahasa sehari-hari. *The sociocultural strategy* di *new media* menggunakan aturan, norma dan kontrol sosial pada *Instagram* dan grup *Whatsapp*. *The meaning construction strategy* di *new media* menggunakan konstruksi makna agar *persuadee* mudah memahami pesan.

Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subyek penelitian, dalam penelitian tersebut subyek penelitiannya adalah Pengurus Komunitas Terang Jakarta, sedangkan dalam penelitian ini adalah Pemateri Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta. Fokus penelitian tersebut adalah Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui

New Media, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Persuasif Pemateri Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta dalam menumbuhkan minat belajar filsafat.

Penelitian ini sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach.

- 2) Skripsi berjudul Teknik Komunikasi Persuasif dalam Membangun Minat Belajar (Studi Deskriptif Kualitatif pada Staf Pengajar Paguyuban Pengajar Pinggir Sungai (P3S) Code Yogyakarta yang ditulis oleh Probo Tri Anggoro program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2017.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam membangun minat belajar pada staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang teknik komunikasi persuasif dalam membangun minat belajar pada staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta. Metode yang digunakan yakni metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta, dan objek penelitian ini adalah teknik komunikasi persuasif staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta telah melakukan teknik komunikasi persuasif kepada anak-anak dalam membangun minat belajar dengan teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, dan teknik *red-herring*. Penerapan teknik asosiasi terlihat pada staf pengajar mengajak anak mendongeng, menyajikan permainan yang mereka suka, memberikan pertanyaan tentang topik yang sedang *booming* dikalangan anak. Teknik integrasi diterapkan dengan cara memanusiakan anak seperti senyum, sapa, salam. Berhati-hati dalam mengucapkan kata-kata dan mengajak bercanda yang mana hal ini dapat mempermudah staf pengajar mengarahkan anak semangat belajar hingga akhirnya minat belajar terbangun. Teknik ganjaran didapat dari staf pengajar mempersuasif dengan tidak memberikan yang bersifat materi melainkan bersifat non materi. Hal ini dimaksudkan agar anak-anak tidak kecanduan dan ketergantungan dengan pemberian yang bersifat materi seperti uang, permen, dan jajan. Teknik tataan terlihat dari staf pengajar yang menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh anak-anak. Sedangkan untuk teknik *red-herring* terlihat dari staf pengajar yang selalu berusaha mengarahkan anak agar belajar sesuai dengan permintaan staf pengajar. Jika ditemui suatu kejadian anak tidak sesuai dengan materi yang diberikan dan anak tetap pada kemauannya, maka staf pengajar selalu berusaha berargumentasi untuk terus memberi penjelasan dan ajakan pada anak.

Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subyek penelitian, dalam penelitian tersebut subyek penelitiannya adalah staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta, sedangkan dalam penelitian ini adalah Pemateri Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta, serta fokus penelitian tersebut adalah bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam membangun minat belajar pada staf pengajar di paguyuban pinggir sungai (P3S) Code Yogyakarta, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi persuasif Pemateri Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta dalam menumbuhkan minat belajar Filsafat. Penelitian ini sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dan sama-sama membahas minat belajar.

- 3) Jurnal Nomosleca Volume 3, Nomor 2, Oktober 2017 hlm 1-10 dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa di SMK JAWARA PGRI 1 Pasuruan” yang ditulis oleh Nisful Laily Zain Kepala SMK PGRI 1 Pasuruan.

Fokus penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa di SMK JAWARA PGRI 1 Pasuruan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena penelitian ini bertujuan untuk mengamati bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan guru dapat meningkatkan motivasi belajar siswa.

Hasil penelitian ini yaitu peran komunikasi persuasif akan terlihat dan akan mampu mewujudkan tujuan dari komunikasi, yang mana dalam hal

ini untuk memberikan persepsi dan pemahaman tentang materi pembelajaran kepada siswa. Selain itu, komunikasi persuasif dapat menunjang kelancaran dalam pelaksanaan proses pembelajaran, yaitu mampu memunculkan motivasi belajar siswa. Sifat komunikasi persuasif yang membujuk dapat meyakinkan siswa, bahwa pembelajaran atau materi yang disampaikan sangat penting untuk dipahami. Sehingga siswa dengan sendirinya akan termotivasi untuk mempelajari materi yang diajarkan. Dengan komunikasi persuasif, guru mampu mengajak siswa untuk berinteraksi dengan baik tanpa ada pemaksaan. Sehingga motivasi belajar akan muncul dari dalam diri siswa. Ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan oleh guru terhadap siswanya yang bermasalah, dalam hal ini peneliti menfokuskan pada pendekatan personal/pribadi pada siswa, yang berada di SMK PGRI 1 Pasuruan. Baik pendekatan kepada siswa secara langsung, maupun pendekatan dan komunikasi dengan orang tua siswa. Kedua pendekatan dilakukan dengan frekuensi dan pola yang beragam. Dalam praktiknya, komunikasi personal yang dilakukan guru kepada siswa maupun kepada wali siswa, orang tua siswa memiliki peran signifikan dalam meningkatkan motivasi belajar siswa.

Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subyek penelitian, dalam penelitian tersebut subyek penelitiannya adalah Siswa di SMK JAWARA PGRI 1 Pasuruan, sedangkan dalam penelitian ini adalah Pemateri Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta. serta fokus penelitian tersebut adalah Strategi Komunikasi Persuasif dalam

Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa di SMK JAWARA PGRI 1 Pasuruan., sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi persuasif Pemateri Program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta dalam menumbuhkan minat belajar filsafat.



Table 1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Siti Sakhinah	Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui New Media	2018	Metode penelitian: Deskriptif kualitatif, sama-sama mengkaji strategi komunikasi persuasif.	Penelitian Siti berfokus pada pengurus komunitas terang jakarta dalam mengajak anak muda berhijrah melalui new media, dan unit analisis
2.	Probo Tri Anggoro	Teknik Komunikasi Persuasif dalam Membangun Minat Belajar (Studi Deskriptif Kualitatif pada Staf Pengajar Paguyuban Pengajar Pinggir Sungai (P3S) Code Yogyakarta	2017	Metode penelitian: Deskriptif kualitatif, sama-sama mengkaji minat belajar	Penelitian Probo berfokus pada teknik komunikasi persuasif dalam membangun minat belajar pada staf pengajar paguyuban pengajar pinggir sungai Code Yogyakarta, dan unit analisis
3.	Nisful Laily Zain	Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa Jurnal NOMOSLECA Volume 3, Nomor 2, Oktober 2017	2017	Metode penelitian: Deskriptif kualitatif, sama-sama mengkaji strategi komunikasi persuasif.	Penelitian Nisful berfokus pada meningkatkan motivasi belajar siswa, dan unit analisis

F. Landasan Teori

Teori merupakan hal yang dibutuhkan dalam penelitian. Teori berfungsi sebagai dasar atau pondasi untuk membimbing peneliti agar fokus dan tidak keluar jalur dari garis penelitian. Teori yang relevan diperlukan untuk mengkaji fenomena yang sedang peneliti bahas. Dalam konteks ini, peneliti berfokus pada strategi komunikasi persuasif dan minat belajar.

1. Strategi Komunikasi

Strategi pada mulanya dikenal sebagai istilah dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan untuk memenangkan suatu peperangan. Dalam mengatur strategi seseorang terlebih dahulu menimbangkan kekuatan pasukan yang dimilikinya baik kuantitas maupun kualitasnya. Setelah semua itu diketahui, barulah ia menyusun tindakan yang harus dilakukan mulai dari membuat siasat peperangan, taktik dan teknik peperangan, maupun waktu yang tepat untuk melakukan sebuah serangan. Dengan demikian, dalam menyusun strategi perlu diperhitungkan berbagai faktor baik dari dalam maupun luar. Dari ilustrasi tersebut dapat diketahui bahwa strategi digunakan untuk memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai tujuan.

Strategi dalam dunia pendidikan diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular education goal*. Jadi, strategi pembelajaran dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan

pendidikan tertentu. Menurut Gerlach dan Ely menjelaskan bahwa strategi pembelajaran merupakan cara-cara yang dipilih untuk menyampaikan materi pembelajaran dalam lingkungan pembelajaran tertentu. Selanjutnya dijabarkan oleh mereka bahwa strategi pembelajaran dimaksud meliputi sifat, lingkup, dan urutan kegiatan pembelajaran yang dapat memberikan pengalaman belajar kepada peserta didik. (Hamruni, 2011 : 2)

Penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam setiap program komunikasi. Dalam strategi komunikasi terdapat analisis SWOT yang digunakan untuk mengukur Kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki yang berkaitan dengan situasi atau kondisi kekuatan organisasi atau program pada saat ini,, kelemahan atau kekurangan (*weakness*) yang berkaitan dengan situasi atau kondisi kelemahan yang ada pada orgaisasi atau program saat ini, peluang (*opportunities*) yang mungkin dapat diperoleh dari luar organisasi atau program, dan ancaman (*Threats*) yang bisa ditemui dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan atau organisasi, biasanya ancaman ini datang dari luar organisasi atau program dan mengancam eksistensi program atau organisasi di masa depan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan atau organisasi. Analisis SWOT ini akan digunakan sebelum menyusun strategi komunikasi.

Strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut

strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi. (Effendy, 2008 : 29)

Menurut Arni Muhammad Strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik, dan cara yang digunakan oleh kelompok atau organisasi untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Muhammad, 2004 : 65)

Seorang pakar perencanaan komunikasi, Middleton membuat definisi mengenai strategi komunikasi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Cangara, 2017 : 61)

Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan dan taktik yang dibuat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi haruslah bersifat dinamis, sehingga jika ada perubahan atau faktor penghambat dalam proses komunikasi. Komunikator bisa mengambil langkah atau tindakan yang lain dengan tepat. Sehingga strategi komunikasi yang sudah direncanakan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

R. Wayne Peace, Brend D.Petterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective communication*, seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (2011:32), tujuan sentral strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama yaitu :

- a. *To secure understanding* : memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterima, andai kata sudah dapat dimengerti dan menerima maka penerimanya itu harus dibina.
- b. *To establish acceptance* : setelah komunikan mengerti dan menerima pesan, maka pesan ini harus dilakukan pembinaan.
- c. *To motivation action* : setelah penerima itu dibina maka kegiatan ini harus dimotivisasikan.

Tiga tujuan ini sangat berkaitan erat karena yang pertama *To secure understanding* memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimamnya. Andaikan sudah dapat mengerti dan menerima maka penerimanya itu harus dibina seperti yang kedua, yang pada akhirnya kegiatan dimotivisasikan.

a. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi sangat dibutuhkan dalam proses komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Maka dari itu, strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu :

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi bersifat informatif, persuasif, dan instruktif, secara sistematik kepada sasaran komunikasi untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi tidak hanya bertujuan memberikan informasi, akan tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Komunikasi berguna untuk merangsang minat, mengurangi permusuhan dan menggerakkan masyarakat untuk melakukan suatu tugas atau mendidik perilaku. Dapat dikatakan bahwa tujuan lain dari komunikasi adalah untuk mempengaruhi orang lain sesuai dengan keinginan kita dengan menggunakan komunikasi yang disampaikan.

Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber pada perkataan latin *persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu (Maulana, 2013:7)

a. Unsur–Unsur Komunikasi Persuasif

Ada beberapa unsur komunikasi persuasif antara lain:

- 1) Sumber dan penerima (*Persuader dan Persuadee*)

Persuader adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun

nonverbal dalam komunikasi persuasif eksistensi *persuader* benar-benar dipertaruhkan. Oleh karena itu dia harus memiliki ethos yang tinggi, ethos adalah nilai diri seseorang yang merupakan panduan dan aspek kognisi, apeksi, dan konasi

2) Pesan

Menurut Simons (1976) secara sederhana dapat dikatakan bahwa pesan (*message*) adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Didalamnya terdiri atas disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan serta materi yang disajikan. (Soemirat, 2014:2.34)

3) Saluran

Saluran dipengaruhi oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan orang secara formal maupun nonformal, secara tatap muka ataupun bermedia. Sebagaimana halnya dalam komunikasi secara umum, komunikasi persuasif mekanismenya menggunakan berbagai saluran (Simon, 1976).

4) Umpang Balik

Umpang balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikasi atau dari pesan itu sendiri. Umpang balik juga dapat disebut balasan atau perilaku yang diperbuat. Umpang balik bisa berbentuk internal atau eksternal. Umpang balik internal adalah reaksi yang datang dari komunikasi karena pesan yang

disampaikan *persuader* tidak dipahami atau tidak sesuai dengan keinginan dan harapannya. Umpan balik eksternal adalah bisa bersifat langsung dan bisa bersifat tertunda.Umpan balik yang sifatnya langsung biasa terjadi dalam komunikasi tatap muka. Umpan balik tertunda sering terjadi dalam komunikasi bermedia yang ditujukan dengan surat pembaca untuk media cetak dan melalui surat kabar (Sastropoetro, 1988).

5) Efek

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri *persuader* sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat, tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri *persuadee* merupakan tujuan utama. Disinilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya (Sastropoetro, 1988).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

6) Lingkungan
Lingkungan komunikasi persuasif adalah konteks situasional dimana proses komunikasi persuasif ini terjadi. Konteks tersebut berupa kondisi latar belakang dan fisik dimana tindakan komunikasi persuasif dilakukan (Simon, 1976).

3. Strategi Komunikasi Persuasif

Joseph A. Ilardo (dalam Soemirat dkk, 2017:8.26) mendefinisikan strategi adalah rencana terpilih yang bersifat teliti dan hati-hati atau serangkaian manuver yang telah dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan Komunikasi persuasif merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas dan harus dapat dicapai. Oleh karena itu, setiap kegiatan persuasi perlu dilandasi oleh strategi tertentu demi keberhasilannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang meliputi mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang. Maka, dalam strategi yang dibuat tersebut harus mencerminkan operasional taktis. Jadi, yang harus kita lakukan adalah menentukan sasaran kita, pesan apa yang ingin disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian, serta apakah waktu yang kita gunakan tersebut cukup tepat. (Soleh Soemirat,dkk.2017:1.30)

Melvin L. DeFleur dan Sandra J.Ball-Roeach memberikan beberapa strategi komunikasi persuasi, antara lain:

a. Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamika didasari oleh asumsi bahwa ciri-ciri biologis itu merupakan hal yang diwariskan, terdapat sekumpulan faktor lain yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan

merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosional, terdapat sekumpulan faktor yang diperoleh atau dipelajari yang membentuk struktur kognitif individu.

Dengan demikian, berdasarkan konsep psikodinamika, Strategi persuasif harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif, dan rasanya sangat tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor biologis (seperti tinggi, berat, sex, ras, dan lain-lain) dengan pesan persuasif. Hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasif untuk pernyataan emosional, seperti marah dan takut. Asumsi berikutnya bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Oleh karena itu, faktor-faktor kognitif dapat diubah maka tentunya perilaku pun dapat diubah. (Melvin L. DeFleur dkk.1989: 275)

Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan struktur internal jiwa sebagai hasil dari belajar. Dalam penekanan ini memungkinkan menggunakan media massa untuk mengubah struktur tersebut, seperti perubahan perilaku.

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai cara, dimana mereka akan merespon secara terbuka

dengan bentuk perilaku, seperti yang diinginkan atau sesuai dengan yang dinyatakan *persuader*. Komunikasi persuasif yang efektif dapat dikatakan terletak dalam mempelajari hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh *persuader*. Asumsi tersebut akan mengubah struktur internal psikologis individu, seperti kebutuhan, rasa takut, sikap dan hal-hal lain yang hasilnya tampak pada perilaku yang ditunjukkan.

Strategi persuasi psikodinamika ini lebih dipusatkan pada faktor emosional dan kognitif. Salah satu dasarnya adalah bahwa faktor-faktor kognitif mempengaruhi perilaku manusia. Esensinya yakni pesan efektif mampu mempengaruhi fungsi psikologis individu dengan berbagai cara, dimana dengan ini sasaran akan merespon secara terbuka bentuk perilaku yang diinginkan oleh *persuader*.

(Soleh Soemirat,dkk.2017:8.30)

b. Strategi Persuasi Sosiokultural

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan dari luar diri individu. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasi menegaskan kepada individu tentang aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak yang akan mengatur aktivitas komunikator yang mencoba untuk memperolehnya, atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut. Kunci dari strategi ini adalah bahwa pesan

harus ditentukan dalam keadaan konsensus bersama. Strategi persuasi sosiokultural ini banyak digunakan dalam dunia periklanan untuk membentuk kembali ingatan tentang suatu produk. (Soleh Soemirat,dkk.2017:8.34)

Dengan demikian, untuk mempersuasi sasaran yang ingin kita tuju, berdasarkan strategi ini kita harus mempertimbangkan pengertian budaya setempat, norma-norma, kepentingan peran, serta sistem kontrol budaya sekitar agar apa yang menjadi tujuan dapat tersampaikan.

c. Strategi *The Meaning Construction*

Menurut strategi ini, pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Melvin I. DeFluer dan Sandra J.Ball-Rokeach mengemukakan strategi ini dengan memanipulasi pengertian. Hal ini berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Berdasarkan pemikiran tersebut, terlihat bahwa yang menjadi asumsi utama strategi Apa yang luput merupakan elaborasi asumsi tentang predisposisi dan protes internal, seperti perubahan sikap, disonansi kognitif, atau kejadian sosial yang rumit dan pengharapan kultural. (Soleh Soemirat,dkk.2017:8.39-8.40)

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan dengan belajar berbuat (*learn-do*), seperti dilawankan dengan belajar merasa-berbuat (*learn-feel-do*) dan pendekatan belajar menyesuaikan diri. Dengan demikian, dalam strategi ini kita dapat mempraktekkan

kampanye langsung agar apa yang ingin kita sampaikan dapat dimengerti oleh sasaran kita.

Esensi dalam strategi *the meaning construction* yaitu *persuader* akan memanipulasi makna untuk memberikan pengertian yang mudah dimengerti oleh *persuadee* dengan memberikan perumpamaan-perumpamaan tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri.

4. Minat Belajar

Minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan sebagai hasil dari keikutsertaan dalam suatu kegiatan. Karena itu minat belajar adalah kecenderungan hati untuk belajar, untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, kecakapan melalui usaha pengajaran atau pengalaman.

Menurut Slameto dalam bukunya yang berjudul *belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, minat adalah rasa lebih suka dan ada rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Sebenarnya minat bukanlah istilah psikologi yang populer, sebabnya adalah karena minat tergantung pada banyak faktor internal, seperti pemusatkan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.

Minat belajar adalah salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi rasa ketertarikan dan rasa suka peserta didik terhadap suatu aktivitas atau pelajaran untuk mendapatkan informasi atau pengalaman melalui proses pembelajaran.

a. Ciri-Ciri Minat Belajar

Dalam minat belajar memiliki beberapa ciri-ciri. Menurut Elizabeth Hurlock (dalam Susanto, 2013: 62) menyebutkan ada tujuh ciri minat belajar sebagai berikut:

- 1) Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental
- 2) Minat tergantung pada kegiatan belajar
- 3) Perkembangan minat mungkin terbatas
- 4) Minat tergantung pada kesempatan belajar
- 5) Minat dipengaruhi oleh budaya
- 6) Minat berbobot emosional
- 7) Minat berbobot egoisentris, artinya jika seseorang senang terhadap sesuatu, maka akan timbul hasrat untuk memilikinya.

Menurut Slameto (2003: 57) peserta didik yang berminat dalam belajar adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang sesuatu yang dipelajari secara terus-menerus.
- 2) Ada rasa suka dan senang terhadap sesuatu yang diminatinya.
- 3) Memperoleh sesuatu kebanggaan dan kepuasan pada suatu yang diminati.
- 4) Lebih menyukai hal yang lebih menjadi minatnya daripada hal yang lainnya
- 5) Dimanifestasikan melalui partisipasi pada aktivitas dan kegiatan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri minat belajar adalah memiliki kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang sesuatu secara terus menerus, memperoleh kebanggaan dan kepuasan terhadap hal yang diminati, berpartisipasi pada pembelajaran, dan minat belajar dipengaruhi oleh budaya. Ketika peserta didik ada minat dalam belajar maka peserta didik akan senantiasa aktif berpartisipasi dalam pembelajaran dan akan memberikan prestasi yang baik dalam pencapaian prestasi belajar.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar

Dalam pengertian sederhana, minat adalah keinginan terhadap sesuatu tanpa ada paksaan. Dalam minat belajar seseorang memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi minat belajar yang berbeda-beda, menurut syah (2003: 132) membedakannya menjadi tiga macam, yaitu:

1) Faktor internal

Adalah faktor dari dalam diri yang meliputi dua aspek, yakni:

a) aspek fisiologis

kondisi jasmani dan tegangan otot yang menandai tingkat kebugaran tubuh peserta didik, hal ini dapat mempengaruhi semangat dan intensitas peserta didik dalam pembelajaran.

b) aspek psikologis

aspek psikologis merupakan aspek dari dalam diri peserta didik yang terdiri dari, intelegensi, bakat peserta didik, sikap peserta didik, minat peserta didik, motivasi peserta didik.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri dari dua macam, yaitu faktor lingkungan social dan faktor lingkungan non sosial

a) Lingkungan Sosial Lingkungan social terdiri dari sekolah, keluarga, masyarakat dan teman sekelas

b) Lingkungan Nonsosial Lingkungan sosial terdiri dari gedung sekolah dan letaknya, faktor materi pelajaran, waktu belajar, keadaan rumah tempat tinggal, alat-alat belajar.

3) Faktor Pendekatan Belajar

Faktor pendekatan belajar yaitu segala cara atau strategi yang digunakan peserta didik dalam menunjang keefektifan dan efisiensi proses mempelajari materi tertentu.

c. Indikator Minat Belajar

Menurut Djamarah (2002: 132) indikator minat belajar yaitu rasa suka/senang, pernyataan lebih menyukai, adanya rasa ketertarikan adanya kesadaran untuk belajar tanpa di suruh, berpartisipasi dalam aktivitas belajar, memberikan perhatian. Menurut Slameto (2015: 180)

beberapa indikator minat belajar yaitu: perasaan senang, ketertarikan, penerimaan, dan keterlibatan siswa. Dari beberapa definisi yang dikemukakan mengenai indikator minat belajar tersebut diatas, dalam penelitian ini menggunakan indikator minat yaitu:

1) Perasaan Senang

Apabila seorang peserta didik memiliki perasaan senang terhadap pelajaran tertentu maka tidak akan ada rasa terpaksa untuk belajar. Contohnya yaitu senang mengikuti pelajaran, tidak ada perasaan bosan, dan hadir saat pelajaran.

2) Keterlibatan peserta didik

Ketertarikan seseorang akan obyek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari obyek tersebut. Contoh: aktif dalam diskusi, aktif bertanya, dan aktif menjawab pertanyaan dari guru.

3) Ketertarikan

Berhubungan dengan daya dorong peserta didik terhadap ketertarikan pada sesuatu benda, orang, kegiatan atau bias berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Contoh: antusias dalam mengikuti pelajaran, tidak menunda tugas dari guru.

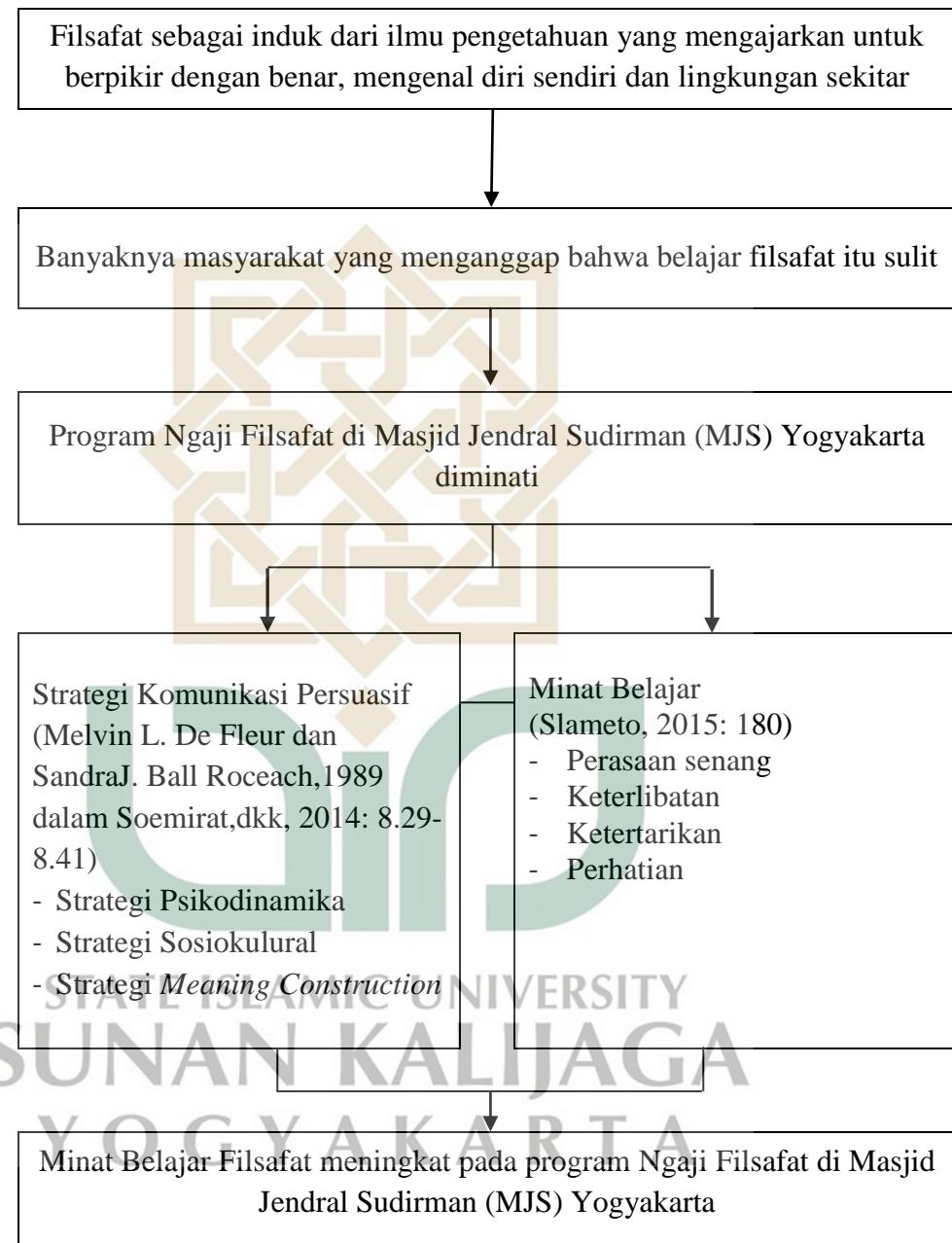
4) Perhatian Peserta Didik

Minat dan perhatian merupakan dua hal yang dianggap sama dalam penggunaan sehari-hari, perhatian peserta didik

merupakan konsentrasi peserta didik terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan yang lain. Siswa memiliki minat pada obyek tertentu maka dengan sendirinya akan memperhatikan obyek tersebut. Contoh: mendengarkan penjelasan guru dan mencatat materi.



G.Kerangka berpikir



Sumber : Olahan Peneliti

H.Metode Penelitian

Sebelum melakukan penelitian tentu seorang peneliti harus memilih metode yang tepat agar dapat menggali data secara akurat dari fenomena yang akan diteliti, dengan begitu akan memudahkan peneliti dalam menemukan jawaban atas pertanyaan masalah yang akan diteliti, oleh karenanya menentukan metodologi dalam penelitian sangatlah penting. Secara singkat Boglan dan Taylor menyatakan metodologi sebagai “*the process, principles, and procedures by which we approach and seeks answers*”. (Pawito, 2007:83). Yakni segala proses,prinsip, prosedur bagaimana kita memandang permasalahan dan mencari jawaban atas masalah tersebut.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti untuk mengemukakan gambaran atau pemahaman mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif dalam minat belajar Ngaji Filsafat ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode (jalan) penelitian yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa ada pengujian hipotesis, dengan metode-metode yang alamiah ketika hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun makna dari fenomena yang diamati. (Prastowo,2016:24).

Oleh karena itu, peneliti lebih memilih menggunakan jenis penelitian kualitatif dikarenakan tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan secara detail bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Minat Belajar Ngaji Filsafat, sehingga dapat memperoleh data-data yang lengkap untuk kemudian dapat dijelaskan secara rinci.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek penelitian

Subyek penelitian adalah seseorang yang memberikan informasi mengenai topik yang diteliti (Prastowo, 2016:195) subyek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian. Subyek dari penelitian ini adalah Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag selaku pemateri Ngaji Filsafat.

b. Obyek penelitian

Obyek adalah sesuatu yang akan diselidiki dalam penelitian, obyek dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Persuasif dalam Minat Belajar Filsafat pada Program Ngaji Filsafat.

3. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta yang beralamat di jalan Rajawali No. 10, Mrican,

Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta di lapangan (Prastowo, 2016:208). Terdapat dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah :

- a. Observasi

Pengumpulan data melalui observasi merupakan proses mengamati lingkungan. Dalam observasi ini yang dilihat adalah interaksi suatu percakapan yang terjadi baik secara verbal maupun nonverbal subyek yang akan diteliti.

- b. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (kriyantono,2009:102). Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan (kunci) untuk mendapatkan data langsung dari

sumber untuk mendapatkan data primer. Informan kunci pada penelitian ini yaitu Dr.Fahruddin Faiz, M.Ag., adapun peneliti juga melakukan wawancara dengan informan tambahan yang digunakan peneliti sebagai triangulasi sumber, berikut adalah daftar informan tambahan yang diwawancara:

Table 2 : Daftar Nama Informan Tambahan

No	Nama	Profesi
1.	Nur Wahid	Pengurus MJS Yogyakarta
2.	Ainia Prihantini	Santri Ngaji Filsafat
3.	M. Alfar Redha	Santri Ngaji Filsafat
4.	Ma'ruf Bin Husein	Santri Ngaji Filsafat

c. Dokumentasi

Teknik penelitian dokumentasi berkaitan dengan sumber data, dalam sebuah penelitian sumber data melibatkan tiga faktor, yaitu : latar penelitian, orang-orang yang terlibat, dan segala sesuatu yang dihasilkan melalui keterlibatan orang-orang tersebut (Ratna,2010:223-224). Sehingga dokumentasi ini dapat dinilai sangat penting dalam memperkuat hasil penelitian, hal ini dapat berupa dokumen publik maupun privasi.

5. Teknik analisis data

Data-data yang telah diperoleh akan peneliti analisis dengan menggunakan analisis interaktif Miles dan Huberman. Dalam hal ini

Punch (dalam Pawito, 2008: 104) menjelaskan teknis analisis ini terdiri dari tiga komponen yakni reduksi data, penyajian data, penarikan dan pengujian kesimpulan.

a. Langkah reduksi data

- 1) Langkah *editing*, pengelompokan, dan meringkas data
- 2) Peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai hal-hal berhubungan dengan penelitian.

b. Penyajian data

Melibatkan langkah-langkah pengorganisasian data, yakni menjalin kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lainnya.

c. Penarikan dan pengujian kesimpulan

Peneliti mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dan menyajikan data yang telah dibuat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

6. Metode keabsahan data

Peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber data dalam penelitian ini sebagai upaya untuk mengakses sumber-sumber yang bervariasi guna memperoleh data mengenai masalah yang diteliti. Peneliti akan menguji data yang diperoleh dari satu sumber untuk kemudian dibandingkan dengan data dari sumber lain. Dengan begitu, akan dihasilkan data yang valid dan komprehensif, karena peneliti akan melakukan triangulasi sumber data dari wawancara

(Moelong, 2010: 330). Dalam hal ini, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh dari pemateri ngaji filsafat yakni bapak Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag. dengan data dari ahli (akademisi) yakni Dosen Filsafat UIN Sultan Thaha Syaifuddin Jambi, bapak Ariyandi Batubara, S. Ud., M. Ud.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang peneliti lakukan terkait strategi komunikasi persuasif dalam minat belajar filsafat (studi deskriptif pada program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta) dapat disimpulkan bahwasannya Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag. telah melakukan strategi komunikasi persuasif dalam menumbuhkan minat belajar filsafat pada program Ngaji Filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta sehingga menimbulkan minat belajar filsafat pada santri Ngaji Filsafat. Dalam pelaksanaannya, Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag menggunakan beberapa unsur yang terdapat pada strategi komunikasi persuasif, diantaranya strategi komunikasi persuasif psikodinamika yang diterapkan dengan memberikan pengetahuan yang baru bagi peserta dengan menggunakan penyampaian (pesan) yang efektif sehingga timbul perasaan senang, ketertarikan, dan perhatian pada santri Ngaji Filsafat. Strategi komunikasi persuasif sosiokultural yang diterapkan melalui pemilihan dan penyampaian materi dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari yang dengan demikian membuat santri memiliki perasaan senang, adanya ketertarikan, dan timbulnya perhatian pada program Ngaji Filsafat. Strategi komunikasi persuasif *the meaning construction* yang diterapkan dengan memberikan informasi dengan memanipulasi makna dalam materi filsafat untuk memberikan pengertian yang mudah dimengerti oleh

persuadee dengan perumpamaan-perumpamaan tanpa mengurangi arti dengan menggunakan bahasa yang sederhana sehingga timbul pula perasaan senang, ketertarikan, dan perhatian dalam belajar filsafat di Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah peneliti paparkan, ada beberapa masukan yakni:

1. Dr. Fahrudin Faiz, M. Ag. selaku pemateri ngaji filsafat memiliki ciri khas dalam menyampaikan materi filsafat dengan pembahasan yang sederhana dan mudah dipahami, hanya saja terkadang suara Dr. Fahrudin Faiz, M. Ag. yang lembut tidak terdengar dengan jelas walau telah menggunakan *microfon*, semoga kedepannya lebih baik lagi
2. Media sosial, *website*, dan aplikasi Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta yang secara keseluruhan sudah lengkap dan aktif diharapkan dapat terus dipertahankan sehingga dapat menjadi media alternatif bagi santri dan jamaah Masjid Jendral Sudirman (MJS) Yogyakarta yang ingin mengikuti kajian sebagai media belajar jarak jauh. Diharapkan pula kualitas suara audio semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2005. *manajemen komunikasi: filosofi, konsep dan aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Alma, B. (2008). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta
- Aripin, Bustomi. 2016. *Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang)*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.
- DeFleur, L Melvin, Sandra J Ball Rokeach.1989. *Theories of Mass Communication Fifth Edition*. New York: Longman
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Terjemah
- Effendy, Onong Uchana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hamarsma, Harry. 2008. *Pintu Masuk ke Dunia Filsafat*.Yogyakarta : Kanisius
- Hamruni. 2011. *Strategi Pembelajaran*. Yogyakarta : Insan Madani.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Palmquist, Stephen. 2007. *Pohon Filsafat Teks Kuliah Pengantar Filsafat*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Prastowo, Andi. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Prastowo, Andi. 2014. *Memahami Metode-Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Tinjauan Teoritis & Praktis*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.

Sakhinah, Siti. 2018. *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui New Media*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Slameto. 2015. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta

Soemirat, Soleh, Asep Suryana. 2017. *Komunikasi Persuasif*. Banten: Penerbit Universitas Terbuka

Zain, Nisful Laily. 2017. *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa di SMK JAWARA PGRI 1 Pasuruan*. Jurnal Nomosleca. hlm 1-10.

MJSColombo.com 2020. *Ngaji Filsafat*. <https://mjscolombo.com> diakses pada 13 Januari 2020



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I : Interview Guide

Strategi Psikodinamika

1. Bagaimana cara bapak menumbuhkan minat belajar filsafat sehingga timbul perasaan senang pada santri Ngaji Filsafat?
2. Bagaimana cara bapak mengetahui santri Ngaji Filsafat senang belajar filsafat?
3. Bagaimana cara bapak menentukan atau memilih materi apa yang mau disampaikan pada Ngaji Filsafat?
4. Bagaimana bapak tahu santri Ngaji Filsafat paham dengan apa yang bapak sampaikan?
5. Adakah keterlibatan santri pada saat pelaksanaan Ngaji Filsafat? Seperti apa keterlibatannya?
6. Apa metode atau strategi yang bapak lakukan dalam menyampaikan materi Ngaji Filsafat sehingga santri memperhatikan apa yang bapak sampaikan selama Ngaji Filsafat berlangsung?

Strategi Sosiolultural

1. Santri Ngaji Filsafat berasal dari latar belakang yang berbeda-beda, sebelum menyampaikan materi atau menentukan materi, adakah bapak mempertimbangkan budaya atau norma dari santri Ngaji Filsafat? Jika ada, apa yang bapak lakukan?

2. Bagaimana cara bapak menyesuaikan diri dengan santri yang mayoritas pemuda (mahasiswa) sehingga santri fokus selama Ngaji Filsafat?
3. Adakah keterlibatan santri terhadap pemilihan tema materi yang bapak sampaikan selama ini?

Strategi *The Meaning Construction*

1. Bagaimanakah bentuk tindakan mempengaruhi yang dilakukan untuk menumbuhkan perasaan senang bagi para santri untuk mempelajari filsafat?
2. Dalam pernyampaian materi, menurut bapak apakah bapak mudah diterima oleh santri Ngaji Filsafat?
3. Apa yang membuat santri Ngaji Filsafat rutin mengikuti Ngaji Filsafat ini?



Lampiran II : Rekapitulasi Kehadiran Santri Ngaji Filsafat tahun 2017-2019

NO	Tanggal Pelaksanaan	Jumlah santri
1	4 Januari 2017	111
2	11 Januari 2017	141
3	18 Januari 2017	78
4	25 Januari 2017	91
5	1 Februari 2017	102
6	8 Februari 2017	90
7	15 Februari 2017	149
8	22 Februari 2017	106
9	1 Maret 2017	112
10	8 Maret 2017	99
11	15 Maret 2017	137
12	22 Maret 2017	Libur
13	29 Maret 2017	103
14	5 April 2017	120
15	12 April 2017	94
16	19 April 2017	90
17	26 April 2017	102
18	3 Mei 2017	146
19	10 Mei 2017	122
20	17 Mei 2017	110
21	24 Mei 2017	116
22	Juni-Juli libur Ramadhan-Syawal	
23	19 Juli 2017	108
24	26 Juli 2017	120
25	2 Agustus 2017	119
26	9 Agustus 2017	140
27	16 Agustus 2017	158
28	23 Agustus 2017	167
29	30 Agustus 2017	113
30	6 September 2017	140
31	13 September 2017	124
32	20 September 2017	120
33	27 September 2017	120
34	4 Oktober 2017	90
35	11 Oktober 2017	148
36	18 Oktober 2017	120
37	25 Oktober 2017	138
38	1 November 2017	148

39	8 November 2017	126
40	15 November 2017	libur
41	22 November 2017	117
42	29 November 2017	96
43	6 Desember 2017	113
44	13 Desember 2017	120
45	20 Desember 2017	103
46	27 Desember 2017	112
47	3 Januari 2018	130
48	10 Januari 2018	109
49	17 Januari 2018	118
50	24 Januari 2018	120
51	7 Februari 2018	140
52	14 Februari 2018	120
53	21 Februari 2018	138
54	28 Februari 2018	126
55	7 Maret 2018	111
56	14 Maret 2018	132
57	21 Maret 2018	146
58	28 Maret 2018	112
59	4 April 2018	150
60	11 April 2018	191
61	18 April 2018	133
62	25 April 2018	114
63	Mei-Juli libur Ramadhan-Syawal	
64	1 Agustus 2018	176
65	8 Agustus 2018	160
66	15 Agustus 2018	154
67	22 Agustus 2018	172
68	5 September 2018	176
69	12 September 2018	163
70	26 September 2018	210
71	3 Oktober 2018	180
72	10 Oktober 2018	156
73	17 Oktober 2018	185
74	24 Oktober 2018	162
75	31 Oktober 2018	150
76	7 November 2018	218
77	14 November 2018	194
78	21 November 2018	161
79	28 November 2018	199

80	5 Desember 2018	163
81	12 Desember 2018	172
82	19 Desember 2018	204
83	26 Desember 2018	181
84	2 Januari 2019	176
85	9 Januari 2019	180
86	16 Januari 2019	213
87	20 Februari 2019	267
88	27 Februari 2019	271
89	23, 30 Januari dan 6 Februari libur	
90	13 Maret 2019	240
91	20 Maret 2019	208
92	27 Maret 2019	189
93	3 April 2019	206
94	10 April 2019	175
95	17 April 2019	189
96	Mei-Juni libur Ramadhan dan Syawal	
97	3 Juli 2019	289
98	10 Juli 2019	265
99	17 Juli 2019	210
100	24 Juli 2019	189
101	31 Juli 2019	233
102	7 Agustus 2019	256
103	14 Agustus 2019	231
104	21 Agustus 2019	245
105	28 Agustus 2019	197
106	4 September 2019	205
107	11 September 2019	198
108	18 September 2019	248
109	25 September 2019	253
110	2 Oktober 2019	279
111	9 Oktober 2019	182
112	16 Oktober 2019	255
113	23 Oktober 2019	296
114	30 Oktober 2019	276
115	awal November libur	
116	13 November 2019	299
117	20 November 2019	304
118	27 November 2019	312
119	4 Desember 2019	Libur
120	11 Desember 2019	333

121	18 Desember 2019	258
122	25 Desember 2019	241
123	8 Januari 2020	331
124	15 Januari 2020	312
125	22 Januari 2020	352
126	29 Januari 2020	301
127	5 Februari 2020	372
128	12 Februari 2020	369
129	19 Februari 2020	333
130	26 Februari 2020	298
131	4 Maret 2020	305
132	11 Maret 2020	338
133	Maret-Juni libur Ramadhan dan Syawal	

(Sumber: Arsip Pengurus Masjid Jendral Sudirman)



Lampiran III : Materi Ngaji Filsafat hingga bulan Maret 2020

No.	Materi Ngaji Filsafat	No.	Materi Ngaji Filsafat
1.	Pengantar Filsafat	11.	Dasar-dasar Estetika
2.	Pengenalan Epistemologi	12.	Teori-teori Estetika
3.	Teori Kebenaran	13.	Estetika dan Agama
4.	Epistemologi Islam	14.	Romantisme
5.	Skeptisisme	15.	Romantisme 2 – Roesoe
6.	common sense	16.	Eksistensialisme Søren Kierkegaard
7.	epistemologi sosial	17.	Eksistensialisme – Friedrich Nietzsche
8.	Logika	18.	Eksistensialisme – Jean Paul Sartre
9.	logika 2	19.	Eksistensialisme – Muhammad Iqbal
10.	logika 3	20.	Fenomenologi – Edmund Husserl
21.	Hermeuneutika	50.	Fenomenologi – Martin Heidegger
22.	hermeuneutika 2	52.	Filsafat Islam Pra-Wacana
23.	Ontology	53.	Al Kindi
24.	Materialism	54.	Al Farabi
25.	materialisme historis	55.	Ibnu Sina
26.	Idealism	56.	Al Ghazali
27.	Dualism	57.	Ibnu Bajah
28.	idealisme 2	58.	Ibnu Thufail
29.	Pluralism	59.	Ibnu Khaldun
30.	pengantar etika	60.	Humanisme
31.	sistem-sistem etika	61.	Auguste Comte
32.	etika nikomanea aristoteles	62.	Charles Darwin

33.	Egoisme-Altruisme	63.	Karl Marx
34.	Religious Ethic Ghazali	64.	Ibnu Arabi
35.	Etika Situasi	65.	Pengantar Postmodernisme
36.	Richard Rorty	66.	Rabindranath Tagore
37.	Jacques Derrida	67.	Johann Wolfgang von Goethe
38.	Jean Baudrillard	68.	Hazrat Inayat Khan
39.	Pierre Bourdieu	69.	Ronggowsito
40.	Pengantar Filsafat Timur	70.	Hannah Arendt
41.	Taoisme	71.	Julia Kristeva
42.	Konfusianisme	72.	Simone de Beauvoir
43.	Sun Tsu	73.	Ayn Rand
44.	Paul Ricoeur	74.	Filsafat Kebahagiaan
45.	Hans-Georg Gadamer	75.	Manusia Langit Zarathustra
46.	Filsafat India	76.	Manusia Langit Isa
47.	Hinduisme	77.	Manusia Langit Krisna
48.	Budhisme	78.	Manusia Langit Semar
49.	Mahatma Gandhi	79.	Liberalisme
50.	Atheisme	100.	Pluralisme
51.	Agnostik	101.	Sekularisme
52.	Teodisi	102.	Sosialisme
53.	Argumen Logis Adanya Tuhan	103.	Filsafat Kebahagiaan Plato
54.	Ontologi Ketuhanan	104.	Filsafat Kebahagiaan Al Farabi
55.	Neoatheisme	105.	Filsafat Kebahagiaan Al Ghazali
56.	A History of God – Karen Armstrong	106.	Filsafat Kebahagiaan Ki Ageng Suryamentaram
57.	Zen Budhisme	107.	Thomas Hobbes: Leviathan
58.	Filsafat Jepang	108.	Adolf Hitler: Nazizme
59.	Bushido	109.	Al Mawardi: Al-Ahkam Al-

			Sulthaniyah
90.	Kahlil Gibran	110.	Soekarno: Marhaenisme
91.	Martir: Socrates	111.	Semiotika – Charles Pierce
92.	Martir: Al Hallaj	112.	Semiotika – Umberto Eco
93.	Martir: Syekh Siti Jenar	113.	Sufi Nusantara – Hamzah Fansuri
94.	Martir: Hypatia	114.	Sufi Nusantara – Syekh Yusuf Al-Makassari
95.	Pengantar Filsafat Kebebasan	115.	Sufi Nusantara – Syaikh Muhammad Arsyad Al-Banjari
96.	Jhon Stuart Mill: Kebebasan	116.	Sufi Nusantara – Sunan Kalijaga
97.	Soekarno: Kemerdekaan	117.	Filsafat Cinta – Plato
98.	Abu Hasan Al-Asy'ari: Kebebasan Manusia	118.	Filsafat Cinta – Erich Fromm
99.	Ibnu 'Arabi: Kebebasan	119.	Filsafat Cinta – Rabiah Al-Adawiyah
120.	Pengantar Filsafat Keadilan	138.	Filsafat Cinta – Jalaluddin Rumi
121.	Keadilan Aristoteles	139.	Yunani Kuno – Sofisme
122.	Keadilan Thomas Aquinas	140.	Yunani Kuno – Epicureanism
123.	Keadilan John Rawls	141.	Yunani Kuno – Stoikisme
123.	Ghazali: Al-Munqidz min Al-Dalal	142.	Yunani Kuno – Neoplatonisme
124.	Ibn Rusyd: Fashl Al-Maqal	143.	Feminisme – Betty Freiden
125.	Ibn Thufayl: Hayy Ibn Yaqzan	144.	Feminisme – Fatima Mernissi
126.	Kahlil Gibran: The Prophet	145.	Feminisme – Kartini
127.	Friedrich Nietzsche: Übermensch	146.	Feminisme – Nawal El-Sadawi

128.	Max Weber: Kharisma	147.	Ibadah – Syaikh Abdul Qadir Jaelani
129.	Muhammad Iqbal: Insan Kamil	148.	Shalat – Syekh Siti Jenar
130.	Ali Syari'ati: Rausyan Fikr	149.	Haji – Ali Syari'ati
131.	Ibnu Arabi: Insan Kamil	150.	Puasa – Al Ghazali
132.	Semiotika – Ferdinand de Saussure	151.	Kebencian (Hatred)
133.	Semiotika – Rolland Barthes	152.	Pemaafan (Forgiveness)
134	HOS Tjokroaminoto (Tokoh Nasional)	153.	Immanuel Kant – Deontologi
135.	Ibrahim Datuk Tan Malaka (Tokoh Nasional)	154.	John Dewey – Pragmatisme
136.	Tirakatan (Meng-Indonesia)	155.	Filsafat Akhlak – Ibnu Miskawaih
137.	Soekarno & Islam	156.	Wedhatama – Mangkunegara IV
157.	Mohammad Hatta (Tokoh Nasional)	178.	Teologi Pembebasan Islam – Asghar Ali Engineer
158.	Ta'līm al-Mutā'allim karya Burhanuddin al-Zarnujy	179.	Teologi Pembebasan Islam – Ali Syari'ati
159.	Adab al-'Alim wal al-Mutā'allim karya KH. M. Hasyim Asy'arie	180.	Teologi Pembebasan Islam – Hasan Hanafi
160.	Bidayah al-Hidayah karya Imam al-Ghazali	181.	Teologi Pembebasan Islam – Farid Esack
161.	Adab Al-Ikhtilaf karya Thaha Jabir al-Awa	182.	Cinta Eksistensialis – Gabriel Marcel
162.	Herbert Marcuse: Kritik Modernitas	183.	Cinta Eksistensialis – Soren Kierkegaard

163.	Jürgen Habermas: Teori Kritis	184.	Cinta Eksistensialis – Arthur Schopenhauer
164.	Antonio Gramsci: Hegemoni	185.	Cinta Eksistensialis – Jean Paul Sartre
165.	Louis Althusser: Ideologi	186.	Paradigma Ilmu – Thomas Kuhn
166.	Filsafat Sejarah G.W.F Hegel	187.	Anarkisme Epistemologi – Paul K. Feyerabend
167.	Filsafat Sejarah Ibnu Khaldun	188.	Scientia Sacra – Seyyed Hossein Nasr
168.	Wisdom – Fahrudin Faiz	189.	Ilmu Laduni – Al Ghazali
169.	Kuntowijoyo – Ilmu Sosial Profetik	190.	Pan Islamisme – Jamaluddin Al Afghani
170.	Risalah Tahuhid – Muhammad Abdurrahman	191.	Filsafat Pendidikan – Paulo Freire
171.	Rekonstruksi Pemikiran Religius dalam Islam – Muhammad Iqbal	192.	Filsafat Pendidikan – Ivan Illich
193.	The Spirit Of Islam – Sayyid Amir Ali	207.	Filsafat Pendidikan – Rudolf Steiner
194.	Edisi Komunikasi – Etika Komunikasi	208.	The Philosopher King – Marcus Aurelius
195.	Edisi Komunikasi – Ektasi Komunikasi	209.	The Philosopher King – Umar Bin Abdul Aziz
196.	Edisi Komunikasi – Komunikasi Intercultural	210.	The Philosopher King – Sultan Akbar Agung
197.	Edisi Komunikasi – Post Truth	211.	The Philosopher King – Sultan Agung Hanyakrakusuma
198.	Manusia Alternatif – Diogenes	212.	Filsafat Manusia: Kepribadian – Carl Gustav Jung

199.	Manusia Alternatif – Nasrudin Hoja	213.	Filsafat Manusia: Kepribadian – Gordon Allport
200.	Manusia Alternatif – H.P. Blavatsky	214.	Filsafat Manusia: Kepribadian – Abraham Maslow
201.	Manusia Alternatif – R.M.P. Sosrokartono	215.	Filsafat Manusia: Kepribadian – Erich Fromm
202.	Filsafat Pendidikan – Benjamin S. Bloom	216.	Filsafat Kehidupan – Philosophy Of Hope
203.	Filsafat Pendidikan – Jean Piaget	217.	Filsafat Kehidupan – Philosophy Of Fear
204.	Filsafat Kehidupan – Philosophy Of Time	218.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas
205.	Alegori Cinta Ilahi : Nuruddin Abdurrahman Al Jami' – Yusuf Zulaikha	219.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas
206.	Alegori Cinta Ilahi : Nizami Ganjavi – laila Majnun	220.	Tokoh Muda – Soe Hok Gie
221.	Filsafat Barat Lagi-Rene Descartes: Skeptisme	240.	Tokoh Muda – Ahmad Wahib
222.	Filsafat Barat Lagi-Henri Bergson: Intuitionisme	241.	Tokoh Muda – K.H. Abdul Wahid Hasyim
223.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas	242.	Tokoh Muda – Chairil Anwar
224.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas	243.	Ismail Raji al-Faruqi – Seni Tahuhid
225.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas	246.	Seyyed Hossein Nasr – Spiritualitas Seni Islam
226.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas	247.	Muhammad Iqbal – Seni Islam
227	Filsafat Barat Lagi-Albert	248.	Hazrat Inayat Khan – Dimensi

	Camus: Absurditas		Mistik Musik dan Bunyi
228.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas	249.	Thales
229.	Filsafat Barat Lagi-Albert Camus: Absurditas	250.	Pythagoras
230.	Parmenides	251.	Han Fei Zi (Legalisme)
231.	Herakleitos	252.	Zhuang Zi (Taoisme)
232.	Abu Nuwas	253.	Mozi (Mohisme)
233.	Albert Einstein	254.	KH. Ahmad Dahlan
234.	Isaac Newton	255.	KH. Hasyim Asyari
235.	Leonardo da Vinci	256.	R. Dewi Sartika
236.	Imam Hasan al-Basri	257.	Ki Hadjar Dewantara
237.	Imam Abu Harits al-Muhasibi	258.	Adam Smith
238.	Imam Junaid al-Baghdad	259.	Max Weber
239.	Meng Zi (Konfusianisme)		

(sumber: www.mjscolombo.com)



Lampiran IV : Dokumentasi Wawancara

Wawancara dengan Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag.



Wawancara dengan mbak Ainia Prihantini



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

