

**KOMUNIKASI PERSUASIF GERAKAN SURAH BUKU
DALAM MENARIK MINAT MEMBACA
MASYARAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

**RISKA MUNAWARAH
NIM. 160401040
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1442 H/ 2020 M**

SKRIPSI

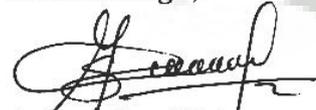
**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**RISKA MUNAWARAH
NIM. 160401040**

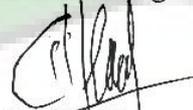
Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



**Asmannizar M. Ag
NIP. 197409092007102001**

Pembimbing II,



**Syahril Furqany M. Ikom
NIP. 19890428201903011**

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

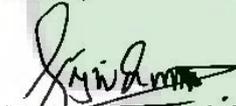
**RISKA MUNAWARAH
NIM. 160401040**

di

Darussalam-Banda Aceh

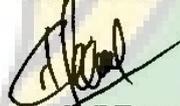
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



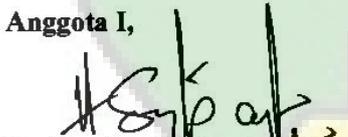
**Fajri Khairawati, S.pd.I, M.A
NIP. 197903302003122002**

Sekretaris,



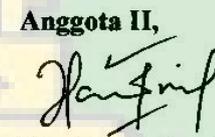
**Syahril Furqany, M.IKom
NIP. 19890428201903011**

Anggota I,



**Dr. Hendra Syahputra, M.M
NIP. 197610242009011005**

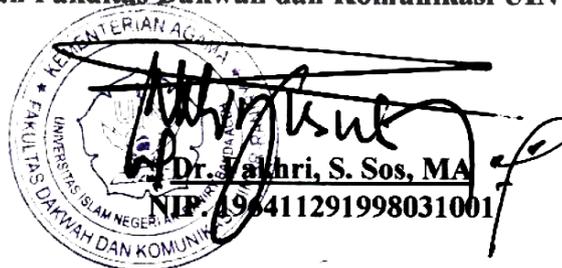
Anggota II,



**Hanifah, S.Sos. I., M.Ag
NIP. 199009202019032015**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



**Dr. Fakhri, S. Sos, MA
NIP. 196411291998031001**



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Riska Munawarah

NIM : 160401040

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 16 Juli 2020
Yang Menyatakan,



Riska Munawarah
NIM. 160401040

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah serta turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, para sahabat, umatnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Judul yang penulis ajukan adalah “Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku Dalam Menarik Minat Membaca Masyarakat Di Desa Limpok”

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Fakhri S.Sos M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) UIN Ar-Raniry yang telah menyetujui penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hendra Syahputra. M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dan kepada seluruh Dosen dan Staf Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
3. Bapak Azman S.Sos M.I.Kom, selaku penasehat akademik telah banyak memotivasi, meluangkan waktu serta membimbing penulis dalam penulisan

skripsi ini selama menempuh pendidikan di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.

4. Ibu Asmaunizar S.Ag M.Ag selaku pembimbing I yang telah banyak memotivasi, meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah banyak memotivasi, meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Fajri Chairawati S.Pd.I, M. A, selaku penguji Konprehensif keagamaan yang telah menguji kemampuan saya dibidang keagamaan.
7. Bapak Fairus S.Ag, MA selaku penguji Konprehensif Pengetahuan Umum yang telah menguji kemampuan saya dibidang Pengetahuan Umum.
8. Bapak Dr. Syukri Syamaun, M. Ag selaku penasehat akademik saya sekaligus selaku penguji Konprehensif Pengetahuan Dasar Keahlian dan Kejuruan/profesi. yang telah menguji kemampuan saya dibidang Pengetahuan Dasar Keahlian dan Kejuruan/profesi.
9. Teristimewa untuk Ibunda Chairani tercinta, Saudara kandung Syahrol Rizal, Safriadi, dan Yeni Novita yang telah memberikan dukungan, baik moral maupun materil yang tulus, takterhingga dan ikhlas berdoa demi terselesainya skripsi ini.
10. Kawan-kawan angkatan 2016, terutama kepada Raudhatul Jumala, Amelya Suhendra, Zulfikri, Khairil Akhyar, Saskia Ramdhani, Nur Apriana, Riski

Triani, Khaliq Nasution, Irza Ulya, Mukmin serta kawan-kawan tongkrongan yang telah menemani saya menyelesaikan skripsi tepat waktu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

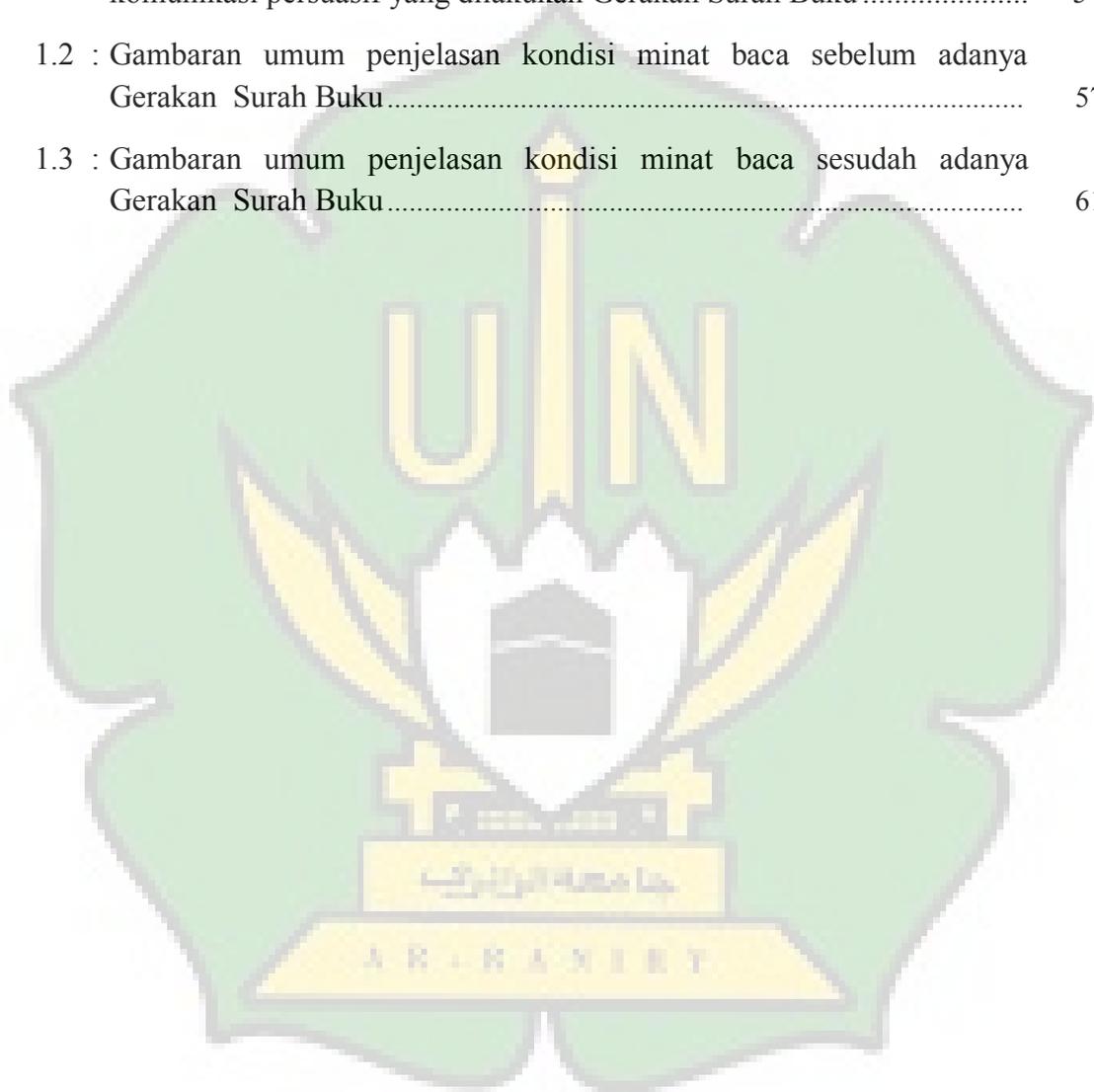
Banda Aceh, 7 Juli 2020
Penulis,

Riska Munawarah



DAFTAR TABEL

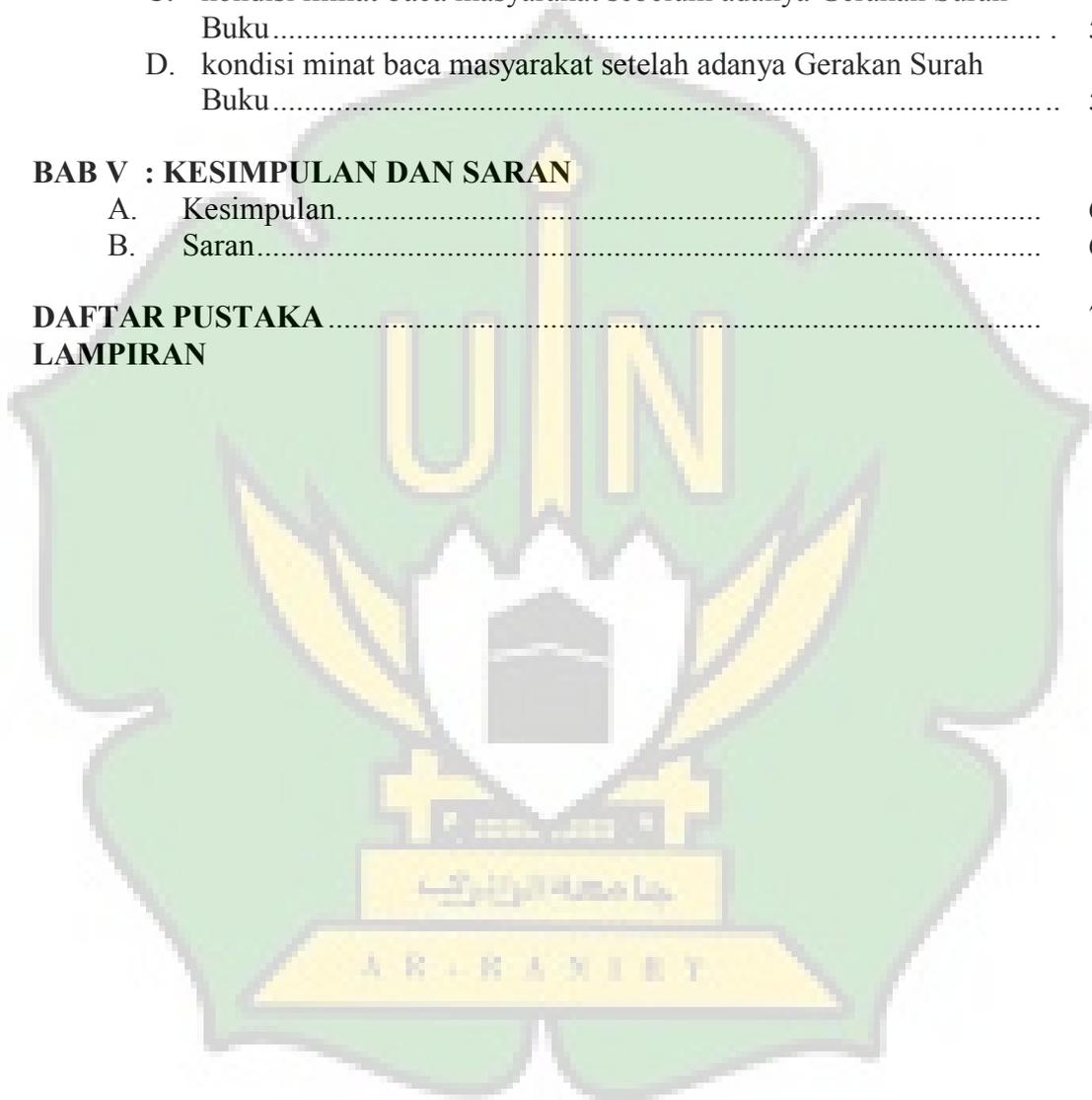
	Halaman
1.1 : Informan penelitian.....	36
1.1 : Bagan gambaran umum gambaran umum penjelasan konsep teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Gerakan Surah Buku	54
1.2 : Gambaran umum penjelasan kondisi minat baca sebelum adanya Gerakan Surah Buku.....	57
1.3 : Gambaran umum penjelasan kondisi minat baca sesudah adanya Gerakan Surah Buku.....	61



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	i
SURAT KEASLIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	x
BAB I :PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Operasional	8
1. Komunikasi Persuasif	8
2. Minat Baca	9
3. Gerakan Surah Buku	9
BAB II :KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian terdahulu	11
B. Komunikasi	12
C. Komunikasi Persuasif	14
1. Pengertian komunikasi persuasif	14
2. Jenis-jenis komunikasi persuasif	19
4. Teknik komunikasi persuasif	20
3. Prinsip-prinsip persuasif	23
D. Teori-teori komunikasi persuasif	24
1. Teori perubahan sikap	24
2. Teori efek media massa	26
E. Minat Baca	29
1. Pengertian minat	29
2. Pengertian membaca	30
3. Pengertian minat baca	31
4. Pengertian masyarakat	31
5. Aspek minat baca.....	32
BAB III : METODELOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan lokasi penelitian	34
B. Objek dan subjek penelitian.....	35
C. Informan penelitian.....	35
D. Sumber data	38
E. Teknik pengumpulan data.....	39
F. Teknik pengolahan dan analisis data	40

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Gerakan Surah Buku	42
1. Sejarah singkat.....	42
2. Profil Gerakan Surah Buku.....	44
2. Visi Misi Gerakan Surah Buku.....	44
B. Teknik komunikasi persuasif Gerakan Surah Buku	44
C. kondisi minat baca masyarakat sebelum adanya Gerakan Surah Buku.....	55
D. kondisi minat baca masyarakat setelah adanya Gerakan Surah Buku.....	58
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
 DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku Dalam Menarik Minat Membaca Masyarakat Di Desa Limpok.*” Kegiatan membaca umumnya merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok bertujuan untuk menambah pengetahuan dibagian literasi. Kemampuan literasi masyarakat Indonesia terutama Aceh masih terbilang rendah. Oleh sebab itu, kewajiban kita bersama untuk peduli terhadap perkembangan literasi terutama minat membaca supaya tumbuh dimasyarakat. Gerakan Surah Buku merupakan salah satu kelompok orang yang berusaha menumbuhkan minat baca masyarakat. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan mereka untuk menumbuhkan kembali minat baca didalam masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampling secara purposif (*purposive sampling*), data dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian disajikan dalam bentuk rangkuman temuan penelitian secara sistematis sekaligus menarik kesimpulan. Penelitian ini juga mewawancarai para pegiat Gerakan Surah Buku sebagai informan penelitian. Dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa ada beberapa teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Gerakan Surah Buku untuk menarik minat membaca masyarakat diantaranya teknik asosiasi, tataan, integrasi dan *red-herring*. Cara mempersuasifkan masyarakat yang dilakukan Gerakan Surah Buku umumnya dengan membangun ruang dialektika dimana para pembaca buku bisa mendiskusikan buku yang tengah dibaca sehingga membentuk suatu ruang yang menyenangkan dalam proses membaca buku. Selanjutnya, dari hasil penelitian peneliti juga mengetahui adanya perubahan sikap atau pandangan dari pengikut Gerakan Surah Buku sebelum dan sesudah mereka mengikuti kegiatan tersebut. Diantaranya terjadi peningkatan minat baca oleh pengikut Surah Buku.

Kata kunci: *Persuasif, Minat Baca, Gerakan Surah Buku.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Membaca sejatinya dapat menambah ilmu pengetahuan baik dikalangan pendidikan maupun kalangan masyarakat. Namun dikalangan masyarakat Indonesia, saat ini kegiatan membaca belum begitu kentara. Penelitian mencatat, Indonesia masih menduduki urutan terbawah dalam hal minat baca. Di tingkat internasional, Indonesia memiliki indeks membaca 0,001. Hal itu berarti dalam setiap seribu seorang, hanya satu orang yang memiliki minat baca tinggi. Sedangkan data BPS tahun 2006 mempublikasikan membaca bagi masyarakat Indonesia belum menjadikan sumber dalam mencari informasi. Masyarakat lebih memilih menonton televisi (85,9 %) dan mendengar radio (40,3%) daripada membaca (23,5 %). Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa membaca belum menjadi kebutuhan bagi masyarakat.¹

Indeks provinsi juga menunjukkan kecenderungan yang serupa dengan hasil indeks nasional. Pusat penelitian kebijakan Kementerian Pendidikan menyebutkan hasil penelitian tahun 2018, indeks alibaca untuk wilayah Aceh terhitung rendah. Dari 34 provinsi yang ada di Indonesia, Aceh menduduki

¹ Siswati, *Minat Baca Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Fakultas PSikologi UNDIP Semester I)*, Jurnal Psikologi UNDIP, Vol 8, 2010, hal. 124, ejournal.undip.ac.id. Diakses 23 November 2019.

peringkat 14 terendah dari provinsi terendah Papua. Dengan angka indeks ali baca 34,37 %.²

Maka dari itu, diperlukan suatu dukungan untuk mengatasi masalah sosial tersebut, tidak hanya peran pemerintah tetapi juga dukungan peran dari masyarakat untuk turut andil menangani persoalan tersebut. Muncullah suatu komunitas komunitas yang peduli dan fokus pada pengembangan literasi. Salah satu komunitas yang peduli dan masih aktif dalam pergerakan pengembangan literasi adalah Gerakan Surah Buku. Setiap minggunya, komunitas ini berkumpul untuk sama-sama membaca buku dan kemudian didiskusikan sama-sama.

Dalam mencapai keberhasilan membaca yang baik salah satunya yaitu adanya minat. Tanpa adanya minat segala sesuatu dinilai kurang efektif dan efisien. Selain itu, kegiatan pelaksanaan komunikasi dalam penyampaian informasi juga perlu diperhatikan. Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari proses komunikasi untuk berinteraksi. Adanya komunikasi yang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan kalau terjalin antara keduanya. Demi tercapainya komunikasi yang baik, banyak rintangan yang dihadapi, baik itu secara fisik, individual, bahasa dan sampai perbedaan arti yang dimaksud oleh orang yang diajak berkomunikasi. Saling pengertian dapat terjadi dengan menggunakan bahasa yang baik sehingga pihak yang menerima dapat mengerti

² Lukman Solihin, Bakti Utama, dkk, *Indeks Literasi Membaca Pada 34 Provinsi*, (Puslikjatdikbud, 2019), hal. 58.

apa yang diberikan atau yang dipesankan, dengan demikian tercipta situasi komunikasi yang serasi.³

Komunikasi merupakan prasyarat kehidupan manusia. Tanpa komunikasi, interaksi antara manusia baik secara personal, kelompok maupun organisasi tidak akan terjadi. Dua individu akan dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan tindakan komunikasi yakni aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara. Baik secara verbal (dalam bentuk kata-kata, baik lisan atau tulisan) maupun non verbal (tidak dalam bentuk kata-kata, misalnya, sikap, tingkah laku, gambar-gambar, dan simbol-simbol lainnya yang mengandung arti).⁴

Selain itu, tindakan komunikasi juga dapat diartikan seperti apa yang Hafied Changara katakan dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi yang mengutip pengertian komunikasi menurut Harold Laswell, yang menurutnya tindakan komunikasi adalah menjawab pertanyaan siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.⁵ Dalam hal ini penting adanya aspek-aspek komunikasi, seperti penerapan komunikasi persuasif.

Istilah persuasif berasal dari bahasa Latin yaitu *persuasive* yang kata kerjanya adalah, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Para ahli

³ H.A.W, Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hal. 5.

⁴ Marhaerni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 12.

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2000), hal. 19.

mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai komunikasi yang bersifat mempengaruhi komunikan dengan berbagai macam bujukan, baik dirasa maupun tanpa dirasakannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator. Ada beberapa pendekatan dalam mempengaruhi sikap komunikan yaitu persuasif dan koersif.

Persuasif dilakukan secara halus, luwes dan mengandung sifat-sifat manusiawi. Sedangkan koersif mengandung sanksi dan ancaman, perintah dan instruksi. Dilihat dari keefektifan komunikasi, maka komunikasi persuasif lebih bisa diterima hubungan komunikasi dalam komunitas, hal ini disebabkan oleh perasaan yang tidak terpaksa. Sedangkan akibat dari kegiatan komunikasi persuasif adalah kesadaran, pengertian, kerelaan dengan perasaan yang senang.

Oleh karena itu komunikasi persuasif lebih menarik dikaji, karena komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunikasi yang akan dikaji adalah pada Gerakan Surah Buku, karena menurut penulis mereka mempunyai cara yang berbeda dalam mengajak orang lain untuk melek terhadap literasi. Tentang bagaimana kemudian strategi maupun teknik ajakan seperti apa yang digunakan kelompok ini.

Berdasarkan observasi dengan anggota komunitas tersebut menyatakan, Gerakan Surah Buku merupakan sebuah gerakan membaca yang bertujuan untuk mengajak orang-orang yang malas membaca supaya memahami makna tulisan.

Gerakan ini sendiri menerapkan sistem gotong royong, di mana semua kalangan orang bisa bergabung di tempat tersebut. Sistem surah yang dimaksud yakni di mana salah satu dari pendengar akan membaca sebuah buku dan kemudian mendeskripsikan maksud dan makna dari buku tersebut. Kemudian, orang yang mendengar bisa ikut menyampaikan perspektif dari diri mereka masing-masing.

Dalam membangun minat masyarakat untuk bergabung dan ikut membaca guna meningkatkan kesadaran literasi, maka diperlukan komunikasi persuasif. Hal itu harus diperhatikan dan diterapkan oleh anggota komunitas dengan ajakan baik yang tentunya tidak menggunakan kekerasan dan tidak bersifat memaksa. Acuan penelitian mengenai komunikasi persuasif dilakukan agar banyak pihak dapat belajar dari cara sebuah kelompok mengajak orang lain untuk membaca.

Kegiatan persuasif juga sudah menjadi perhatian dalam Al Quran menjelaskan tentang bagaimana cara berkomunikasi secara persuasif yang diterangkan dalam surah An Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِهِمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.(Q.S An Nahl: 125)

Pada tafsir Jalalain ayat diatas memiliki arti sebagai berikut: (serulah) manusia, hai Muhammad (kepada jalan Rabb mu) yakni agama Nya (dengan hikmah) dengan Al Quran (dan pengajaran yang baik) pelajaran yang baik atau nasehat yang lembut (dan bantahlah mereka dengan cara) bantahan (yang baik) seperti menyeru mereka untuk menyembah Allah dengan menyampaikan kepada mereka tanda-tanda kebesarannya atau dengan hujah hujah yang jelas. (sesungguhnya Rabb mu Dialah yang lebih mengetahui) Maha mengetahui (tentang siapa yang tersesat dari jalan Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk).⁶

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Nabi Muhammad diperintahkan oleh Allah untuk menyerukan agama yang bertujuan supaya mengajak manusia supaya menempuh jalan kebenaran dengan ucapan yang lemah lembut, tidak bersikap kasar, dan tidak menggunakan kekerasan. Alasan memilih penelitian Gerakan Surah Buku di Desa Limpok, karena komunitas tersebut suatu komunitas anak muda yang memang pemerhati pengembangan budaya literasi. Selain itu cara mereka mengajak orang agar membaca juga tanpa paksaan. Teknik persuasi yang dilakukan mereka juga dianggap perlu untuk dipelajari.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui komunikasi persuasif seperti apa yang digunakan anggota Gerakan Surah Buku dalam menarik minat membaca masyarakat. Berdasarkan amatan penulis, ada beberapa komunitas yang bergerak dibidang literasi yang aktif di

⁶TafsirQ, "Tafsir Quran Surah An-Nahl Ayat 125", <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-125>, diakses pada tanggal 20 Desember 2019.

Aceh. Diantanya, Arisan buku T36 Rak Baca, pustaka ransel, gerakan aceh membaca dan lainnya. Namun peneliti tertarik untuk meneliti pada komunitas Gerakan Surah Buku karena, peneliti mengamati ada proses komunikasi yang berbeda yang dilakukan Gerakan Surah Buku dalam menarik minat membaca masyarakat. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku dalam Menarik Minat Membaca Masyarakat”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana teknik Gerakan Surah Buku dalam melakukan pendekatan komunikasi persuasif terhadap jamaah Surah Buku ?
2. Bagaimana kondisi minat baca masyarakat sebelum adanya Gerakan Surah Buku ?
3. Bagaimana kondisi minat baca masyarakat sesudah adanya Gerakan Surah Buku ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas bahwa penelitian ini bertujuan untuk, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui komunikasi persuasif Gerakan Surah Buku dalam menarik minat membaca masyarakat

2. Untuk mengetahui kondisi minat baca masyarakat sebelum adanya Gerakan surah Buku
3. Untuk mengetahui kondisi minat baca masyarakat setelah adanya Gerakan Surah Buku

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah kontribusi untuk perkembangan ilmu komunikasi dibidang literasi

2. Secara praktis

Sebagai referensi dan kajian untuk menghadapi persoalan sosial yang berhubungan dengan budaya literasi sehingga semakin menarik minat membaca.

E. Penjelasan Konsep/ Definisi Operasional

1. Komunikasi Persuasif

Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari perkataan latin, persuasif, yang kata kerjanya adalah , yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Komunikasi persuasif merupakan kegiatan psikologis. Tujuannya adalah mengubah sikap, pendapat, perilaku yang dilakukan secara halus, serta mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga menimbulkan kesadaran, kerelaan dan perasaan senang.

Soemirat & Suryana menjelaskan bahwa penggunaan persuasi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang bisnis misalnya, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk pemasaran, periklanan, promosi penjualan, public relations, lobi, hubungan dengan pers, komunikasi internal perusahaan, komunikasi eksternal perusahaan, dan aspek-aspek lainnya.⁷

2. Minat Baca

Minat baca ialah keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca.⁸ Seseorang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan di wujudkannya dalam kesediaannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadaran sendiri atau dorongan dari luar. Minat dikenal dalam dua macam, yaitu minat spontan, yakni minat yang timbul dengan sendirinya. Dan minat yang disengaja, yaitu minat yang timbul karena dibangkitkan.

3. Gerakan Surah Buku

Gerakan Surah Buku merupakan suatu Gerakan atau metode yang bergerak pada literasi pendidikan, yang digagas oleh seorang putra Aceh bernama Iskandar. Awalnya komunitas ini berdiri di Yogyakarta pada tahun 2017. Kemudian mulai dikembangkan di Aceh pada tahun 2018. Komunitas GSB bertujuan untuk mengajak orang-orang yang malas membaca supaya

⁷ Soemirat & Suryana, *Falsafah dan Konsep konsep Dasar Komunikasi Persuasif* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hal. 32.

⁸ Farida Rahim, *Pegajaran Membaca di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hal. 28

memahami makna tulisan. Kegiatannya sendiri menerapkan sistem gotong royong, di mana semua kalangan orang bisa bergabung di tempat tersebut.

Sistem surah yang dimaksud yakni di mana salah satu dari pendengar akan membaca sebuah buku dan kemudian mendeskripsikan maksud dan makna dari buku tersebut. Kemudian, orang yang mendengar bisa ikut menyampaikan perspektif dari diri mereka masing-masing.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu diperlukan untuk mengetahui relevansi penelitian dengan penelitian sebelumnya yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti lainnya, dalam menelaah permasalahan dalam penelitian ini, maka dilihat beberapa kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan kajian ini. Penelitian yang dilakukan Muhammad Nabawi, Endang Erawan dan Kadek Dristiana yang berjudul “Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat terutama anak muda lebih senang dengan ruang baca yang bergerak dan menarik dibanding dengan ruang baca yang hanya berdiri di pojok ruangan. Artinya, untuk mempersuasikan masyarakat supaya mempunyai ketertarikan dalam membaca. Harus ada ide dan media/saluran kreatif. Penelitian lain telah dilakukan oleh Probo Tri Anggoro (Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta), berjudul “*Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Minat Belajar*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, beberapa komunitas telah melakukan teknik komunikasi persuasif untuk meningkatkan minat belajar. Ada beberapa teknik persuasif yang kemudian dapat digunakan sebagai metode yang efektif diantaranya, teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring*. Acuan lainnya adalah jurnal ilmiah dari Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Volume 5, Nomor 1, tahun 2018, oleh oleh Apriyani Caroline tentang “Komunikasi Persuasif Komunitas Kongkow Nulis Dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Pekan Baru”.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh komunikator dalam peningkatan budaya menulis sangatlah kuat. Sebagai komunitas yang mempunyai upaya penggebrakan dalam hal menulis dikalangan mahasiswa, komunikator komunitas Kongkow Nulis harus membangun dan memiliki kredibilitas yang mumpuni. Hovland, Janis dan Kelly menyebutkan paling tidak terdapat dua komponen kredibilitas sumber, yakni keahlian dan dapat dipercaya. Selain itu, penerima dalam menilai sumber berdasarkan pada faktor rasa aman, kualifikasi, dinamisme dan sosiabilitas. Menyimpulkan bahwa persepsi *persuadee* tentang diri yang berkaitan dengan tingginya keahlian, dapat dipercaya, kompeten, dinamisme dan karismatik.⁹

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah subjek yang diteliti. Peneliti hanya mengambil rujukan tentang komunikasi persuasif yang dipakai pada penelitian terdahulu untuk meningkatkan minat membaca dimasyarakat.

B. Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin “*Communis*” atau “*Common*” dalam bahasa Inggris yang berarti *sama*. Ini artinya, dalam berkomunikasi kita sedang

⁹Soemirat & Suryana, *Falsafah dan Konsep konsep Dasar Komunikasi Persuasif* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hal. 4.

mencari kesamaan makna.¹⁰ Secara terminologis, menurut Effendi Hidayat, pengertian komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dinilai berhasil jika adanya persamaan persepsi terhadap makna atau membangun makna (construct meaning) secara bersama pula. Melalui komunikasi kita mencoba berbagi informasi, gagasan, atau sikap kita dengan partisipan lainnya. Kendala utama dalam komunikasi kita adalah kita sering memiliki persepsi yang berbeda dengan lambang yang sama.

Oleh karena itu, menurut Sendjaja dalam Bungin, harusnya komunikasi dipertimbangkan sebagai aktifitas di mana tidak ada tindakan atau ungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika diidentifikasi oleh partisipan komunikasi yang terlibat.¹¹ Sementara itu beberapa pakar komunikasi seperti: C. Hovland, jenis dan Kelly, Fordale, Bren D. Ruben, dan Gerald R. Miller secara umum sepakat mendefinisikan komunikasi sebagai kegiatan mengirim dan mempengaruhi sebagai sebuah proses yang berlangsung secara utuh kepada individu, kelompok, dan organisasi melalui mekanisme tertentu (simbol, sinyal, ide pengetahuan dan keterampilan) dengan maksud mengubah dan memelihara sistem tertentu.¹²

¹⁰Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2009), cet ke 4, hal 257.

¹¹Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 257.

¹² Effendy, Onong Uchana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 15.

Berdasarkan definisi diatas kegiatan komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan baik disengaja maupun tidak disengaja yang dilakukan kepada pihak lain untuk tujuan mendapatkan perubahan yang diinginkan. Baik itu perubahan pikiran, perilaku, maupun perasaan. Definisi yang menekankan persamaan arti juga ditemukan dari rumus Gode yaitu : “ komunikasi adalah suatu proses yang membuat adanya kebersamaan bagi dua atau lebih orang yang semula dimonopoli oleh satu atau beberapa orang”.

Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa usaha persuasi yang dapat digunakan dalam usaha-usaha perubahan dalam arti luas termasuk dalam menyelesaikan sebuah permasalahan atau sebuah konflik. Komunikasi juga diharapkan dapat merubah sikap atau perilaku seseorang menjadi apa yang diinginkan komunikator.

C. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Menurut Olson dan Zanna salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Persuasi didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain.¹³ Menurut Deddy Mulyana, komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi di mana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah

¹³ Werner J. Severin, *Teori Komunikasi Sejarah Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 177.

laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksa.¹⁴

Banyak riset telah dilakukan berkenaan dengan komunikasi yang ditunjukkan pada perubahan sikap. Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita atas sesuatu. Sikap penting sekali karena ia mempengaruhi tindakan. Perilaku orang sering ditentukan oleh sikap mereka. Konsep lain yang terkait erat dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang. Oleh karena itu, perubahan sikap adalah sesuatu yang memiliki pengaruh besar dalam keberhasilan sebuah komunikasi persuasi tersebut. Tanpa perubahan sebuah sikap seseorang tidak dapat mengetahui secara jelas persuasi itu sendiri.

Pada umumnya sikap-sikap individu atau kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen :

- a. Kognitif : perilaku di mana individu mencapai tingkat “tahu” pada objek yang diperkenalkan
- b. Afektif : perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.
- c. Konatif : perilaku yang sudah sampai tahap individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek

¹⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 115.

Selain itu persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat di pengaruhi. Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah¹⁵

Istilah persuasi dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *Persuasion*, yang secara harfiah berarti hal *membujuk, mengajak* atau *meyakinkan*. Kenneth E. Andersen dalam bukunya, *to Communication Theory dan adn*, dalam hubungan masyarakat karangan Onong Uchjana Effendy mendefinisikan persuasi sebagai berikut: “A process of interpersonal communication in which the communicator seeks through the use symbols to affect the cognitions of a and thus affect a voluntary change in attitude or action desired by the communicator.”¹⁶

Dapat dipahami bahwa sebuah proses komunikasi secara interpersonal di mana komunikator berusaha melalui simbol-simbol yang digunakan untuk mempengaruhi kepercayaan penerima. Dengan demikian seorang melakukan perubahan suka rela dalam sikap atau tindakan seperti yang diinginkan oleh komunikator. Secara umum, komunikasi persuasive adalah suatu proses mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku

¹⁵Werner J. Severin, *Teori Komunikasi Sejarah Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal 20.

¹⁶Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), hal. 79.

seseorang, baik secara verbal maupun nonverbal sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

Andersen membatasi pengertian persuasi hanya pada komunikasi antar personal. Ia mengatakan bahwa ada tiga pergeseran penekanan yang penting antara batasan persuasi dengan komunikasi. *Pertama*, komunikasi didefinisikan sebagai upaya “mempengaruhi” kognisi, yakni menimbulkan dampak pada kognisi itu. Pada persuasi, dampak terhadap kognisi diupayakan untuk menghasilkan perubahan pada sikap, kepercayaan, nilai, atau tindakan (kognisi berarti kesadaran atau pikiran) Pergeseran.

kedua adalah penekanan pada kesenjangan dari perubahan yaitu menyebabkan perubahan tanpa menggunakan paksaan. Pergeseran *ketiga*, dari penekanan definisi persuasi adalah perubahan pada sikap atau kegiatan yang diinginkan oleh komunikator. Dalam proses ini, terjadi perubahan pada diri audiens berkaitan dengan pikirannya. Ia menjadi tahu bahwa pendapatnya keliru dan perlu diperbaiki. Jadi dalam hal ini intelektualnya menjadi meningkat. *Kedua*, afektif yaitu kesukaan pada suatu objek.

Dalam aspek tersebut mencakup kehidupan emosional audiens. Jadi tujuan komunikasi persuasi dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyenangkan dan menyetujui terhadap ide yang dikemukakan. *Ketiga*, kognitif yaitu audiens atau komunikasididorong untuk berbuat sesuatu atau melakukan sesuatu tindakan. Persuasi juga dapat

dikatakan proses, tetapi tidak statis, bukan sekedar kejadian atau peristiwa, sebuah objek, suatu tindakan. Tidak bisa disentuh, dilihat atau diukur langsung. Selanjutnya persuasi tersebut dapat menimbulkan perubahan. Sementara itu, kita dapat mengukur target persuasi dengan membandingkan pernyataan yang mendalam atau perilaku yang nampak (atau keduanya) sebelum dan setelah intervensi atau perlakuan. Persuasi juga dapat di dasari atau tidak disadari.

Komunikator dapat secara sadar untuk melakukan perubahan secara spesifik bagi individu atau kelompok. Hal ini terjadi di mana pembicaraan persuasi merencanakannya dan mengucapkan kata-kata dengan tujuan khusus untuk merubah sikap penerima atau.Persuasi juga bisa dilakukan secara verbal dan nonverbal. Kita mengetahui bahwa kata-kata jika digabungkan secara tepat dapat menimbulkan efek persuasi. Aspek-aspek nonverbal seperti ekspresi wajah, gerak tangan, bentuk tubuh, dan lain sebagainya, juga turut menentukan persuasi yang dilakukan.

Berdasarkan beberapa definisi yang ditemukan, kita dapat mengambil makna dari persuasi, yakni melakukan upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang dikemukakan. Kita juga dapat mengambil makna dari persuasi, yakni melakukan upaya pengubahan sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi dan halus. Dengan akibat munculnya kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan komunikator.

2. Jenis-jenis Persuasif

Untuk mempengaruhi komunikan, komunikator harus memikirkan strategi yang tepat. Ada beberapa jenis persuasif yaitu :

- a. Persuasi rasional, merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat nalar, khalayak tidak dipaksa untuk mencapai suatu sikap terhadap topik yang dibahas, melalui pemberian informasi yang jujur, dengan sikap khas memandang khalayak sebagai sasaran akhir, dan bukan alat untuk mencapai tujuan komunikator
- b. Persuasi manipulatif, bila persuasi rasional memandang khalayak sebagai sasaran akhir, maka sebaliknya, persuasi manipulatif sekedar menilai khalayak sebagai alat untuk mencapai tujuan komunikator. Untuk itu banyak data yang dipakai yang bukan saja terdiri dari data jujur, tetapi juga data yang tidak benar demi pencapaian tujuan
- c. Persuasi ancaman, merupakan teknik yang bukan saja membawa informasi tentang benar dan tidaknya saran, tetapi juga suatu keterangan tambahan, bila khalayak tidak melaksanakan apa yang dianjurkan, ia akan dikenakan sanksi yang cukup merugikan dirinya tetapi masih memungkinkan suatu pilihan oleh khalayak.¹⁷

Dari poin poin tersebut, dalam proses komunikasi persuasif, komunikator sering menggunakan poin kedua dan ketiga agar proses persuasif berhasil. Dalam praktiknya harus digunakan secara efisien.

¹⁷Astrid S Susanto Sunario, *Komunikasi Pengendalian dan Komunikasi Pengawasan*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1989), hal. 84-85.

Misalnya komunikator dan komunikan harus menjalin kontak. Namun, poin kesatu lebih sering digunakan oleh pengajar.

3. Teknik teknik Komunikasi persuasif

Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif teknik yang dipilih adalah sebagai berikut¹⁸ :

a. Teknik Asosiasi

Teknik ini merupakan teknik yang menyajikan pesan dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Jadi, pesna komunikasi dihubungkan dengan kondisi atau peristiwa yang sedang atau baru saja terjadi sehingga komunikan akan tertarik dengan pesan yang disampaikan. Dengan teknik ini, pesna disesuaikan dengan sesuatu yang menjadi *trend* sehingga tidak terkesan kaku dan mudah diterima masyarakat.

b. Teknik Integrasi

Adalah menyatukan diri komunikator dengan komunikan. Penggunaan kata-kata verbal yang menyatakan satu dengan komunikan. Hal ini menandakan bahwa komunikator dan komunikan senasib dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Contoh untuk teknik integrasi ini adalah penggunaan kata “kita”. Penggunaan kata tersebut berarti saya dan anda. Komunikator dan komunikan yang

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 22

mengandung makna bahwa yang diperjuangkan komunikator bukan kepentingan diri sendiri melainkan juga kepentingan komunikan.

c. Teknik Ganjaran

Adalah kegiatan yang mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Teknik ini berupaya menumbuhkan kegairahan emosional. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik pembangkit rasa takut. Suatu cara yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk apabila tidak mengetahui informasi atau pesan yang disampaikan. Jadi, teknik ini menjanjikan ganjaran. Teknik ini juga menjadi sebab akibat dari perbuatan yang kita lakukan.

d. Teknik Red – Herring

Adalah seni komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan. Untuk dapat melaksanakan teknik ini, seorang komunikator harus menguasai materi atau topic yang didiskusikan dan didebatkan oleh komunikan. Dengan demikian pesan tetap bisa dipahami oleh komunikan.

e. Teknik Tataan

Adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar dan orang memiliki kecenderungan untuk mengikuti apa yang disarankan oleh pesan tersebut. Teknik ini juga bisa disebut seni dalam menata pesan dengan imbauan emosional sedemikian rupa sehingga komunikan tertarik perhatiannya. Upaya menampilkan imbauan emosional dimaksudkan agar komunikan tertarik hatinya melalui kata-kata yang indah. Dengan demikian diharapkan komunikan akan mudah melaksanakan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Selain itu juga, komunikasi persuasif memiliki beberapa faktor supaya orang yang akan dipengaruhi dapat mengikuti keinginan komunikator, yakni mampu berpikir dalam kerangka acuan yang lebih besar untuk penggunaan teknik yang tepat dalam suatu keadaan tertentu. Serta mampu menegakkan kredibilitas, mampu berempati, mampu menunjukkan perbedaan dengan sasaran, dan mampu mengetahui saat-saat yang tepat untuk menggiring audiens.

4. Prinsip-prinsip persuasif

Menurut Dedi, dalam prinsip komunikasi persuasif ada lima prinsip, diantaranya¹⁹:

¹⁹ Dedi dan Yosol, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hal. 121

a. Membujuk demi konsistensi

Khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan sejalan dengan kepercayaan, sikap, dan nilai saat ini. Sikap didefinisikan sebagai predisposisi mengenai suka atau tidak suka. Nilai sebagai pernyataan terakhir yang lebih abadi dari eksistensi atau mode yang luas dari perilaku. Kepercayaan adalah tingkat keyakinan.

b. Membujuk demi perubahan-perubahan kecil

Khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan khalayak merupakan perubahan kecil dan bukan perubahan besar perilaku mereka.

c. Membujuk demi keuntungan

Khalayak lebih mungkin mengubah perilakunya apabila perubahanyang disarankan akan menguntungkan mereka lebih dari biaya yang mereka keluarkan.

d. Membujuk demi pemenuhan kebutuhan

Khalayak lebih mungkin mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang disarankan berhubungan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka.

e. Membujuk berdasarkan pendekatan-pendekatan gradual.

Bergantung pada penerimaan khalayak terhadap perubahan yang disarankan pembicara dalam kehidupan mereka. Pendekatan gradual

menganjurkan yang lebih memungkinkan untuk bekerja dibandingkan pendekatan yang meminta khalayak untuk segera berubah perilakunya.

D. Teori Teori Persuasif

Persuasi erat dikaitkan dengan perubahan sikap akibat pengaruh orang lain. Dalam hal ini, ada beberapa konsep teori komunikasi persuasif, yakni :

1. Teori Perubahan Sikap

Teori ini menjelaskan tentang sikap perubahan individu yang terjadi dari waktu ke waktu, dan terjadi karena perbedaan sikap individu dalam menanggapi suatu rangsangan. Sebuah program utama riset yang berkenaan dengan perubahan sikap dilaksanakan oleh psikolog Carl Hovland dan rekan-rekannya pada tahun 1940-an dan 1950-an. Pendekatan Hovland terhadap perubahan sikap pada intinya adalah sebuah teori pembelajaran atau pendekatan teori penguatan. Dia yakin bahwa sikap-sikap dipelajari dan bahwa mereka diubah melalui proses yang sama yang terjadi ketika pembelajaran terjadi.²⁰

Pada dekade dekade sejak lahirnya karya Hovland, para peneliti mulai mengamati pesan kognitif yang mendasari perubahan sikap. Pendekatan ini berupaya mengidentifikasi proses berpikir yang terlibat dalam perubahan sikap. Model respons kognitif Anthony Greenweld, yang menunjukkan bahwa perubahan sikap berasal dari penerima yang secara aktif berpikir tentang sebuah pesan, adalah sebuah contoh dari pendekatan ini.²¹ Konsep sikap yang telah

²⁰Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hal. 180.

²¹ Anthony Greenweld, *Cognitive Learning, Cognitive Response to Persuasion, and Attitude Change*, (New York :Ohio State University Colombus, 1968), hal. 149.

dideskripsikan mungkin adalah yang paling istimewa atau penting dalam psikologi sosial Amerika kontemporer. Ia menyebutkan bahwa istilah itu muncul untuk menggantikan istilah-istilah samar dalam psikologi seperti naluri, adat-istiadat, tekanan sosial, dan sentimen.

Beberapa definisi penting sikap adalah sebagai berikut :

- Sikap pada dasarnya adalah suatu cara pandang terhadap sesuatu
- Kesiapan mental dan sistem syaraf, dan diorganisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respons seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait
 - Sebuah kecenderungan yang bertahan lama, dipelajari untuk berperilaku dengan konsisten terhadap sekelompok objek
 - Sebuah sistem evaluasi positif atau negatif yang awet, perasaan-perasaan emosional dan tendensi tindakan pro atau kontra terhadap sebuah objek sosial.

2. Teori Efek Media Massa

Media massa dapat menumbuhkan berbagai macam rangsangan. Oleh sebab itu, efek media massa juga memungkinkan untuk memberi perubahan sikap pada seseorang. Hal ini dapat diuraikan kedalam empat perumusan khusus yang merupakan ringkasan pemikiran kontemporer tentang pengaruh media massa. Seperti yang dikatakan yaitu²² :

²² Melvin De Fleur, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta: MedPress, 1982), hal. 185.

a. Teori perbedaan-perbedaan individu

Pada teori ini, para ahli menekankan pada betapa eratnya hubungan antara kegiatan belajar dengan motivasi. Suatu studi laboratorium yang bersifat eksperimen berhasil meyakinkan para ahli psikologi bahwa beberapa tingkat motivasi dapat ditumbuhkan melalui proses belajar, serta tidak setiap individu dapat memperoleh motivasi berdasarkan rangsangan yang sama. Dari hasil studi tersebut timbul pengakuan adanya motivasi individu serta perbedaan-perbedaan pengalaman berdasarkan hasil belajar. Dengan demikian, setiap individu memiliki kepribadian masing-masing yang juga akan mempengaruhi perilaku mereka dalam menanggapi sesuatu.

Karena tiap individu tidak sama perhatian, kepentingan, kepercayaan maupun nilai-nilainya, maka dengan sendirinya selektivitas mereka terhadap komunikasi massa juga berbeda. Oleh sebab itu, pengakuan hadap individu dalam menanggapi komunikasi diwujudkan dalam teori perbedaan-perbedaan individu mengenai pengaruh komunikasi massa. Dengan demikian, pengaruh media terhadap individu akan berbeda satu sama lain. Hal tersebut disebabkan adanya perbedaan psikologis diantara individu.

b. Teori Kategori Sosial

Asumsi dasar teori kategori sosial adalah teori sosiologi yang berhubungan dengan kemajemukan masyarakat modern, di mana dinyatakan bahwa masyarakat yang memiliki sifat-sifat tertentu yang sama akan membentuk sikap yang sama dalam menghadapi rangsangan sesuatu.

Persamaan dalam orientasi serta sikap akan berpengaruh pula terhadap tanggapan mereka dalam menerima pesan komunikasi yang sama dan akan menanggapi isi komunikasi tersebut dengan cara yang sama.

Harold D Laswell merumuskan penggabungan teori-teori serta variabel yang erat hubungannya. Ketika ia menyatakan bahwa cara paling tepat untuk menggambarkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini : Siapa ?, mengatakan apa ?, dengan saluran yang mana ?, kepada siapa ?, dengan pengaruh bagaimana ?²³

c. Teori Hubungan Sosial

Teori hubungan sosial menyatakan bahwa dalam menerima pesan-pesan komunikasi melalui media, orang lebih banyak memperoleh pesan melalui hubungan atau kontak dengan orang lain daripada menerima langsung dari media massa. Dalam kenyataannya terbukti bahwa orang-orang yang langsung menerima informasi dari media tersebut dari orang lain melalui saluran komunikasi informal. Maka arus informasi akan melalui dua tahap.

Pertama, informasi bergerak dari media kepada individu-individu yang relatif “*well Informed*”. Mereka pada umumnya langsung memperoleh informasi. Kedua, informasi tersebut kemudian bergerak melalui saluran komunikasi antar pribadi kepada individu-individu yang kurang memiliki hubungan langsung dengan media dan ketergantungan mereka akan

²³ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta : PT Buku Kita, 2009), hal. 24.

informasi pada orang lain besar sekali. Proses komunikasi yang demikian ini dinamakan komunikasi dua arah.

d. Teori Norma-Norma Budaya

Teori ini menganggap bahwa media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan secara tertentu dapat menumbuhkan kesan-kesan yang oleh khalayak disesuaikan oleh norma-norma dan budaya. Dalam hal ini, media akan bekerja secara tidak langsung untuk memengaruhi sikap individu tersebut.

Paling sedikit ada tiga cara untuk memengaruhi norma-norma budaya yang dapat ditempuh oleh media massa. Pertama, pesan-pesan komunikasi massa dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku dalam membimbing masyarakat. Kedua, media dapat menciptakan pola-pola budaya baru yang tidak bertentangan dengan pola budaya yang ada. Ketiga, media massa dapat mengubah norma-norma budaya yang berlaku dengan demikian mengubah perilaku individu-individu dalam masyarakat.

Menurut Lazarfel dan Merton dalam Wright mengatakan bahwa media sebenarnya hanya berpengaruh dalam memperkuat norma-norma budaya yang berlaku.²⁴ Persoalan yang menyangkut dapatkah media massa mengubah perilaku masyarakat yang telah mapan masih merupakan persoalan yang rumit. Namun, dengan demikian berdasarkan teori ini dapat dikatakan bahwa media massa dapat memperkuat norma-norma budaya

²⁴Tommy Suprpto, Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi, (Yogyakarta : PT Buku Kita), hal 26.

dengan informasi informasi yang disampaikan setiap hari. Selain itu, media massa dapat mengaktifkan perilaku tertentu.

E. Minat Baca Masyarakat

1. Pengertian Minat

Secara umum, minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari atau mencoba aktivitas aktivitas dalam bidang tertentu. Witherington berpendapat bahwa minat adalah kesadaran seseorang pada sesuatu. Suatu soal atau situasi yang bersangkutan paut pada dirinya sendiri. Tanpa kesadaran seseorang pada suatu objek, maka individu tidak akan pernah mempunyai minat terhadap sesuatu.²⁵

Minat terbentuk karena adanya kebutuhan seseorang sepenajang perkembangan seseorang tersebut. Kebutuhan ini sebagai stimulus atau perangsang jadi agar stimulus dapat menumbuhkan minat, tentu haruslah menarik minat (manusia cenderung menyukai yang menarik bagi dirinya dan menguntungkan). Agar stimulus dapat menarik dapat dicapai melalui proses perhatian terhadap stimulus, stimulus dapat dimengerti, kemudian barulah stimulus tersebut dapat diterima.

²⁵Rivda Yetti, “Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Terhadap Minat Membaca Anak Ditinjau Dari Pendekatan Stres Lingkungan”, Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, (Vol IX Nomor 1, April 2009), hal 19.

2. Pengertian membaca

Sedangkan membaca merupakan kegiatan atau proses menerapkan sejumlah keterampilan mengolah teks bacaan dalam rangka memahami isi bacaan. Pada umumnya, tujuan membaca dibagi menjadi tiga tujuan utama, yaitu : (1) membaca untuk studi, (2) membaca untuk usaha, (3) membaca untuk kesenangan. Dalam hal ini, tujuan membaca harus ditetapkan sebelum kegiatan membaca agar lebih mudah dalam memahami dan mendapatkan informasi.

3. Pengertian Minat Baca

Minat membaca adalah kecenderungan jiwa yang aktif dalam memahami pola bahasa untuk memperoleh informasi yang erat hubungannya dengan kemauan, aktifitas dan perasaan senang secara potensial memungkinkan individu untuk memilih, memperhatikan dan menerima sesuatu yang datang dari luar dirinya.²⁶ Minat baca juga dapat diartikan sebagai keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca. Seseorang yang mempunyai minat baca yang kuat akan di wujudkannya dalam kesediaannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadaran sendiri atau dorongan dari luar²⁷

²⁶Ibnu Ahmad Shaleh, *Penyelenggaraan Perpustakaan Sekolah*, (Jakarta: Hidakarya Agung, 1999), hal 161.

²⁷Farida Rahim, *Pengajaran Membaca Di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal 28.

4. Pengertian Masyarakat

Menurut Linton, masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama, sehingga mereka ini dapat mengorganisasikan dirinya berfikir tentang dirinya dalam suatu kesatuan sosial dengan batasan-batasan tertentu.²⁸ Masyarakat hadir dalam sebuah tatanan sosial yang berbentuk suatu kelompok orang dalam sebuah sistem semi tertutup atau terbuka yang sebagian besar interaksinya adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.

5. Aspek-aspek Minat Baca

Secara umum tujuan kegiatan membaca dapat digolongkan menjadi dua, yaitu tujuan praktis dan tujuan kultural. Tujuan praktis artinya tujuan membaca untuk memperoleh hasil praktis seperti untuk lulus ujian. Memahami sebuah masalah, menambah pengertian akan berbagai hal bentuk latar belakang persoalan dan sebagainya. Tujuan kultural artinya tujuan membaca yang sekedar untuk rekreasi rohani belaka atau sebagai hiburan.²⁹ Hurlock mengemukakan bahwa minat sendiri terdiri dari dua aspek, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif³⁰

²⁸ Abu Ahmadi, *Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal 225.

²⁹ Sulisty Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1991), hal. 23.

³⁰ E.B Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*, (Jakarta: Erlangga, 1990), hal 116.

a. Aspek kognitif

Aspek yang didasari pada konsep perkembangan dimasa anak-anak mengenai hal-hal yang menghubungkan dengan minat. Minat pada aspek ini berpusat pada apakah hal yang diminati akan menguntungkan dan mendapatkan kepuasan pribadi.

b. Aspek Afektif

Merupakan konsep yang menampilkan aspek kognitif dari minat ditampilkan dalam sikap terhadap kegiatan yang diminati akan terbangun. Seperti aspek kognitif, aspek afektif dikembangkan dari pengalaman pribadi, sikap orang tua, guru, dan teman yang mendukung terhadap aktifitas yang diminati.

Selanjutnya menurut Kotler dan Armstrong, seorang individu yang memiliki minat terhadap sesuatu akan menunjukkan adanya perhatian dan rasa senang terhadap objek tersebut. Setelah itu muncul keinginan dan perasaan yakin bahwa objek tersebut memberikan manfaat bagi individu.³¹

³¹ Kotler P. Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran, Alih Bahasa Damos Sihombing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal . 116.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan lokasi penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Dalam proses pengamatan tersebut, peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks.

Data berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis, hasil analisis tersebut dapat berupa penggambaran atau deskripsi. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Nawawi, mengemukakan bahwa metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya.³²

³² Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), hal. 67.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Limpok, Darussalam, Aceh Besar. Tepatnya di kedai kopi “Kamp Biawak”. Yaitu tempat dilakukannya Surah Buku.

B. Objek dan Subjek Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah, peneliti harus menentukan terlebih dahulu objek dan subjek penelitian. Yaitu, objek penelitian adalah sesuatu yang akan menjadi bahan perhatian penelitian kita. Sedangkan subjek penelitian adalah suatu di mana objek penelitian tersebut melekat atau menjadi sumber dari objek penelitian. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Gerakan Surah Buku. Tentang bagaimana Gerakan Surah Buku mempersuasikan masyarakat untuk sadar akan pentingnya budaya membaca. Subjek dalam penelitian ini adalah pendiri Gerakan Surah Buku

Maka objek dalam penelitian ini adalah orang yang terlibat dalam kegiatan Surah Buku. Objek dalam penelitian ini adalah sepuluh orang peserta dalam kegiatan Surah Buku. Yang mana peneliti mengambil tiga klasifikasi, penggagas Gerakan Surah Buku, anggota aktif Gerakan Surah Buku dan peserta Gerakan Surah Buku.

C. Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang memberikan informasi tentang dirinya maupun orang lain terhadap kejadian kepada peneliti. Informan penelitian bukan hanya sebagai objek yaitu orang yang memberikan informasi tentang apa yang

ada di luar diri mereka, melainkan sebagai subjek penelitian yang akan dijadikan sebagai sumber data. Menurut Bungin Tiga mekanisme untuk menentukan informan dalam penelitian yaitu mekanisme *purposive*, kuotadan bola salju (*snowballing*).³³

Informan penelitian juga merupakan orang yang diyakini memiliki pengetahuan tentang permasalahan yang sedang diteliti. Setelah ditetapkan lokasi penelitian, selanjutnya dipilih informan sebagai subjek penelitian. Dalam buku Rukin yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif, disebutkan menurut Meleong bahwa penetapan informan dalam sebuah penelitian dapat menggunakan metode *purposive* di mana peneliti menetapkan informan berdasarkan anggapan bahwa informan dapat memberikan informasi yang diinginkan penelitian sesuai dengan permasalahan penelitian³⁴

Tabel 1.1 Nama-Nama Informan Penelitian

NO	INFORMAN	JABATAN
1.	Iskandar	Penggagas Gerakan Surah Buku
2.	Mukmin M Nur	Anggota Aktif Gerakan Surah Buku
3.	Teniro	Anggota Aktif Gerakan Surah

³³ Irwan, *Dinamika dan Perubahan Sosial pada Komunitas Lokal*. (Yogyakarta: Deepublish,2018), hal. 64-65.

³⁴ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia,2019). hal. 75.

		Buku
4.	Ahmad Mufti	Anggota Aktif Gerakan Surah Buku
5.	Irza Ulya	Anggota Aktif Gerakan Surah Buku
6.	Sayed Firyal Ramzi	Anggota Aktif Gerakan Surah Buku
7.	Muhammad Hendri	Anggota Aktif Gerakan Surah Buku
8.	Khaliq Nasution	Peserta Surah Buku
9.	Akbar Rafsanjani	Peserta Surah Buku
10.	Fajri Geubrina	Peserta Surah Buku
11.	Zulfikri	Peserta Surah Buku

Menurut pendapat Spredley informan harus memiliki beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan yaitu :

1. Subjek yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan

memberikan informasi diluar kepala tentang sesuatu yang dinyatakan

2. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran atau penelitian
3. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi
4. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

D. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan informan sebagai sumber data. Informan adalah individu yang diharapkan dapat menjadi mitra peneliti. Adapun sumber data yang digunakan ada dua yaitu :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh di lapangan bersumber dari informan (Pendiri Gerakan Surah Buku, dan peserta Gerakan Surah Buku) di Kamp Biawak, Limpok. Adapun jumlah informan yang akan diwawancarai peneliti adalah 11 orang.

- b. Data sekunder, yaitu data yang digunakan adalah literatur yang berkaitan dengan komunikasi persuasif, metode penelitian, Al Quran dan lain-lain

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan sesuatu yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Metode Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan menyaksikan langsung. Dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang diteliti.³⁵

- b. Metode Wawancara

Wawancara terdiri dari sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan peneliti dan diajukan kepada informan mengenai topik penelitian secara tatap muka, dan peneliti merekam jawaban jawabannya sendiri.³⁶ Wawancara juga merupakan cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi dari responden dengan cara bertatap muka langsung.

³⁵Rosandy Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Edisi I (Jakarta : Rajawali Pers, 2010) hal. 221.

³⁶Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), hal. 50.

Namun demikian, wawancara juga bisa dilakukan dengan alat komunikasi lainnya seperti telepon genggam. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara bertahap. Wawancara terarah yang dilaksanakan secara bebas dan juga mendalam. Tapi kebebasan ini tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara³⁷

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data berupa catatan atau dokumen yang tersedia serta pengambilan gambar disekitar objek penelitian yang akan dideskripsikan pembahasan yang akan membantu dalam penyusunan hasil penelitian. Dokumentasi dimaksudkan untuk memperoleh data langsung dari lokasi penelitian. Dokumentasi juga dilakukan untuk melengkapi data hasil observasi dan wawancara.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan pengumpulan data di lapangan, analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dengan menggunakan teknik analisis data sebagai berikut Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, atau bahan-bahan yang ditemukan di lapangan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan model analisis interaktif. Sugiyono mengemukakan ada tiga komponen pokok dalam analisis data yakni:

³⁷Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hal. 113.

a. Reduksi Data

Adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, proses ini berlangsung terus menerus. Reduksi data meliputi meringkas data, mengkode, menelusuri tema dan membuat gagasan

b. Penyajian Data

Penyajian data yang diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian dipilih antara yang dibutuhkan dan yang tidak dibutuhkan, lalu dikelompokkan kemudian diberi batasan masalah

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep dasar penelitian. Verifikasi dimaksudkan agar penelitian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian tersebut lebih tepat dan objektif

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Gerakan Surah Buku

1. Sejarah Singkat

Gerakan Surah Buku berdiri pada tanggal 20 Januari 2017. Digagas oleh Iskandar yang saat ini menjadi salah satu dosen di Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Jantho. Ketika ia sedang menyelesaikan pendidikan magisternya di salah satu universitas di Yogyakarta. Iskandar bersama putra Aceh yang berada di Yogyakarta merancang suatu kegiatan yang bermanfaat, yang bertujuan membangun literasi masyarakat. Ia memulainya di lingkungan sekitar tempat ia tinggal. Menurutnya, masyarakat sebenarnya punya wawasan yang luas hanya saja jarang diasah dan kurang berani untuk tampil. Oleh sebab itu, ia merasa perlu untuk mengembangkan suatu metode khusus untuk membangkitkan semangat masyarakat dalam hal literasi, terutama masyarakat Aceh.³⁸

2. Profil Gerakan Surah Buku

Gerakan Surah Buku berdiri pada tanggal 20 Januari 2017. Digagas oleh Iskandar yang saat ini menjadi salah satu dosen di ISBI Jantho. Gerakan Surah Buku bukanlah suatu komunitas melainkan suatu gerakan yang mengajak orang untuk membaca dan berdialektika. Gerakan ini bertujuan untuk orang-orang yang malas membaca dan dapat memahami apa arti penting dari sebuah tulisan. Gerakan ini sendiri menerapkan sistem

³⁸ Hasil wawancara dengan Iskandar di Kamp Biawak, Limpok, tanggal 6 Juli 2020

Gotong Royong di mana semua kalangan orang bisa bergabung di tempat tersebut. Tidak ada batasan batasan orang tertentu, semua yang ingin mengikuti gerakan tersebut dibolehkan.

Didalam gerakan ini sendiri sistemnya itu di mana salah satu dari pendengar akan membaca sebuah buku dan menyuruh atau mendiskusikan maksud dan makna dari buku tersebut. Kemudian semua orang yang mendengar itu bisa ikut menyampaikan perspektif dari diri mereka masing-masing. Di gerakan tersebut tidak adanya sifat pemaksaan, semua dilakukan dengan cara membaaur satu sama lain. Dalam kegiatan ini juga setiap orang bisa saling beradu argumen tapi dengan seperti itu bukan untuk memperdebatkan melainkan hanya untuk menyatukan dan menemukan titik temu dari setiap argumen tersebut

Kalangan yang hadir disetiap kegiatan surah buku pun beragam. Mulai dari mahasiswa, akademisi dan masyarakat umum lainnya. Oleh karena itu, dengan adanya gerakan ini kita dapat menyatukan dari setiap pendapat mengenai buku yang kita baca.³⁹ Gerakan ini sendiri tidak memiliki sekretariat atau tempat berkegiatan khusus. Semuanya dilakukan di tempat terbuka. Untuk beberapa kali berkegiatan, dilakukan di Kamp Biawak, Limpok dan Kamp Konsentrasi Seni di Jantho.

³⁹ Hasil wawancara dengan Iskandar di Kamp Biawak, Senin 6 Juli 2020

3. Visi Misi Gerakan Surah Buku

Adapun visi dari gerakan surah buku adalah mengembangkan kembali metode surah dalam bidang literasi. Adapun misi dari Gerakan Surah Buku adalah mengajak kembali masyarakat untuk membaca dan berdiskusi dengan membentuk ruang yang nyaman masyarakat untuk berdiskusi. Melahirkan pemikir yang berbobot dan berguna bagi dirinya dan masyarakat sendiri.⁴⁰

B. Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku Dalam Menarik Minat Membaca Masyarakat

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses hubungan timbal balik yang dilakukan Komunikator terhadap komunikan. Menurut Deddy Mulyana, komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi di mana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksa. Menurut penulis komunikasi persuasif sendiri merupakan proses mengajak orang lain agar orang tersebut bertingkah laku seperti apa yang diharapkan si pengajak. Dalam hal ini, komunikasi persuasif mengajak masyarakat untuk sadar dan menumbuhkan minat membaca. Hubungan timbal balik dilakukan antar sesama pegiat Gerakan Surah Buku.

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Iskandar di Kamp Biawak, Limpok, tanggal 6 Juli 2020

Mukmin M Nur merupakan salah satu pegiat Gerakan Surah Buku, awalnya ia pernah mengikuti kegiatan tersebut di Yogyakarta. Namun pada September 2019 lalu, ia bersama temannya tertarik untuk membuat kegiatan serupa

“Saya melihat minat baca masyarakat dikita masih sangat kurang. Bukan bermaksud menyalahkan tapi kami disini ingin membangun kesadaran masyarakat ketika minat baca masyarakat masih kurang. Dengan cara mengajak buat ikut kegiatan ini dulu. Saya dulunya bukan orang yang suka membaca tapi karena pengaruh teman yang selalu menyodorkan bukunya untuk saya baca, kemudian saya mencobanya. Ternyata membaca merupakan sesuatu yang asik.”⁴¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa adanya komunikasi persuasif yang dilakukan responden untuk mempengaruhi masyarakat. Ada beberapa aspek yang harus ada dalam komunikasi persuasif. Yakni aspek Kognitif yaitu perilaku di mana individu mencapai tingkat “tahu” pada objek yang diperkenalkan. Dalam hal ini adanya kesadaran dan pengetahuan responden terhadap minat baca masyarakat sehingga ia kemudian peduli dan ingin mempersuasikan masyarakat untuk sadar akan pentingnya budaya membaca atau kepekaan literasi.

Pada pernyataan tersebut responden secara tidak langsung juga menunjukkan kesukaannya terhadap membaca sehingga penulis dapat menyatakan bahwa responden telah mencapai aspek afektif, yakni perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.

Responden lainnya, Teniro yang juga merupakan salah satu pegiat Gerakan Surah Buku. Ia aktif menggalakkan Surah Buku bersama Mukmin pada awal

⁴¹Hasil wawancara dengan Mukmin di Toko Kopi Kiri, 20 Juni 2020.

September lalu. Sebelumnya ia juga pernah mengikuti kegiatan Surah Buku di Jantho.

“Untuk memengaruhi minat membaca masyarakat, disurah buku bukan hanya membaca tapi ada ruang dialektika yang dibangun makanya seru.”⁴²

Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa responden dalam menjalankan tugas persuasifnya telah mencapai tingkat Konatif, yakni perilaku yang sudah sampai tahap individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek. Secara umum, minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari atau mencoba aktivitas aktivitas dalam bidang tertentu. Minat datang dari diri manusia itu sendiri, akan tetapi dapat juga dipengaruhi oleh orang lain. Proses memengaruhi inilah yang kemudian disebut persuasif.

Pendekatan untuk memengaruhi orang lain dapat dilakukan dengan kemampuan secara baik dan jelas. Memahami teknik komunikasi persuasif sangat penting dalam penanganan perkara perceraian. Berbagai teknik yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya misalnya teknik integrasi yaitu bagaimana menyatukan atau menjelaskan isi pesan komunikasi yang disampaikan oleh pegiat surah buku kepada orang lain.

⁴² Hasil wawancara dengan Mukmin di Toko Kopi Kiri, 20 Juni 2020.

1. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik-teknik komunikasi persuasif dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk menyampaikan informasi. Dengan adanya teknik yang baik, maka proses persuasif yang dilakukan sedikitnya lebih terbantu. Untuk mengetahui beberapa teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pegiat surah buku peneliti kemudian mencoba menganalisis beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan Gerakan Surah buku, adalah sebagai berikut :

a. Teknik Asosiasi

Dalam proses memengaruhi minat menggunakan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang menjadi perhatian masyarakat. Para pegiat Surah Buku mencoba membaca perhatian masyarakat. Dimana mereka mengusung konsep pergerakan untuk membentuk pola baru dalam pertumbuhan budaya minat membaca masyarakat.

“Saya melihat pola masyarakat kita dalam hal ini lebih ke atmosfer, misalnya apa yang menjadi dilingkungan disitu masyarakat gabung. Misalnya sekarang lagi trendnya membaca, maka masyarakat ramai-ramai membaca. Makanya kita disini lebih mengusung konsep gerakan ketimbang komunitas. Kita mengajak masyarakat dengan cara membuat suatu Gerakan dan membentuk suatu ruang yang nyaman untuk masyarakat membaca dan berdialektika.”⁴³

⁴³ Hasil wawancara dengan Teniro di Toko Kopi Kiri, 20 Juni 2020.

Berdasarkan gambaran tersebut maka dampak komunikasi persuasif dalam membangun suasana yang vakum bagi para pihak dapat terealisasikan, meskipun hal tersebut hanya berdampak kepada masyarakat yang berminat saja.

b. Teknik Integrasi

Kemampuan pegiat surah buku untuk menyatukan diri dengan orang yang baru bergabung dengan kegiatan surah buku tersebut. Dalam proses obeservasi lapangan, peneliti melihat para pengikut kegiatan surah buku saling berinteraksi satu sama lain. Terlihat tidak ada jarak antara pengikut yang baru bergabung dan pengikut yang sudah lama bergabung. Sebelum memulai kegiatan, mereka saling berkenalan satu sama lain. Mereka juga saling membangun keakraban.

Zulfikri salah satu pengikut surah buku yang baru bergabung mengaku nyaman pada lingkungan kegiatan surah buku yang dibangun oleh pegiat gerakan surah buku.

“Di surah buku itu enak, gak ada judgment ketika kita mengemukakan pendapat kita. Semua kayak teman dekat.”⁴⁴

Pernyataan Zulfikri membuktikan para pegiat Gerakan Surah Buku mengajak orang lain untuk bergabung dengan cara melebur menjadi satu dengan para pengikut yang baru bergabung. Dengan demikian teknik

⁴⁴ Hasil wawancara Zukfikri melalui telepon seluler 29 Juni 2020

integrasi yang dipakai dinilai berhasil dan mampu mempersuasifkan para pengikut Gerakan Surah Buku.

c. Teknik ganjaran

Kegiatan untuk mempengaruhi para pihak dengan mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan yang bagus. teknik ini berdaya upaya menumbuhkan kegairahan emosional. Namun seperti yang diutarakan oleh Sayyed Firyal Ramzi, salah satu responden dari pengikut gerakan surah buku para pihak pegiat surah buku tidak menawarkan sesuatu ataupun tidak menjanjikan sesuatu masyarakat mengikuti kegiatan tersebut

“Kami tidak pernah memaksa orang buat ikut kegiatan ini. Masyarakat mengikutinya secara sadar tanpa paksaan dan iming-iming.”

Hal serupa juga diutarakan Irza Ulya, yang juga pegiat dari gerakan surah buku. Dari awal mengikuti kegiatan ini, ia kemudian konsisten untuk mengikutinya lagi, baginya literasi itu sangat penting.

“Berapapun peserta yang hadir saat surah buku berlangsung kegiatan tersebut tetap dijalankan. Karena kami tidak pernah memaksa orang yang sudah pernah ikut untuk bergabung lagi dikegiatan berikutnya. Semua dilakukan dengan kesadaran sendiri”⁴⁵

Ini artinya, dalam penggunaan teknik komunikasi persuasif, para pegiat surah buku tidak menggunakan teknik ganjaran sebagai strategi mempengaruhi masyarakat. Tidak ada sanksi yang diberikan untuk pengikut yang tidak hadir pada kegiatan berikutnya. Kesadaran diri dan unsur ketidakpaksaan sangat dijunjung oleh para pegiat surah buku

⁴⁵Hasil wawancara Irza Ulya di Solong Kopi Rumoh Aceh UIN Ar-Raniry, 25 Juni 2020

d. Teknik Tataan

Ucapan yang mengikat kedua belah pihak yang bersumber dari pihak yang mempunyai kekuasaan secara umum dapat menjadikan upaya pesan komunikasi dapat didengar atau dibaca serta termotivasikan oleh para pihak untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. Teknik ini menata pesan dengan imbauan emosional sedemikian rupa, sehingga para pihak tertarik perhatiannya. Dalam hal mempengaruhi masyarakat untuk melek terhadap literasi, penataan pesan dengan imbauan emosional dilakukan kepada teman dekat.

Sebagaimana yang dikatakan Irza Ulya bahwa para pegiat Surah Buku terlebih dulu mempersuaf kan teman yang berada dilingkungan terdekat nya. Karena menyentuh emosional teman dekat dinilai lebih mudah ketimbang orang lain yang belum dikenal

“Yang kita ajak biasanya teman-teman dekat. Sambil ngopi kadang-kadang kalau lagi ada kegiatan surah buku saya mengajak teman saya buat ikut surah buku.”⁴⁶

Hal serupa juga dinyatakan Ahmad Mufti. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar Raniry yang juga pengikut dari gerakan Surah Buku. Mempersuasikan teman dilingkungan terdekat lebih mudah dicapai dibandingkan dengan orang lain

“Cara kita mengajak orang ya dari teman dekat dulu, dengan pendekatan mulut ke mulut. Kalau untuk masyarakat umum biasanya akan disebar poster disosial media.”⁴⁷

⁴⁶ Wawancara Irza Ulya di Solong Kopi Rumoh Aceh UIN Ar-Raniry, 25 Juni 2020

e. Teknik Red Herring

Gerak tipu pegiat surah buku dalam artian sesuatu yang positif dapat menambahkan nilai-nilai perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya. Menurut penulis teknik komunikasi seperti ini biasanya digunakan oleh orang-orang yang memiliki derajat atau pengetahuan yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikan. Dalam hal ini pegiat surah buku menggunakan cara-cara yang dapat membawa perubahan perilaku kedua belah pihak.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa para pihak yang terlibat saling berdebat untuk mendapatkan suatu kesimpulan dari buku yang tengah didiskusikan. Kegiatan perdebatan inilah yang kemudian dianggap menarik dan menjadi salah satu alasan para pengikut gerakan surah buku untuk mengikuti setiap kegiatannya. Ruang diskusi yang dibangun membuat para peserta tidak mengantuk saat membaca buku.

Dari pembahasan diatas, maka penulis bisa mengatakan bahwa pegiat surah buku sudah menerapkan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi masyarakat untuk melek terhadap literasi. Berbagai teknik persuasi yang ada, penulis mendapati bahwa melalui observasi dan wawancara memperoleh pegiat Surah Buku menggunakan semua teknik komunikasi persuasif yang ada kecuali teknik ganjaran. Yaitu suatu teknik yang mengiming-imingi peserta lain untuk mengikuti kegiatan. Hal

⁴⁷ Wawancara Ahmad Mufti melalui telepon, 2 Juli 2020

tersebut didapat dari pengakuan responden yang menyatakan tidak pernah mengiming-imingi masyarakat untuk bergabung.

2. Teori Komunikasi Persuasif

Dalam buku Tomy Suprpto, Melvin De Fleur (1982) mengatakan media massa dapat menumbuhkan berbagai macam rangsangan. Oleh sebab itu, menurut penulis efek media massa juga memungkinkan untuk mempersuasikan seseorang. Dalam gerakan Surah Buku, media massa juga dipakai sebagai media promosi. Selain mengajak masyarakat dengan menggunakan teknik komunikasi *mouth to mouth*, mereka juga menggunakan media sosial untuk promosi.

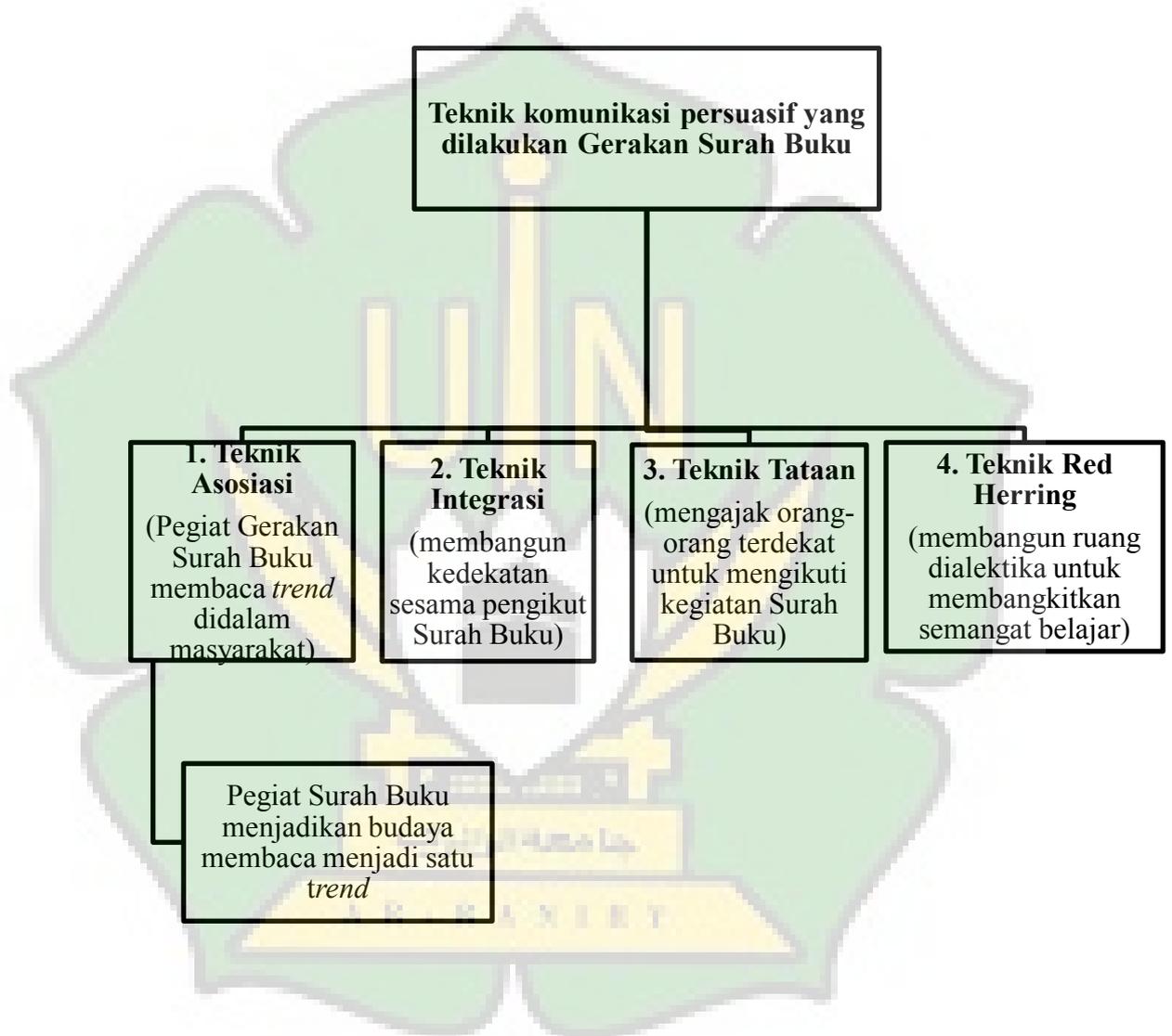
“Setiap kegiatan akan kami posting flayer nya ke akun sosial media. Masyarakat kita lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial, sehingga media sosial menjadi alat yang paling efektif untuk kita sebar luaskan informasi.”⁴⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan Gerakan Surah Buku sudah menggunakan media sosial sebagai salah satu cara komunikasi dengan khalayak ramai guna mengajak masyarakat umum untuk mengikuti kegiatan yang mereka adakan. Pernyataan Hendri tersebut menunjukkan bahwa ia telah menggunakan salah satu teori dari pengaruh media massa yang dikemukakan oleh Melvin De Fleur yaitu teori kategori sosial.

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Hendri Kemul, di Kamp Halimun Prada, 30 Juni 2020

Dimana asumsi dasar pada teori ini berhubungan dengan kemajemukan masyarakat modern dalam menerima rangsangan.

Diagram 1.1. Gambaran umum penjelasan konsep teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Gerakan Surah Buku



Sumber : Olahan Peneliti

C. Kondisi minat baca masyarakat sebelum adanya Gerakan Surah Buku

Noeng Muhajir, mengatakan minat adalah kecenderungan afektif (perasaan emosi) seseorang untuk membentuk aktifitas. Ada dua macam minat yang dikenal secara umum, yaitu minat spontan, minat yang timbul dengan sendirinya dan minat yang disengaja, yaitu minat yang timbul karena dibangkitkan.⁴⁹ Menurut penulis minat terbentuk karena adanya kebutuhan seseorang sepanjang perkembangan seseorang tersebut. Kebutuhan ini sebagai stimulus atau perangsang. Jadi agar stimulus dapat menimbulkan minat, tentu haruslah menarik minat (manusia cenderung menyukai yang menarik bagi dirinya dan menguntungkannya).

Hurlock dalam Buku Psikologi perkembangan (1990) mengatakan minat sendiri terdiri dari dua aspek, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Dalam hal ini penulis mencoba melihat kedua aspek tersebut terhadap kondisi minat baca pengikut surah buku sebelum bergabung kedalam gerakan surah buku. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, aspek afektif dan kognitif mencakup perasaan seseorang terhadap sesuatu yang diminati. Dalam hal ini dari wawancara dengan pengikut surah buku mengenai kondisi minat baca mereka sebelum mengikuti surah buku.

⁴⁹Agustia Maryati, *Peningkatan Minat Baca*,(Jurnal Pustaka Sriwijaya, No 2. Tahun II Juni 2000), hal 19.

a. Aspek kognitif

Minat pada aspek ini berpusat pada apakah hal yang diminati. Beberapa dari para pengikut surah buku sebelum berkegiatan ada yang sudah memiliki minat terhadap membaca. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara dengan beberapa responden.

“Sebelum ikut kegiatan surah buku sudah ada sekitar lima buku yang sudah saya baca.”⁵⁰

Hal tersebut mengartikan bahwa sebelumnya sudah ada minat yang ada dalam diri responden terhadap minat membaca. Responden lainnya, juga mengatakan hal yang sama. Akbar Rafsanjani, salah satu pengikut gerakan surah buku mengatakan sebelumnya ia memang sudah berminat terhadap literasi, terutama literasi buku bacaan. Sudah dari duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) ia sudah menyukai buku.

Namun pernyataan kontradiktif dikatakan responden lainnya. Khaliq Nasution mengatakan bahwa sebelum mengikuti Surah Buku ia agak kurang tertarik dengan buku, terlebih untuk buku-buku filsafat. Respon yang sama juga dikatakan Zulfikri, Fajri Gebrina, Mukmin dan Sayed Firyal Ramzi.

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Irza Ulya di Solong Kopi Rumoh Aceh UIN Ar-Raniry, 25 Juni 2020

b. Aspek Afektif

Aspek afektif dikembangkan dari pengalaman pribadi, sikap orang tua, guru, dan teman yang mendukung terhadap aktifitas yang diminati. Hurlock dalam bukunya psikologi perkembangan mengatakan aspek afektif merupakan konsep yang menampilkan aspek kognitif dari minat ditampilkan dalam sikap terhadap kegiatan yang diminati akan terbangun. Menurut penulis, ranah afektif adalah ranah yang berkaitan dengan sikap dan nilai. Ranah afektif mencakup watak perilaku seperti perasaan, minat, sikap, emosi dan nilai.

Beberapa pakar mengatakan bahwa sikap seseorang dapat diramalkan perubahannya bila seseorang telah memiliki kekuasaan kognitif. Artinya ia telah menguasai minat yang ada dalam dirinya. Aspek afektif yang muncul meliputi perilaku pengikut surah buku terhadap keinginannya untuk membaca buku dan melakukan kegiatan membaca buku. Dalam hasil wawancara, penulis mendapati tidak semua pengikut surah buku awalnya sudah melakukan kegiatan membaca buku. Sebagian dari mereka hanya membaca buku ketika perlu saja. Misalnya ketika mengerjakan tugas.

Tabel 1.2. Gambaran umum penjelasan kondisi minat baca sebelum adanya Gerakan Surah Buku

No	Aspek Minat Baca	Frekuensi	%
1	Kognitif	6	60
2	Afektif	5	40

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel diatas, peneliti menjelaskan bahwa sebelum adanya gerakan surah buku hanya 40 % dari responden yang minat membacanya sudah sampai tahap Afektif. Yakni sudah mengaplikasikan budaya membaca sebelum mengikuti kegiatan surah buku. Dari 11 responden, enam diantaranya menjawab bahwa mereka mempunyai minat dalam membaca buku tapi belum menjadikan kegiatan membaca sebagai suatu rutinitas yang penting. Sementara lima lainnya sebelum mengikuti Gerakan Surah Buku sudah mulai sadar dan sudah melakukan kegiatan membaca buku didalam kesehariannya.

D. Kondisi minat baca masyarakat setelah adanya Gerakan Surah Buku

Untuk mempengaruhi seseorang, seringkali diperlukan komunikasi persuasif yang baik. Minat baca merupakan sebuah keinginan seseorang untuk membaca dapat ditumbuhkan dengan cara persuasif dari orang lain. Keberadaan gerakan surah buku sangatlah penting dikalangan pegiat literasi, karena masyarakat kita dinilai malas membaca. Indonesia memiliki indeks membaca 0,001. Hal itu berarti dalam setiap seribu seorang, hanya satu orang yang memiliki minat baca tinggi. Sedangkan data BPS tahun 2006 mempublikasikan membaca bagi masyarakat Indonesia belum menjadikan sumber dalam mencari informasi. Masyarakat lebih memilih menonton televisi (85,9 %) dan mendengar

radio (40,3%) daripada membaca (23,5 %) Dengan data ini terbukti bahwa membaca belum menjadi kebutuhan bagi masyarakat.⁵¹

Dalam hal tersebut dibutuhkan peranan pihak yang mempunyai keinginan untuk memperbaiki ataupun meningkatkan minat membaca masyarakat, yang sebaiknya memiliki kemampuan yang lebih untuk menilai kompleksitas masalah dan menunjukkan keberpihakan pada upaya resolusi masalah. Studi yang lebih mendalam mengenai proses perubahan sikap akan lebih membantu Gerakan Surah Buku untuk mencapai tujuannya kelak.

“Kami tidak menargetkan sesuatu yang besar. Tetapi dalam ruang lingkup pertemanan Surah Buku sedikitnya surah buku sudah membawa pengaruh terhadap budaya membaca mereka⁵²

Dari pernyataan diatas dapat dianalisa pengaruh keberadaan Gerakan Surah Buku tidak selamanya membawa pengaruh untuk masyarakat yang lebih luas. Mereka hanya mencakup kedalam kelompok pertemanan saja. Tidak ke masyarakat yang lebih luas.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, melihat keikutsertaan pengikut Gerakan Surah Buku dari awal memulai sampai saat ini terdapat penambahan jumlah pengikut meskipun tidak begitu signifikan.

⁵¹ Siswati, *Minat Baca Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UNDIP Semester I)*, Jurnal Psikologi UNDIP, Vol 8, 2010, hal. 124, ejournal.undip.ac.id. Diakses 4 Juli 2020.

⁵² Hasil wawancara Hendri Kemul di Kamp Halimun Prada, 30 Juni 2020



Gambar 1.1 Dokumentasi Surah Buku di Kamp Biawak, Limpok, Oktober 2019



Gambar 1.2. Dokumentasi Kegiatan Surah Buku Film di Kamp Biawak, Limpok, November 2019⁵³

⁵³ Hasil dokumentasi Gerakan Surah Buku, diambil dari Intagram Kamp Biawak



Gambar 1.3. Dokumentasi Kegiatan Surah Buku Dunia Sophie, Prada, Juni 2020⁵⁴

Terlihat dari foto terdapat penambahan jumlah peserta disetiap kegiatan Surah Buku. Tidak hanya itu, berdasarkan hasil wawancara penulis, terdapat perubahan sikap dari setiap peserta terhadap pandangan mereka atas kebutuhan membaca buku. Seperti yang dikatakan Mukmin, awalnya ia adalah orang yang tidak suka membaca namun setelah mengikuti Surah Buku dia jadi ingin mencari tau lebih lagi tentang buku-buku bacaan yang menarik.

Tabel 1.2 Gambaran umum penjelasan kondisi minat baca sesudah adanya Gerakan Surah Buku

No	Aspek Minat Baca	Frekuensi
1	Kognitif	8
2	Afektif	9

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel diatas, peneliti menjelaskan bahwa sesudah adanya gerakan surah buku adanya perubahan dari aspek afektif yang terdapat dalam perilaku membaca

⁵⁴Hasil dokumentasi peneliti pada tanggal 30 Juni 2020

para pengikut Gerakan Surah Buku. Dari 11 responden, delapan diantaranya menjawab bahwa mereka mempunyai minat dalam membaca buku Sementara sembilan diantara mereka sudah sadar akan minat tersebut dan mengaplikasikannya pada kehidupan sehari-hari. Perubahan sikap yang didapat juga berpengaruh terhadap cara mereka bernalar. Karena dalam surah Buku. Selain membaca, mereka juga melatih nalar peserta.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

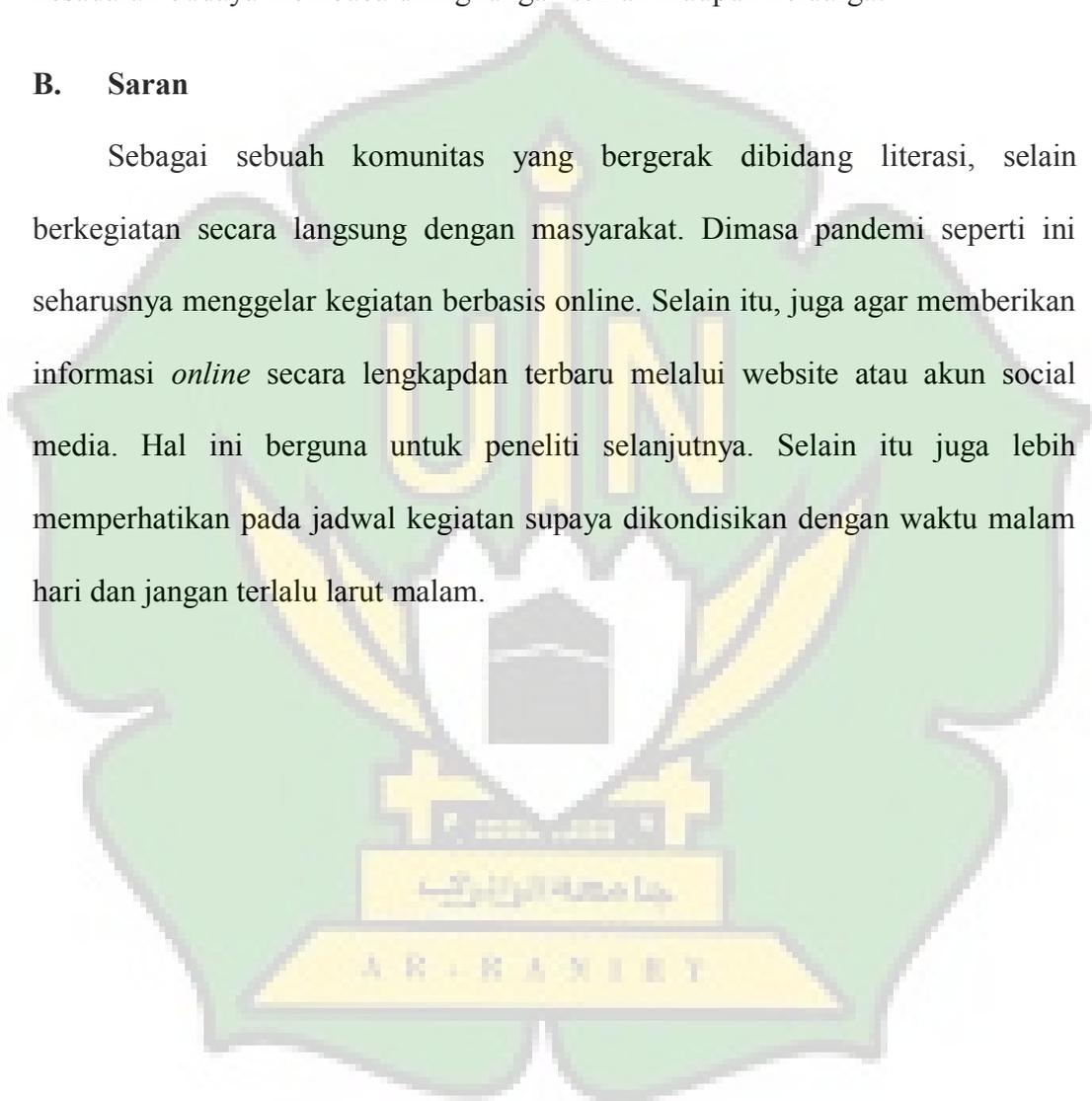
Gerakan Surah Buku merupakan subjek utama dalam penelitian ini. Komunikasi persuasif yang dilakukan Gerakan Surah Buku dalam hal ini sangat kentara kita lihat dimana konsep pergerakan yang mereka bangun menjadikan membaca menjadi sebuah *trend* dalam masyarakat. Target utamanya juga dengan membangun semangat pada anak-anak muda untuk sadar terhadap literasi.

Gerakan surah buku juga telah melakukan beberapa teknik komunikasi persuasif dalam menarik minat membaca masyarakat. Diantara teknik yang digunakan adalah : Pertama, Teknik Asosiasi dengan cara membuat membaca menjadi satu yang menarik untuk dikonsumsi masyarakat. Awalnya para pegiat surah buku menyadari bahwa pola masyarakat modern yang sangat suka mengikuti yang tengah berkembang didalam masyarakat. Karena itu mereka kemudian mencanangkan surah atau diskusi sebagai suatu metode dalam menarik kembali minat membaca dalam masyarakat. Kedua, Teknik Integrasi dengan cara membangun kedekatan dengan setiap pengikut Surah Buku. Hal ini dilakukan agar terbentuk suatu ruang nyaman bagi setiap orang yang bergabung didalamnya. Ketiga, Teknik tataan dengan cara mengajak orang-orang terdekat untuk bergabung. Keempat, Teknik Red Herring dengan cara membangun ruang dialektika ketika membaca buku agar pendengar dan pembaca tidak merasa jenuh ketika membaca buku.

Gerakan Surah Buku secara umum juga telah membawa pengaruh terhadap kondisi minat baca masyarakat. Dilihat dari perubahan sikap pengikut Surah Buku yang kemudian melek terhadap literasi dan berhasil membangun kembali kesadaran budaya membaca dilingkungan teman maupun keluarga.

B. Saran

Sebagai sebuah komunitas yang bergerak dibidang literasi, selain berkegiatan secara langsung dengan masyarakat. Dimasa pandemi seperti ini seharusnya menggelar kegiatan berbasis online. Selain itu, juga agar memberikan informasi *online* secara lengkap dan terbaru melalui website atau akun social media. Hal ini berguna untuk peneliti selanjutnya. Selain itu juga lebih memperhatikan pada jadwal kegiatan supaya dikondisikan dengan waktu malam hari dan jangan terlalu larut malam.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmadi, Abu. 2004. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Aksara Shaleh, Ibnu Ahmad. 1999. *Penyelenggaraan Perpustakaan Sekolah* Jakarta: Hidakarya Agung
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, Diskursus Teknologi Komunikas Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Dalman. 2014. *Keterampilan Membaca*. Jakarta: Rajawali Pers
- Dedi dan Yosol. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- E.B Hurlock 1990. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*. Jakarta: Erlangga, 1990
- Effendy, Onong Uchana. 2000. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchana. 2000. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hidayat, Dasrul. 2012. *Komunikasi Antar Pribadi dan Mediana*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Indra Jaya, M. 2019. *Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenamedia Group
- Irwan. 2018. *Dinamika dan Perubahan Sosial pada Komunitas Lokal*. Yogyakarta: Deepublish
- J. Severin, Werner. *Teori Komunikasi Sejarah Metode, Dan Teraoan Di Dalam Media Massa*
- Malang: Y A 3 Changara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo

- Moleong, Laxy. 2006. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nawawi, Hadari. 2007. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Rahim, Farida. 2008. *Pengajaran Membaca Di Sekolah Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sanapiah, Fisal. 1990. *Penelitian Kualitatif : Dasar-Dasar dan Aplikasi*
- Rosandy Ruslan. 2010. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif Sulawesi Selatan*: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia
- Soemirat & Suryana. 2014. *Falsafah dan Konsep konsep Dasar Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*
- Solihin, Lukman. Bakti Utama. Dkk. 2019. *Indeks Literasi Membaca Pada 34 Provinsi*. Puslikjatdikbud
- Sunario, Astrid S Susanto. 1989. *Komunikasi Pengendalian dan Komunikasi Pengawasan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta : PT Buku Kita
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Yogyakarta : PT Buku Kita
- Widjaja, H.A.W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Bumi
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Jurnal**
- Kasiyun, Suharmono. 2015. *Upaya Meningkatkan Minat Baca Sebagai Sarana Untuk Mencerdaskan Bangsa* Jurnal Pena Indonesia. Volume 1, Nomor 1. Journal.Unesa.ac.id
- Maryanti, Agustia. 2000. *Peningkatan Minat Baca*, Jurnal Pustaka Sriwijaya, No 2. repository.uinjkt.ac.id

Siswati, 2010. *Minat Baca Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UNDIP Semester I)* Jurnal Psikologi UNDIP. Vol 8. ejournal.undip.ac.id

Yetti, Rivda. 2009. "Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Terhadap Minat Membaca Anak Ditinjau Dari Pendekatan Stres Lingkungan". Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan. Vol IX Nomor 1

Website

TafsirQ. "Tafsir Quran Surah An-Nahl Ayat 125". <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-125>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2019.



LAMPIRAN

Rancangan Daftar Pertanyaan

Komunikasi persuasif

1. Kognitif : perilaku di mana individu mencapai tingkat “tahu” pada objek yang diperkenalkan
 - a) Bagaimana Gerakan Surah Buku melihat minat baca masyarakat ?
 - b) Apa yang membuat anda tertarik untuk bergabung dalam Gerakan Surah Buku ?
2. Afektif : perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek
 - a) Apa yang dilakukan Gerakan Surah Buku dalam mempengaruhi perilaku masyarakat untuk meningkatkan minat baca masyarakat ?
 - b) Bagaimana antusias anda mengikuti setiap pertemuan Surah Buku ?
 - c) Apakah anda tertarik untuk mengikuti setiap kegiatan Surah Buku ?
 - d) Berapa kali anda sudah mengikuti kegiatan Surah Buku ?
3. Konatif : perilaku yang sudah sampai tahap individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek
 - a) Bagaimana anda mempromosikan komunitas anda agar orang lain mengikuti kegiatan dari komunitas anda ?

b) Hambatan seperti apa yang sering dihadapi selama melakukan proses literasi membaca buku kepada masyarakat ?

c) Bagaimana solusi anda memecahkan masalah hambatan tersebut ?

4. Teknik Komunikasi persuasif

a) Strategi komunikasi seperti apa yang anda lakukan untuk menarik masyarakat agar kembali menyadari arti penting membaca buku ?

b) Bagaimana anda merespon fenomena yang sedang berkembang didalam masyarakat sebagai upaya menarik minat masyarakat untuk kembali melele literasi ?

c) Apakah dengan mengikuti kegiatan surah buku anda kembali melele terhadap literasi buku bacaan ?

5. Teori-teori persuasif

a) Bagaimana anda mempromosikan komunitas anda agar orang lain mengikuti kegiatan dari komunitas anda ?

b) Bagaimana anda melihat perubahan sikap dalam diri anda terhadap perkembangan budaya literasi khususnya minat membaca buku setelah mengikuti kegiatan Surah Buku ?

c) Media apa yang anda gunakan untuk mempromosikan kegiatan anda ?

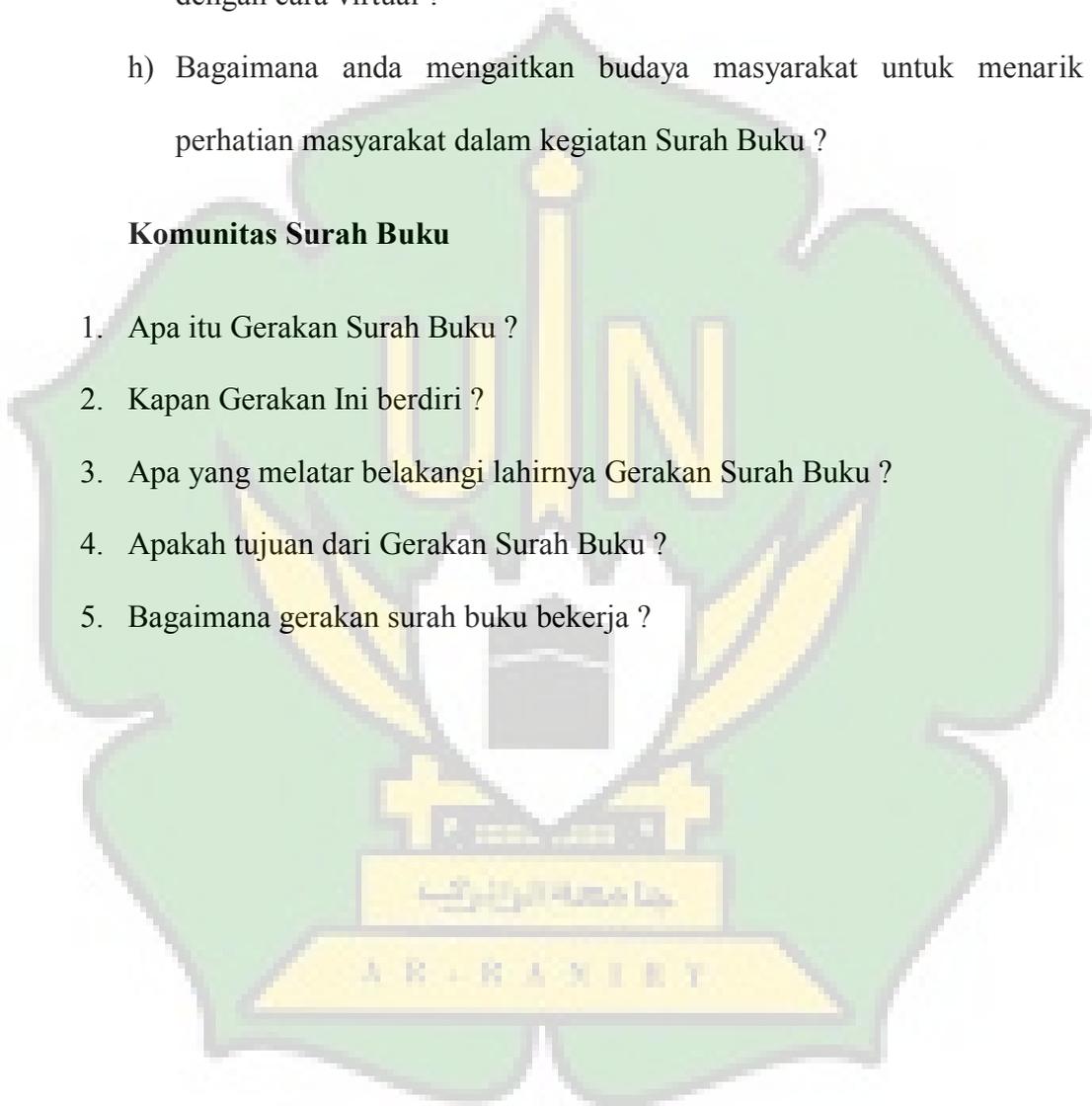
d) Apakah menurut anda penggunaan media massa cukup efektif untuk mengajak masyarakat supaya melele terhadap budaya membaca ?

e) Apakah sebelumnya anda pernah mengikuti kegiatan serupa ? kemudian apa yang membuat anda lebih memilih mengikuti kegiatan Surah Buku dibandingkan kegiatan literasi lainnya ?

- f) Apakah pemateri atau pembicara pada kegiatan Surah Buku mempengaruhi minat anda untuk mengikuti kegiatan ?
- g) Anda lebih menyukai pertemuan Surah Buku secara langsung atau dengan cara virtual ?
- h) Bagaimana anda mengaitkan budaya masyarakat untuk menarik perhatian masyarakat dalam kegiatan Surah Buku ?

Komunitas Surah Buku

1. Apa itu Gerakan Surah Buku ?
2. Kapan Gerakan Ini berdiri ?
3. Apa yang melatar belakangi lahirnya Gerakan Surah Buku ?
4. Apakah tujuan dari Gerakan Surah Buku ?
5. Bagaimana gerakan surah buku bekerja ?



Bukti dokumentasi

Foto 2.1. wawancara dengan Iskandar, pengagas Surah Buku



Foto 2.2 wawancara dengan khaliq nasution, zulfikri, dan sayed firyal ramzi



Foto 2.3. wawancara dengan Teniro



TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber	Daftar Pertanyaan	Transkrip wawancara
Mukmin M Nur	1. Bagaimana anda melihat minat baca masyarakat saat ini ?	<i>Saya melihat minat baca masyarakat dikita masih sangat kurang. Bukan bermaksud menyalahkan tapi kami disini ingin membangun kesadaran masyarakat ketika minat baca masyarakat masih kurang.</i>
	2. Apa yang dilakukan Gerakan Surah Buku dalam mempengaruhi perilaku masyarakat untuk meningkatkan minat baca masyarakat ?	<i>Dengan cara mengajak buat ikut kegiatan ini dulu. Saya juga menyadari. Saya dulunya bukan orang yang suka membaca tapi karena pengaruh teman yang selalu menyodorkan bukunya untuk saya baca, kemudian saya mencobanya. Ternyata membaca merupakan sesuatu yang asik.</i>
	3. Strategi komunikasi seperti apa yang anda lakukan untuk menarik masyarakat agar kembali menyadari arti penting membaca buku	<i>Di konsep surah buku tidak mesti mengajak orang ramai tapi lebih untuk orang-orang yang merasa membutuhkan. Sebagaimana masyarakat bahkan ada yang bilang untuk apa membaca buku, lebih baik baca quran aja. Tapi bagi saya ketika budaya membaca kita gak ada bagaimana kita akan suka membaca quran.</i>

	4. Alasan mengikuti surah buku ?	<i>Ketika membaca buku sendiri kayak mentok gitu, gak banyak nemu pandangan. Tapi ketika di surah buku kita bisa bertukar pikiran setelah membaca.</i>
	5. Dengan media apa anda mempromosikan kegiatan anda ?	<i>promo instagram dan whatsapp. Mengajak dengan membuat poster.</i>
	6. Bagaimana anda melihat perubahan sikap dalam diri anda terhadap perkembangan budaya literasi khususnya minat membaca buku setelah mengikuti kegiatan Surah Buku ?	<i>Tujuannya memang membangun minat membaca masyarakat tapi itu bukan suatu tujuan yang harus di gol kan. Bagi kami berapapun pesertanya disetiap pertemuan, kegiatan ini akan tetap jalan.</i>
	7. Bagaimana perubahan sikap dalam diri anda setelah mengikuti Gerakan Surah Buku ?	<i>ada rasa ingin mencari lagi. Orang klo sudah tertarik pasti akan ngikut lagi. Ada teman saya kemarin dari lampisang mau pergi setiap malam rabu. Didalam surah buku banyak tipe-tipe pembaca. Ada orang yang memang sudah suka membaca, dan ada yang baru tertarik. Tapi disitu semua bisa berdialektika. Saya sendiri banyak merasakan dampak. Banyak ketemu teman banyak ketemu pandangan baru.</i>

	8. Apakah medsos efektif sebagai media promosi ?	<i>Apakah medsos efektif ? sangat efektif, karena gratis. Trus orang-orang sekarang juga banyak yang menggunakan media sosial.</i>
	9. Bagaimana anda melihat antusias masyarakat terhadap kegiatan ini ?	<i>Awalnya kami Cuma bertiga. Namun karena sudah rajin promosi sekrang jadi lebih rame. Kadang orang ketika kita tidak upload di medsos juga bertanya. Kapan lagi kegiatan surah buku. Karena sudah ada kesadaran pribadi.</i>
	10. Pernah mengikuti kegiatan serupa ?	<i>Pernah mengikuti kegiatan serupa ? saya pernah mengikutinya do jogja.</i>
Teniro	1. Bagaimana anda melihat minat baca masyarakat saat ini ?	<i>Kalau bagi saya, jika ruang lingkupnya masyarakat yang lebih luas tidak bisa dideteksi karena yang ngikut kegiatan ini hanya segelintir orang, jadi jatuhnya kayak komunitas. Mereka yang tidak mengikuti surah buku, ada juga baca-baca buku.</i>
	2. Apa yang dilakukan Gerakan Surah Buku dalam mempengaruhi perilaku masyarakat untuk meningkatkan minat baca masyarakat ?	<i>Saya melihat pola massyarakat kita dalam hal ini lebih ke atmospher, misalnya apa yang menjadi tranding dilingkungan disitu maysarakat gabung. Misalnya sekrang lagi trandnya membaca, maka masyarakat ramai-ramai membaca. Makanya kita disini lebih mengungsung konsep gerkan ketimbang komunitas. Bukan hanya membuthkan. Membaca buku sekarang bukan sebagai kebutuhan tapi sebagai ajang show up.</i>

	3. Alasan mengikuti surah buku ?	<i>Karena disurah buku bukan hanya membaca tapi ada ruang dialektika yang dibangun makanya seru.</i>
	4. Apa itu salah satu strategi dari surah buku ?	<i>mungkin, karena culture masyarakat kita memang suka ngebacot. Ini bukan suatu komunitas, klo komunitas kan terstruktur secara keorganisasian tapi ini lebih ke gerakan.</i>
	5. Merespon fenomena yang terjadi didalam masyarakat gak ?	<i>bisa aja itu terjadi, dalam kegiatan surah buku isu-isu sosial yang sedang berkembang bisa saja dimunculkan ketika peserta surah buku merespon apa yang ada dalam buku atau yang sedang dibaca.</i>
	6. Bagaimana Perubahan sikap yang anda rasakan ?	<i>ada dua tipe orang yang ngikut surah buku, ada yang untuk update story dan happy fun saja. Tapi ada juga yang benar-benar mau membaca dan mencari. Mereka yang ditipe kedua ini akan ketagihan dan akan ngikut kegiatan surah buku lagi. Dia ketagihan karena ada sistem diskusi tadi. Perubahan dari dia nanti dia akan membaca buku lain lagi. Saya juga merasakn demikian. Jadi kepingin membbaca bacaan-bacaan baru.</i>
	7. Dengan media apa anda mempromosikan kegiatan anda ?	<i>dengan menyebarkan poster-poster yang menarik dimedia sosial.</i>

Sayed Firyal Ramzi		<i>menurut saya minat baca masyarakat kita masih kurang. Sekarang game sudah ada, youtube sudah ada. Mungkin itu yang membuat minat membaca masyarakat kita jadi kurang.</i>
Zulfikri	1. Bagaimana Gerakan Surah Buku melihat minat baca masyarakat ?	<i>Minat baca masyarakat kita masih rendah. Kita lihat saja yang datang ke kegiatan surah buku kebanyakan dikalangan mahasiswa</i>
	2. Apa yang membuat anda tertarik untuk bergabung dalam Gerakan Surah Buku ?	<i>Saya tertarik karena disuruh buku itu literasinya luas, selanjutnya disitu kita bisa sharing pengalaman dan ilmu, Di surah buku itu enak, gak ada judgment ketika kita mengemukakan pendapat kita. Semua kayak teman dekat</i>
	3. Bagaimana cara anda mengajak teman anda untuk ikut kegiatan tersebut ?	<i>Mempromosikannya melalui sosial media dan mengadakan surah buku secara terbuka. Saya sangat antusias karena penasaran dengan apa yang disurahkan</i>
	4. Apakah anda tertarik untuk mengikuti setiap kegiatan Surah Buku ?	<i>Saya tertarik, tapi itu juga bergantung pada judul buku yang disurah. Kalau memang judul bukunya biasa-biasa aja saya kurang tertarik. Sepuluh kali mengikuti kegiatan ini.</i>
	5. Dengan media apa anda mempromosikan kegiatan Surah Buku ?	<i>Mempromosikan lewat sosial media dan mulut ke mulut.</i>
	6. Hambatan seperti apa yang sering dihadapi selama melakukan proses literasi membaca buku	<i>Hambatannya kurangnya minat masyarakat buat ikut kegiatan ini</i>

	kepada masyarakat ?	
	7. Strategi komunikasi seperti apa yang anda lakukan untuk menarik masyarakat agar kembali menyadari arti penting membaca buku ?	<i>Strategi komunikasi dengan cara persuasif, kami mengajak kawan-kawan dekat buat ikut kegiatan ini.</i>
	8. Media apa yang anda gunakan untuk mempromosikan kegiatan anda ?	<i>Mmepromisikan dengan membranding via instagram.</i>
	9. Bagaimana anda melihat perubahan sikap dalam diri anda terhadap perkembangan budaya literasi khususnya minat membaca buku setelah mengikuti kegiatan Surah Buku ?	<i>Setelah mengikuti kegiatan ini saya jadi suka membaca dan menulis. Sekarang orang sudah paham teknologi jaid kalau mau membranding sesuatu melalui media massa lebih efektif</i>
Irza Ulya	1. Bagaimana anda melihat minat baca masyarakat saat ini ?	<i>Menurut saya beberapa dari teman saya ada yang sangat berminat dibagian literasi. Beberapa dari kita memang sudah ada keinginan untuk menertibkan budaya literasi. Kalau minat sendiri, yang saya lihat memang kurang. Kita lihat saja ketika kita menshare sesuatu di media sosial tapi sebgiaan malah tidak peduli. Kepekaan membaca kita masih kurang.</i>

	2. Apakah anda tertarik untuk mengikuti setiap kegiatan Surah Buku ?	<i>Tertarik karena ketika membaca saya mendapatkan sesuatu. Disurah buku itu kita bisa berbagi pengalaman dan pendapat sehingga ketika kita menemukan kejanggalan dalam proses membaca kita ataupun ada yang kita tidak pahami, maka kita bisa bertanya.</i>
	3. Strategi komunikasi seperti apa yang anda lakukan untuk menarik masyarakat agar kembali menyadari arti penting membaca buku ?	<i>dengan membuat propoganda yang menarik. Seperti memberikan perspektif yang lain terhadap suatu persoalan. Dalam hal ini kita mencoba membuat kawan-kawan lain tertarik dengan surah buku.</i>
Hendri Kemul	1. Bagaimana anda mengajak orang untuk ikut kegiatan Surah Buku ?	<i>Setiap kegiatan akan kami posting flayer nya ke akun sosial media. Masyarakat kita lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial, sehingga media sosial menjadi alat yang paling efektif untuk kita sebar luaskan informasi.</i>
	2. Bagaimana anda melihat perubahan sikap dalam diri anda terhadap perkembangan budaya literasi khususnya minat membaca buku setelah mengikuti kegiatan Surah Buku ?	<i>Kami tidak menargetkan sesuatu yang besar. Tetapi dalam ruang lingkup pertemanan Surah Buku sedikitnya surah buku sudah membawa pengaruh terhadap budaya membaca mereka</i>

Iskandar	6. Apa itu Gerakan Surah Buku ?	<i>Gerakan Surah Buku bukanlah suatu komunitas melainkan suatu gerakan yang mengajak orang untuk membaca dan berdialogika. Gerakan ini bertujuan untuk orang-orang yang malas membaca dan dapat memahami apa arti penting dari sebuah tulisan. Gerakan ini sendiri menerapkan sistem Gotong Royong di mana semua kalangan orang bisa bergabung di tempat tersebut. Tidak ada batasan batasan orang tertentu, semua yang ingin mengikuti gerakan tersebut dibolehkan.</i>
	7. Kapan Gerakan Ini berdiri ?	20 Januari 2017, di Jogja
	8. Apa yang melatar belakangi lahirnya Gerakan Surah Buku ?	<i>Saya rasa anak-anak Aceh ini cerdas, namun kurang diasah saja untuk berdialogika, sehingga mereka jadi kurang berani untuk tampil. Saya juga ingat kalau guru-guru kita dulu mengajari kita dengan cara surah. Di bale-bale pengajian. kemudian saya coba terapkan untuk buku. Banyak orang-orang hebat yang sudah lahir dari Bale-bale pengajian surah. Kenapa tidak dengan ini.</i>
	9. Apakah tujuan dari Gerakan Surah Buku ?	<i>mengembangkan kembali metode surah dalam bidang literasi. Dan mengajak kembali masyarakat untuk membaca dan berdialogika dengan membentuk ruang yang nyaman masyarakat untuk berdiskusi. Melahirkan pemikir yang berbobot dan berguna bagi dirinya dan masyarakat sendiri.</i>

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.4017/Un.08/FDK/KP.00.4/10/2019**

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi; -
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2019, Tanggal 31 Desember 2018

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Asmaunizar, M. Ag..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Syahril Furqany, M.I.Kom..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KRU Skripsi:

Nama : Riska Munawarah

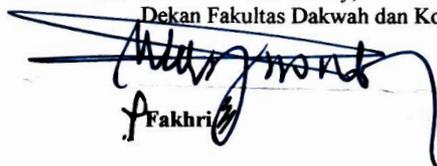
NIM/Jurusan : 160401040/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul : *Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku dalam Menumbuhkan Literasi Masyarakat di Gampong Limpok*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2019;
- Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
- Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 14 Oktober 2019 M
15 Safar 1441 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,


Fakhri



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon: 0651- 7557321, Email: uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1868 / Un.08 / FDK.I / PP.00.9 / 07/2020

Lampu : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Penggagas Gerakan Surah Buku

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menjelaskan:

Nama / NIM : **RISKA MUNAWARAH / 160401040**

Semester / Jurusan : **VIII / Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Alamat sekarang : **Jl. T Chik Ditiro, Desa Sukadamai, Kecamatan Lueng Bata, Banda Aceh, Aceh.**

Saudara yang dimaksud diatas benar-benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang mengajukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka pembahasan Skripsi dengan judul **Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku Untuk Menarik Minat Membaca Masyarakat di Desa Limpok**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mendukung terimakasih.

Banda Aceh, 13 Juli 2020

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Berlaku sampai: 31 Desember
2020

Drs. Yusri, MLIS