

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN
PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK MEMBANGUN
DESTINASI PARIWISATA ARYAKIBANSLAND**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Peduli Sungai Majalengka)



Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Zahrotun Nisa

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahrotun Nisa

NIM : 20107030017

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Konsentrasi : *Public Relations*

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

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

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Yang menyatakan,



Zahrotun Nisa
NIM 20107030017



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

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



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

Hal : Skripsi

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Zahrotun Nisa
NIM : 20107030017
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT UNTUK MEMBANGUN DESTINASI PARIWISATA
ARYAKIBANSLAND**
(Studi Deskriptif Kualitatif Masyarakat Peduli Sungai Majalengka)

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

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

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 17 Juli 2024
Pembimbing

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si
NIP. 196108161992032003

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1153/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul

: Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat untuk
Membangun Destinasi Pariwisata Aryakibansland (Studi Deskriptif Kualitatif Masyarakat
Peduli Sungai Majalengka)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAHROTUN NISA
Nomor Induk Mahasiswa : 20107030017
Telah diujikan pada : Selasa, 30 Juli 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Marfauh Sri Sanityastuti, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66c2e95216066



Pengaji I

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66c2ae1a43b3c



Pengaji II

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66bace4780971



Yogyakarta, 30 Juli 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

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

Valid ID: 66c3f1aa28d2d

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan
kesanggupannya”. (*Q.S Al-baqarah : 286*)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

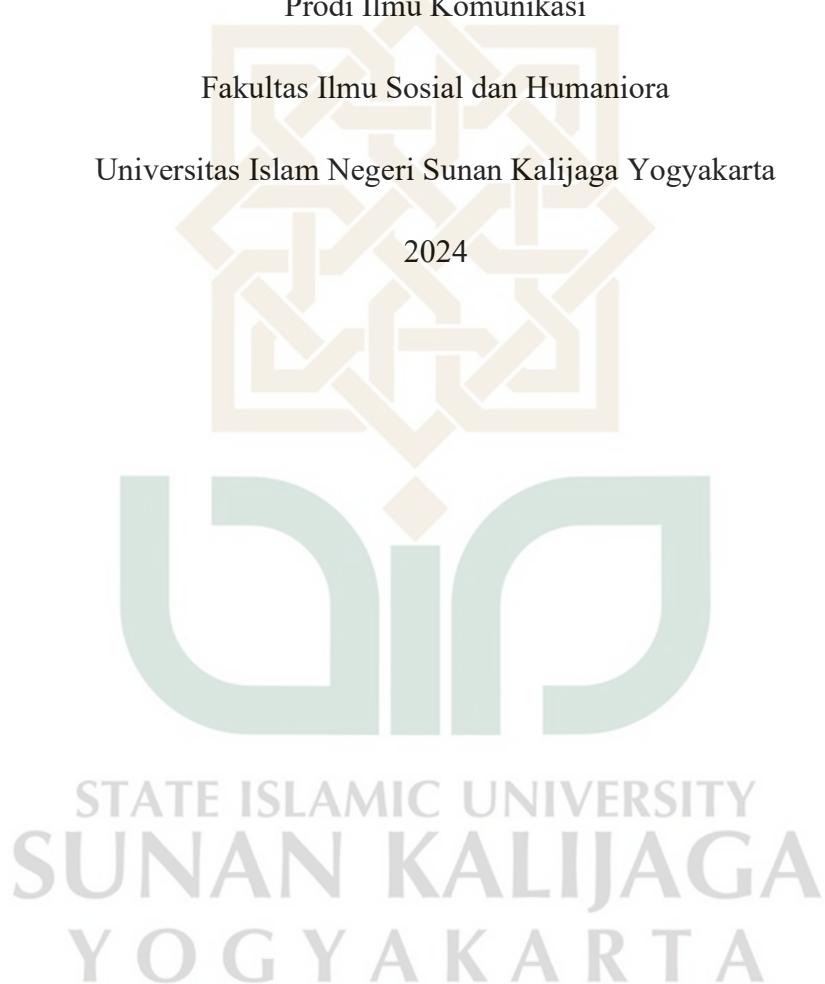
Almamater

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

2024



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrahiim

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

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Untuk Membangun Destinasi Pariwisata Aryakibansland (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Peduli Sungai Majalengka)**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Maya Sandra Rosita Dewi, S. Sos., M.I. Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dra. Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan arahan selama masa penyusunan skripsi hingga selesai.
5. Ibu Yanti Dwi Astuti, M.A. dan Ibu Dr. Hj. Diah Ajeng Purwani, M.Si selaku Dosen Pengaji Skripsi.

6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seluruh narasumber dalam penelitian yang menerima dengan baik dan memberi berbagai informasi
8. Kedua orang tua penulis, Bapak, Mamah dan kesebelas kakak penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa baik.
9. Teman-teman Asrama Tahfidz Alhikmah, khususnya Layyin, Eva, Via dan Fazah. Terimakasih telah memberikan banyak tawa.
10. Sahabat penulis Umi, Oca, dan Safina. Terimakasih sudah menjadi tempat atas segala keluh kesah penulis.
11. Teman-teman terbaik di masa perkuliahan, Diva, Ofi, Fatria, Azkia, Riyah, dan Dilla. Terimakasih atas kebersamaannya selama masa perkuliahan.

Tidak ada satu pun hal yang sempurna yang dihasilkan oleh manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Yogyakarta 19 Juli 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Penyusun



Zahrotun Nisa

NIM 20107030017

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Landasan Teori	12
G. Kerangka Pemikiran	32
H. Metode Penelitian.....	32
BAB II	40
A. Latar Belakang Pembentukan Masyarakat Peduli Sungai Majalengka.....	40
B. Visi dan Misi	42
C. Struktur Kepengurusan	42
D. Alamat Sekretariat Masyarakat Peduli Sungai Majalengka	44
E. Strategi Masyarakat Peduli Sungai Majalengka.....	45

F. Profil Narasumber	45
G. Kegiatan Kelompok Masyarakat Peduli Sungai Majalengka	46
H. Interaksi dengan Masyarakat Sekitar.....	50
BAB III	54
A. Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat untuk Membangun Destinasi Pariwisata Aryakibansland..	54
B. Respon Masyarakat terhadap Masyarakat Peduli Sungai (MPS) ...	95
C. Hambatan Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat	97
BAB IV	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	109



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Model Komunikasi Persuasif Carl Hovland.....	15
Tabel 2. Bagan Kerangka Pemikiran.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sungai Ciputri.....	40
Gambar 2. Peta Wisata Aryakibansland	44
Gambar 3. Obyek Wisata Aryakibansland	46
Gambar 4. Pembersihan aliran sungai	48
Gambar 5. Kegiatan KALAM	49
Gambar 6. Santunan anak yatim dan lansia.....	50
Gambar 7. Masyarakat Gotong Royong Memotong Daging Kurban.....	51
Gambar 8. Pemberian Tempat Sampah untuk Mushola Sekitar.....	52
Gambar 9. Rapat bulanan	60
Gambar 10. MPS dan Masyarakat membersihkan area bibir sungai.....	62
Gambar 11. Makan bersama setelah kerja bakti.....	73
Gambar 12. Diskusi dengan masyarakat	88



ABSTRACT

Community participation and development are two inseparable things. Effective persuasive communication is needed to achieve maximum participation. The low level of community participation at the beginning of the Aryakibansland tourism development in Majalengka was caused by the ineffectiveness of persuasive communication techniques by the Majalengka River Concern Community Group. This research aims to analyze the persuasive communication techniques used by the River Care Community (MPS) in increasing community participation in the development of Aryakibansland. The methodology used is qualitative research which collects data through interviews, observation, documentation and literature study, as well as test the validity of the data using triangulation. The research results show that MPS applies the Association Technique, Integration Technique, Arrangement Technique, Red Herring Technique, and Reward Technique. These techniques have succeeded in increasing community participation in the form of thoughts, power, thoughts and power, as well as goods, but not skills and money.

Keywords: Persuasive Communication, Community Participation, Group, River Care Community



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keterlibatan masyarakat merupakan upaya untuk memberdayakan masyarakat. Sehingga masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan dan mengembangkan kemampuan masyarakat dalam berperan sebagai perencana, pelaksana dan pengawas pembangunan (Simbolon et al., 2018).

Partisipasi masyarakat dan pembangunan merupakan dua hal yang saling berkaitan. Menurut (Simbolon et al., 2018) pembangunan memiliki prinsip bahwa harus dilakukan oleh, untuk, dan bersama masyarakat, bukan hanya untuk golongan atau kelompok tertentu. Ini sesuai dengan semangat reformasi yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, yang menekankan peran masyarakat sebagai pondasi utama dalam pemerintahan daerah (Taufiq, 2021). Oleh sebab itu keterlibatan atau partisipasi masyarakat sangatlah penting dalam setiap pembangunan.

Partisipasi menimbulkan rasa harga diri dan meningkatkan harkat dan martabat. Partisipasi masyarakat adalah pondasi utama dalam pembangunan masyarakat yang berkelanjutan dan inklusif. Namun, untuk mencapai tingkat partisipasi yang optimal, diperlukan komunikasi persuasif yang efektif sebagai alat untuk mendorong dan memperkuat keterlibatan masyarakat (Ramadan, 2019).

Komunikasi persuasif memiliki kemampuan luar biasa dalam mempengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku individu maupun

kelompok dalam masyarakat. Menurut (Putra, 2018) Dengan memanfaatkan teknik persuasif yang tepat, pesan-pesan yang disampaikan dapat merangsang minat, menggerakkan emosi, dan bahkan mendorong tindakan konkret dari masyarakat, sehingga memperkuat partisipasi dalam proses pembangunan secara menyeluruh.

Komunikasi persuasif merupakan cara berkomunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain melakukan atau percaya pada suatu hal. Seperti penelitian terhadap Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI) Yogyakarta dalam (Amada, 2023), penelitian tersebut dicapai dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi persuasif. Penggunaan teknik komunikasi persuasif ini didasari karena ditemukannya masalah terkait motivasi serta semangat anak yang rendah akibat selama masa pengobatan. Bantuan teknik-teknik persuasif sangat berdampak besar bagi anak yaitu berhasil membangkitkan motivasi anak penderita kanker. Dalam hal ini, keberhasilan dalam menerapkan teknik komunikasi persuasif sangat berpengaruh terhadap upaya meningkatkan partisipasi masyarakat. Rendahnya partisipasi masyarakat pada tahap awal pembangunan pariwisata Aryakibansland di Majalengka disebabkan oleh ketidakefektifan dalam teknik komunikasi persuasif.

Majalengka terletak di Jawa Barat merupakan sebuah kabupaten yang memiliki keindahan alam yang luas. Daerah ini kaya akan sumber daya air, termasuk mata air, air pemukiman, dan air tanah yang terdapat di permukaan tanah. Dalam konteks hidrologi, Kabupaten Majalengka memiliki berbagai potensi sumber daya air yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti sumber air permukaan yaitu mata air, sungai, danau, waduk lapangan, dan rawa (Kartikasari, 2019). Sebagai salah satu kabupaten di Jawa Barat, Kabupaten

Majalengka memiliki keunggulan lokal yang terletak pada beragam objek wisata alam. Keadaan geografis Kabupaten Majalengka yang didominasi oleh pegunungan dan bukit, serta wilayah daratan, menjadi faktor utama dalam keberadaan objek wisata alam yang melimpah di daerah ini (Aripin, 2018).

Dalam konteks pembangunan daerah, sektor pariwisata memainkan peran yang sangat penting dan berkelanjutan (Fadliyanti et al., 2019). Dalam laporan dari akun Instagram @infomjlk, terdapat data yang menunjukkan sekitar 30 ribu wisatawan yang mengunjungi Majalengka selama libur Natal dan Tahun Baru 2023. Hal ini merupakan bukti nyata akan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Majalengka (Infomjlk, 2023). Potensi pariwisata yang tinggi di Majalengka tidak dapat dipisahkan dari peran aktif para penggerak pariwisata di wilayah tersebut.

Berdasarkan Open Data Jabar, terjadi peningkatan jumlah anggota yang terlibat dalam penggerak pariwisata di Kabupaten Majalengka selama 5 tahun terakhir. Jumlah anggota yang awalnya hanya 38 orang telah meningkat menjadi 155 orang, yang tersebar dalam berbagai kelompok (Jabar, 2022). Tingginya partisipasi anggota masyarakat dalam penggerak pariwisata di daerah Majalengka merupakan bukti bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pariwisata terus meningkat.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, Kabupaten Majalengka memiliki beragam sumber daya air yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Namun, sayangnya, terdapat masalah sosial dan lingkungan yang muncul di beberapa lokasi. Contohnya adalah Sungai Ciputri di

Desa Rajagaluh Kidul, Majalengka yang mengalami pencemaran. Hal ini terlihat dari perubahan warna air yang menjadi kecoklatan. Selain itu, terdapat penumpukan sampah di sepanjang tepian sungai dan beberapa titik sungai yang mengalami pendangkalan (Bagaskara, 2021).

Dampak pencemaran ini telah menimbulkan ancaman terhadap kelangsungan ekosistem sungai dan kualitas air yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat setempat. Sebagai respons terhadap situasi ini, berbagai kelompok telah muncul, salah satunya adalah Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) Aryakiban Majalengka.

Kelompok ini didirikan pada tanggal 11 Juli 2019 oleh Diding, Agus Fikri, dan Rohendi. Tujuan utama dari kelompok ini adalah memperbaiki ekosistem dan kultur sosial masyarakat di sekitar aliran Sungai Ciputri, terutama di RT.04 dan RT.06 desa Rajagaluh Kidul. (Muhibdin, 2021). Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) Aryakiban Majalengka berupaya untuk mengembalikan fungsi Sungai Ciputri ke kondisi semula.

Dalam surat *Ar-Rum* ayat 41, Al-Qur'an menegaskan pentingnya menjaga lingkungan dan larangan untuk merusaknya (Quranhadits, 2023).

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذْبِغُهُمْ بَعْضُ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”. (QS. Ar-Rum ayat 41)

Para ulama memberikan berbagai penafsiran mengenai kata *al-fasad* dalam konteks ayat ini. Yusuf al-Qaradhawi menegaskan bahwa Islam menyatakan penyebab utama kerusakan lingkungan adalah perbuatan manusia yang korup, serta sikap eksploratif dan destruktif (Asyfia, 2024). Secara sederhana, *al-fasad* yang disebut dalam ayat ini merujuk pada akibat dari tindakan tidak etis manusia terhadap lingkungan yang terjadi secara berulang-ulang

Setelah melaksanakan pemberian dan pembersihan sampah di aliran sungai Ciputri Aryakiban, Masyarakat Peduli Sungai (MPS) melihat potensi pariwisata di tempat tersebut. Maka dengan inisiatif dan harapan agar tidak terjadi kembali pencemaran sungai dengan sampah-sampah yang dibuang sembarangan oleh masyarakat juga memanfaatkan potensi pariwisata, kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) mengambil inisiatif untuk mengubah lahan yang sebelumnya digunakan sebagai tempat pembuangan sampah ilegal menjadi sebuah destinasi wisata yang menarik, indah, dan terjaga, dengan kesepakatan dalam musyawarah dengan masyarakat sekitar dan pemerintahan Desa Rajagaluh Kidul mengingat di Desa Rajagaluh Kidul Kabupaten Majalengka belum tersedia satupun destinasi pariwisata.

Namun pada kenyataannya, ketika mulai pembangunan destinasi pariwisata di lokasi tersebut, partisipasi masyarakat sekitar masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan minimnya kampanye edukasi yang kuat guna meningkatkan partisipasi masyarakat. Kurangnya keterlibatan masyarakat juga menjadi bukti ketidakefektifan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan.

Kurangnya partisipasi masyarakat merupakan situasi yang sering terjadi dalam masyarakat. Seperti yang disebutkan oleh (Sartika, 2020) hal ini disebabkan oleh pandangan mereka bahwa partisipasi tidaklah penting, karena mereka lebih fokus terhadap urusan pribadi dan aktivitas domestik di rumah masing-masing. Akibatnya, pembangunan di lingkungan sekitar menjadi berkurang.

Kurangnya pembangunan lingkungan yang disebabkan rendahnya kontribusi masyarakat, dapat diminimalisir dengan memberikan teknik komunikasi yang efektif dan hubungan yang positif dengan masyarakat. Teknik komunikasi yang dilakukan secara efektif dapat membentuk ikatan emosional dan saling memahami (Amada, 2023).

Masalah rendahnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan Destinasi Pariwisata Aryakibansland menuntut adanya komunikasi yang efektif antara kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dan masyarakat sekitar. Untuk meningkatkan partisipasi, MPS perlu menerapkan teknik komunikasi persuasif yang dapat menarik perhatian dan minat masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan yang tepat MPS dapat memotivasi masyarakat untuk lebih terlibat.

Sesuai uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dalam pembangunan destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka, dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Untuk Membangun Destinasi Pariwisata Aryakibansland” (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Peduli Sungai Majalengka).

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan diatas mengenai pentingnya teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, maka dirumuskan sebuah masalah yaitu: Bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Rajagaluh Kidul Kabupaten Majalengka pada Masyarakat Peduli Sungai (MPS) agar peneliti dapat menganalisis teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Dalam konteks teoritis, penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan teori-teori komunikasi dan menguji validitas teori-teori yang sudah ada sebelumnya, terutama dalam konteks teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

2. Praktis

Dalam konteks praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kritik konstruktif terkait dengan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Masyarakat Peduli Sungai (MPS). Hal ini bertujuan agar proses teknik komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dapat berjalan dengan lebih efektif, sehingga memberikan dampak positif yang lebih besar dalam upaya pembangunan destinasi pariwisata.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan beberapa sumber referensi yang nantinya menjadi bahan acuan dan pembanding pada hasil penelitian ini. Beberapa tinjauan pustaka yang peneliti gunakan diantaranya yaitu:

Penelitian pertama, yang dilakukan oleh Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si, Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM, dan Junengsih yang diterbitkan dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 27 tahun 2022 Universitas Persada Indonesia dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Kabasa dalam Mengajak Anak Jalanan untuk Belajar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengurus untuk mengajak anak jalanan berpartisipasi dalam kegiatan sanggar KABASA di Bekasi (Siregar et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sementara keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif efektif dalam mengajak anak jalanan untuk kembali belajar.

Teknik komunikasi persuasif yang dibahas meliputi: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik Red Herring. Semua teknik tersebut dapat diterapkan, namun yang paling sering digunakan adalah teknik integrasi. Pengurus Sanggar berkomunikasi secara erat dan membangun hubungan emosional dengan anak jalanan. Teknik ganjaran jarang digunakan, karena pengurus tidak ingin anak-anak kembali belajar hanya karena iming-iming, tetapi karena keinginan dari diri mereka sendiri..

Persamaan penelitian yang dilakukan Nasaruddin Siregar *dkk* dengan penelitian yang dilakukan yaitu dalam hal mengkaji teknik komunikasi persuasif dan sama pada metode penelitiannya yaitu kualitatif. Persamaan lainnya yaitu dalam teori yang digunakan, yaitu dengan teknik komunikasi persuasif, persamaan lain juga pada subjek yang diteliti, yaitu sama-sama suatu kelompok sebagai subjek penelitian. Perbedaannya yaitu penelitian Nasaruddin menggunakan persuasif dalam mengajak anak jalanan untuk belajar, sedangkan penelitian yang dilakukan persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

Penelitian kedua, yang ditulis oleh Gisela Hennita, Meisy Efna Prisylia, Violita Saffira yang diterbitkan dalam Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 3 tahun 2020 dengan judul “Analisis Komunikasi Persuasif pada Akun Instagram Frelynshop dalam Meningkatkan *Brand Image*”. Tujuan dari penelitian adalah untuk memahami komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Frelynshop dalam meningkatkan

brand image di media sosial Instagram. Fokus penelitian ini meliputi komunikasi persuasif dan peningkatan *brand image* (Hennita, 2020).

Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi Persuasif yang didasarkan pada prinsip-prinsip persuasif, *Computer Mediated Communication* (CMC) dari dimensi-dimensi CMC, Media Sosial dari karakteristik media sosial, dan *Brand Image* dari enam titik pembangkit citra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Frelynshop secara konsisten berusaha memenuhi kebutuhan konsumennya dan mengadakan berbagai kegiatan seperti *giveaway*, *spam likes*, *QnA*, dan siaran langsung di Instagram secara rutin, sehingga mendapatkan respons positif dari konsumennya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Gisela dkk dengan penelitian yang dilakukan adalah dalam menganalisis komunikasi persuasif, dan dalam metode penelitian kualitatif. Perbedaannya dalam fokus penelitian, penelitian ini fokus pada peningkatan *brand image*, sedangkan penelitian yang dilakukan fokus pada peningkatan partisipasi masyarakat. Perbedaan lain yaitu penelitian ini menggunakan prinsip persuasif sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan teknik komunikasi persuasif sebagai unit analisis.

Penelitian ketiga, yaitu Skripsi yang ditulis oleh Diva Nur Khasana dengan judul penelitian “Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan” dalam (Khasana, 2023) . Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran ekologis lingkungan pada program kampanye sosial *ecobrick* yang dilakukan oleh Sanggar Hijau Indonesia di Kabupaten Jombang Jawa Timur.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan komunikasi persuasif untuk kampanye *Ecobricks*, Sanggar Hijau Indonesia telah mengikuti tahapan-tahapan sesuai dengan teori komunikasi persuasif. Sanggar Hijau Indonesia melakukan serangkaian refleksi dengan observasi terhadap isu-isu permasalahan yang ada di Kabupaten Jombang. Pengurus Sanggar Hijau Indonesia kemudian menganalisis masalah yang paling mendesak untuk dicari solusinya.

Penelitian Diva dan penelitian yang diteliti memiliki kesamaan dalam menganalisis komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kelompok. Kedua penelitian ini sama dalam metode yang digunakan, yaitu dengan pendekatan kualitatif.

Meskipun terdapat beberapa persamaan dalam kedua penelitian, namun juga terdapat perbedaan dalam kedua penelitian. Penelitian yang telah dilakukan memiliki Sanggar Hijau Indonesia sebagai subjek penelitian, sementara penelitian yang dilakukan memiliki kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) sebagai subjek penelitian. Perbedaan lainnya yaitu Variabel yang diteliti dalam penelitian yang telah dilakukan adalah meningkatkan kesadaran ekologis lingkungan. Sementara itu, variabel yang diteliti adalah partisipasi masyarakat. Ini menciptakan perbedaan dalam aspek yang dianalisis dan diukur.

Kurangnya penelitian yang mengeksplorasi teknik komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pembangunan pariwisata menjadi alasan dilakukannya penelitian ini. Meskipun penelitian sebelumnya telah membahas pentingnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan, namun penelitian khusus yang

mengeksplorasi teknik komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pembangunan pariwisata di daerah tertentu seperti Majalengka belum dilakukan.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Persuasif

Kevin Hogan dalam bukunya "*The Psychology of persuasion*" mendefinisikan persuasi sebagai kemampuan memberikan pengenalan, keyakinan, dan nilai pada diri orang lain dengan memengaruhi pemikiran dan tindakan mereka melalui strategi yang spesifik (Hendri, 2019).

Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku. Istilah "persuasif" berasal dari kata Latin "*persuasion*" Kata kerjanya adalah "*persuader*" yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu (Hanasaah, 2019)

Kegiatan yang bertujuan untuk menginformasikan, mengubah perilaku, pendapat, dan sikap dari komunikator kepada komunikan melalui proses penyampaian pesan disebut komunikasi persuasif. Komunikasi ini dilakukan dengan cara yang melibatkan ajakan atau himbauan (Akbar, 2023)

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persuasif adalah suatu proses mempengaruhi sikap, pendapat, serta perilaku dengan cara yang halus sehingga timbul kesadaran untuk berubah mengikuti apa yang dikatakan *persuader* atau orang yang mempersuasi.

a. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Menurut (A. Suryana, 2019) dalam komunikasi persuasif terdapat beberapa komponen utama, yaitu:

1) Sumber (*Persuader*)

Pembujuk adalah individu atau kelompok yang menyampaikan gagasan dengan tujuan mempengaruhi sikap, pandangan, dan tindakan orang lain melalui komunikasi verbal maupun nonverbal.

2) Penerima (*persuadee*)

Persuadee adalah orang atau kelompok yang menerima pesan dari komunikator persuasif, yang disampaikan melalui isyarat verbal dan nonverbal. Menurut Mar'at dalam (S. Suryana, 2016) Seorang penerima pesan mengakui bahwa meskipun mereka mendengarkan pesan dari pembujuk, sikap mereka mungkin tidak berubah karena dipengaruhi oleh kepribadian mereka dan pengalaman sebelumnya dengan upaya persuasi.

3) Persepsi

Keberhasilan komunikasi persuasif bergantung pada cara penerima pesan memahami dan menilai pembujuk serta pesan yang diberikan.

4) Pesan Persuasif

Menurut Simons dalam (A. Suryana, 2019), Pesan dapat diartikan secara sederhana sebagai apa yang disampaikan melalui kata-kata, gerak tubuh, dan intonasi, serta dari sikap komunikator saat berbicara. Ini mencakup argumen dan pertimbangan yang digunakan, informasi yang diberikan, dan pilihan kata dalam konteks yang lebih spesifik. Gabungan dari kata-kata dan isyarat nonverbal ini membentuk presentasi atau tampilan komunikasi.

5) Saluran

Ketika seseorang diminta atau diyakinkan untuk menyampaikan pesan dari sumber asli kepada penerima yang dituju, saluran tersebut berperan sebagai perantara. Pembujuk memanfaatkan saluran ini untuk berkomunikasi dengan individu lain secara informal maupun profesional, baik secara langsung maupun melalui media.

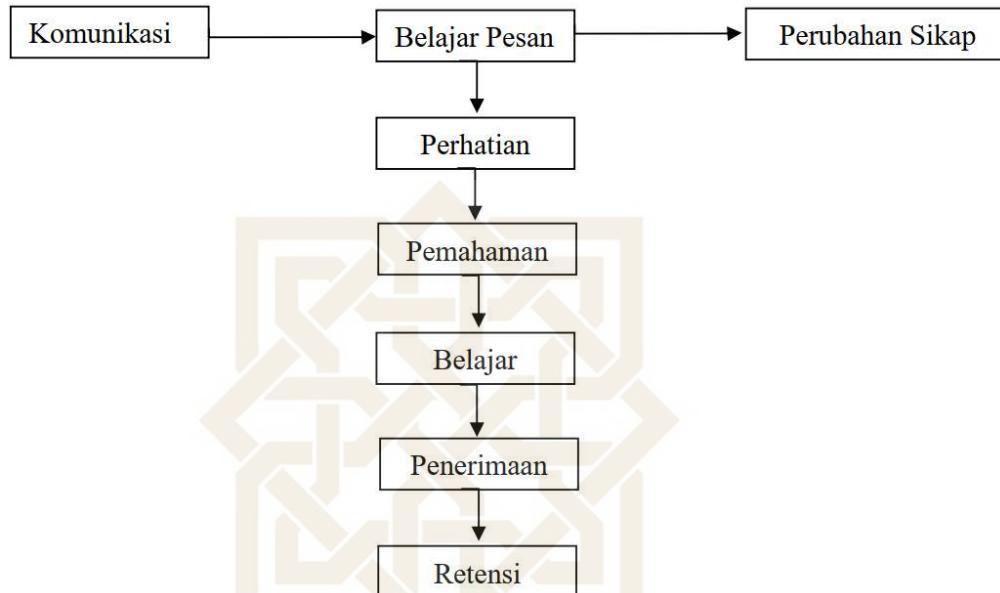
6) Umpang Balik

Sastropoetro dalam (A. Suryana, 2019) menyatakan bahwa Umpang balik adalah tanggapan terhadap komunikator atau pesan yang disampaikan, dan hasil dari penerimaan pesan tersebut disebut efek, yang mencakup perubahan yang terjadi pada penerima pesan melalui proses komunikasi.

b. Proses Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif sebagai upaya mempengaruhi opini, pendapat, sikap atau perilaku seseorang, tentunya membutuhkan suatu proses. Hovland dalam buku “*Dynamics of Persuasion*” yang dikutip oleh (Firmansyah et al., 2020) mengemukakan sebuah konsep mengenai proses komunikasi persuasif yang berfokus pada pembelajaran dan motivasi. Untuk dapat terpengaruh oleh komunikasi persuasif, seseorang harus memperhatikan, memahami, mempelajari, menerima dan menyimpan pesan persuasif tersebut.

Tabel 1. Model Komunikasi Persuasif Carl Hovland



Sumber : Buku “Komunikasi Persuasif ; Pendekatan dan Strategi

Pada bagan tersebut, dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi persuasif, ada tahap dimana komunikan mempelajari pesan persuasif dari komunikator. Dalam proses belajar tersebut terdapat beberapa tahapan, yakni *attention* (perhatian), *comprehension* (pemahaman), *learning* (pembelajaran), *acceptance* (penerimaan) dan *retention* (penyimpanan).

Tahapan yang dikemukakan Hovland ini merupakan proses sebelum komunikan akhirnya memutuskan untuk merubah sikapnya, setelah mendapatkan paparan informasi atau argumen dari komunikator (Firmansyah et al., 2020).

c. Sifat Komunikasi Persuasif

Dilihat dari sifatnya menurut (A. Suryana, 2019), persuasi dapat diklasifikasi sebagai berikut

- 1) Persuasi dapat bersifat verbal (*verbal persuasion*),
- 2) Nonverbal (*nonverbal persuasion*),
- 3) Tatap muka (*face to face persuasion*),
- 4) Persuasi bermedia (*mediated persuasion*)

d. Tujuan Komunikasi Persuasif

Ruang lingkup persuasi yang ditulis dalam (A. Suryana, 2019), dapat pula dilihat dari tujuannya yakni mengubah:

- 1) pengetahuan (*to change the knowledge*);
- 2) sikap (*to change the attitude*);
- 3) opini (*to change the opinion*);
- 4) keterampilan (*to change the psichomotoric*);
- 5) perilaku (*to change the behavior*);

e. Manfaat Komunikasi Persuasif

Simons (1976) dalam (A. Suryana, 2019) berkaitan dengan manfaat studi komunikasi persuasif, menyebutkan tiga fungsi utama berikut.

- 1) *Control Function* atau fungsi pengawasan,
- 2) *Consumer Protection Function* atau fungsi perlindungan konsumen,
- 3) *Knowledge Function* atau fungsi pengetahuan.

f. Prinsip Komunikasi Persuasif

Kandungan makna dari konsep persuasi, yang merupakan prinsip-prinsip dasar persuasi dijelaskan oleh Ilardo (1981) dalam (A. Suryana, 2019) sebagai berikut.

1) Persuasi merupakan bentuk dari komunikasi

Hal ini melibatkan pengirim pesan dan penerima pesan dalam suatu interaksi. Hubungan yang terjadi, merupakan faktor yang sangat penting bagi semua proses persuasi.

2) Persuasi merupakan suatu proses

Persuasi bukan merupakan suatu tindakan, tidak statis, bukan suatu kejadian belaka, bukan pula suatu objek. Persuasi tidak dapat disentuh, diraba, atau terukur secara pasti. Ia merupakan sesuatu ketika kita terlibat di dalamnya. Ia bersifat terus menerus. Proses tersebut bukan ditentukan oleh ruang, tetapi oleh waktu.

3) Persuasi berkaitan dengan perubahan

Pesan persuasif seperti halnya intervensi *therapeutik* yang direncanakan dan ditangani oleh dokter medis. Oleh karena itu, intervensi tersebut diawali dengan suatu tujuan. Hasil dari intervensi tersebut, sasaran diperkirakan akan berubah melalui berbagai cara. Berhasil atau gagal proses tersebut diukur dengan tingkat efek yang diharapkan dapat dicapai.

4) Persuasi dapat terjadi secara sadar ataupun tidak sadar

Seorang *persuader*, mungkin secara sadar bermaksud untuk mengubah individu atau kelompok secara

khusus. Hal ini terjadi manakala pembicara persuasif merencanakan dan mengucapkan kata-katanya dengan tujuan khusus untuk mengubah sikap pendengar atau sasaran.

- 5) Persuasi dapat menggunakan pesan verbal dan pesan nonverbal

Seperti Anda ketahui bahwa kata-kata yang disusun secara tepat dapat membuat efek persuasif.

g. Teknik Komunikasi Persuasif

Dalam komunikasi persuasif, terdapat sejumlah kriteria yang harus dipenuhi agar pesan dapat efektif mempengaruhi komunikasi. Menurut Effendy dalam bukunya "Dinamika Komunikasi" (Effendy, 2008) terdapat lima teknik yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan persuasif dalam komunikasi :

- 1) Teknik Asosiasi

Teknik ini melibatkan penyampaian pesan komunikasi dengan mengaitkannya pada suatu peristiwa yang sedang terjadi atau menarik perhatian publik saat itu (Yusuf, 2013). Teknik ini menunjukkan kepada komunikator bahwa cara penyajian pesan bisa mempengaruhi seberapa banyak perhatian yang diberikan oleh komunikator.

Menurut (Hendri, 2019) teknik ini praktiknya menyajikan pesan dengan menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2) Teknik Integrasi

Teknik ini melibatkan kemampuan untuk berkomunikasi secara memadukan sehingga tercipta rasa kesatuan atau keterkaitan emosional dengan komunikasi, baik melalui kata-kata maupun sikap nonverbal (Hanasah, 2019). Pada teknik ini, penting untuk dicatat bahwa kedekatan komunikator dengan lawan bicaranya, seperti halnya bersatu dengan komunikasi, dapat mempengaruhi penerimaan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Teknik ini adalah menyatukan diri komunikator dengan diri komunikasi menggunakan kata-kata verbal yang menyatakan kesatuan. Contoh kata "kita", bukan "saya" atau "kami." "Kita" berarti saya dan Anda. Ini bermakna bahwa yang diperjuangkan komunikator bukan kepentingannya sendiri, melainkan juga kepentingan komunikasi (Hendri, 2019).

3) Teknik Ganjaran (*Pay-Off Fear – Arousing*)

Teknik ini melibatkan pengaruh terhadap orang lain dengan menggambarkan aspek-aspek yang menyenangkan atau memberi harapan (iming-iming), sekaligus menggambarkan konsekuensi buruk atau menakutkan yang mungkin timbul dari tidak menerima pesan tersebut. Memberikan nilai positif seperti manfaat dari tindakan yang diambil atau akibat dari tidak mengambil tindakan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi penerima pesan untuk menerima pesan yang disampaikan karena dianggap menarik dari sudut pandang kemanusiaan.

Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik membangkitkan rasa takut (*fear arousing technique*), yakni menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk. Bedanya, jika *pay of technique* menjanjikan ganjaran (*rewarding*), *fear arousing technique* menunjukkan hukuman (*punishment*) (Hendri, 2019)

4) Teknik Tataan (*Icing*)

Teknik tataan, yang sering disebut sebagai teknik *Icing*, adalah strategi untuk mempercantik atau menyusun ulang pesan agar lebih menarik bagi penerima. Teknik tataan ialah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, enak dilihat, enak dibaca agar orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut (Hendri, 2019).

Penerapan teknik ini memastikan bahwa pesan tidak hanya informatif tetapi juga dapat menyentuh emosi dan perhatian komunikator, menciptakan suasana yang lebih nyaman dan tenang dalam proses komunikasi (Sopiah, 2022).

5) Teknik *Red Herring*

Teknik *Red Herring*, dalam konteks komunikasi persuasif, merupakan upaya komunikator untuk menghindari atau mengalihkan perdebatan dari argumen yang lemah untuk kemudian memfokuskan pada aspek yang lebih dikuasai. Hal ini dilakukan untuk memenangkan posisi dalam perdebatan atau komunikasi, terutama ketika komunikator merasa terdesak.

Teknik ini memanfaatkan pengalihan perhatian secara strategis untuk membangun argumen yang lebih kuat dan efektif terhadap lawan dalam komunikasi (Siregar et al., 2022).

h. Faktor Penghambat Komunikasi Persuasif

Merujuk Herbert G. Hick dan G. Ray Gullet dalam bukunya *Organization Theory and Behavior* (1975) yang dikutip oleh (Hendri, 2019), komunikasi persuasif memiliki tiga faktor penghambat, yakni dogmatisme, *stereotipe*, dan pengaruh lingkungan.

1) Dogmatisme

Dogmatisme merupakan sikap seseorang yang berupaya mempertahankan sikap, pendapat, dan perilakunya. Ini dilakukan terutama apabila informasi tersebut diduga akan merusak posisinya. Hambatan ini bisa dilihat dalam teori inokulasi, ketika seseorang kebal dari pengaruh persuasi yang berpotensi mengganggu sikap dan kepercayaannya.

2) *Stereotipe*

Stereotipe merupakan produk dari proses interaksi antara hubungan keluarga, etnis, maupun politis tentang tindakan dan tingkah laku tertentu. *Stereotipe* mengenai sesuatu aspek kenyataan yang telah dibentuk sebelumnya, khususnya terhadap manusia dan kelompok sosial. *Stereotipe* dapat diartikan sebagai generalisasi yang kaku dan terlalu sederhana terhadap orang atau sekelompok orang.

3) Pengaruh lingkungan

Pengaruh lingkungan adalah akibat dari dua nilai pemikiran yang saling bertemu Dalam kondisi ini orang hanya melihat pesan persuasi bersifat baik atau buruk, salah atau benar, hitam atau putih, tidak bernuansa. Seseorang akan mendengarkan dan terpengaruh orang yang dikaguminya, sebaliknya akan segera menolak jika pembicaranya tidak disukai.

2. Partisipasi Masyarakat

Dalam bahasa Inggris, "*participation*" dapat didefinisikan sebagai keterlibatan atau keterlibatan dalam sesuatu. Menurut Keith Davis, partisipasi mengacu pada keterlibatan pikiran dan emosional seseorang dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk memberikan kontribusi kepada kelompok tersebut dalam mencapai tujuan bersama serta bertanggung jawab terhadap upaya yang dilakukan (Sembiring, 2020).

Proses implementasi partisipasi masyarakat dapat berjalan efektif jika didukung oleh faktor-faktor seperti waktu, tenaga, dana, dan pemahaman masyarakat dalam memberikan kontribusi ide untuk pembangunan (Islamiah, 2018).

Partisipasi masyarakat merujuk pada proses dimana masyarakat secara aktif terlibat dalam merencanakan, melaksanakan, dan memonitor kebijakan yang secara langsung mempengaruhi kehidupan mereka (Sembiring, 2020).

a. Bentuk partisipasi

Bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dapat bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi di mana partisipasi

tersebut terjadi. Menurut Keith Davis dalam (Wahyuni et al., 2017) ada beberapa jenis partisipasi masyarakat, antara lain:

1) Pikiran

Jenis partisipasi ini mencakup kontribusi berupa pemikiran atau ide dari individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu.

2) Tenaga

Jenis partisipasi ini melibatkan penggunaan tenaga fisik atau upaya nyata baik secara individu maupun dalam kelompok untuk mencapai tujuan bersama..

3) Pikiran dan tenaga

Partisipasi ini terjadi ketika individu atau kelompok berkontribusi baik dalam pemikiran maupun tenaga untuk mencapai tujuan bersama, seringkali dalam konteks lembaga atau organisasi.

4) Keahlian

Partisipasi ini melibatkan penggunaan keahlian atau keterampilan khusus yang sangat dihargai untuk mencapai tujuan tertentu.

5) Barang

Jenis partisipasi ini melibatkan penggunaan barang atau benda-benda fisik tertentu untuk membantu mencapai hasil yang diinginkan.

6) Uang

Partisipasi ini terjadi ketika individu atau kelompok menggunakan sumber daya finansial untuk mendukung atau

mencapai tujuan tertentu. Biasanya, partisipasi ini lebih umum di kalangan yang lebih mampu secara finansial.

Menurut Cohen dan Uphoff dalam (Islamiah, 2018) menyatakan bahwa bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Partisipasi dalam pembuatan keputusan (*participation in decision making*)

Masyarakat terlibat dalam proses perumusan atau pembuatan keputusan. Masyarakat memberikan masukan atau saran terkait program atau kebijakan yang akan diimplementasikan. Partisipasi ini dapat berupa diskusi tentang masalah, pencarian alternatif solusi, serta pembahasan keputusan. Jenis partisipasi ini dapat bersifat konsultatif atau kolaboratif.

- 2) Partisipasi dalam implementasi (*participation in implementation*)

Masyarakat terlibat langsung dalam pelaksanaan pembangunan atau program yang telah ditetapkan

- 3) Partisipasi dalam kemanfaatan (*participation in benefit*)

Masyarakat terlibat dalam kegiatan yang memberikan manfaat positif baik bagi pemerintah maupun masyarakat secara umum. Contohnya termasuk partisipasi dalam kegiatan pemeliharaan lingkungan atau dalam kelompok usaha ekonomi.

- 4) Partisipasi dalam evaluasi (*participation in evaluation*)

Masyarakat terlibat dalam mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan hasil-hasil perencanaan.

Masyarakat dapat memberikan masukan, saran, atau kritik terhadap hasil-hasil yang telah dicapai.

b. Macam-macam Partisipasi

Partisipasi dalam masyarakat dapat dibagi menjadi beberapa macam, tergantung pada cara keterlibatan individu atau kelompok (Sartika, 2020), diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Partisipasi aktif

Partisipasi aktif merujuk pada situasi di mana individu secara langsung terlibat dalam suatu kegiatan atau proses tertentu.

2) Partisipasi tidak aktif

Partisipasi tidak aktif mengacu pada keadaan di mana individu memberikan wewenang atau hak partisipasinya kepada orang lain untuk mewakili mereka dalam suatu kegiatan atau proses.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan partisipasi masyarakat menurut Slamet (1992) dalam (Sembiring, 2020), yaitu:

1) Usia

Faktor usia merupakan faktor yang mempengaruhi sikap individu terhadap keterlibatan dalam kegiatan kemasyarakatan. Individu yang lebih tua cenderung memiliki keterikatan moral yang kuat terhadap nilai dan norma masyarakat, sehingga cenderung lebih aktif berpartisipasi.

2) Jenis Kelamin

Jenis kelamin, yang dalam konteks budaya tertentu peran tradisional perempuan dalam mengurus rumah tangga dapat mempengaruhi tingkat partisipasinya. Namun, dengan perubahan nilai-nilai dan pendidikan yang semakin merata, perempuan juga semakin aktif dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan.

3) Pendidikan

Pendidikan, yang dianggap sebagai syarat penting untuk partisipasi aktif. Pendidikan dapat mempengaruhi sikap individu terhadap lingkungan sekitarnya dan meningkatkan kemampuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan masyarakat.

4) Pekerjaan dan penghasilan

Pekerjaan dan penghasilan, yang saling terkait dalam konteks ekonomi individu. Pekerjaan yang stabil dan penghasilan yang memadai dapat mendorong individu untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan, karena mendukung kesejahteraan hidup mereka.

Dwiningrum (2011) dalam (Hutagalung, 2022) menyebutkan ada beberapa faktor yang dapat menghambat partisipasi masyarakat, antara lain:

- 1) Sikap malas, apatis, masa bodoh, dan ketidaktinginan untuk melakukan perubahan di tingkat anggota masyarakat.
- 2) Faktor-faktor tipologis yang mencakup karakteristik geografis, seperti pulau-pulau kecil yang tersebar, yang dapat menghambat aksesibilitas dan keterlibatan.

- 3) Faktor geografis, termasuk letak geografis yang mempengaruhi keterjangkauan dan keterlibatan dalam kegiatan masyarakat.
- 4) Faktor demografis, seperti jumlah penduduk suatu wilayah, yang dapat mempengaruhi potensi partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan.
- 5) Ekonomi (desa miskin/tertinggal) Faktor ekonomi, seperti status desa yang miskin atau tertinggal, yang dapat membatasi kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan dan kegiatan kemasyarakatan.

Hal yang diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini terkait dengan penerapan teknik komunikasi persuasif oleh kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) sehingga mampu meningkatkan partisipasi masyarakat akan pembangunan tempat pariwisata Aryakibansland Majalengka.

3. Komunikasi Kelompok

Cattle dalam (Rismawaty et al., 2018) menjelaskan bahwa kelompok adalah kumpulan individu yang saling memenuhi kebutuhan satu sama lain dalam hubungannya. MC David dan Harari, dalam pandangan mereka, menggambarkan kelompok sebagai suatu sistem yang terorganisir dengan dua orang atau lebih, di mana anggota saling berinteraksi, memiliki tujuan yang sama, mengikuti norma yang mengatur fungsi dan tujuan kelompok serta anggotanya (Rismawaty et al., 2018).

Deddy Mulyana dalam (Fisipol, 2022) menggambarkan kelompok sebagai sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama, berinteraksi untuk mencapai tujuan tersebut, saling

mengenal satu sama lain, dan menganggap diri mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Michael Burgoon mengartikan komunikasi kelompok sebagai interaksi langsung antara tiga orang atau lebih yang memiliki tujuan spesifik, seperti pertukaran informasi, pengambilan keputusan, atau penyelesaian masalah, di mana anggota kelompok dapat memahami dengan baik karakteristik individu lainnya (Tahir, 2020).

Menurut Shaw (1976) komunikasi kelompok adalah dinamika dimana sekelompok individu saling mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan satu sama lain, berinteraksi secara kolaboratif untuk mencapai tujuan bersama, mengambil peran yang terdefinisi, saling terikat, dan melakukan komunikasi secara langsung (Nurhanifah, 2019)

Proses komunikasi kelompok tidak bisa terlepas dari hubungan dengan orang lain. Sekumpulan orang yang melakukan suatu proses komunikasi tentunya memiliki tujuan dan fungsi tersendiri. Komunikasi Kelompok adalah proses komunikasi yang berlangsung antara 3 orang atau lebih secara tatap muka di mana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Komunikasi Kelompok dengan sendirinya melibatkan pula komunikasi interpersonal.

a. Bentuk-Bentuk Komunikasi Kelompok

Menurut (Rahkmat, 2012) kelompok dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, antara lain sebagai berikut:

1) Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder

Kelompok primer ditandai dengan komunikasi yang mendalam dan luas. Komunikasi mendalam ini menembus aspek-aspek pribadi yang tersembunyi dan mengungkap perilaku yang biasanya hanya terlihat dalam suasana privat. Sementara itu, komunikasi luas dalam kelompok primer berarti sedikit kendali yang menghalangi cara berkomunikasi dan rintangan yang mungkin muncul.

Lambang-lambang verbal maupun nonverbal digunakan untuk mengekspresikan hal-hal yang bersifat pribadi. Di sisi lain, dalam kelompok sekunder, komunikasi cenderung lebih dangkal dengan menembus hanya bagian luar dari kepribadian individu dan terbatas pada topik-topik tertentu.

2) Kelompok Keanggotaan dan Kelompok Rujukan

Theodore Newcomb (1930) mengemukakan konsep kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan. Kelompok keanggotaan terdiri dari anggota yang secara administratif dan fisik menjadi bagian dari kelompok tersebut. Sementara itu, kelompok rujukan digunakan sebagai standar untuk menilai diri sendiri atau membentuk sikap.

3) Kelompok Deskriptif dan Kelompok Perspektif

John F. Cragan dan David W. Wright dari Illinois State University, membagi kelompok menjadi kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif. Kelompok deskriptif dilihat dari proses alami pembentukannya, sementara kelompok preskriptif diklasifikasikan berdasarkan langkah-

langkah rasional yang harus diikuti oleh anggota kelompok untuk mencapai tujuannya.

b. Fungsi Komunikasi Kelompok

Kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Sendjaja dalam (Bungin, 2013) memaparkan fungsi-fungsi tersebut sebagai berikut:

1) Fungsi Sosial

Fungsi utama kelompok adalah dalam memelihara hubungan sosial diantara anggotanya. Ini mencakup memberikan kesempatan kepada anggota untuk berinteraksi secara informal, santai, dan menghibur secara rutin.

2) Fungsi Pendidikan

Kelompok memiliki fungsi pendidikan baik secara formal maupun informal, untuk memperoleh dan menyebarluaskan pengetahuan. Fungsi ini efektif tergantung pada kontribusi anggota dalam memberikan informasi baru dan partisipasi aktif mereka dalam proses kelompok.

3) Fungsi Persuasi

Fungsi persuasi kelompok melibatkan upaya anggota untuk mempengaruhi anggota lainnya dalam melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Upaya persuasif ini perlu memperhatikan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok untuk menghindari konflik internal.

4) Fungsi Pemecahan Masalah

Kelompok juga berfungsi dalam memecahkan masalah dan membuat keputusan dengan mengeksplorasi alternatif solusi dan memilih yang terbaik di antara mereka.

5) Fungsi Terapi

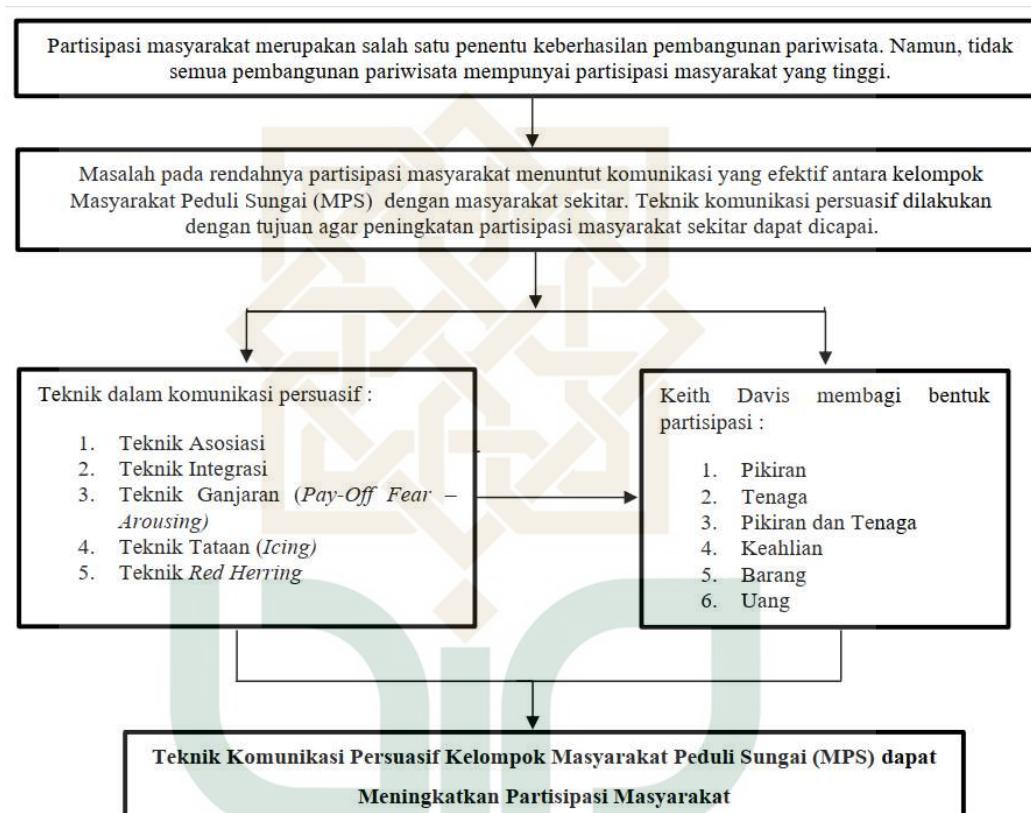
Kelompok terapi fokus pada membantu individu mencapai perubahan pribadi, di mana interaksi dengan anggota kelompok lainnya menjadi sarana untuk mendukung proses ini.

Fungsi kelompok melibatkan individu dengan komunitas untuk memberikan informasi kepada orang lain, bertujuan membantu sesama dalam pengembangan diri, meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam, dan memperoleh pengetahuan yang lebih luas di masyarakat.

Fungsi-fungsi ini menunjukkan bahwa kelompok tidak hanya berfungsi sebagai unit sosial, tetapi juga sebagai wahana untuk pendidikan, persuasi, pemecahan masalah, dan terapi individu dalam masyarakat.

G. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan menekankan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena tersebut, bukan sekedar merinci variabel-variabel yang saling terkait (Murdiyanto, 2020).

Pemahaman ini dicapai melalui analisis kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dimana peneliti berusaha untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat tentang situasi yang terjadi di dalam objek penelitian. Fakta-fakta yang ditemukan di lapangan digambarkan oleh peneliti dan kemudian dianalisis menggunakan kerangka berpikir yang sesuai.

Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam konteks penelitian, subjek penelitian merujuk pada individu, kelompok, atau fenomena yang menjadi fokus dari pengumpulan data dan analisis. Subjek penelitian ini dapat berperan sebagai sumber data yang diperoleh oleh peneliti melalui berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, atau dokumentasi. Subjek penelitian ini juga dapat disebut sebagai informan yang memberikan keterangan atau data yang relevan kepada peneliti untuk menunjang analisis dan kesimpulan penelitian.

Subjek penelitian ini adalah anggota kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS). Subjek tersebut digunakan karena, anggota kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) yang menjelaskan mengenai teknik komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun

destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling* dengan teknik tersebut, peneliti dapat memilih responden sesuai dengan kesanggupan dan kemampuannya dalam memberikan informasi kepada peneliti.

b. Objek Penelitian

Dalam penelitian, objek penelitian merupakan suatu hal yang menjadi fokus penelitian dan ditetapkan oleh peneliti sebagai objek yang dipelajari secara mendalam untuk kemudian diperoleh kesimpulan yang lebih jelas dan akurat. Objek penelitian ini dapat berupa berbagai hal seperti peristiwa, situasi, individu, kelompok, organisasi, dan sebagainya.

Objek penelitian ini adalah teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data yang berbeda, yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan wawancara dan observasi dengan Anggota Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dan pihak-pihak lain yang juga terkait. Data lainnya yaitu data sekunder, didapatkan melalui studi pustaka dan dokumentasi yang menjadi pelengkap informasi data primer.

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah metode pengumpulan data yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara atau *interviewer* dan ter wawancara atau *interviewee*, yang melakukan komunikasi melalui percakapan. Pewawancara mengajukan pertanyaan terkait topik penelitian kepada terwawancara, yang kemudian memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang mendalam dan rinci tentang persepsi, pengalaman, atau pandangan terwawancara terkait topik penelitian (Murdiyanto, 2020).

Wawancara yang dilakukan dalam rangka pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara pada anggota kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) dan pihak-pihak terkait lain sehingga data-data yang dibutuhkan peneliti dapat terkumpul. Kriteria dalam pemilihan informan yaitu sesuai dengan isu yang diteliti dan informan juga usulan dari orang lain yang menganggapnya sebagai orang yang lebih ahli/sesuai dengan bidangnya.

b. Observasi

Observasi bertujuan untuk menggambarkan dan memahami perilaku objek yang diamati atau hanya untuk mengetahui seberapa sering suatu kejadian terjadi. Dalam hal ini, observasi fokus pada perilaku yang dapat diamati dan terlihat dengan mata, serta memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai. Perilaku yang diamati dapat berupa perilaku yang dapat dilihat secara langsung, didengar, dihitung, dan diukur untuk

memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang objek yang diamati. (Murdiyanto, 2020)

Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di tempat pariwisata Aryakibansland Desa Rajagaluh Kidul Majalengka.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, mencakup sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya menyediakan informasi penting untuk proses penelitian (Murdiyanto, 2020).

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto dan video. Foto dan video berupa file kegiatan yang ada pada tempat pariwisata Aryakibansland, kegiatan kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS), dan lain sebagainya.

d. Studi Kepustakaan

Studi pustaka atau studi kepustakaan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi fokus penelitian atau topik yang diangkat dalam karya tulis non-ilmiah seperti novel. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mencari referensi dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, laporan, dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang dibahas, serta memperoleh landasan teori dan konsep yang diperlukan dalam penelitian atau karya tulis tersebut (Abdhul, 2021).

Dalam penelitian ini, studi pustaka yang digunakan yaitu dengan mencari tambahan data melalui sumber data seperti artikel, jurnal, arsip-arsip, berita, buku, dan lain sebagainya mengenai peran sebuah kelompok.

4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendapat Miles dan Huberman dalam Ardianto (2010) dan Sugiyono (2018), yaitu:

- a. Reduksi data (*Data Reduction*) adalah proses analisis yang mengasah, memilih, dan menyusun data dalam cara tertentu sehingga dapat dihasilkan kesimpulan akhir. Proses reduksi data dilakukan secara berkelanjutan selama penelitian, bahkan sebelum data sebenarnya dikumpulkan. Beberapa bagian dari reduksi data termasuk membuat rangkuman, mengelompokkan data, membuat pemisahan-pemisahan, dan menulis memo-memo.
- b. Model data atau Penyajian data adalah kumpulan informasi yang disusun dengan cara tertentu untuk memudahkan penjelasan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Model yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif.
- c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*) adalah proses membuat temuan baru dari hasil penelitian yang belum pernah ditemukan sebelumnya. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya kurang jelas, hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori. (Murdiyanto, 2020).

Melalui beberapa metode analisis yang telah disebutkan diatas, peneliti ingin menggambarkan lebih dekat terkait detail teknik komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka.

5. Metode Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji keabsahan data menggunakan metode Triangulasi Sumber. Menurut (Murdiyanto, 2020) Triangulasi dalam pengujian kredibilitas mengacu pada penggunaan beberapa metode atau sumber data yang berbeda untuk memverifikasi dan memastikan keabsahan dan keandalan hasil penelitian. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Murdiyanto, 2020). Data dari beberapa sumber tidak bisa di sama ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Dengan melakukan triangulasi, dapat meningkatkan kepercayaan dan keandalan hasil penelitian.

Menurut Patton triangulasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, diantaranya:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan pernyataan seseorang di depan umum dengan pernyataannya secara pribadi

- c. Membandingkan pernyataan individu tentang situasi penelitian dengan pernyataan mereka dari waktu ke waktu
- d. Membandingkan pandangan dan pendapat seseorang dengan pandangan dan pendapat orang lain
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang terkait.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) Majalengka dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland Majalengka menggunakan Teknik Komunikasi Persuasif, diantaranya adalah Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi, Teknik Tataan, Teknik *Red Herring* dan Teknik Ganjaran.

Teknik Asosiasi, Kelompok MPS menyisipkan hal yang menarik pada masyarakat dengan menyusun mimpi-mimpi untuk lingkungan sungai kedepannya, kemudian memotivasi masyarakat yaitu membandingkan daerah lain dengan daerah sekitar. Menyampaikan pemahaman bahwa lingkungan sungai juga harus dijaga untuk kepentingan kesehatan masyarakat sekitar. Teknik Integrasi, Kelompok MPS mencoba untuk memposisikan diri agar menyatu dengan masyarakat. Dalam hal ini yaitu dengan cara komunikasi yang *rileks* dan *enjoy*. Selain itu juga diskusi santai di sela-sela kegiatan menyatu dengan masyarakat.

Teknik Tataan, Kelompok MPS tidak menggunakan bahasa ilmiah. Menggunakan bahasa sehari-hari masyarakat sekitar yaitu bahasa sunda. Teknik *Red Herring*, Kelompok MPS saat menghadapi masyarakat yang “*ngeyel*” maka masyarakat tersebut akan didekati dan diberi pengertian dengan mengajak diskusi baik-baik. Teknik Ganjaran,

dengan penyampaian lingkungan harus dijaga bersama. Teknik yang paling efektif dilakukan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk membangun destinasi pariwisata Aryakibansland yaitu Teknik Integrasi.

Beberapa teknik yang telah diterapkan tersebut dapat meningkatkan partisipasi masyarakat berupa partisipasi pikiran, tenaga, barang, partisipasi berupa pikiran dan tenaga. Namun, ada juga partisipasi yang belum muncul dari masyarakat yaitu partisipasi uang dan keahlian. Hambatan dalam pelaksanaan Teknik Komunikasi Persuasif yaitu kurangnya kesadaran masyarakat dan keterbatasan waktu dari masyarakat.

Secara keseluruhan, teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh MPS tidak hanya berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat, tetapi juga memberikan manfaat bagi keberlanjutan lingkungan sekitar. Kelompok MPS dapat menjadi teladan bagi kelompok lain dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat.

B. Saran

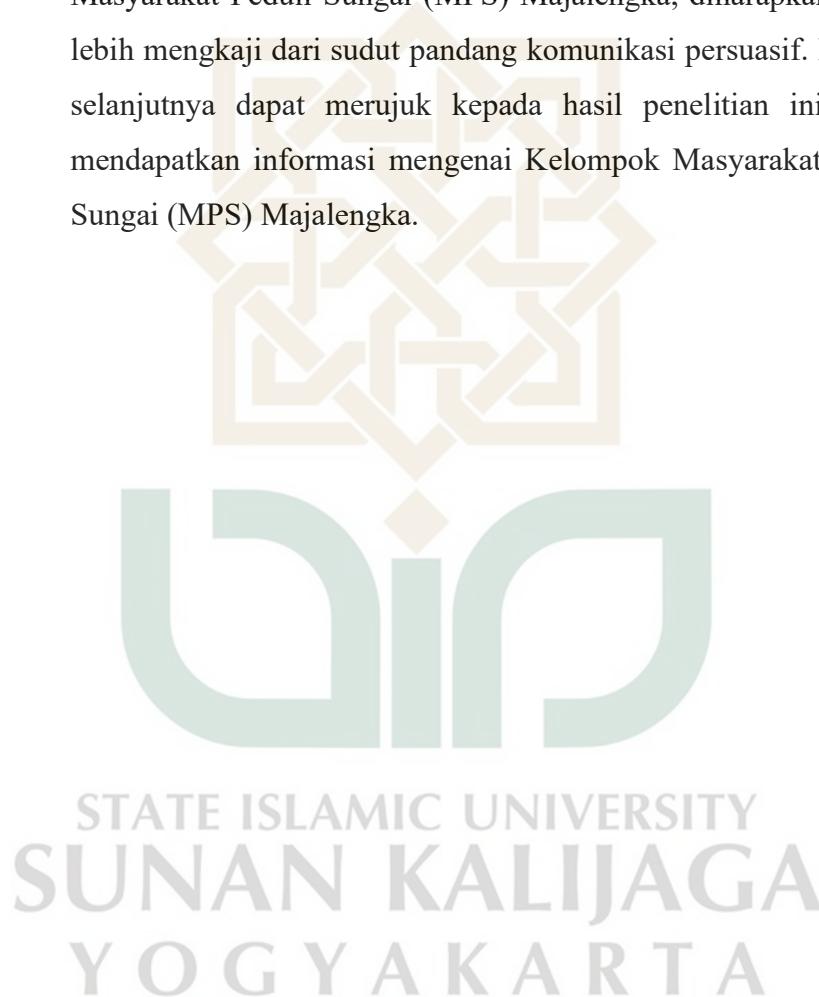
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) Majalengka Kepada para anggota Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) agar tetap mempertahankan kepedulian terhadap lingkungan sungai khususnya lingkungan Sungai Ciputri. Pembersihan lingkungan sungai jangkauannya agar lebih luas lagi tidak hanya daerah terdekat Pariwisata Aryakibansland. Kemudian memberikan informasi lama maupun terbaru secara online dan

lengkap melalui blog atau media sosial lainnya agar memudahkan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian di Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) Majalengka, diharapkan untuk lebih mengkaji dari sudut pandang komunikasi persuasif. Peneliti selanjutnya dapat merujuk kepada hasil penelitian ini untuk mendapatkan informasi mengenai Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS) Majalengka.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Y. (2021). Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Metode. Deepublishstore. Retrieved from <https://deepublishstore.com>
- Akbar, M. I. (2023). Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Bantul Dalam Sosialisasi Program Penurunan Stunting. Yogyakarta. Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63196>
- Amada, S. M. (2023). Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Yayasan Dalam Membangkitkan Motivasi Anak Penderita Kanker. Yogyakarta. Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63213>
- Aripin, I. (2018). Potensi Keunggulan Lokal Kabupaten Majalengka dan Pemanfaatannya Pada Pembelajaran Biologi. *Bio Educatio*, 3(1), 279489.
- Asyfia, W. R. (2024). Tafsir Ekologi Surat Ar-Rum ayat 41 dan Al-Araf ayat 56 dengan Pendekatan Teori Aksiomatika Hassan Hanafi. Kemenag Kulon Progo. Retrieved from <https://kulonprogo.kemenag.go.id/index/2024/02/tafsir-ekologi-surat-ar-rum-ayat-41-dan-al-araf-ayat-56-dengan-pendekatan-teori-aksiomatika-hassan-hanafi/>
- Bagaskara, B. (2021). Aryakibansland, Wisata Baru di Majalengka, Dulu Tempat Sampah Ilegal. Detik Travel. Retrieved from <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-5503489/aryakibansland-wisata-baru-di-majalengka-dulu-tempat-sampah-illegal>
- Effendy, O. U. (2008). Dinamika Komunikasi (T. Surjaman (ed.); 7th ed.).

Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fadliyanti, L., Sutanto, H., & Wijimulawiani, B. S. (2019). Analisis Peran Sektor Pariwisata Dalam Pembangunan Daerah Di Kabupaten Lombok Barat (Pendekatan Location Quotient dan Klassen Typology Analysis). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 106–114. doi: 10.29303/e-jep.v1i2.13

Firmansyah, M. D., Komunikasi, J., Penyiaran, D. A. N., Ilmu, F., Dan, D., Komunikasi, I., Islam, U., & Syarif, N. (2020). *Kepada Penyandang Tuna Wicara*.

Fisipol. (2022). Pengertian Komunikasi Kelompok. Universitas Medan Area, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. Retrieved from <https://fisipol.uma.ac.id/pengertian-komunikasi-kelompok/>

Hanasah, N. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Jalan-Jalan Edukasi Lampung Dalam Menumbuhkan Empati Remaja Terhadap Anak Panti Asuhan. 78.

Hendri, E. (2019). Komukasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi. In A. Holid (Ed.), Bandung: PT Remaja Rosdakarya (1st ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Hennita, G. (2020). Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 227–240. doi: 10.35326/mediolog.v3i2.788

Hutagalung, S. S. (2022). Buku Ajar: Partisipasi dan Pemberdayaan Sektor Publik.

Infomjlk. (2023). Libur Nataru, Wisata Situ Cipanten Terfavorit dengan

- Total Pengunjung 6.133 Orang. Majlengka. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/Cm-UmQtSWa/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Islamiah, N. (2018). Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Di Desa Sanglepongan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 14.
- Jabar, O. D. (2022). Jumlah Anggota Kelompok Penggerak Pariwisata Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Jawa Barat. Retrieved from <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-anggota-kelompok-penggerak-pariwisata-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Kartikasari, P. R. (2019). Putri Renik Kartikasari, 2019 Perencanaan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Argamukti Kabupaten Majalengka *Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*.
- Khasana, D. N. (2023). Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan. Yogyakarta. Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/58262>
- MPS. (2024). *sekilas MPS*. Majalengka: Kelompok Masyarakat Peduli Sungai (MPS).
- Muhidin. (2021). Pengembangan Objek Wisata Aryakibansland Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Hukum Ekonomi Islam [Institut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon]. Retrieved from

<http://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/7085>

Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In Bandung: Rosda Karya. Retrieved from http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx

Nurhanifah. (2019). Jurnal Komunikasi Kelompok. 149–157.

Putra, J. R. (2018). Analisis Komunikasi Persuasif Badan Narkotika Nasional Kota Samarinda Dalam Sosialisasi Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Kota Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 6(35), 42–54.

Quranhadits. (2023). *Quran Surah Arrum:41*. Quranhadits. Retrieved from <https://quranhadits.com/quran/30-ar-rum/ar-rum-ayat-41/#tafsir-lengkap-kemenag>

Ramadan, P. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan Di Jalan Akbp H. Umar Lr. Samudra Pasai Rt.13 Rw.01 Kel. Ario Kemuning. *Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*. Retrieved from <https://repository.radenfatah.ac.id/4540>

Rismawaty, R., & Rahmah, S. A. (2018). Proses Komunikasi Kelompok Dalam Metode Pembelajaran Sentra Untuk Membentuk Kemandirian Anak. *Jurnal Common*, 2(2). doi: 10.34010/common.v2i2.1189

Sartika, D. (2020). Strategi Komunikasi Publik Kepala Wilayah Kecamatan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.

- Sembiring, A. G. (2020). Identifikasi Bentuk Dan Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Pasir Kunci Di Kelurahan Pasir Jati Ujung Berung Kota Bandung. *Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Nasional Bandung*, 15–32.
- Simbolon, B. R., & Khairifa, F. (2018). Strategi Komunikasi Pemerintahan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pembangunan Desa Wisata Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 26(1), 606–619.
- Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Junengsih. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Kabasa Dalam Mengajak Anak Jalanan Untuk Belajar. *Ilmu Komunikasi*, XXVII(3), 303–310. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/download/2622/1959/>
- Sopiah, D. U. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Makka Pada Akun Tiktok “@Syam_Elmarusy.” *Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati*, 14–15.
- Suryana, A. (2019). Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif. *Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif*, 1–51.
- Suryana, S. (2016). Falsafah dan Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif. Tanggerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Tahir, A. (2020). Strategi, Analisis Kelompok, Komunikasi Mualaf, Dalam Pembinaan Kawasan, *D I Karomba, Pegunungan Agama, Oleh Kementerian Pinrang, Kabupaten Of, Analysis Communication, Group Converts, Fostering Muslim Karomba, I N Area, Mountain Ministry, B Y Religion, O.*

Taufiq, M. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembentukanperaturan Daerahcommunity Participation In The Establishment Of Regional Regulations. *Soedirman Law Review*, 3, No 04, 550. Retrieved from <http://journal.fh.unsoed.ac.id/index.php/SLR/article/>

Wahyuni, Y. T., & Manaf, A. (2017). Partisipasi Masyarakat dan Keberlanjutan Program Gerak Bersemi di Griya Prima Lestari Munthe Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 12(4), 472. doi: 10.14710/pwk.v12i4.13511

Yusuf, P. M. (2013). Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan. Jakarta: Bumi Aksara.

