

TESIS

**KOMUNIKASI PERSUASIF PUSTAKA GERILYA DALAM TURUT SERTA
MEMBANGUN PERUBAHAN PERILAKU MEMBACA MASYARAKAT
PONOROGO MELALUI KEGIATAN LITERASI**



Oleh:

Dani Saputra

NIM: 19202012020

Diajukan Kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dani Saputra
NIM : 19202012010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Desember 2021

Saya yang menyatakan,



Dani Saputra

NIM: 19202012010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dani Saputra
NIM : 19202012010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jerjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Desember 2021

Saya yang menyatakan,



Dani Saputra
NIM: 19202012010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

OTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **Peran Komunikasi Dakwah Pustaka Gerilya Dalam Upaya Meningkatkan Perubahan Perilaku Masyarakat Ponorogo Melalui Kegiatan Literasi**

Oleh:

Nama : Dani Saputra
NIM : 19202012010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 3 Desember 2021
Pembimbing



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-131/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Persuasif Pustaka Gerilya dalam Turut Serta Membangun Perubahan Perilaku Membaca Masyarakat Ponorogo Melalui Kegiatan Literasi

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DANI SAPUTRA, S.SOS
Nomor Induk Mahasiswa : 19202012010
Telah diujikan pada : Kamis, 20 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61ef3519555b2



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 61ee3080c79ef



Penguji III

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61ef45b2ea9fe



Yogyakarta, 20 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61ef5b3b56aaa

MOTO

“Sebaik-baiknya seorang pejalan adalah ia yang senantiasa berani dan rendah hati”



PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini peneliti persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberi kasih sayang-Nya setiap saat, terlebih ketika peneliti merampungkan karya ini
2. Umi Harin dan Abah Hadziq, kedua orang tuaku, Kaseni dan Kasri, kedua mertuaku, kedua guru kaderku, mas Iwan dan mbak Upie, serta kakak dan adikku, Saiful Arifin dan Bambang Aditya.
3. Kurniasari, istri tercinta dan terkasih yang senantiasa menemani dan mendoakan dalam proses merampungkan karya ini
4. Teman-teman kelas S2 KPI UIN Sunan Kalijaga dan segenap jajaran Fakultas Dakwah dan Komunikasi



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Semesta Alam Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Rida serta kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini, yaitu Tesis. Selawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya, guru-guru saya, serta seluruh umat manusia. *Aamiin ya rabbal'alam*.

Tesis ini berjudul **“Komunikasi Persuasif Pustaka Gerilya Dalam Turut Serta Membangun Perubahan Perilaku Membaca Melalui Kegiatan Literasi”**. Tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis tesis ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Sosial.

Penulis dalam proses menyelesaikan tesis ini mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih paling mendalam kepada:

1. Bapak Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan

lanjutan di program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjut dalam Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay., M.Si., M.A selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Khadiq, S.Ag, M.Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan tesis ini. Kepada bapak Dr. Musthofa, S.Ag, M.Si selaku penguji tesis yang turut memberi arahan. Dan juga kepada ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing.
5. Para Dosen dan Civitas Akademika Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan limpahan ilmu pengetahuan.
6. Kedua Orang tua peneliti, Bapak Kaseni dan Ibu Kasri, yang telah melimpahkan do'a dan dukungan materil, serta kepada kakak dan adek peneliti, Saiful Arifin dan Bambang Aditya yang selalu memberikan semangat dan dorongan selalu selama menyelesaikan tugas akhir, kepada Istri peneliti, Kurniasari yang selalu memberikan doa terbaik. Mas Iwan dan Mbak Upie yang sudah peneliti anggap

sebagai orang tua sendiri. Dan juga kepada teman-teman S2 KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Para narasumber, anggota organisasi Pustaka Gerilya dan masyarakat yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini, dan memberikan pengalaman berharga untuk peneliti.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terimakasih, melainkan hanya doa tulus ikhlas. Semoga segala kebaikan yang diberikan semua pihak tercatat sebagai amal-jariah. Penulis menyadari, dalam penulisan tesis ini banyak sekali kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang substansi dan membangun sangat penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara keseluruhan dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Amin ya rabbal alamin.

Yogyakarta, 23 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



Dani Saputra

NIM: 19202012010

ABSTRAK

Sebuah komunikasi bisa dikatakan efektif dengan dilihat dari salah satu tanda bahwa adanya pengaruh perubahan perilaku pada seseorang atau bahkan masyarakat. Proses komunikasi dalam rangka membangun perubahan perilaku ini kemudian disebut dengan komunikasi persuasif. Proses persuasif ini digunakan untuk mempengaruhi orang lain dalam berbagai bidang, termasuk di antaranya dalam perubahan perilaku membaca. Perubahan ini tentunya harus diimbangi dengan akses, artinya bagaimana pemerintah atau masyarakat memberi ruang kepada komunitas atau organisasi yang kemudian disebut dengan sudut baca, rumah baca, rumah pintar dan sebagainya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus (case study). Strategi studi kasus dipilih untuk melihat sejauh mana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya dalam upaya membangun perubahan perilaku. Selain itu, pemilihan pendekatan kualitatif menjadi pendekatan yang relevan untuk mengeksplorasi kegiatan literasi yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya sebagai strategi untuk menyampaikan pesan persuasifnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (indept-interview), observasi lapangan, dokumen-dokumen, materi audio dan visual. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis Jhon W. Creswell dengan beberapa proses, yakni pengumpulan data, interpretasi data, dan pelaporan data.

Hasil penelitian ini melihat bahwa, sebagai organisasi yang bergerak dalam bidang literasi, upaya membangun perubahan perilaku ini dapat dilihat dari organisasi Pustaka Gerilya dengan pendekatan persuasif yang dilakukan. Perubahan perilaku yang diharapkan oleh Pustaka Gerilya melalui kegiatan literasi berkonsep perpustakaan keliling tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri. Mengingat Pustaka Gerilya baru saja berdiri tahun 2019 yang lalu. Apalagi proses perubahan perilaku sendiri merupakan sebuah proses atau

aktivitas organisme yang berkaitan dengan lainnya dan bersifat kompleks. Hal penting dengan adanya perubahan perilaku ini berkaitan dengan respons atas apa yang terjadi di lingkungan seseorang. Adanya kegiatan literasi yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya tersebut dapat dilihat sebagai upaya organisasi ini dalam upaya turut serta membangun perubahan perilaku membaca masyarakat Ponorogo.

Kata kunci: komunikasi persuasif, literasi, perubahan perilaku



ABSTRACT

A communication can be said to be effective by looking at one of the signs that there is an influence of change on a person or even society. The communication process in order to build behavior change is then called persuasive communication. This persuasive process is used to influence others in various fields, including changes in reading behavior. This change of course must be with access, meaning how the government or society gives space to communities or organizations which are then called reading corners, reading houses, houses and so on.

In this study, the researcher used a qualitative approach with a case study strategy (case study). The strategy study was chosen to see the extent to which persuasive communication was carried out by Gerilya Pustaka in an effort to build behavior change. In addition, the approach approach is a relevant approach to explore literacy activities carried out by Pustaka Gerilya as a strategy to convey persuasive messages. Data collection techniques in this study used in-depth interviews (indept-interview), field observations, documents, audio and visual materials. Meanwhile, the data analysis technique used the Jhon W. Creswell analysis technique with several processes, namely data collection, data interpretation, and data reporting.

The results of this study see that, as an organization engaged in literacy, efforts to build behavior change can be seen from the Gerilya Pustaka organization with a persuasive approach. The change in behavior expected by the Guerrilla Library through literacy activities with the mobile library concept is certainly a challenge in itself. Considering the Guerrilla Library was just established in 2019. Moreover, the change process itself is a process or behavior related to others and is complex. The important thing with this behavior change is related to the response to what is happening in one's environment. The existence of literacy carried out by the Guerrilla Library

can be seen as an effort to participate in building changes in the reading behavior of the Ponorogo community.

Keywords: persuasive communication, literacy, behavior change



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERYATAAN KEASLIAN	ii
PERYANTAAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka	10
E. Kerangka Teori.....	19
F. Metode Penelitian.....	55
G. Sistematika Pembahasan	65
BAB II: GAMBARAN UMUM ORGANISASI PUSTAKA GERILYA	
INDONESIA.....	66
A. Sejarah	66

B. Prinsip, Nilai, dan Tujuan.....	6
C. Program Kerja	78
D. Struktur Organisasi	81
BAB III: KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PERUBAHAN	
PERILAKU MEMBACA.....	87
A. Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Literasi.....	89
1. Tujuan komunikasi persuasif.....	90
2. Unsur-unsur	93
3. Proses komunikasi persuasif.....	112
4. Hambatan-hambatan.....	120
B. Membangun Perubahan Perilaku.....	123
1. Identifikasi.....	130
2. Internalisasi.....	131
3. Ketersediaan.....	132
BAB IV: PENUTUP	140
A. Kesimpulan.....	140
B. Saran	141
DAFTAR PUSTAKA.....	144
LAMPIRAN	148
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	151

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Komunikasi menjadi bagian yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Hal ini terlihat dari berbagai interaksi sehari-hari yang terjadi, di mana dalam proses pengembangan ilmu di berbagai bidang, perubahan, dan yang lainnya tidak bisa lepas dari aktivitas komunikasi. Dalam proses komunikasi yang terjadi, ada transmisi pesan oleh komunikator yang kemudian diinterpretasikan oleh komunikan. Dari proses transmisi dan interpretasi itulah kemudian diharapkan adanya efek berupa perubahan kepercayaan, sikap, perubahan perilaku dan tingkah laku yang lebih baik.¹

Sebuah komunikasi bisa dikatakan efektif jika dilihat dari salah satu tanda bahwa adanya pengaruh perubahan perilaku pada seseorang atau bahkan masyarakat. Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss sebagaimana yang diungkapkan oleh Rakhmat² menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif sekurang-kurangnya dapat dilihat dari lima

¹ Mahfud dan Riyanto, *Komunikasi Islam "Perspektif Integrasi-Interkoneksi"*, (Yogyakarta: Galuh Patria 2012), 50

² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 14

hal, satu di antara lima tersebut adalah mempengaruhi atau merubah perilaku seseorang.

Proses komunikasi dalam rangka merubah perilaku ini kemudian disebut dengan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan pengertian dari salah satu kajian komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain dalam berbagai bidang, termasuk di antaranya adalah dalam kesadaran membaca.

Dalam rangka menumbuhkan kesadaran membaca ini, menurut Anna, pemerintah atau masyarakat harus memberi ruang lebih besar kepada Taman Bacaan Masyarakat (TBM). Taman Bacaan Masyarakat adalah perpustakaan skala kecil yang kemudian lebih dikenal sebagai sudut baca, rumah baca, rumah pintar, dan sebagainya.³ Dalam petunjuk teknis TBM yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, TBM merupakan lembaga, kelompok dan atau organisasi yang memperkenalkan kebiasaan membaca serta memfasilitasi ruang untuk berdiskusi, membaca buku, menulis, serta kegiatan lain yang berkaitan dengan literasi, termasuk di dalamnya mengenai multimedia. TBM juga didukung oleh sumber

³ Anna, N.E.V., Mannan, E.F. Srirahayu, "Evaluation of the Role of Society-based Library in Empowering Surabaya City People, Public Library Quarterly", 2019.

daya manusia yang kemudian anggota di dalamnya berperan sebagai motivator.⁴

TBM diperuntukkan untuk pembaca pemula dan masyarakat secara umum yang memerlukan akses informasi tersebut. Fungsi TBM dalam rangka membangun perubahan perilaku membaca tersebut di antaranya,⁵ *pertama*, sebagai sarana pembelajaran bagi masyarakat untuk belajar secara mandiri, dan sebagai penunjang kurikulum program pendidikan luar sekolah. *Kedua*, sebagai bahan informasi yang bersumber dari buku dan bahan bacaan lainnya, di mana bisa disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat. *Ketiga*, sebagai sumber penelitian dengan menyediakan buku-buku dan bahan bacaan lainnya dalam studi kepustakaan. *Keempat*, sebagai sumber rujukan yang dibutuhkan. *Kelima*, sebagai sumber hiburan yang memfasilitasi bahan bacaan yang sifatnya rekreatif untuk memanfaatkan waktu senggang guna mendapatkan pengetahuan baru.

Taman Bacaan Masyarakat sama halnya dengan upaya untuk meningkatkan mutu *layanan* di bidang bahan literasi dan pelaksanaan kegiatan literasi kepada masyarakat. Hal ini dilakukan dengan memperkaya varian koleksi bahan pustaka, menyediakan tempat yang

⁴ Dwiyanoro, "Peran Taman Bacaan Masyarakat Mata Aksara dalam menumbuhkan minat baca pada masyarakat" Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 7, No. 1 Juni 2019, 19-32.

⁵ Tim GLN Kemendikbud, *Panduan Gerakan Literasi Nasional*, Jakarta: Kemendikbud, 2017.

aman, nyaman, dan menyenangkan, Menyediakan juga sarana pendukung yang memadai, melaksanakan kegiatan-kegiatan keagamaan, membaca sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal, mengali produk unggulan yang menjadi ciri khas daerah tersebut.⁶

Salah satu TBM yang saat ini menyediakan informasi bagi masyarakat yaitu Pustaka Gerilya. Organisasi ini turut serta dalam rangka membangun kesadaran dan meningkatkan minat baca di masyarakat, khususnya di Ponorogo. Dalam rangka membangun perubahan perilaku minat baca tersebut, Pustaka Gerilya tidak hanya menyediakan buku bacaan di sekretariat untuk memfasilitasi masyarakat yang datang, namun Organisasi ini juga bergerilya di beberapa tempat dengan konsep literasi perpustakaan keliling. Di mana dalam kegiatan ini diharapkan bahwa Pustaka Gerilya bisa turut serta dalam membangun perubahan perilaku membaca masyarakat Ponorogo secara luas.

Kegiatan literasi Pustaka Gerilya dalam rangka turut serta membangun kesadaran perubahan perilaku membaca itu sendiri ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk di antaranya pendekatan yang dilakukan. Salah satu pendekatan yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya adalah komunikasi persuasif. Hal ini berkaitan di dalamnya komunikasi yang dilakukan oleh anggota kepada masyarakat di mana

⁶ Joko Sugeng Priyanto, *Budaya Baca untuk Kemajuan suatu Bangsa*, Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, 2020

kegiatan literasi dilakukan, yaitu dengan cara yang lembut tidak bersikap kasar dan tidak menggunakan kekerasan. Cara-cara tersebutlah yang seharusnya diterapkan dalam berkomunikasi di berbagai bidang, terlebih dalam hal membangun kesadaran, yakni dengan menggunakan cara-cara yang persuasif dan cara-cara yang baik, bukan dengan sikap kasar atau kekerasan, karena hal ini berkaitan dengan pembentukan kesadaran manusia.

Untuk mempengaruhi dan membangun perubahan perilaku memang dibutuhkan suatu proses. Proses yang dimaksud di sini bukanlah sesuatu hal yang sederhana, melainkan *bersifat* kompleks. Dalam konsep proses, peristiwa dan hubungan harus dilihat sebagai hal yang dinamis, senantiasa berlangsung, dan selalu berubah terus menerus.⁷ Hal ini juga terjadi pada bagaimana Pustaka Gerilya turut serta membangun perubahan perilaku membaca yang membutuhkan proses panjang.

De Vito⁸ mengungkapkan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan atas diri khalayak, maka hal itu berkaitan dengan semakin sulit tugas dari *seorang* komunikator.

⁷ Soleh Sumirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), 2.3

⁸ De Vito, Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antarmanusia*, Edisi Kelima, (Jakarta: Karisma Publishing Group, 2011) 502

Selain itu, semakin besar perubahan yang diinginkan, maka waktu yang dibutuhkan akan semakin lama.

Maka, perubahan *perilaku* yang diharapkan oleh Pustaka Gerilya melalui kegiatan perpustakaan kelilingnya menjadi tantangan tersendiri mengingat organisasi ini *baru* saja berdiri tahun 2019 yang lalu. Apalagi jangkauan kegiatan Pustaka Gerilya tidak hanya pada masyarakat perkotaan atau tempat di mana mereka melakukan lapak baca secara rutin selama 2 kali dalam 1 minggu di dua tempat, melainkan juga pada masyarakat pinggir yang dalam artian masyarakat yang jarang atau sama sekali belum pernah ada kegiatan literasi.

Dalam perspektif biologis, perubahan perilaku merupakan sebuah proses atau aktivitas organisme yang berkaitan, di mana bisa diamati secara langsung maupun tidak langsung.⁹ Perubahan perilaku juga dapat diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perubahan perilaku baru akan muncul ketika ada sesuatu yang dibutuhkan untuk memunculkan reaksi yang kemudian disebut rangsangan. Jadi, adanya rangsangan tertentu pada akhirnya akan menimbulkan reaksi atau perilaku tertentu. Dalam hal ini Notoatmojo membedakan perubahan perilaku kedalam dua klasifikasi, *pertama*, perubahan perilaku tertutup (*convert behavior*),

⁹ Soekidjo Notoatmojo, *Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 135.

di mana respon atau reaksi terhadap stimulus ini perilaku masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain. *Kedua*, perubahan perilaku terbuka (*overt behavior*), di mana respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam atau praktik yang dengan mudah diamati atau dilihat oleh orang lain.¹⁰

Hubungan komunikasi persuasif dengan perubahan perilaku sendiri sangat bervariasi, dalam hal ini *salah* satunya tergantung pada konsep yang digunakan oleh Pustaka Gerilya sebagai komunikator dalam upaya memahami komunikan yang diamati. Di mana proses perubahan perilaku sendiri disebabkan oleh beberapa hal¹¹, di antaranya:

Pertama, Natural Change atau perubahan secara alamiah.

Perilaku manusia dinilai selalu berubah-ubah dan hampir sebagian besar diakibatkan dari peristiwa yang alamiah. Apabila terjadi perubahan di lingkungan sosial, budaya dan ekonomi, maka *seseorang* atau sekelompok orang juga akan cenderung mengikuti perubahan.

Kedua, perubahan terencana yang mengasumsikan bahwa perubahan perilaku juga bisa terjadi karena direncanakan sendiri. *Ketiga*,

¹⁰ Ibid., 136.

¹¹ Namora Lumongga Lubis dan Herri Zan Pieter, *Pengantar Psikologi untuk Kebidanan* (Jakarta: Kencana, 2010), 51-53.

penerima informasi atau pengetahuan. Banyak atau tidaknya sebuah informasi yang diterima akan mempengaruhi perubahan perilaku. *Keempat*, perubahan kondisi fisiologis. Perubahan perilaku manusia juga dapat muncul karena perubahan kondisi fisiologis, terutama berhubungan dengan kesehatan atau penyakit yang dialami. *Kelima*, kesediaan untuk berubah. Apabila terjadi inovasi program-program pembangunan dalam masyarakat, maka sering terjadi perubahan perilaku.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dalam penelitian di atas dengan judul Komunikasi *Persuasif* Pustaka Gerilya Dalam Turut Serta Membangun Perubahan Perilaku Membaca Masyarakat Ponorogo Melalui Kegiatan Literasi, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya dalam kegiatan literasi?
2. Bagaimana Pustaka Gerilya turut serta membangun perubahan membaca masyarakat Ponorogo?

C. TUJUAN PENELITIAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Suatu penelitian pasti memiliki tujuan dan manfaat, adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya dalam kegiatan literasi
- b. Mengetahui bagaimana Pustaka Gerilya turut serta membangun perubahan membaca masyarakat

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat akademik dan praktis antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat akademik:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan ilmu pengetahuan mengenai komunikasi persuasif dalam hal perubahan perilaku, terutama kajian terhadap organisasi yang bergerak dalam bidang literasi

b. Manfaat Praktis:

Pertama, penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah khazanah komunikasi, terlebih komunikasi persuasif teruntuk bagi studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sendiri

Kedua, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan apabila nantinya penulis terjun dalam gerakan sosial yang fokus mengenai literasi.

D. KAJIAN PUSTAKA

Dalam bagian kajian pustaka ini, penulis akan menguraikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait tema serta persoalan yang akan dikaji dan diteliti dalam penelitian tesis ini, baik mengungkap bahwa penelitian yang akan penulis lakukan sebagai penelitian yang memerlukan pengembangan lebih lanjut ataupun masalah yang belum pernah dibahas oleh peneliti sebelumnya. Penulis mengambil beberapa kajian yang berkaitan dengan kajian literasi, komunikasi persuasif, dan perubahan perilaku seperti yang akan penulis uraikan sebagai berikut:

1. Literasi

Penelitian pertama dari Dwiyanoro¹² di mana ia mengatakan bahwa minat baca masyarakat di Indonesia berada pada persentase 0,001% dan menduduki peringkat ketiga dari bawah. Hal ini sangat tertinggal jauh dengan negara-negara lain yang memiliki persentase rata-rata 0,45%-0,62%, sedangkan untuk persentase minat baca berdasarkan provinsi, Yogyakarta, menempati urutan ketiga dengan

¹² Dwiyanoro, "Peran Taman Bacaan Masyarakat Mata Aksara dalam menumbuhkan minat baca pada masyarakat" Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 7, No. 1 (Juni 2019)

persentase 91.00 %. Berdasarkan kondisi tersebut tentunya perlu adanya tempat penyedia informasi yang mudah untuk diakses dalam meningkatkan minat membaca. Salah satu tempat penyedia informasi yaitu Taman Bacaan Masyarakat (TBM). Meski objek yang diangkat sama, namun yang membedakan penelitian Dwiwartono dengan yang ingin peneliti angkat adalah terletak pada objek penelitian.

Penelitian kedua dari Azmi Ricky Anisa¹³. Dalam penelitian ini, Azizah mengatakan bahwa kegiatan gemar membaca harus tetap ditingkatkan bahkan harus menjadikannya sebuah budaya demi masa depan cerah yang dimiliki setiap generasi penerus bangsa. Sehingga pentingnya meningkatkan literasi di Indonesia untuk masa depan penerus bangsa dengan ilmu-ilmu yang didapat dari hasil membaca di kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat dilakukan oleh para volunteer muda yang cerdas dan sukses sebagai wujud nyata keberhasilan dari gemar membaca serta perlunya menanamkan kesadaran diri untuk minat baca dan kemampuan kritis yang masih rendah. Perbedaan dengan yang ingin peneliti lakukan terletak pada upaya melibatkan organisasi lokal dalam membangun minat literasi.

¹³ Azmi Ricky Anisa, “Pengaruh Kurangnya Literasi serta Kemampuan dalam Berpikir Kritis yang Masih Rendah dalam Pendidikan di Indonesia” Current Research in Education: Conference Series Journal Vol. 01 No. 01 Tahun 2021

Penelitian ketiga dari Joko Sugeng Priyanto¹⁴ di mana tujuan dari penelitian ini adalah untuk memantik pembaca agar menyadari betapa pentingnya kesadaran literasi demi kemajuan suatu individu dalam masyarakat suatu bangsa yang akhirnya dapat menciptakan komunitas masyarakat, sehingga bangsa ini mempunyai budaya baca yang tinggi sehingga negeri dan bangsa ini dapat maju dan menang dalam persaingan global. Hasil penelitian ini menganggap bahwa literasi dengan menekankan budaya lokal menjadi penting, namun tidak memfokuskan penelitiannya pada organisasi masyarakat yang bergerak dalam bidang sosial. Pisau analisis yang digunakannya juga berbeda.

Penelitian keempat Akbar Mawlana¹⁵ Keberadaan komunitas literasi secara dinamis mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik. Secara kritis, komunitas semacam ini ada untuk memajukan aktivitas literasi di masyarakat. Pada perkembangan komunitas literasi, kehadiran mereka bukan hanya di kota besar, melainkan telah meluas. Meski sama-sama memfokuskan penelitian tentang literasi, namun pisau analisis yang digunakan bukanlah komunikasi persuasif.

¹⁴ Joko Sugeng Priyanto, “*Budaya Baca untuk Kemajuan suatu Bangsa*” (Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, 3(1) 2020), 1-20.

¹⁵ Akbar Mawlana, “*Makna Komunitas Literasi Bagi Masyarakat Kota Sumenep Dalam Pembangunan SDM*” Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial Vol.5 No.1 Tahun 2021, 18

2. Komunikasi Persuasif

Penelitian kelima, Aen Istianah Afiati.¹⁶ Dalam hasil penelitian ini, komunikasi persuasif digunakan dalam pendidikan militer. Komunikasi persuasif yang dilakukan pelatih kepada siswa di Secata Rindam IV Diponegoro adalah melalui pendekatan personal dalam kegiatan konseling, dan memberikan contoh secara langsung kepada siswa. Komunikasi persuasif dalam hal ini cukup efektif untuk mempengaruhi atau membentuk sikap siswa. Karena kesadaran terhadap perubahan itu berasal dari diri yang dibujuk sendiri. Penelitian ini bukan menjadikan literasi sebagai alat komunikasi persuasif untuk melakukan perubahan perilaku.

Penelitian keenam, Sapriandi¹⁷ Hasil penelitian ini membuktikan bahwa komunikasi persuasif sangat urgen untuk diterapkan dalam pembinaan akhlak remaja terutama di Lingkungan Kampung Baru Tirondo Kelurahan Sulewatang karena dengan komunikasi persuasif pembinaan yang dilakukan lebih efektif dan efisien. Remaja sebagai salah satu istilah untuk menuju kepada suatu fase dalam kehidupan manusia, remaja yang akan menjadi generasi penerus, maka remaja perlu mendapat perhatian yang serius. Oleh

¹⁶ Aen Istianah Afiati, *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap*, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga 2015

¹⁷ Sapriandi, *Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja*, Tesis IAIN Pare Pare 2020.

sebab itu remaja harus dibina dengan baik terutama dalam bidang keagamaan, agar menjadi generasi penerus bangsa, negara dan agama.

3. Perubahan Perilaku

Penelitian ketujuh dari Kenny Dwi Fadhila¹⁸. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku merupakan suatu proses yang terjadi setiap saat dan tidak dapat dihindari. Kebanyakan perubahan perilaku ini terjadi dari waktu ke waktu. Perilaku dapat dicontohkan seperti tertawa, minum dan sebagainya. Perilaku tidak langsung juga tidak berupa pikiran dan perasaan. Banyak hal yang diketahui dari perubahan perilaku adalah sesuatu yang membuat orang berubah dari pola sebelumnya. Masa remaja sangat dekat dengan perilaku perubahan. Masa remaja merupakan masa di mana masa remaja anak-anak menjadi dewasa.

Penelitian Kedelapan dari Ernawati dan Muh. Resa Yudianto Suldani.¹⁹ Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet telah membawa perubahan terhadap perilaku komunikasi masyarakat digital. Perubahan komunikasi di era digital berdampak pada bentuk pesan yang sebelumnya menggunakan tulisan atau texting melalui layanan online

¹⁸ Kenny Dwi Fadhila, *Menyikapi Perubahan Perilaku pada Remaja*, Jurnal Pendidikan Guru Indonesia, Vol 2 No. 2 Tahun 2017

¹⁹ Ernawati dan Muh. Resa Yudianto Suldani, *Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar*, Jurnal Ilmu Komunikasi 'Kareba' Vol. 9 No 2 Tahun 2020

chat pada media sosial menjadi pesan audio visual atau video. Perkembangan ini sejalan dengan maraknya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat digital khususnya kaum perempuan. Salah satu media sosial yang menjadi trend saat ini adalah Instagram dengan fitur Instagram Stories sebagai fitur yang memberikan hal baru dalam berkomunikasi di masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Instagram Stories membawa perubahan perilaku komunikasi pada kaum perempuan di kota Makassar.

Kedelapan kajian Pustaka yang disebutkan di atas ada beberapa perbedaan dengan yang ingin peneliti lakukan. Peneliti belum menemukan kegiatan literasi dalam bentuk perpustakaan keliling yang dilakukan oleh organisasi sosial. Di sisi lain, terdapat perbedaan mengenai lokasi penelitian meskipun pendekatan yang dilakukan sama. Dengan arti lain, berangkat dari literatur yang sudah ada, peneliti berusaha menawarkan pembaharuan mengenai proses komunikasi persuasif dalam turut serta membangun perubahan perilaku, dalam hal ini membaca.

Berikut matrik tinjauan pustaka yang memuat penelitian sebelumnya.

Tabel 1
Matrik Tinjauan Pustaka

Peneliti: Dani Saputra
Judul Penelitian: Komunikasi Persuasif Pustaka Gerilya dalam Turut Serta Membangun Perubahan Perilaku Membaca Masyarakat Ponorogo Melalui Kegiatan Literasi

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dwiyantoro	Peran Taman Bacaan Masyarakat Mata Aksara dalam menumbuhkan minat baca pada masyarakat	Pendekatan Kuantitatif dengan jenis Penelitian Ekplanatif.	Taman Bacaan Masyarakat Yogyakarta	Minat baca masyarakat masih sangat tertinggal jauh dengan negara-negara lain yang memiliki persentase rata-rata 0,45%-0,62%, sedangkan untuk persentase minat baca berdasarkan provinsi, Yogyakarta, menempati urutan ketiga dengan persentase 91.00 %.
2.	Azmi Ricky Anisa	Pengaruh Kurangnya Literasi serta Kemampuan dalam Berpikir Kritis yang Masih Rendah dalam Pendidikan di Indonesia	Pendekatan Kuantitatif dengan jenis Penelitian Ekplanatif.	Siswa dan Mahasiswa	Pentingnya meningkatkan literasi di Indonesia untuk masa depan penerus bangsa dengan ilmu-ilmu yang didapat dari hasil membaca di kehidupan sehari-hari yang dapat dilakukan oleh para volunteer muda yang cerdas dan sukses sebagai wujud nyata keberhasilan dari gemar

					membaca. Serta perlunya menanamkan kesadaran diri untuk minat baca dan kemampuan kritis yang masih rendah.
3.	Joko Sugeng Priyanto,	Budaya Baca untuk Kemajuan suatu Bangsa	Pendekatan Kuantitatif dengan jenis Penelitian Ekplanatif.	Pengunjung perpustakaan Universitas Islam Indonesia	Pentingnya kesadaran literasi demi kemajuan suatu individu dalam masyarakat suatu bangsa yang akhirnya dapat menciptakan komunitas masyarakat, sehingga bangsa ini mempunyai budaya baca yang tinggi sehingga negeri dan bangsa ini dapat maju dan menang dalam persaingan global
4.	Akbar Maulana	Makna Komunitas Literasi Bagi Masyarakat Kota Sumenep Dalam Pembangunan SDM	Pendekatan Kuantitatif dengan jenis Penelitian Ekplanatif.	Komunitas literasi di Sumenep	Keberadaan komunitas literasi secara dinamis mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik. Secara kritis, komunitas semacam ini ada untuk memajukan aktivitas literasi di masyarakat
5.	Aen Istianah Afiati	Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap	Pendekatan deskriptif kualitatif	Siswa di Secata Rindam IV Diponegoro	Komunikasi persuasif yang dilakukan pelatih kepada siswa di Secata Rindam IV Diponegoro adalah melalui pendekatan personal dalam

					kegiatan konseling, dan memberikan contoh secara langsung kepada siswa. Komunikasi persuasif dalam hal ini cukup efektif untuk mempengaruhi atau membentuk sikap siswa
6.	Sapriandi	Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja	Pendekatan deskriptis kualitatif	Remaja di Lingkungan Kampung Baru Tirono Kelurahan Sulewatang	Komunikasi persuasif sangat urgen untuk diterapkan dalam pembinaan akhlak remaja terutama di Lingkungan Kampung Baru Tirono Kelurahan Sulewatang karena dengan komunikasi persuasif pembinaan yang dilakukan lebih efektif dan efisien
7.	Kenny Dwi Fadhila	Menyikapi Perubahan Perilaku pada Remaja	Pendekatan Kuantitatif dengan jenis Penelitian Ekplanatif	Remaja anak usia 10-24 tahun	perubahan perilaku merupakan suatu proses yang terjadi setiap saat dan tidak dapat dihindari. Kebanyakan perubahan perilaku ini terjadi dari waktu ke waktu. Perilaku dapat dicontohkan seperti tertawa, minum dan sebagainya. Perilaku tidak langsung juga tidak berupa pikiran dan perasaan.
8.	Ernawati dan Muh. Resa	Perubahan Perilaku Komunikasi	Pendekatan Kuantitatif dengan jenis	Perempuan di Makasar	perkembangan teknologi komunikasi

	Yudianto Suldani	Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar,	Penelitian Ekplanatif	dengan usia 17 ke atas	berbasis internet telah membawa perubahan terhadap perilaku komunikasi masyarakat digital. Perubahan komunikasi di era digital berdampak pada bentuk pesan yang sebelumnya menggunakan tulisan atau texting melalui layanan online chat pada media sosial menjadi pesan audio visual atau video.
--	------------------	---	-----------------------	------------------------	--

E. TINJAUAN TEORI

1. Komunikasi Persuasif

Menurut Carl I. Hovlan sebagaimana dijelaskan oleh Effendy, bahwa komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, berupa kata-kata, gambar, figur, dan sebagainya.²⁰ Sedangkan menurut Miller dalam penjelasan Mulyana, komunikasi adalah situasi-situasi memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 2002)

kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima pesan.²¹

Sementara komunikasi persuasi menurut Larson adalah adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi dan memberi tahu audien tentang tujuan persuasi, serta mempertimbangkan kehadiran audien itu sendiri. Istilah Persuasi bersumber dari bahasa latin, yaitu *persuasion*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Proses persuasi ini bisa dilakukan dengan cara yang rasional dan cara yang emosional. Komunikasi persuasi biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang mempunyai relasi dengan kehidupan emosional seseorang. Di mana melalui cara emosional, aspek simpati dan empati, seseorang dapat di gugah atau dapat dipersuasi.²²

Dalam konteks komunikasi persuasi ada 3 jenis pola yang terlibat di dalamnya. Menurut Burgon dan Huffner pola tersebut di antaranya: *pertama*, komunikasi asertif yaitu keahlian komunikasi dalam tataran bahwa seorang komunikator mampu menyampaikan pendapatnya secara lugas kepada komunikan. Komunikasi asertif sama hal proses persuasi yang tidak melukai atau menyinggung orang lain, baik itu secara verbal maupun non-verbal. *Kedua*, komunikasi pasif yaitu pola komunikasi yang tidak menimbulkan umpan balik

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2005)

²² Herdian Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta : Akademia Permata 2013),7

secara maksimal, sehingga proses komunikasi sering kali tidak efektif. *Ketiga*, komunikasi agresi yaitu pola komunikasi dengan menyampaikan pendapat, informasi atau pesan secara lugas namun terdapat agresi verbal dan non-verbal (kebalikan dari komunikasi asertif)²³

Lebih jauh Burgon dan Huffner meringkas secara spesifik mengenai pendapat beberapa ahli mengenai definisi komunikasi persuasi. Jadi menurut Burgon dan Huffner, definisi komunikasi persuasif adalah sebagai berikut, *pertama*, proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan dengan pendapat dan keinginan komunikator. *Kedua*, proses komunikasi yang mengajak dan membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan, perilaku dan pendapat sesuai keinginan komunikator tanpa adanya unsur paksaan.²⁴

Menurut Olson dan Zanna, komunikasi persuasi didefinisikan sebagai perubahan perilaku akibat penerimaan informasi dari orang lain.²⁵ Definisi lain mengatakan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku seseorang atau orang banyak. Proses mempengaruhi sikap,

²³ Ibid., 7

²⁴ Ibid., 8

²⁵ Werner J severin, James W tankard,Jr, *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*,(Jakarta : Kencana Prenada Media Group,Cetakan ke-4 Februari 2009),177.

sifat, pendapat dan perilaku dapat dilakukan dengan beberapa cara mulai dari teror, boikot, pemerasan, penyuapan dan sebagainya, di mana hal ini bisa memaksa orang lain untuk bersikap atau berperilaku seperti yang diharapkan. Namun komunikasi persuasi tidak melakukan cara demikian untuk mencapai tujuan yang diharapkan, sebagaimana pendapat dari Burgon dan Huffner, yaitu menggunakan cara komunikasi (pernyataan antar manusia) yang berdasarkan pada argumentasi dan alasan-alasan psikologis.²⁶

Lebih lanjut, Schacter menjelaskan bahwa ada dua jenis persuasi, yaitu persuasi sistematis (*systematic persuasion*) yang mengacu pada proses memberikan pengaruh melalui perubahan perilaku atau keyakinan dengan dasar pemikiran logika dan pemberian alasan (*logic and reason*). Sementara yang kedua adalah persuasi heuristik (*heuristic persuasion*) di mana proses persuasi yang dilakukan melalui perubahan berdasarkan penerapan kebiasaan dan emosional pada orang lain.²⁷

Dari beberapa definisi komunikasi yang di kemukakan oleh para ahli di atas, dapat dipahami bahwa persuasi merupakan proses dari komunikasi yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap,

²⁶ Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 9.

²⁷ *Ibid.*, 10

pendapat dan perilaku seseorang, baik itu dilakukan dengan cara verbal maupun non-verbal.

a. **Tujuan Komunikasi Persuasif**

Tujuan komunikasi persuasif salah satu di antaranya adalah untuk perubahan sikap, di mana sikap pada dasarnya merupakan tendensi seseorang terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka seseorang atas sesuatu. Menurut Murphy dan Newcomb, dasar dari sikap adalah suatu cara pandang terhadap sesuatu. Sementara menurut Allport, sikap adalah kesiapan mental dan sistem saraf yang diorganisasikan lewat pengalaman dan menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respon-respon seseorang terhadap semua objek dan situasi yang terkait. Sedangkan menurut Kresch, Crutchfield dan Ballachey, sikap adalah sebuah sistem evaluasi positif atau negatif yang sifatnya awet, perasaan-perasaan emosional dan tendensi tindakan pro atau kontra terhadap sebuah objek sosial yang diterima.

Sikap dalam hal ini memiliki tiga komponen, *pertama* komponen afektif yaitu perasaan terhadap objek yang diterima. *Kedua* komponen kognitif yaitu keyakinan terhadap sebuah objek. Yang diterima. dan *ketiga* komponen perilaku yaitu tindakan terhadap objek yang diterima. Intinya, sikap adalah

rangkuman terhadap objek sikap seseorang. Evaluasi rangkuman rasa suka atau tidak suka terhadap objek sikap pada intinya menjadi inti dari sikap. Ketiga komponen sikap di atas adalah manifestasi yang berbeda atas evaluasi inti itu.

Misalnya, ada seorang siswa yang memiliki sikap suka terhadap bintang pop Madonna. Ilustrasi ketiga komponen tersebut bisa muncul dengan penjelasan sebagai berikut: Pertama aspek afektif yaitu menyukai Madonna. Kedua kognitif yaitu yakin Madonna adalah penyanyi dan penari yang baik baginya, yakin bahwa Madonna adalah model yang. Ketiga perilaku yaitu membeli CD music Madonna, menghadiri konser- konsernya, dan menyaksikan film-film yang dibintangi oleh Madonna.²⁸

b. Unsur-unsur komunikasi persuasif

Ada enam (6) unsur-unsur komunikasi persuasif yang saling berkaitan atau mempunyai korelasi dengan yang lainnya, termasuk di dalamnya proses perubahan perilaku.²⁹

1. Sumber atau persuader

Sumber atau persuader adalah orang dari suatu sekelompok tertentu yang menyampaikan pesan yang

²⁸ Werner J Severin, James W Tankard, Jr, *Teori Komunikasi sejarah metode dan terapan dalam media massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan ke-4 Februari 2009), 177-178

²⁹ Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 11

tujuannya adalah mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik dengan cara verbal maupun non-verbal. Dalam komunikasi persuasif, eksistensi sumber atau persuader ini benar-benar dipertimbangkan. Oleh karena itu sumber harus memiliki etos yang tinggi. Etos sendiri adalah nilai diri seseorang yang merupakan panduan dari aspek kognisi, efeksi dan konasi.

Seorang persuader yang memiliki etos yang tinggi bisa dicirikan dari beberapa hal, yaitu kesungguhan, kesiapan, kepercayaan, keramahan, ketenangan, dan kesederhanaan. Jika komunikasi persuasif ingin berjalan sesuai dengan yang diinginkan, persuader harus memiliki sikap reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transitif.³⁰

Aristoteles dalam hal ini mengatakan bahwa karakter dari komunikator adalah ethos. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*)

Hovland dan Weiss menyebut ethos dengan sebutan *credibility* yang terdiri dari dua unsur, yaitu *expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat di percaya). Misalnya, nasihat dari seorang dokter kita terima karena ia

³⁰ Ibid., 12

memiliki keahlian di sana. Akan tetapi perkataan pedagang yang memuji barang dagangannya agak sukar kita terima karena kita kerap kali meragukan kejujurannya. Dari contoh di atas, pedagang dianggap tidak memiliki *trustworthiness*.

Ethos atau faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikator sendiri terdiri dari kredibilitas, atraksi dan kekuasaan. Di mana ketiga dimensi tersebut berhubungan dengan jenis pengaruh perilaku yang akan timbul.

Menurut Herbert C. Kelman, pengaruh komunikasi seseorang kepada orang lain ada tiga hal, pertama internalisasi (*internalization*), identifikasi (*identification*), dan ketundukan (*compliance*).³¹

Internalisasi akan terjadi jika orang menerima pengaruh karena perilaku yang dianjurkan ada kesesuaian dengan sistem nilai yang dimiliki atau dianutnya. Artinya seseorang menerima gagasan, pikiran atau anjuran dari orang lain. Hal ini dikarenakan gagasan, pikiran dan anjuran tersebut memiliki nilai guna untuk memecahkan masalah penting dalam menunjukkan arah, atau dituntut oleh sistem nilai yang ada. Internalisasi adalah proses di mana

³¹ Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 256

seseorang menerima anjuran dari orang lain atas dasar rasional. Di mana dimensi ethos yang paling relevan dalam hal ini adalah kredibilitas, yaitu keahlian seorang komunikator atau kepercayaan seseorang kepada orang lain (komunikator).³²

Identifikasi terjadi bila seseorang mengambil perilaku yang berasal dari orang lain atau kelompok lain karena perilaku tersebut memiliki kaitan dengan hubungan yang mendefinisikan dirinya secara memuaskan (*satisfying self - defining relationship*) dengan orang lain atau kelompok lain itu. Hubungannya dengan mendefinisikan diri artinya memperjelas konsep diri seseorang tersebut. Menurut Kelman, dalam identifikasi, seseorang mendefinisikan peranannya sesuai dengan peranan orang lain. “*He attempts to be like or actually to be other person,*” di mana ia berusaha berperan atau benar-benar menjadi orang lain. Dengan mengatakan apa yang sedang dipercayainya, seseorang mendefinisikan dirinya sesuai dengan orang lain yang memberi pengaruh. Dimensi ethos yang paling relevan dengan identifikasi ini adalah atraksi (*attractiveness*) atau daya tarik dari seorang komunikator.³³

³² Ibid.,

³³ Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 257

Ketundukan (*compliance*) akan terjadi bila seseorang menerima pengaruh dari orang lain atau kelompok lain karena punya harapan untuk memperoleh reaksi yang menyenangkan dari orang lain atau kelompok lain tersebut. Ia ingin mendapatkan ganjaran atau menghindari hukuman dari pihak yang telah mempengaruhinya. Dalam ketundukan, orang menerima perilaku berdasarkan apa yang dianjurkan, dan hal ini seringkali menghasilkan efek sosial yang kurang memuaskan. Seorang bawahan mengikuti perintah atasannya karena ia takut dipecat atau petani yang menanam sawahnya atas dasar ancaman dari pamong desa adalah contoh-contoh dari ketundukan.³⁴

2. Penerima pesan atau persuadee

Persuadee adalah orang lain yang menjadi sasaran pesan yang tersampaikan melalui saluran persuader, baik secara verbal maupun nonverbal.³⁵ Seorang persuadee, sebelum ia melakukan perubahan perilaku terhadap dirinya, sebenarnya ia telah melakukan suatu aktivitas yang fundamental atau aktivitas yang bersifat intern di dalam

³⁴ Maulana, Gumgum gumelar, Psikologi Komunikasi dan Persuasi, 257

³⁵ Herdian Maulana dan Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata 2013), 12

dirinya, yakni belajar. Makna belajar dalam hal ini tidak hanya merupakan suatu proses yang sifatnya sesaat. Setiap persuadee akan dmenerima stimulus, menafsirkan, memberikan respons, mengamati akibat dari respons, menafsirkan kembali, memberikan respons baru, menafsirkan kembali dan seterusnya. Hal ini akan dilakukan secara terus-menerus sehingga persuaade akhirnya mendapat kebiasaan untuk memberikan respon dalam suatu cara tertentu terhadap suatu stimulus tertentu.³⁶

Ada lima faktor yang mempengaruhi perkembangan kekuatan mengenai kebiasaan ini, yaitu *pertama*, sering terjadinya pengulangan respons yang menimbulkan ganjaran. *Kedua*, isolasi hubungan antara stimulus dan respons. *Ketiga*, jumlah ganjaran. *Kempat*, waktu antara respons dan ganjaran. *Kelima*, usaha yang diinginkan untuk melakukan respons. Dalam artian, seorang persuadee tidak akan memberikan respons kecuali jika ia mengharapkan bahwa responsnya akan menimbulkan keuntungan.³⁷

Pengaruh komunikasi persuasif atas perubahan perilaku persuadee dapat dilihat dari dua pendekatan yang dilakukan oleh persuader, yakni pendekatan tradisional dan

³⁶ Ibid., 27

³⁷ Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 20

pendekatan teori kognitif. Persuasibilitas dapat diartikan sebagai kerentanan audiensi terhadap pesan persuasi yang diterimanya. Istilah lain untuk persuasibilitas adalah *communication-free persuasibility* atau *communication bound persuasibility*.³⁸

3. Pesan

Isi pesan persuasif juga perlu mendapat perhatian yang lebih karena isi pesan persuasif bertujuan atau berusaha untuk menguatkan, mengkondisikan, atau membuat perubahan tanggapan sasaran. Wilbur Schramm menampilkan apa yang di sebut dengan “*he condition of success in communication*” yakni sebuah kondisi yang harus dipenuhi jika persuader menginginkan agar suatu pesan bisa membangkitkan tanggapan yang dikehendaknya.

Kondisi tersebut bisa dirumuskan sebagai berikut, *pertama* pesan dari komunikator harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga bisa menarik perhatian komunikan. *Kedua*, pesan harus menggunakan lambang-lambang yang menuju pada pengalaman yang

³⁸ Onong Uchjana Effendy, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 2007), 42.

sama antara komunikator dan komunikan, sehingga keduanya sama-sama mengerti. *Ketiga*, Pesan harus memiliki daya bangkit untuk kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan cara-cara yang bisa dilakukan untuk memperoleh kebutuhan tersebut. *Keempat*, pesan harus menyarankan sebuah jalan untuk memperoleh kebutuhan tersebut, yang layak untuk situasi kelompok di mana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.³⁹

Menurut Blake dan Haroldsen, pesan merupakan simbol yang diarahkan secara selektif dan itu ditunjukkan dalam proses mengkomunikasikan sebuah informasi. Dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan bisa berbentuk verbal dan non-verbal. Dapat dengan sengaja (*intentional*) dan dapat pula dengan tidak sengaja (*unintentional*). Namun Blake dan Haroldsen menekankan, bahwa pesan verbal merupakan salah satu faktor terpenting yang menentukan dalam keberhasilan komunikasi persuasif. Di mana di dalamnya terdapat aspek rangsangan wicara dan penggunaan kata-kata.⁴⁰

³⁹ Effendy, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, 43

⁴⁰ Ibid.

4. Saluran atau media

Saluran menjadi perantara bagi orang-orang yang sedang berkomunikasi. Bentuk saluran sendiri tergantung dengan jenis komunikasi yang sedang dilakukan. Dalam hal ini, saluran komunikasi adalah media yang digunakan untuk membawa pesan agar bisa tersampaikan. Dengan arti bahwa saluran merupakan jalan atau alat untuk perjalanan pesan dari komunikator (sumber atau pengirim) kepada komunikan (penerima).

Menurut Rao sebagaimana diungkapkan oleh Ezi Hendri, minimal ada 7 dimensi saluran yang memungkinkan seseorang untuk melakukan evaluasi mengenai efektivitas saluran komunikasinya masing-masing, yaitu:

a. Kredibilitas saluran

Derajat kecanggihan atau tingkat kepercayaan saluran yang dirasakan oleh penerima. Sering media cetak memiliki kredibilitas tinggi bagi masyarakat berstatus sosial tinggi, sementara televisi lebih memiliki kredibilitas bagi mereka yang berstatus sosial-ekonomi rendah

b. Umpan balik saluran

Saluran memberi kesempatan penerima merespons segera dan maksimal untuk memengaruhi sumber pesan. Komunikasi tatap muka cenderung memberi peluang umpan balik langsung dibandingkan komunikasi media.

c. Keterlibatan saluran atau partisipasi

Semua individu membutuhkan usaha perseptual demi memilih informasi dari saluran komunikasi. Komunikasi tatap muka sangat memungkinkan orang terlibat, sementara media cetak kecil kemungkinannya untuk terlibat

d. Ketersediaan saluran

Frekuensi dan luas saluran mungkin digunakan untuk menjangkau audiens lebih banyak. Di beberapa wilayah geografis, saluran tertentu mungkin tidak tersedia.

e. Daya tahan saluran

Daya tahan komunikasi bisa membawa pesan berlebihan. Media cetak memiliki derajat kebebasan yang tinggi, sementara radio sangat terbatas.

f. Kekuatan multi guna saluran

Saluran memiliki potensi relatif untuk meliput dan wilayah geografis yang luas secara cepat dan tepat. Media massa dapat memperbanyak pesan dan

memungkinkan menjangkau khalayak banyak secara terus menerus; sementara potensi komunikasi tatap muka cenderung lebih rendah.

g. Saluran yang saling melengkapi

Suatu saluran berpotensi melengkapi pekerjaan komunikasi saluran lain. Baik saluran media massa dan interpersonal ternyata memiliki nilai tinggi dalam dimensi ini.

5. Umpan balik

Umpan balik adalah balasan dari perilaku yang dilakukan. Umpan balik sendiri bisa dalam bentuk eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi dari persuader atas pesan yang disampaikan, sementara umpan balik eksternal merupakan reaksi penerima atas pesan yang disampaikan.⁴¹

6. Efek komunikasi persuasif

Efek komunikasi persuasif merupakan perubahan yang terjadi pada diri persuadee sebagai akibat dan diterimanya pesan dari persuader melalui proses

⁴¹ Ibid., 12

komunikasi. Efek yang terjadi dalam hal ini bisa berbentuk perubahan sikap, pendapat dan perubahan perilaku.⁴²

c. **Proses komunikasi persuasif**

Persuasi adalah bentuk penanaman pengaruh yang bisa berwujud apa pun, mulai dari keyakinan, sikap, maksud, dan motivasi. Persuasi adalah bagian yang tidak terpisahkan dari proses komunikasi individu. Di mana seorang pengirim pesan (*sender*) berusaha untuk memberikan dan memperbesar pengaruh pesan yang di sampaikan kepada penerima pesan (*receiver*).⁴³ Persuasi adalah sebuah proses yang tujuannya untuk mengubah sikap atau perilaku individu, baik itu secara personal maupun kelompok terhadap sebuah tema yang diangkat, peristiwa atau objek yang lain, baik bersifat itu abstrak seperti ide atau sesuatu yang aktual seperti produk yang digunakan. Usaha persuasif ini bisa dilakukan baik dengan melalui jalur verbal atau nonverbal dengan cara mengonversi informasi, perasaan, atau alasan atau bahkan kombinasi dari semuanya ke dalam bentuk lain yang bisa diterima oleh mereka yang menerima pesan.⁴⁴

⁴² Effendy, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, 49

⁴³ Werner J Severin, James W Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: Cetakan ke-4 Februari 2009),195.

⁴⁴ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Tangerang selatan : Kaharisma Publishing Group), 502

Menurut Petty dan Cacioppo Model, menyebutkan bahwa terdapat sebuah kemungkinan untuk elaborasi dua rute menuju perubahan sikap, yaitu rute sentral dan rute eksternal. Rute sentral digunakan ketika penerima pesan secara aktif memproses informasi yang diterima dan terbujuk oleh argumen yang rasional. Sementara rute eksternal digunakan ketika penerima tidak mengekspresikan energi kognitif untuk mengevaluasi argument dan memproses informasi di dalam pesan dan lebih dibimbing oleh isyarat-isyarat eksternal, di antaranya kredibilitas sumber, gaya dan format pesan, suasana hati penerima dan sebagainya. Ketika rute sentral menuju persuasi adalah aktif, maka penerima bisa dikatakan terlibat dalam elaborasi yang cukup tinggi. Apabila yang aktif adalah rute eksternal berarti penerima terlibat dalam elaborasi yang rendah.⁴⁵

d. **Hambatan komunikasi persuasif**

Hambatan komunikasi pada prinsipnya bisa dilihat sesuatu dengan tingkat rintangan yang terjadi. Hambatan-hambatan tersebut menurut Fisher terjadi karena dua faktor, yaitu faktor yang sifatnya mekanistik dan faktor yang bersifat psikologis.⁴⁶

Hambatan mekanistik ini disebabkan

⁴⁵ Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, 55

⁴⁶ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif, Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), 280

Kedua faktor tersebut kemudian dijelaskan lebih rinci kedalam 4 bagian, di mana keempat faktor tersebut yang akan menghambat proses berjalannya komunikasi persuasif, baik yang bersifat mekanistik maupun psikologis⁴⁷. *Pertama*, faktor motivasi, sudah dijelaskan di atas bahwa motivasi seseorang atau sesuatu kelompok bisa mempengaruhi opini orang lain. Kepentingan seseorang akan mendorong orang itu untuk melakukan dan bersikap sesuai dengan kebutuhan dirinya. *Kedua*, faktor prejudice atau prasangka. Bila seseorang sudah dihindangi dengan perasaan prejudice terhadap sesuatu, misalnya golongan, suku, ras, dan lain sebagainya, maka dalam penilaian seseorang tersebut terhadap hal yang tidak akan objektif lagi. *Ketiga*, faktor semantik, adalah kata-kata yang memiliki arti tidak sama dengan komunikator dan komunikan atau adanya ejaan yang berbeda, namun bunyinya hampir sama. Hal bisa saja menimbulkan salah pengertian dan tentu akan mengganggu proses komunikasi. *Keempat*, noise factor adalah gangguan yang disebabkan oleh suara. Faktor ini bisa terjadi dengan cara sengaja maupun dengan tidak disengaja.⁴⁸

⁴⁷ Devito, Komunikasi Antar Manusia

⁴⁸ Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Citra Aditya Bakti 1993), 26

2. LITERASI

a. Pengertian Literasi

Literasi yang dalam bahasa inggrisnya *literacy* berasal dari bahasa latin yaitu *litera* (huruf) sering diartikan sebagai keaksaraan. Jika dilihat dari makna hurufiah, literasi berarti kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis. Seringkali orang yang bisa membaca dan menulis disebut literat, sedangkan orang yang tidak bisa membaca dan menulis disebut iliterat atau buta aksara.⁴⁹ Farida menjelaskan bahwa literasi sebagai kemampuan untuk membaca dan menulis. Selain itu literasi juga memiliki kesamaan arti dengan belajar dan memahami sumber bacaan.

Menurut Romdhoni sebagaimana dikatakan oleh Farida⁵⁰ menyatakan bahwa literasi merupakan peristiwa sosial yang melibatkan keterampilan-keterampilan tertentu, yang diperlukan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kern⁵¹ yang mendefinisikan literasi sebagai berikut:

⁴⁹ R. Farida R, *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 40.

⁵⁰ *Ibid.*, 41

⁵¹ Hosnan, *Pendekatan Sainifik dan Kontekstual dalam Pembelajaran Abad 21*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 17.

“Literacy is the use of socially, historically, and culturally-situated practices of creating and interpreting meaning through texts. It entails at least a tacit awareness of the relationship between textual conventions and their contexts of use and, ideally, the ability to reflect critically on those relationships. Because it is purposesensitive, literacy is dynamic-not static-and variable across and within discourse communities and cultures. It draws on a wide range of cognitive abilities, on knowledge of written an spoken language, on knowledge of genres, and on cultural knowledge. (Literasi adalah penggunaan praktik-praktik situasi sosial dan historis, serta situasi kebudayaan untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks. Literasi memerlukan setidaknya sebuah kepekaan yang tak terucap tentang hubungan-hubungan antar konvensi-konvensi tekstual dan konteks penggunaannya serta idealnya kemampuan untuk berefleksi secara kritis tentang hubungan-hubungan itu. Karena peka dengan maksud atau tujuan, literasi itu bersifat dinamis dan tidak statis, serta bisa bervariasi di antara dan di dalam komunitas dan kebudayaan. Literasi memerlukan serangkaian kemampuan kognitif, pengetahuan bahasa tulis dan lisan, pengetahuan tentang genre, dan pengetahuan kebudayaan).”

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas pada dasarnya dapat dijelaskan bahwa literasi merupakan peristiwa sosial yang

dilengkapi keterampilan-keterampilan untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks. Literasi memerlukan serangkaian kemampuan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan.

Lalu senada dengan itu, Desmita⁵² menjelaskan bahwa kini literasi bukan hanya berhubungan dengan kemampuan membaca dan menulis teks saja, karena kini “teks” sudah diperluas maknanya sehingga mencakup juga “teks” dalam bentuk visual, audiovisual dan dimensi-dimensi komputerisasi, sehingga di dalam “teks” tersebut secara bersama-sama muncul unsur-unsur kognitif, afektif, dan intuitif.

Dalam era teknologi seperti sekarang ini, konteks tradisi intelektual suatu masyarakat bisa dikatakan berbudaya literasi ketika masyarakat tersebut sudah memanfaatkan informasi yang mereka peroleh untuk melakukan komunikasi sosial dan ilmu pengetahuan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa literasi merupakan suatu tahap perilaku sosial yaitu kemampuan individu untuk membaca, menginterpretasikan dan menganalisis informasi, serta pengetahuan yang mereka dapat untuk melahirkan kesejahteraan hidup (peradaban unggul).

⁵² Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 29

b. Jenis-Jenis literasi

Lebih lanjut, Desmita menambahkan bahwa⁵³ istilah literasi sudah mulai digunakan dalam skala yang lebih luas tetapi tetap merujuk pada kemampuan atau kompetensi dasar literasi, yakni kemampuan membaca serta menulis. Intinya, hal yang paling penting dari istilah literasi adalah bebas buta aksara supaya bisa memahami semua konsep secara fungsional, sedangkan cara untuk mendapatkan kemampuan literasi ini adalah dengan melalui pendidikan.

Sejauh ini, terdapat 9 macam literasi yang menjadi perhatian penting, antara lain :

1. Literasi Kesehatan

Literasi ini merupakan kemampuan untuk memperoleh, mengolah serta memahami informasi dasar mengenai kesehatan serta layanan-layanan apa saja yang diperlukan di dalam membuat keputusan kesehatan yang tepat.

2. Literasi Finansial

Merupakan kemampuan di dalam membuat penilaian terhadap informasi serta keputusan yang efektif

⁵³ Ibid., 27

pada penggunaan dan juga pengelolaan uang, di mana kemampuan yang dimaksud mencakup berbagai hal yang ada kaitannya dengan bidang keuangan.

3. Literasi Digital

Merupakan kemampuan dasar secara teknis untuk menjalankan komputer serta internet, yang ditambah dengan memahami serta mampu berpikir kritis dan juga melakukan evaluasi pada media digital dan bisa merancang konten komunikasi.

4. Literasi Data

Merupakan kemampuan untuk mendapatkan informasi dari data, lebih tepatnya kemampuan untuk memahami kompleksitas analisis data.

5. Literasi Kritis

Merupakan suatu pendekatan instruksional yang menganjurkan untuk adopsi perspektif secara kritis terhadap teks, atau dengan kata lain, jenis literasi yang satu ini bisa kita pahami sebagai kemampuan untuk mendorong

para pembaca supaya bisa aktif menganalisis teks dan juga mengungkapkan pesan yang menjadi dasar argumentasi teks.

6. Literasi Visual

Merupakan kemampuan untuk menafsirkan, menciptakan dan menegosiasikan makna dari informasi yang berbentuk gambar visual. Literasi visual bisa juga kita artikan sebagai kemampuan dasar di dalam menginterpretasikan teks yang tertulis menjadi interpretasi dengan produk desain visual seperti video atau gambar.

Literasi ini juga merupakan pemahaman tingkat lanjut antara literasi media dan literasi teknologi, yang mengembangkan kemampuan dan kebutuhan belajar dengan memanfaatkan materi visual dan audiovisual secara

kritis dan bermartabat. Tafsir terhadap materi visual yang setiap hari membanjiri kita, baik dalam bentuk tercetak, di televisi maupun internet, haruslah terkelola dengan baik.

Bagaimanapun di dalamnya banyak manipulasi dan hiburan yang benar-benar perlu disaring berdasarkan etika dan kepatutan. Sesuai uraian di atas kiranya dapat ditarik benang merahnya bahwa jenis-jenis literasi sekolah pada dasarnya mencakup aspek-aspek perkembangan baik terkait

dengan teknologi, informasi, elektronik, kesehatan, literatur akademik dan lain sebagainya. Semuanya bermuara pada bagaimana mengembangkan potensi individu untuk lebih tertarik dalam proses pembiasaan, pengembangan, dan pembelajaran.

7. Literasi Teknologi

Kemampuan seseorang untuk bekerja secara independen maupun bekerja sama dengan orang lain secara efektif, penuh tanggung jawab dan tepat dengan menggunakan instrumen teknologi untuk mendapat, mengelola, kemudian mengintegrasikan, mengevaluasi, membuat serta meng-komunikasikan informasi.

Literasi ini juga usaha memahami kelengkapan yang mengikuti teknologi seperti peranti keras (hardware), peranti lunak (software), serta etika dan etiket dalam memanfaatkan teknologi. Berikutnya, dapat memahami teknologi untuk mencetak, mempresentasikan, dan mengakses internet. Dalam praktiknya, juga pemahaman menggunakan komputer (*Computer Literacy*) yang di dalamnya mencakup menghidupkan dan mematikan komputer, menyimpan dan mengelola data, serta menjalankan program perangkat lunak. Sejalan dengan

membanjirnya informasi karena perkembangan teknologi saat ini, diperlukan pemahaman yang baik dalam mengelola informasi yang dibutuhkan masyarakat.

8. Literasi Statistik

Kemampuan untuk memahami statistik. Pemahaman mengenai ini memang diperlukan oleh masyarakat supaya bisa memahami materi-materi yang dipublikasikan oleh media.

9. Literasi Informasi

Merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang di dalam mengenali kapankah suatu informasi diperlukan dan kemampuan untuk menemukan serta mengevaluasi, kemudian menggunakannya secara efektif dan mampu mengkomunikasikan informasi yang dimaksud dalam berbagai format yang jelas dan mudah dipahami.

Dari jenis literasi di atas, menurut Dede perlu ditambah lagi jenisnya, adapun tambahan tersebut meliputi:⁵⁴

⁵⁴ R. Dede, *Paradigma Pendidikan Demokratis, Sebuah Model Pelibatan Masyarakat dalam Penyelenggaraan Pendidikan*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 60

1. Literasi Dasar (*Basic Literacy*)

Literasi jenis ini bertujuan untuk mengoptimalkan kemampuan untuk mendengarkan, berbicara, membaca, menulis, dan menghitung. Dalam literasi dasar, kemampuan untuk mendengarkan, berbicara, membaca, menulis, dan menghitung (*counting*) berkaitan dengan kemampuan analisis untuk memperhitungkan (*calculating*), mempersepsikan informasi (*perceiving*), mengomunikasikan, serta menggambarkan informasi (*drawing*) berdasar pemahaman dan pengambilan kesimpulan pribadi

2. Literasi Perpustakaan (*Library Literacy*)

Lebih lanjut, setelah memiliki kemampuan dasar maka literasi perpustakaan untuk mengoptimalkan literasi perpustakaan yang ada. Maksudnya, pemahaman tentang keberadaan perpustakaan sebagai salah satu akses mendapatkan informasi. Pada dasarnya literasi perpustakaan, antara lain, memberikan pemahaman cara membedakan bacaan fiksi dan nonfiksi, memanfaatkan koleksi referensi dan periodikal, memahami *Dewey Decimal System* sebagai klasifikasi pengetahuan yang memudahkan dalam menggunakan perpustakaan,

memahami penggunaan katalog dan pengindeksan, hingga memiliki pengetahuan dalam memahami informasi ketika sedang menyelesaikan sebuah tulisan, penelitian, pekerjaan, atau mengatasi masalah.

3. Literasi Media (*Media Literacy*)

Merupakan kemampuan untuk mengetahui berbagai bentuk media yang berbeda, seperti media cetak, media elektronik (media radio, media televisi), media digital (media internet), dan memahami tujuan penggunaannya. Secara gamblang saat ini bisa dilihat di masyarakat kita bahwa media lebih sebagai hiburan semata. Kita belum terlalu jauh memanfaatkan media sebagai alat untuk pemenuhan informasi tentang pengetahuan dan memberikan persepsi positif dalam menambah pengetahuan.

3. KONSEP PERUBAHAN PERILAKU

a. Pengertian

Perilaku manusia dipahami sebagai sesuatu yang bersifat kompleks, di mana itu terjadi karena berbagai alasan dan terarah pada berbagai tujuan dan tidak terlepas dari keberadaan dirinya sebagai makhluk biologis, makhluk sosial, makhluk individu, maupun makhluk religius. Perilaku dalam hal ini sering disamakan dengan sikap. Fishbein

dan Ajzen⁵⁵ menjelaskan bahwa sikap sebagai sebuah predisposisi yang dipelajari untuk menangkap secara konsisten dengan cara tertentu yang berkenaan dengan objek tertentu juga.

Menurut LaPierre sebagaimana dikutip oleh Allen, Guy, dan Edgley⁵⁶ menjelaskan bahwa pengertian sikap ialah kesiapan untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial yang sudah terkondisikan sebelumnya. Dua pengertian sikap di atas memiliki kesimpulan bahwa sikap belum bisa dilihat secara langsung, sehingga masih perlu sebuah interpretasi untuk menjadi perubahan perilaku. Dengan arti lain, sikap merupakan kesiapan individu untuk bertindak, namun bukan sebagai respon atau pelaksanaan keinginan tertentu.

Sepanjang berkaitan dengan pembahasan mengenai sikap, hal ini akan selalu berkorelasi dengan perilaku. Perilaku manusia atau *human behavior* adalah sebuah reaksi yang dapat bersifat sederhana ataupun bisa bersifat kompleks⁵⁷. Menurut Krech, Crutchfield dan Ballachey, sebagaimana dikutip oleh Rusli Ibrahim, perilaku sosial seseorang akan terlihat dalam pola respons antar orang yang dinyatakan dengan hubungan timbal balik antar pribadi. Di sisi lain, perilaku sosial ini juga identik dengan reaksi seseorang terhadap orang lain. Perilaku

⁵⁵ Tri Dayakisni, *Psikologi Sosial*, (Malang: UMM Press, 2009) Hlm: 79

⁵⁶ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Cet. 2. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 5

⁵⁷ *Ibid.*, 9

tersebut ditampilkan dengan bentuk perasaan, tindakan, sikap keyakinan, kenangan, atau rasa hormat terhadap orang lain.⁵⁸

Dari beberapa pendapat di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa perilaku merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perorangan yang mana tindakan tersebut merupakan hasil dari hubungan individu dengan lingkungan terhadap hasil tanggapan dengan lingkungan sosialnya. Perilaku di sini meliputi partisipasi sosial dari individu, tanggungjawab sosial, dan lain sebagainya.

Setiap masyarakat, selama ia masih hidup dianggap akan mengalami suatu perubahan. Perubahan-perubahan tersebut bisa mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, interaksi sosial dan lain sebagainya. Menurut Leon Festinger dalam teori disonansi kognitif, perilaku seseorang bisa mengalami perubahan jika pada diri seseorang tersebut terjadi ketidakseimbangan psikologis. Ketidakseimbangan inilah yang mendorong seseorang untuk kembali kepada keadaan seimbang atau tenang secara psikologis. Dan hal ini bisa dicapai dengan melakukan perubahan perilaku.

⁵⁸ Ibrahim Rusli, Promosi Kesehatan Dengan Pendekatan Teori Perilaku, Media, Dan Aplikasinya, (Semarang: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 22

Karl Marx⁵⁹ mengemukakan bahwa suatu perubahan sosial dapat dipacu oleh penggunaan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga dapat terjadi dengan sangat cepat. Lebih lanjut Marx Weber⁶⁰ mengungkapkan bahwa perubahan sosial merupakan fenomena yang sama namun sebelum terjadi perubahan teknologi terlebih dahulu telah terjadi perubahan gagasan yang terjadi dalam pola pikir masyarakat. Pada dasarnya perubahan berpengaruh terhadap pola perilaku sosial bermasyarakat. Pola perilaku sosial akan mengalir mengikuti perubahan yang terjadi di dalam masyarakat itu sendiri. Secara garis besar perilaku adalah respon atau tindakan atas perbuatan yang dilakukan oleh orang lain.

Menurut Houlard dalam teori stimulus organisme, perilaku terbentuk sebagai respon terhadap rangsang tertentu oleh karena itu perilaku dapat berubah jika terdapat rangsang yang intensitasnya melebihi rangsang sebelumnya. Perilaku tiap individu adalah respon timbal balik antara individu itu sendiri dengan lingkungannya yang mana respon ini dipengaruhi oleh sikap, emosi, adat istiadat, etika, dan lain sebagainya.

⁵⁹ Agus Salim, *Perubahan Sosial: Sketsa Teori dan Refleksi Metodologi Kasus Indonesia*. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2002), 61

⁶⁰ Ibid., 62

Perubahan mengarah pada kondisi yang lebih baik namun tidak sedikit juga yang mengarah pada kondisi yang buruk. Dengan demikian perubahan perilaku adalah perubahan mengenai respon individu terhadap kondisi lingkungan sekitar di mana ia hidup, di mana perubahan yang dimaksud bisa mengarah pada perubahan yang baik dan juga perubahan yang tidak baik.

b. Proses Perubahan perilaku

Pembentukan perilaku sosial ini tidak dapat terjadi dengan sembarangan. Pembentukannya meliputi hubungan langsung antara interaksi manusia dengan objek tertentu. W.A Gerungan berpendapat⁶¹ sebuah perilaku dapat terbentuk karena faktor intern dan faktor ekstern individu yang memegang peranannya. Faktor intern sendiri adalah faktor yang berasal dari diri individu itu sendiri, dapat berupa daya pilih seseorang untuk menerima dan mengelola pengaruh yang datang dari luar diri individu. Sedangkan faktor eksternal⁶² ialah eksternal pribadi individu yang memegang peranannya, faktor eksternal ini antara lain sifat, isi pandangan baru, dan lain sebagainya.

⁶¹ Gerungan, W.A, *Psikologi Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2009), 166-167.

⁶² *Ibid.*, 168

Perilaku sosial dapat terbentuk melalui empat macam cara yaitu adopsi, deferensial, integrasi, dan trauma. Penjelasan dari keempat macam ini ialah:

1. Adopsi adalah peristiwa atau kejadian yang terjadi secara berulang dan terus menerus yang lama kelamaan bisa diserap oleh individu sehingga bisa mempengaruhi pembentukan sikap pada seorang individu.
2. Diferensial sering kali memiliki kaitan yang terbilang erat dengan intelegensi, dengan bertambahnya usia dari seorang individu dan juga dengan bertambahnya pengalaman yang didapat dan dimiliki oleh individu.
3. Integrasi biasanya terjadi secara bertahap dan berawal dari sebuah pengalaman yang berhubungan dengan hal-hal tertentu.
4. Trauma merupakan sebuah pengalaman yang terjadi dengan cara yang tiba-tiba dan mengejutkan, sehingga bisa menimbulkan sebuah kesan kepada jiwa seseorang. Oleh karenanya perilaku terbentuk oleh pengetahuan dan pengalaman yang berkembang seiring dengan bertambahnya usia seseorang.

Menurut Teori Fungsi, perilaku manusia berhubungan erat dengan sesuatu yang menjadi kebutuhannya. Perilaku memiliki fungsi

instrumental, artinya perilaku berfungsi untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Maslow sebagaimana yang dikutip oleh Slameto⁶³ perilaku manusia dipengaruhi oleh kebutuhan tertentu yang bisa memotivasi tingkah laku individu. Berikut ini 7 kategori kebutuhan menurut Maslow:

1. Fisiologis merupakan sebuah kebutuhan manusia yang paling mendasar, meliputi sandang, pangan, dan papan yang digunakan untuk tetap bertahan hidup.
2. Rasa aman merupakan sebuah kebutuhan untuk merasa aman dengan keadaan lingkungan. Kebutuhan akan keadaan dan lingkungan yang bisa diramalkan karena ketidak pastian mampu menimbulkan rasa cemas pada diri individu.
3. Rasa cinta merupakan kebutuhan afeksi⁶⁴ dan hubungan yang erat dengan individu lainnya.
4. Penghargaan merupakan suatu kebutuhan merasa berguna, merasa penting, dihargai, dan dihormati oleh orang lain. Secara tidak langsung kebutuhan penghargaan ini merupakan suatu

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁶³ Slameto, *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995).

⁶⁴ Pengertian afeksi secara harfiah adalah semacam status kejiwaan yang disebabkan oleh pengaruh eksternal

kebutuhan untuk mendapatkan perhatian, ketenaran, status, dan lain sejenisnya.

5. Aktualisasi diri merupakan sebuah kebutuhan diri individu untuk bisa mengembangkan diri seluas-luasnya, dan juga mewujudkan potensi-potensi diri yang dimiliki.
6. Mengetahui dan Mengerti merupakan sebuah kebutuhan individu yang diperuntukan untuk memuaskan rasa ingin tahu yang berguna untuk mendapatkan keterangan dan mengetahui suatu hal.
7. Estetik merupakan suatu kebutuhan terhadap sebuah ketenaran, keseimbangan dan juga kelengkapan suatu tindakan.

Berdasarkan faktor seorang individu tertarik untuk hidup bersama masyarakat serta beberapa kebutuhan manusia sebuah perilaku dapat terbentuk. Dalam prosesnya secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi perilaku seseorang termasuk perilaku sosialnya.

Perilaku Menurut Kelman⁶⁵ ada tiga proses sosial yang berperan dalam proses perubahan perilaku ini, yaitu kesediaan (*compliance*), identifikasi (*identification*), dan internalisasi (*internalization*).

⁶⁵ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Cet. 2. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 55-57

Penjelasan mengenai tiga proses ini adalah sebagai berikut:

1. Kesiediaan atau compliance

Proses di mana individu bersedia menerima pengaruh dari orang lain atau kelompok lain agar individu tersebut mendapatkan reaksi atau tanggapan positif dari pihak lain tersebut. Kesediaan untuk menerima pengaruh dari orang lain ini biasanya tidak datang dari hati nurani yang mana perubahan perilaku tersebut nantinya tidak akan bertahan lama. Artinya, perubahan perilaku tersebut hanya akan bertahan selama pihak lain masih menyadari akan perubahan yang ditunjukkan oleh individu.

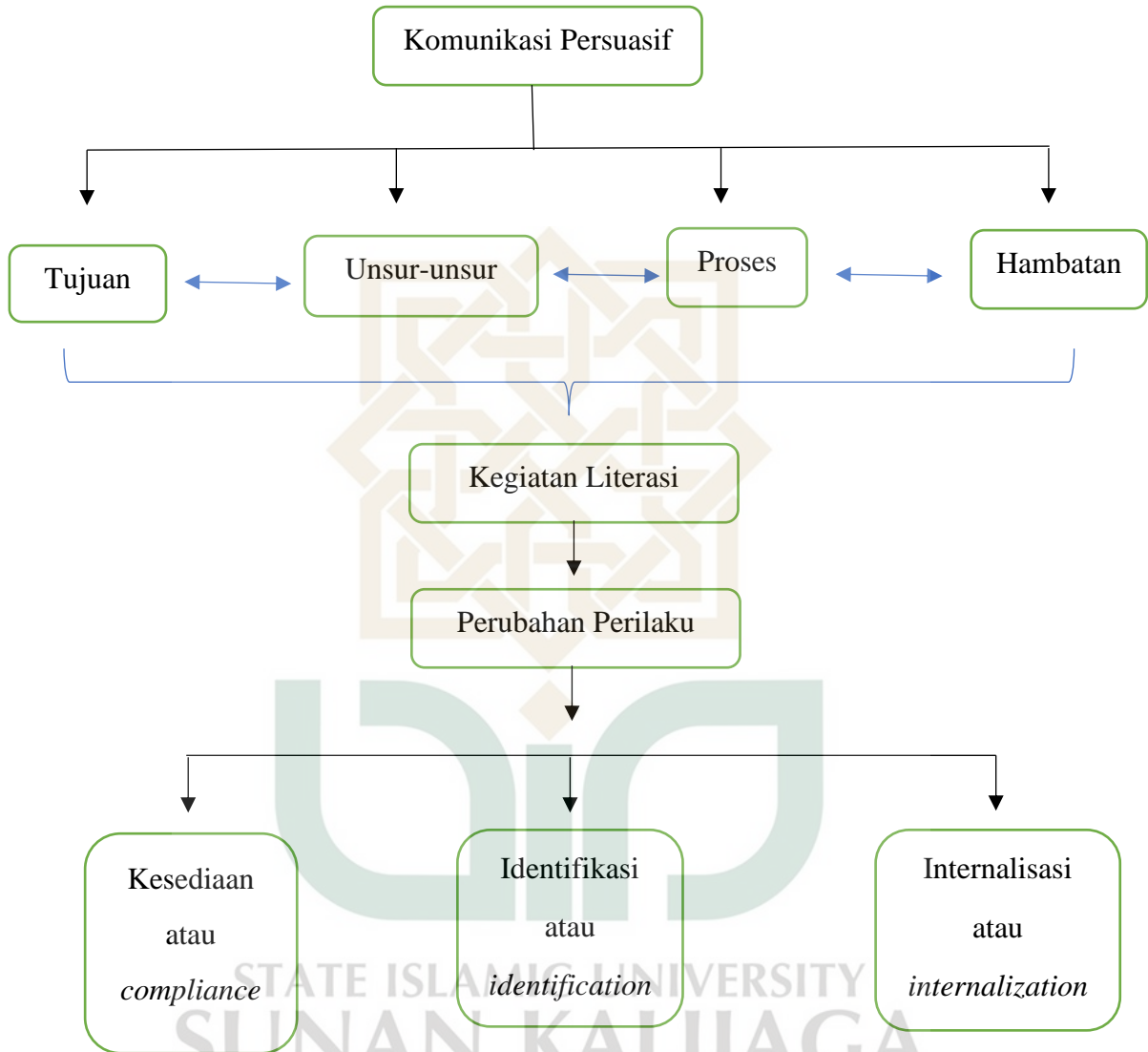
2. Identifikasi atau identification

Proses yang terjadi apabila individu meniru perilaku atau sikap seseorang serta sikap kelompok lain. Peniruan ini dikarenakan perilaku tersebut mampu memelihara sebuah hubungan, baik atau hubungan yang menyenangkan antara individu tersebut dengan individu yang lain atau dengan kelompok lain. Pada dasarnya proses ini merupakan cara untuk merawat hubungan, baik antara seorang individu dengan individu lain atau dengan kelompok lain.

3. Internalisasi atau internalization

Proses internalisasi dapat terjadi apabila individu menerima pengaruh dan bersedia bersikap sesuai dengan pengaruh tersebut. Hal ini dikarenakan sikap tersebut sesuai dengan apa yang dipercayai oleh individu dan sesuai dengan sistem nilai yang dipercayainya. Perilaku ini biasanya cenderung bertahan lebih lama dan tidak mudah berubah selama sistem nilai yang dianut individu tersebut masih sesuai dengan apa yang dipercayainya.

F. KERANGKA TEORI



G. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian secara garis besar dapat diartikan sebagai keseluruhan cara berfikir yang digunakan oleh peneliti untuk menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian. Dengan pengertian begitu, persoalan metodologi menyangkut persoalan epistemologi pengetahuan, yakni realitas atau gejala yang sedang diteliti.⁶⁶ Untuk itu, pelaksanaan penelitian ‘Komunikasi Persuasif Pustaka Gerilya Dalam Turut Serta Membangun Perubahan Perilaku Membaca Masyarakat Ponorogo Melalui Kegiatan Literasi,’ sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif diaplikasikan dalam penelitian ini dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Pendekatan *case study* dipilih untuk melihat peristiwa atau kejadian yang terjadi pada kegiatan literasi yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya. Pendekatan kualitatif dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam penelitian ini. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat mendeskripsikan dan mengeksplorasi lebih luas terkait perubahan perilaku yang terjadi pada sasaran kegiatan literasi Pustaka Gerilya. Selain itu pendekatan ini dipilih untuk mendeskripsikan bagaimana praktik-praktik komunikasi persuasif Pustaka Gerilya dalam turut serta meningkatkan perubahan perilaku masyarakat Ponorogo.

⁶⁶ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKis, 2007), 83

Dengan demikian perlu seorang peneliti untuk melakukan wawancara, pengamatan atau observasi dan menjadi *insider* ikut serta dalam kegiatannya.

Sedangkan selain bersifat deskriptif, penelitian ini bersifat eksplanatif. Penerapan eksplanasi data difungsikan untuk mengelaborasi bagaimana aktivitas dan pesan-pesan komunikasi persuasif dilakukan oleh Pustaka Gerilya

2. Sumber Data

Sumber data dari penelitian adalah sebuah data yang digali oleh peneliti untuk mendapatkan sebuah informasi atau data terkait penelitian yang kemudian digunakan sebagai bahan untuk dianalisis. Penelitian ini menjadikan komunikasi persuasif Pustaka Gerilya dalam turut serta meningkatkan perubahan perilaku masyarakat Ponorogo sebagai sumber data dari penelitian.

Sedangkan cara peneliti dalam menentukan sumber data dan mempertimbangkan informan yang memiliki kredibilitas sesuai data yang dibutuhkan peneliti. Informan yang dipilih meliputi anggota Pustaka Gerilya dan masyarakat Ponorogo sebagai penerima manfaat kegiatan literasi. Selanjutnya menggunakan *maximum variation sampling*. Teknik ini digunakan untuk mencari sumber data dari dua aspek yaitu internal dan eksternal. Seperti yang sudah dijelaskan di atas

sumber data internal diambil dari Anggota Pustaka Gerilya. Sedangkan sumber primer eksternal meliputi masyarakat Ponorogo penerima manfaat.

Dilihat dari volumenya peneliti akan menggali sumber data melalui data primer dan sekunder. Adapun yang dimaksud sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sebuah sumber data yang mengandung bahan-bahan utama dari penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh secara langsung dari informan atau narasumber. Maka peneliti telah menggali data dengan mewawancarai narasumber dan pihak- pihak yang terkait. Narasumber utama meliputi Pustaka Gerilya dan masyarakat Ponorogo penerima manfaat. Hal ini digunakan agar peneliti dapat mengamati komunikasi persuasif dalam turut serta meningkatkan perubahan perilaku masyarakat Ponorogo.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data primer dalam proses pengambilan datanya dilakukan secara langsung di lapangan. Sedangkan sumber data sekunder ini dilakukan dengan pengambilan data secara tidak langsung. Hal ini dikarenakan sumber data sekunder adalah

sumber data yang hanya dijadikan bahan tambahan atau data pendukung. Sumber data sekunder meliputi dokumen, arsip, artikel, media sosial, AD/ART dan buku pedoman kaderisasi. Fungsi dari data sekunder akan dijadikan sebagai data-data penguat dan bukti-bukti relevan tentang adanya komunikasi persuasif yang dilakukan Pustaka Gerilya dalam turut serta meningkatkan perubahan perilaku masyarakat Ponorogo.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan seorang peneliti dalam untuk mengumpulkan data-data dari sumber informan yang telah ditentukan. Pengumpulan data meliputi upaya-upaya dalam membatasi penelitian, mengumpulkan informasi melalui observasi lapangan dan wawancara terstruktur maupun non-struktur, dokumen-dokumen dan perekaman dokumentasi. Maka penelitian ini akan mengaplikasikan pengumpulan data dengan beberapa tahapan, meliputi:

c. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang telah ditentukan yaitu kepada anggota Pustaka Gerilya dan beberapa masyarakat penerima manfaat. Aktivitas wawancara mendapatkan berbagai jawaban dari narasumber yang berguna untuk memahami situasi atau *situated understanding*. Maka data

yang telah didapatkan kemudian dianalisis sedalam-dalamnya dengan teori- teori yang telah ditentukan.

Teknik dari wawancara menggunakan *indept interview*. Artinya wawancara dilakukan secara mendalam kepada Anggota Pustaka Gerilya dan perwakilan beberapa masyarakat penerima manfaat. Secara teknis *indept interview* dilakukan dengan menggunakan metode *face-to-face interview* yaitu wawancara dengan berhadap-hadapan dengan narasumber atau dengan menggunakan media seperti telepon, chatting dan lain sebagainya.

Sedangkan struktur dari pertanyaan bersifat terbuka (open), bersifat terstruktur dan tidak terstruktur.

d. Observasi Lapangan

Teknik pengumpulan data yang kedua dengan melakukan observasi lapangan. Pada tahapan ini peneliti dituntut untuk dapat mengamati perilaku dan aktivitas individu di lokasi penelitian.

Peneliti secara *direct* terjun ke lapangan untuk mengamati komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya.

Peneliti melakukan perekaman dan pencatatan dari aktivitas Pustaka Gerilya. Pencatatan data dilakukan terstruktur dan semi-struktur. Sehingga peneliti mengetahui gambaran komunikasi persuasif Pustaka Gerilya dalam kegiatan literasi di

lapangan. Peneliti mengunjungi lokasi observasi, meliputi tempat lapak baca perpustakaan keliling dan di beberapa lokasi kegiatan literasi lainnya.

Observasi dilakukan dengan dua teknik yaitu dengan partisipatif dan non-partisipatif. Pada teknik pertama partisipatif, peneliti menjadi bagian atau *insider* dalam beberapa kegiatan literasi yang dilakukan Pustaka Gerilya. Kedua, teknik non-partisipatif dilakukan dengan mengobservasi informasi terkait melalui dokumen, arsip, artikel, media sosial, AD/ART dan buku pedoman kaderisasi.

e. Dokumen

Teknik pengumpulan data melalui dokumen dilakukan dengan cara mencari data-data Pustaka Gerilya yang berupa dokumen publik dan privat. Dokumen publik meliputi dokumen, artikel, dan media sosial, Sedangkan dokumen yang berupa dokumen privat meliputi AD/ART, buku pedoman kaderisasi dan lain sebagainya.

4. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif menurut Gretchen B. Rossman dan Sharon F. Rallis.⁶⁷ Teknik analisis Gretchen B. Rossman dan Sharon F. Rallis dalam bukunya "*Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research*" telah disederhanakan oleh Jhon W. Creswell dalam bukunya "*Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*". Teknik analisis data kualitatif melibatkan beberapa proses pengumpulan data, interpretasi data dan pelaporan data.⁶⁸

Analisis data dilakukan dengan sistematis melalui beberapa tahapan dari tahap spesifik sampai pada tahapan umum. Setiap tahapan melalui beberapa level analisis yang berbeda. Berikut ini akan diuraikan beberapa tahapan dalam menganalisis data mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya dalam turut serta meningkatkan perubahan perilaku masyarakat Ponorogo:

Tahap 1. *Mengelola dan Mempersiapkan data*. Langkah ini melibatkan data-data yang sudah dikumpulkan berupa hasil wawancara, catatan observasi, dan dokumen-dokumen kepada Pustaka Gerilya dan

⁶⁷ Gretchen B. Rossman and Sharon F. Rallis, *An Introduction to Qualitative Research Learning in the Field* (California: SAGE Publications, 2015), VII.

⁶⁸ Jhon W. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, Cetakan VI (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 276-284

beberapa masyarakat penerima manfaat. Kemudian data dipilah-pilah dan disusun sesuai dengan jenis tergantung pada sumber informasi.

Tahap 2. *Membaca keseluruhan data.* Tahap ini dilakukan untuk menimbulkan *general sense* kepada peneliti dari data yang telah didapatkan. Sehingga peneliti dapat merefleksikan makna sedalam-dalamnya secara komprehensif.

Tahap 3. *Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data.* Coding data merupakan pengelolaan materi dan informasi menjadi segmen tulisan sebelum dimaknai. Tahapan ini melibatkan pengambilan data tulisan dan gambar yang telah dikumpulkan, mensegmentasi kalimat-kalimat dan gambar kemudian dilakukan klasifikasi. Selanjutnya setiap data yang telah diklasifikasi kemudian ditandai dengan sebuah label-label yang mudah dipahami dan diingat.

Tahap 4. *Terapkan proses coding data.* Coding data untuk mendiskripsikan setting, orang-orang, kategori-kategori dan tema-tema yang akan dianalisis.

Tahap 5. *Sajikan kembali dalam sebuah narasi.* Pada tahapan ini peneliti menarasikan kembali laporan analisis secara kualitatif. Narasi ini meliputi kronologi peristiwa, tema-tema tertentu, ilustrasi dan korelasi antar tema.

Tahap 6. *Menginterpretasi data*. Pada tahapan terakhir ini peneliti dituntut untuk memaknai sebuah data yang telah diperoleh. Peneliti dapat membenarkan informasi atau menyangkal informasi tersebut.

5. Uji Reliabilitas Dan Validitas Data

Dalam penelitian ini perlu dilakukan uji reliabilitas data (uji stabilitas dan konsistensi respon) dan validitas (keabsahan data). Reliabilitas dan validitas data yang diambil dari Organisasi Pustaka Gerilya Ponorogo dapat diuji antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada realitas sosial. Berikut ini strategi-strategi validitas data yang bersumber dari Jhon Creswell sebagai berikut:

a. Triangulasi data.

Melakukan pemeriksaan kembali bukti-bukti dari beberapa sumber untuk membangun topik secara relevan dan koherensi.

b. Menerapkan Member Checking

Tahapan ini dilakukan dengan membawa laporan yang telah disusun dihadapan informan-informan yang telah ditentukan sebelumnya.

c. Membuat Deskripsi Yang Kaya dan Padat

Hal ini difungsikan agar deskripsi dari realitas sosial yang telah diteliti dapat dinarasikan dengan realistis, sistematis dan logika.

d. Mengklarifikasi bias

Usaha untuk merefleksi diri terhadap kemungkinan munculnya bias dalam data dan analisis penelitian. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat membuka ruang atau reposisi kejujuran dan bersifat terbuka terhadap data informan.

H. SISTEMATIKA PEMBAHAN:

Sistematika pembahasan dalam tesis yang berjudul **Peran Komunikasi Dakwah Pustaka Gerilya Dalam Upaya Meningkatkan Perubahan Perilaku Masyarakat Ponorogo Melalui Kegiatan Literasi** nantinya adalah sebagai berikut:

BAB I: Bab ini akan membahas tentang gambaran penelitian yang dilakukan serta pokok permasalahannya, terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, kerangka piker, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II: Bab ini menjelaskan tentang Organisasi Pustaka Gerilya sebagai penyelenggara kegiatan literasi. Beberapa hal yang menjadi fokus pembahasan bab ini adalah Sejarah, Struktur, visi-misi, manajemen dan program kerja Organisasi Pustaka Gerilya.

BAB III: pada bab ini akan menganalisis komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya dalam turut serta meningkatkan perubahan perilaku masyarakat Ponorogo dengan pendekatan literasi. Mulai komunikasi persuasif yang meliputi tujuan, unsur, proses dan hambatan. Serta perubahan perilaku yang terjadi.

BAB V: Penutup. Bab ini mencakup kesimpulan penelitian atas jawaban rumusan masalah dalam penelitian. Pada bagian ini akan dipaparkan penegasan mengenai pokok bahasan penelitian. Selain itu dalam pembahasan bab ini juga terdapat saran-saran, bertujuan memberikan masukan bagi seluruh pihak terkait yang memiliki relevansi terhadap penelitian ini.

BAB 1V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya ini dapat dilihat dari berbagai kegiatan literasi yang dilakukan. Komunikasi persuasif yang dilakukan dalam kegiatan tersebut memiliki tujuan yang jelas dan ada harapan untuk dicapai. Hal itu ditunjukkan dari tujuan Pustaka Gerilya yang dilandasi dengan strategi atau pendekatan tertentu agar pesan persuasif bisa disampaikan. Strategi itu meliputi bagaimana kesiapan Pustaka Gerilya sebagai seorang atau kelompok persuader dan juga bagaimana mereka memahami persuade sebelum kegiatan literasi dilakukan. Ditambah lagi pesan-pesan persuasif yang diinginkan dalam rangka membangun perubahan perilaku memperhatikan saluran atau media yang digunakan.

Meski saluran atau media yang digunakan terlihat monoton, yaitu perpustakaan keliling, yang mana setiap kegiatan literasi Pustaka Geirlya dilakukan, perpustakaan tersebut selalu dibawa. Namun saluran tersebut mendapatkan atau diterima oleh masyarakat ketika kegiatan tersebut berlangsung. Ukuran yang dibuat untuk mengukur respons baik ini dilihat dari antusias masyarakat yang datang ketika acara tersebut berlangsung.

Ukuran yang sama dilakukan untuk melihat sejauh mana komunikasi persuasif yang dilakukan Pustaka Gerilya dalam turut serta membangun perubahan perilaku membaca melalui kegiatan literasi di Ponorogo. Pesan yang disampaikan melalui kegiatan literasi mendapatkan respons yang positif. Apalagi ketika lapak rutin mereka di dua tempat, dalam kurun waktu 1 tahun, masyarakat yang datang untuk membaca buku atau sekadar bertanya menunjukkan peningkatan. Kegiatan-kegiatan literasi lain (di luar lapak rutin) seperti literasi sekolah, literasi ekologi, liter-aksi Desa juga menunjukkan respons yang sama.

Dari situ dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya melalui kegiatan literasi telah berjalan sesuai dengan rencana. Artinya upaya untuk turut serta membangun perubahan perilaku membaca masyarakat Ponorogo telah dilakukan oleh Pustaka Gerilya

B. SARAN

Jika komunikasi persuasif memiliki tujuan untuk membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan dan mengubah tanggapan, maka dengan kegiatan literasi yang dilakukan oleh Pustaka Gerilya, tujuan mereka dalam upaya membentuk, menguatkan dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku harus sekaligus memberi tawaran kepada masyarakat yang dituju.

Proses *attention* yang sampai menjadi *action* juga harus dilihat sebagai proses komunikasi persuasif yang tidak menutup kemungkinan akan munculkan hal-hal yang dapat menghambat tercapainya tujuan komunikasi persuasif itu sendiri. Hambatan-hambatan yang berkaitan dengan faktor motivasi dan faktor *prejudice* menjadi penting untuk diperhatikan.

Faktor motivasi menjadi penting mengingat seseorang persuade akan bersikap atas dasar kepentingan atau kebutuhan yang melekat pada diri mereka. Jika pesan yang disampaikan oleh Pustaka Gerilya tidak memperhatikan akan kebutuhan-kebutuhan masyarakat sebagai sasaran kegiatan, besar kemungkinan pesan persuasif yang ingin disampaikan cenderung diabaikan oleh persuade. Jika hal demikian terjadi, usaha Pustaka Gerilya untuk menggerakkan masyarakat sebagai sasaran kegiatan agar sesuai dengan tujuan kegiatan besar kemungkinan akan mengalami kegagalan.

Masyarakat sebagai sasaran kegiatan yang akan menerima pesan persuasif tersebut besar kemungkinan juga sudah diliputi perasaan *prejudice*. Mengingat mereka adalah “sesuatu” yang baru. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi hambatan di atas, Pustaka Gerilya harus memaksimalkan komunikasi dalam upaya untuk terlebih dulu mengetahui secara dini pada saat persiapan maupun pada proses menyampaikan pesan melalui kegiatan literasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel:

- Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: Citra Aditya Bakti 1993
- Agus, Salim, *Perubahan Sosial: Sketsa Teori dan Refleksi Metodologi Kasus Indonesia*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2002
- Arni Muhmmad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014
- De Vito, Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antarmanusia*, Edisi Kelima, Jakarta: Karisma Publishing Group, 2011
- Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 2007
- Effendy, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 2002
- Ezi, Hendri, *Komunikasi Persuasif, Pendekatan dan Strategi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019
- Gretchen B. Rossman and Sharon F. Rallis, *An Introduction to Qualitative Research Learning in the Field*, California: SAGE Publications, 2015
- Hosnan, *Pendekatan Sainifik dan Kontekstual dalam Pembelajaran Abad 21*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004
- Ibrahim, Rusli, *Promosi Kesehatan Dengan Pendekatan Teori Perilaku, Media, Dan Aplikasinya*, Semarang: PT. Raja Grafindo Persada, 2001
- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, Tangerang selatan: Kaharisma Publishing Group, 2019

Jhon W. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, Cetakan VI, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009

Lubis, Namora Lumongga dan Pieter, Herri Zan, *Pengantar Psikologi untuk Kebidanan*, Jakarta: Kencana, 2010

Mulayana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2005

Mahfud dan Riyanto, *Komunikasi Islam “Perspektif Integrasi-Interkoneksi”*, Yogyakarta: Galuh Patria 2012

Maulana, Herdian Maulana, dan Gumerar, Gumgum, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Jakarta: Akademia Permata 2013

Notoatmojo, Soekidjo, *Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKis, 2007

R. Farida R, *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

R. Dede, *Paradigma Pendidikan Demokratis, Sebuah Model Pelibatan Masyarakat dalam Penyelenggaraan Pendidikan*, Jakarta: Prenada Media, 2004

Rakhmat, Jalauddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008

Saifuddin, Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Cet. 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003

Slameto, *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995

Soleh Sumirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif*, Banten: Universitas Terbuka, 2014

Tri Dayakisni, *Psikologi Sosial*, Malang: UMM Press, 2009

Werner J severin, James W tankard,Jr, *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group,Cetakan ke-4 Februari 2009

Website:

Azmi Ricky Anisa, “Pengaruh Kurangnya Literasi serta Kemampuan dalam Berpikir Kritis yang Masih Rendah dalam Pendidikan di Indonesia” *Current Research in Education: Conference Series Journal* Vol. 01 No. 01 Tahun 2021

Akbar Mawlana,” Makna Komunitas Literasi Bagi Masyarakat Kota Sumenep Dalam Pembangunan SDM” *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* Vol.5 No.1 Tahun 2021

Aen Istianah Afiati, *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap*, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga 2015

Anna, N.E.V., Mannan, E.F. Srirahayu, “Evaluation of the Role of Society-based Library in Empowering Surabaya City People, *Public Library Quarterly*”, 2019.

Ernawati dan Muh. Resa Yudianto Suldani, Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar, *Jurnal Ilmu Komunikasi ‘Kareba’* Vol. 9 No 2 Tahun 2020

Dwiyantoro, Peran Taman Bacaan Masyarakat Mata Aksara dalam menumbuhkan minat baca pada masyarakat” *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* Vol. 7, No. 1 Juni 2019, 19-32.

Joko Sugeng Priyanto, Budaya Baca untuk Kemajuan suatu Bangsa, *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 2020

Kenny Dwi Fadhila, Menyikapi Perubahan Perilaku pada Remaja, Jurnal Pendidikan Guru Indonesia, Vol 2 No. 2 Tahun 2017

Sapriandi, Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja, Tesis IAIN Pare Pare 2020.

Tim GLN Kemendikbud, Panduan Gerakan Literasi Nasional, Jakarta: Kemendikbud, 2017.

Wawancara:

Fandi Sholikin, Wawancara Koordinator Pustaka Gerilya, 22 Agustus 2021.

Muhammad Irfan F, Wawancara anggota Pustaka Gerilya, 22 Agustus 2021,

Aska Hanina, Wawancara Bendahara Pustaka Gerilya, 23 Agustus 2021.

Aji Binawan Putra, Wawancara Anggota Pustaka Gerilya, 22 Agustus 2021

Laporan kegiatan Pustaka Gerilya tahun 2021

Dwi Susanto, Wawancara Ketua Panitia Kegiatan Safari Bedug Ramadhan, 25 September 2021

Nadila Yuvita, Wawancara Anggota Pustaka Gerilya, 25 September 2021

Dokumen:

AD/ART Pustaka Gerilya

Laporan kegiatan Pustaka Gerilya tahun 2021