

**KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS NAMAPOSO GKPS
HANG TUAH DALAM MENDORONG PARTISIPASI
PEMUDA-PEMUDI MENGIKUTI AKTIVITAS DI
GEREJA GKPS HANG TUAH**

SKRIPSI

OLEH:

RAYMONEZ MARIO NEHEMIA PURBA

208530118



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/2/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)25/2/26

**KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS NAMAPOSO GKPS
HANG TUAH DALAM MENDORONG PARTISIPASI
PEMUDA-PEMUDI MENGIKUTI AKTIVITAS DI
GEREJA GKPS HANG TUAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

OLEH:
RAYMONEZ MARIO NEHEMIA PURBA
208530118

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Komunikasi Persuasif Pengurus Namaposo Gereja GKPS Hang
Tuah Dalam Mendorong Partisipasi Pemuda-Pemudi Mengikuti Aktivitas Di
Gereja GKPS Hang Tuah

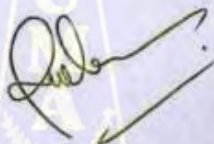
Nama : Raymonez Mario Nehemia Purba

Npm : 208530118

Prodi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Rehia K. Isabella Barus, S.Sos, MAP

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Walid Musthafa S. S.Sos, MIP



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raymonez Mario Nehemia Purba

Npm : 208530118

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari beberapa hasil karya tulis orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah dan etika dalam penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 07 Agustus 2025



Raymonez Mario Nehemia Purba
208530118

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raymonez Mario Nehemia Purba
NPM : 208530118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS NAMAPOSO GKPS HANG TUAH DALAM MENDORONG PARTISIPASI PEMUDA-PEMUDI MENGIKUTI AKTIVITAS DI GEREJA GKPS HANG TUAH**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 20 April 2025

Yang menyatakan

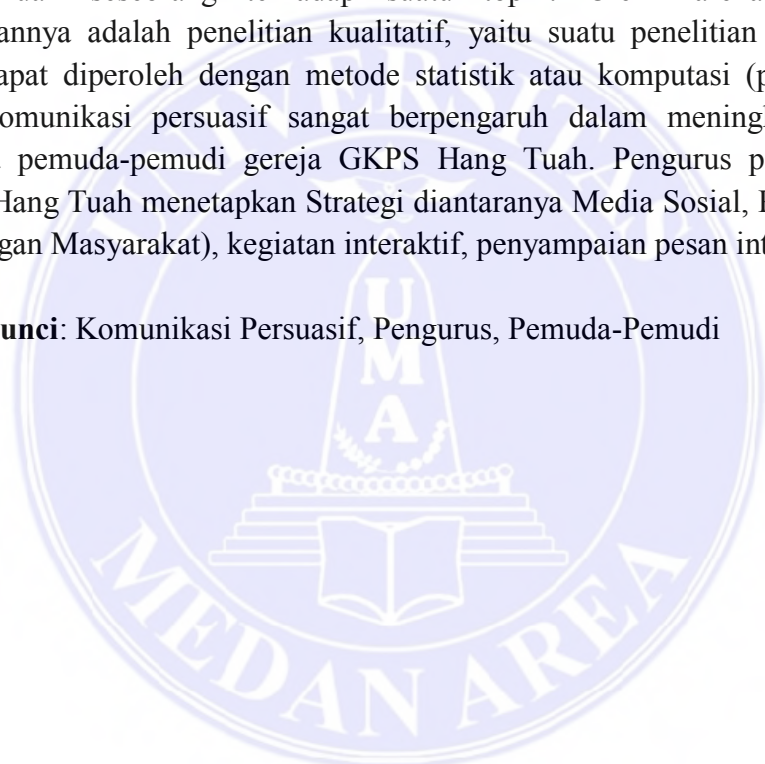


(Raymonez Mario Nehemia Purba)

ABSTRAK

Partisipasi pemuda-pemudi gereja sangat penting dalam organisasi pemuda-pemudi gereja untuk berjalannya program organisasi gereja tersebut. Permasalahan yang terjadi saat ini yaitu penurunannya anggota yang aktif dalam pemuda-pemudi gereja dikarenakan dengan alasan sudah memiliki kegiatan diluar gereja, tidak diberinya izin dari orang tua untuk mengikuti kegiatan dikarenakan pulang larut malam, tidak memberikan respon pada saat pengumuman diberikan, tingginya angka kriminalitas dalam perjalanan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian adalah suatu proses yang dipergunakan dalam pengumpulan data dan menganalisis informasi agar meningkatkan pengetahuan seseorang terhadap suatu topik. Oleh karena itu, metode penelitiannya adalah penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang hasilnya tidak dapat diperoleh dengan metode statistik atau komputasi (penghintungan) lain. Komunikasi persuasif sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah anggota pemuda-pemudi gereja GKPS Hang Tuah. Pengurus pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah menetapkan Strategi diantaranya Media Sosial, Public Relation (Hubungan Masyarakat), kegiatan interaktif, penyampaian pesan interaktif.

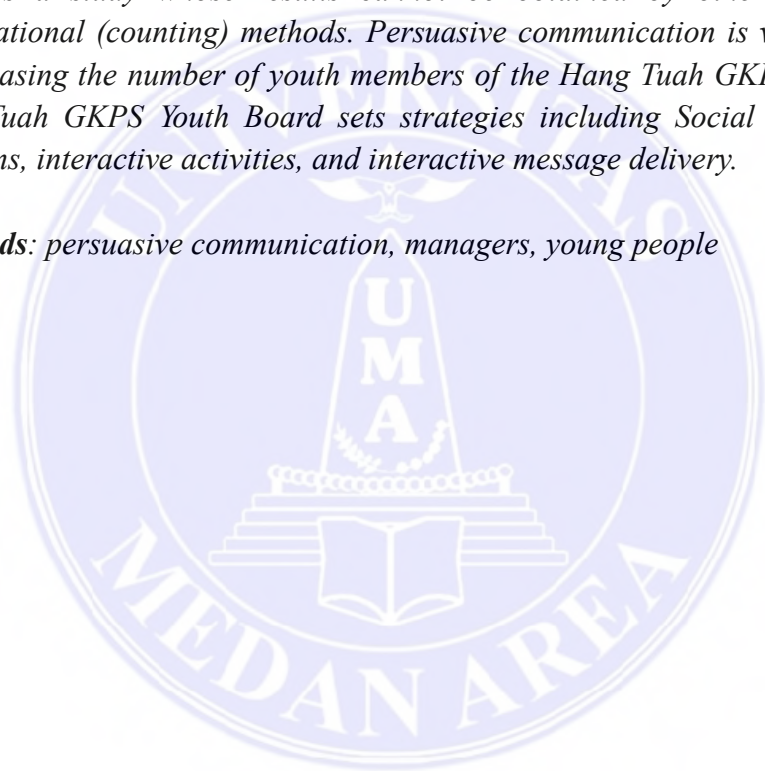
Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Pengurus, Pemuda-Pemudi



ABSTRACT

The participation of church youth is very important in the organization of church youth for the running of the church organization program. The problems that occur today are the decline of active members in the youth of the church due to the reason that already have activities outside the church, not given permission from parents to follow the activities because they come home late at night, do not respond when the announcement is given, the high number of crime on the way. This type of research uses qualitative descriptive research. Research is a process used in collecting data and analyzing information in order to increase one's knowledge of a topic. Therefore, the research method is qualitative research, which is a study whose results cannot be obtained by other statistical or computational (counting) methods. Persuasive communication is very influential in increasing the number of youth members of the Hang Tuah GKPS church. The Hang Tuah GKPS Youth Board sets strategies including Social Media, Public Relations, interactive activities, and interactive message delivery.

Keywords: *persuasive communication, managers, young people*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena dengan berkat dan karunia-Nya, penulis masih diberi kesempatan untuk menyusun skripsi dengan judul **“Komunikasi Persuasif Pengurus Namaposo GKPS Hang Tuah Dalam Mendorong Partisipasi Pemuda-Pemudi Mengikuti Aktivitas Di Gereja GKPS Hang Tuah”**. Dapat disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.eng, M.sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M.IP selaku Dekan Fisip Universitas Medan Area. Bapak
3. Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
4. Ibu Rehia K Isabella Barus S.Sos, M.SP selaku Dosen Pembimbing, Yang Telah Memberikan Dan Meluangkan Waktunya Untuk Membimbing Dan Arahan Serta Saran Yang Diberikan Kepada Penulis.

5. Bapak Ara Auza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen Penasehat Akademik. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu politik Universitas Medan Area yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Pihak Pengurus Namaposo GKPS Hang Tuah yang telah membantu penulis dalam memenuhi data skripsi penulis.
7. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Jan Perkins H Purba dan Ibu Dinarita K Sipahutar, yang selalu memberikan nasehat, dan doa buat Penulis untuk keberhasilan Skripsi Ini.
8. Kepada Teman-teman yang telah memberikan semangat dan arahan dalam penulisan Skripsi Ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran maupun kritik serta motivasi yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang. Semoga skripsi penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi setiap orang yang membutuhkannya, terima kasih.

Penulis

Medan, Agustus 2025

Raymonez Mario Nehemia Purba

208530118

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Komunikasi.....	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	11
2.1.2 Unsur Unsur Komunikasi	12
2.1.3 Fungsi Dan Tujuan Komunikasi.....	13
2.1.4 Hambatan Komunikasi.....	15
2.2 Komunikasi Persuasif.....	16
2.2.1 Pengertian komunikasi persuasif.....	16
2.2.2 Elemen-elemen komunikasi persuasif	17
2.2.3 Unsur-unsur komunikasi persuasif	18
2.2.4 Tahapan komunikasi persuasif.....	19
2.2.5 Faktor pesan dalam komunikasi persuasif	22
2.2.6 Teknik-teknik komunikasi persuasif	23
2.3 Pemuda-pemudi Gereja	24
2.3.3 Pengertian pemuda-pemudi Gereja	24
2.3.4 Strategi Komunikasi	25
2.3.5 Tujuan Strategi Komunikasi	26
2.3.3 Peranan Komunikator dalam Strategi Komunikasi.....	27

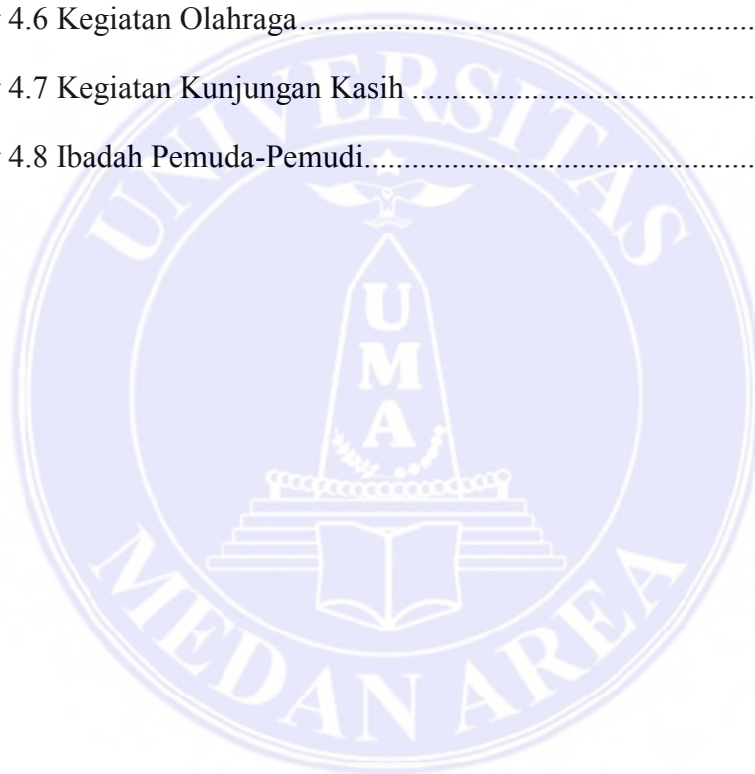
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis penelitian	30
3.2 Sumber data	31
3.2.1 Data Primer	31
3.2.2 Data Sekunder	31
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Analisis Data	33
3.6 Uji Keabsahan Data	35
3.7 Penelitian Terdahulu	37
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	41
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	41
4.1.1 Profil Singkat GKPS Hang Tuah	41
4.1.2 Struktur Organisasi	43
4.1.2 Tabel Kepengurusan	43
4.1.3 Program Kerja Namaposo GKPS Hang Tuah	43
4.2 Temuan Penelitian	44
4.2.1 Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Pemuda-pemudi Gereja GKPS Hang Tuah dalam Meningkatkan Partisipasi Pemuda-pemudi dalam Aktivitas di Gereja GKPS Hang Tuah	44
4.2.1.1 Media Sosial	46
4.2.1.2 Public Relation	51
4.2.1.3 Kegiatan Interaktif	54
4.2.1.4 Penyampaian Pesan Interaktif	57
4.2 Faktor Pendukung dan Penghambat	60
4.2.1. Faktor Pendukung	60
4.2.2 Faktor Penghambat	61
4.3 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Untuk Pemuda-Pemudi GKPS Hang Tuah	74

5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	75
LAMPIRAN		78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gereja GKPS Hang Tuah	41
Gambar 4.2 Grup Whatsapp.....	43
Gambar 4.3 Instagram.....	49
Gambar 4.4 Facebook	50
Gambar 4.5 Mengunjungi Panti Asuhan	53
Gambar 4.6 Kegiatan Olahraga.....	56
Gambar 4.7 Kegiatan Kunjungan Kasih	57
Gambar 4.8 Ibadah Pemuda-Pemudi.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah anggota pemuda-pemudi aktif	3
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 4.1 Kategorial Seksi	42
Tabel 4.2 Tabel Kepengurusan	43



DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman wawancara.....	78
Surat Riset	79
Surat Selesai Riset.....	80
Foto Bersama Pengurus.....	81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial mengacu pada sifat dasar manusia yang cenderung hidup dalam masyarakat dan berinteraksi dengan sesama. Ini mencakup kemampuan manusia untuk membentuk hubungan, memahami norma-norma sosial, dan berpartisipasi dalam berbagai bentuk komunitas. Manusia sebagai makhluk sosial menggambarkan sifat dasar manusia yang secara alamiah cenderung hidup dalam kelompok sosial. Ketergantungan manusia pada interaksi sosial dan kehidupan berkelompok adalah ciri khas yang membedakan mereka dari makhluk lain. Manusia mencari koneksi emosional, dukungan sosial, dan pertukaran informasi dalam konteks sosial. Kemampuan untuk membentuk masyarakat, mematuhi norma-norma dan berkolaborasi memainkan peran krusial dalam perkembangan dan kelangsungan hidup manusia. Konsep ini mengakui bahwa keberadaan manusia tidak terlepas dari pengaruh dan keterlibatan dalam lingkungan sosialnya.

Gereja adalah tempat ibadah dan komunitas bagi umat Kristen. Secara umum, gereja merupakan bangunan fisik yang digunakan untuk upacara keagamaan, seperti misa atau ibadah mingguan. Namun, gereja juga memiliki makna yang lebih luas sebagai komunitas orang-orang Kristen yang berkumpul untuk beribadah, belajar, dan saling mendukung dalam iman mereka. Gereja memiliki peran penting dalam kehidupan umat Kristen. Selain menjadi tempat ibadah, gereja juga menjadi tempat dimana orang Kristen dapat belajar tentang

ajaran agama, memperdalam iman mereka, dan saling berbagi dalam persekutuan. Gereja juga menjadi tempat di mana umat Kristen dapat menerima sakramen, seperti baptisan dan perjamuan kudus. Selain itu, gereja juga memiliki peran dalam pelayanan sosial. Banyak gereja yang aktif dalam kegiatan sosial, seperti memberikan bantuan bagi yang membutuhkan, mengadakan program pendidikan, dan menyediakan tempat penampungan bagi orang yang tidak memiliki tempat tinggal.

GKPS adalah singkatan dari “Gereja Kristen Protestan Simalungun” yang merupakan salah satu gereja Kristen Protestan di Indonesia. Gereja ini menganut aliran protestan terbesar di Indonesia dan memiliki kehadiran yang signifikan di wilayah Simalungun Sumatera Utara. Gereja GKPS memiliki sejarah yang kaya dan memainkan peran penting dalam kehidupan jemaatnya. Gereja ini dikenal dengan penekanan yang kuat pada Alkitab, ibadah dan keterlibatan dalam komunitas. Gereja GKPS mengadakan ibadah rutin, studi Alkitab, kegiatan pemuda dan program-program sosial. Gereja GKPS juga terlibat dalam berbagai inisiatif pendidikan dan kesehatan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Gereja ini mendorong jemaatnya untuk aktif berpartisipasi dalam pembangunan komunitas dan isu-isu keadilan sosial. Gereja GKPS adalah lembaga keagamaan yang signifikan dan telah memberikan dampak positif dalam kehidupan banyak orang di Indonesia, terutama di wilayah Simalungun.

Pemuda-pemudi gereja GKPS Hang Tuah atau dikenal dengan sebutan Namaposo merupakan generasi muda yang aktif dalam berbagai kegiatan rohani dan kegiatan sosial di gereja tersebut. Pemuda-pemudi gereja GKPS Hang Tuah mengadakan kegiatan yang bertujuan untuk mempererat kebersamaan dan

meningkatkan iman para anggotanya. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh pemuda-pemudi gereja GKPS Hang Tuah antara lain: Partonggoan Namaposo (Ibadah Pemuda-Pemudi), Persembahan Pujian, Kegiatan Kunjungan Kasih, dan Rapat Program Kerja Bersama anggota pemuda-pemudi. Kegiatan yang dilakukan oleh pemuda-pemudi selain kegiatan yang meningkatkan iman para anggota pemuda-pemudi yaitu kegiatan olahraga. Kegiatan tersebut dilakukan satu kali per dua bulan. Menjalankan kegiatan yang telah direncanakan oleh pengurus pemuda-pemudi, tidak terlepas dari dukungan para anggota pemuda-pemudi, orang tua. Dalam menjalankan kegiatan yang sudah direncanakan oleh pengurus pemuda-pemudi sangat membutuhkan partisipasi dari para anggota pemuda-pemudi dan juga orang tua, jika tidak di hadiri oleh anggota pemuda-pemudi dan orang tua dari anggota pemuda-pemudi maka kegiatan yang telah dibuat oleh pengurus tidak dapat berjalan dengan baik.

Tahun	Jumlah
2018	40
2019	45
2020	25
2021	23
2022	33
2023	31
2024	45

Tabel 1.1 jumlah anggota pemuda-pemudi aktif

Pelaksanaan kegiatan yang telah dibuat oleh pengurus pemuda-pemudi Gereja GKPS Hang Tuah, terdapat kendala yang terjadi yaitu: kurangnya respon dari para anggota terhadap pengumuman yang diberikan oleh pengurus pemuda-pemudi, tingginya angka kriminalitas di perjalanan, pekerjaan dan kegiatan diluar dari kegiatan gereja. Hal tersebut membuat kurangnya partisipasi dari para anggota untuk mengikuti kegiatan pemuda-pemudi yang ada di lingkungan gereja. Pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan anggota pemuda-pemudi yang sangat drastis, dikarenakan adanya wabah COVID-19 yang melanda sehingga banyak kegiatan yang sudah direncanakan oleh pengurus pemuda-pemudi tidak dapat berjalan. Pada tahun 2022 anggota pemuda-pemudi mengalami peningkatan dikarenakan sudah boleh melakukan aktivitas di lingkungan gereja dengan mengikuti protokol kesehatan yang dibuat oleh pemerintah dalam pencegahan penyebaran COVID-19 dan anggota peneguhan sidi. Selain itu, adanya anggota pemuda-pemudi yang bekerja di luar dari kota medan sehingga menghambat para anggota yang berkerja di luar dari kota medan untuk mengikuti kegiatan yang ada dilingkungan gereja GKPS Hang Tuah dan terdapatnya anggota pemuda-pemudi yang menikah.

Pemuda-pemudi Gereja GKPS memiliki peran yang penting dalam kehidupan Gereja. Mereka merupakan generasi muda yang aktif terlibat dalam berbagai kegiatan Gereja dan memiliki peran dalam pengembangan Gereja dan masyarakat. Pemuda-pemudi GKPS sering terlibat dalam kegiatan pelayanan Gereja dan juga kegiatan sosial. Pemuda-pemudi juga melakukan retreat, seminar dan kegiatan lainnya untuk mempererat tali persaudaraan antarpemuda dan pemudi. Pemuda-pemudi juga memiliki peran dalam mempertahankan dan

melestarikan nilai-nilai Kristen dalam kehidupan sehari-hari. Mereka juga menjadi contoh yang baik bagi generasi muda lainnya dan berusaha untuk hidup sesuai dengan ajaran Kristen.

Gereja Kristen Protestan Simalungun (GKPS) adalah gereja Kristen dari daerah Simalungun yang dirintis oleh misionaris *Rheinische Missionsgesellschaft* (RMG). Sejak awal tahun 1900-an, RMG mendirikan pos-pos misionaris di Simalungun sebagian bagian dari Huria Kristen Batak Protestan (HKBP) dengan menggunakan Bahasa Batak Toba sebagai Bahasa pengantar. Belakangan, muncul gerakan masyarakat Batak Simalungun yang telah menjadi Kristen untuk mempercepat lajur penyebaran Injil di wilayah Simalungun sebagai bahasa pengantar. Gerakan ini berlanjut hingga semua jemaat HKBP di Simalungun memandirikan dirinya sebagai satu distrik khusus HKBP Simalungun dengan administrasi dan pemimpin sendiri yang terpisah dari HKBP. Puncaknya, sinode HKBP Simalungun memisahkan secara total menjadi GKPS.

Salah satu tokoh penting yang memimpin gerakan kemandirian ini adalah Pendeta Jaulung Wismar Saragih Sumbayak. Kontak pertama RMG dengan Simalungun dilakukan oleh RMG di Kuta Bulum, Karo (pada 1899) dan Tapanuli (pada 1861). RMG baru menjadikan Simalungun sebagai daerah penginjilan, setelah Tanah Angkola, Tanah Mandailing, dan Tapanuli Utara. Kontak pertama RMG dengan Simalungun dilakukan melalui Henri Guillaume yang ditempatkan oleh RMG di Kuta Bulum, Karo (pada 1899). Selama masa tugasnya, sering berinteraksi dengan rakyat hingga penguasa tradisional Simalungun, terutama dalam perjalanannya ke Tapanuli untuk menghadiri rapat-rapat tahunan

missionaris. Atas pengalamannya itu, Guillaume mengusulkan kepada L.I Nommensen agar Simalungun di-injil-i.

Setelah menerima permintaan dari Guillaume, RMG mengutus G.K Simon bersama beberapa penginjil Batak Toba dari PMB untuk melakukan peninjauan ke Simalungun. Laporan G.K Simon dan Guillaume ditambah laporan dari pejabat-pejabat Belanda dibahas pada rapat missionar RMG di Laguboti, Tapanuli pada 21-25 Januari 1903 yang dihadiri 42 penginjil RMG, dengan keputusan:

1. Pemberitaan Injil di Simalungun harus segera dilaksanakan.
2. Segera dikirim surat ke Direktur RMG Scheiber di Barmen untuk meminta persetujuan dan rekomendasi RMG dalam memperluas lapangan penginjilan ke Simalungun.
3. Segera dilakukan Langkah-langkah penginjilan ke Simalungun.

Pada 16 Maret 1903, Dr. Schreiber dari RMG secara resmi mengirim telegram singkat yang merekomendasikan pengabaran Injil ke Timorlanden (sebutan bagi daerah Simalungun). Setelah menerima telegram yang berisi “Tolanden Timorlanden das Evangelium” (perintah menyebarkan Injil di Tanah Timur), maka 2 September 1903, sekelompok penginjil dari RMG yang dipimpin oleh Pendeta August Theis tiba di Pematang Raya untuk menyebarkan Injil. Hingga saat ini tanggal 2 September diperingati setiap tahunnya oleh umat GKPS sebagai Hari Olob-olob (bahasa Simalungun: “suka cita”) untuk mensyukuri masuknya “ambilan na madear” (bahasa Simalungun: ‘kabar baik’) di Simalungun.

Menurut Effendy (2011:5), secara paradigmatis komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara

lisan, maupun tidak langsung melalui media. Selain itu Effendy juga memaparkan salah satu cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?”, yang merupakan gagasan dari Laswell. Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur (Effendy, 2011:10), yaitu (1) Komunikator, yaitu seseorang yang menyampaikan pesan, (2) Pesan, yaitu simbol-simbol atau lambang yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan, (3) Media, yaitu saluran dimana pesan disampaikan, (4) Komunikan, yakni pihak penerima pesan, dan (5) Efek, yaitu dampak yang ditimbulkan dari suatu pesan.

Menurut Olzon dan Zanna (Severin & Tankard, 2007:177), persuasi didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Selain itu menurut De Vito (2011:499) melakukan persuasi memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar. Tujuan komunikasi persuasif menurut De Vito (2011:499) yaitu (1) mengubah dan menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, (2) mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah laku tertentu yang diharapkan.

Pada organisasi pemuda-pemudi Gereja GKPS membutuhkan komunikasi yang dapat mengajak pemuda-pemudi dalam mengikuti kegiatan yang ada di gereja. Komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam mengajak pemuda-pemudi untuk mengikuti kegiatan gereja. Dalam hal ini perlu menggunakan

strategi komunikasi yang efektif untuk mempengaruhi dan memotivasi pemuda-pemudi.

Alasan diperlukannya komunikasi persuasif dalam mengajak pemuda-pemudi untuk mengikuti kegiatan gereja yaitu: Membangun motivasi mereka dengan menggambarkan manfaat dan nilai-nilai positif yang mereka dapatkan dari partisipasi mereka. Memahami kebutuhan dan keinginan melalui pendekatan agar lebih relevan dan menarik. Membangun hubungan antarpemuda-pemudi gereja dengan memperhatikan dan menghargai untuk menciptakan ikatan emosional yang lebih dalam dan membangun kepercayaan. Mengatasi keraguan dan hambatan dengan memberikan informasi yang jelas dan memadai, menjawab pertanyaan mereka dan menghadapi kekhawatiran atau keberatan yang mungkin mereka miliki. Memotivasi dalam mengambil tindakan dan membirikan contoh inspiratif atau mengajak mereka menjadi komunitas yang menyenangkan dan bermanfaat.

Pemaparan di atas, maka peneliti merasa untuk perlu dilakukannya sebuah penelitian tentang bagaimana Komunikasi Persuasif pemuda-pemudi Gereja GKPS Hang Tuah dalam mendorong partisipasi pemuda-pemudi mengikuti aktivitas yang ada di Gereja GKPS Hang Tuah. Sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban atas Komunikasi Persuasif pemuda-pemudi Gereja GKPS Hang Tuah dalam mendorong partisipasi pemuda-pemudi mengikuti aktivitas yang ada di Gereja GKPS Hang Tuah yang dilakukan oleh pengurus pemuda-pemudi untuk menarik perhatian pemuda-pemudi mengikuti aktivitas yang ada pada Gereja GKPS Hang Tuah. Maka dengan itu penulis tertarik untuk mengambil judul “Komunikasi Persuasif Pemuda-pemudi Gereja GKPS Hang

Tuah dalam Mendorong Pemuda-pemudi Mengikuti Aktivitas yang Ada di Gereja GKPS Hang Buah” yang mempunyai bahasan yang cukup luas dan menarik untuk dijabarkan di Laporan Tugas Akhir yang akan penulis buat. Dari Tugas Akhir ini, diharapkan setelah lulus dapat memperoleh pengalaman dan dapat dengan mudah mengaplikasikan teori yang telah penulis dapatkan selama di bangku perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas mengenai penelitian ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh pengurus dalam mendorong partisipasi pemuda-pemudi dalam mengikuti aktivitas di Gereja GKPS Hang Buah.
2. Bagaimana kendala dalam proses Komunikasi Persuasif dalam mendorong partisipasi pemuda-pemudi dalam mengikuti aktivitas di Gereja GKPS Hang Buah.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh pengurus dalam mendorong partisipasi pemuda-pemudi dalam mengikuti aktivitas di Gereja GKPS Hang Buah.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang ada pada pemuda-pemudi dalam mengikuti aktivitas di Gereja GKPS Hang Buah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana komunikasi yang efektif dan, serta dapat menambah wawasan untuk mengetahui Komunikasi Persuasif yang digunakan dalam mendorong partisipasi pemuda-pemudi.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi literatur, dan diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat praktis serta dapat membangun dan memotivasi serta memajukan penelitian selanjutnya sehingga tujuan peningkatan motivasi dapat tercapai.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai Komunikasi Persuasif dan digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi proses penyampaian dan penerimaan informasi antara individu atau kelompok yang melibatkan pertukaran pesan komunikasi efektif melibatkan penggunaan bahasa yang jelas, pemahaman yang baik antara pengirim dan penerima pesan, serta keterampilan mendengarkan aktif. Selain itu penggunaan bahasa yang tepat, dan pengaturan waktu yang baik juga berkontribusi pada keberhasilan komunikasi. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti komunikasi persuasif, komunikasi kelompok atau bahkan komunikasi massal melalui media. Komunikasi yang efektif melibatkan penggunaan bahasa yang jelas dan tepat, pemahaman yang baik antara pengirim dan penerima pesan, serta keterampilan mendengarkan yang aktif. Selain itu, faktor kejelasan pesan dan penggunaan bahasa yang tepat, dan pengaturan waktu yang baik juga berkontribusi pada keberhasilan komunikasi. Komunikasi memiliki fungsi termasuk fungsi informasi (mengirimkan dan menerima informasi), fungsi ekspresif (mengungkapkan perasaan dan emosi), fungsi persuasif (mempengaruhi pikiran dan tindakan orang lain), dan fungsi sosial (membangun hubungan dan interaksi sosial).

Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid, menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling

pengertian yang mendalam. Komunikasi merupakan proses sosial dimana melibatkan manusia untuk selalu berinteraksi satu sama lain, sehingga mencapai suatu pemahaman yang sama.

2.1.2 Unsur Unsur Komunikasi

Ada empat komponen atau unsur dalam komunikasi, yaitu orang yang mengirimkan pesan, pesan yang akan dikirimkan, saluran atau jalan yang dilalui pesan dari pengirim kepada penerima, dan penerima pesan. Karena komunikasi merupakan proses dua arah atau timbal balik dengan unsur output perlu ada dalam proses komunikasi. Dengan ini, unsur dasar komunikasi sebagai berikut:

a) Pengirim pesan (Komunikator)

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirimkan pesan. Pesan atau informasi yang dikirimkan berasal dari pemikiran pengirim pesan.

b) Pesan

Pesan adalah informasi akan dikirimkan kepada penerima. Pesan dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat tertulis seperti buku, surat, dan pesan secara lisan seperti percakapan. Adapun pesan yang non verbal berupa isyarat gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

c) Saluran dan Media Komunikasi

Saluran merupakan jalur berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Ada dua jalan agar pesan komunikator sampai kepada komunikannya yaitu tanpa media yang langsung secara tatap muka dan

komunikasi yang menggunakan media. Media yang dimaksud ialah teknologi media komunikasi.

d) Penerima pesan (Komunikan)

Penerima pesan adalah orang yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Umpan balik dari penerima pesan memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang diutarakan oleh pengirim pesan (komunikator).

e) Output

Output adalah respon penerima terhadap pesan yang diterimanya. Adanya reaksi ini membantu pengirim untuk mengetahui sesuai tidaknya interpretasi pesan yang dikirimkan dengan hal-hal yang dimaksudkan oleh pengirim. Apabila arti pesan yang dimaksudkan oleh pengirim diinterpretasikan sama oleh penerima, berarti komunikasi tersebut efektif.

2.1.3 Fungsi Dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok yang memiliki kaitan dengan tukar-menukar data, fakta, ide. Menurut Onong Uchyana (1996), ada beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi, yakni;

- a) Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.

- b) Sosialisasi (masyarakat) penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sebagai anggota masyarakat yang efektif sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.
- c) Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d) Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.
- e) Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.
- f) Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas *horizon* seseorang serta dengan membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
- g) Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbil, suara, dan imaji dari tari, drama, kesenian, kesusastraan, musik, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.
- h) Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

2.1.4 Hambatan Komunikasi

Dalam komunikasi tentu saja terkadang dapat mengalami berbagai macam halangan atau hambatan. Namun hambatan komunikasi itu sendiri adalah segala bentuk sesuatu yang kemungkinan dapat menghalangi dan mengganggu tercapainya proses komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi tersebut dapat mempersulit komunikasi dalam proses mengirim pesan yang jelas, sulit untuk menerima pemahaman terhadap pesan yang dikirimkan, serta juga dapat mempersulit dalam memberikan umpan balik atau membalas pesan yang sesuai.

Dalam dunia komunikasi terdapat 4 (empat) jenis hambatan yang mengganggu proses komunikasi, yaitu:

1. Hambatan personal

Hambatan personal itu adalah hambatan yang bisa terjadi pada peserta komunikasi dan komunikasi. Hambatan personal dalam komunikasi biasa meliputi emosi, perasaan, sikap, *stereotyping* atau prasangka, dan lain-lain.

2. Hambatan kultural atau budaya

Komunikasi yang mungkin kita lakukan dengan orang lain yang memiliki budaya dan juga latar belakang yang berbeda dengan kita memiliki arti bahwa kita harus memahami dan menerima perbedaan dalam berbagai hal seperti nilai-nilai kepercayaan, dan sikap yang dipegang oleh orang lain.

3. Hambatan fisik

Hambatan fisik yang bisa mengganggu proses komunikasi mencakup perangkat telepon, komunikasi yang berada dalam wilayah yang paling

jauh, dan radio. Pada masa modern seperti saat ini sudah sangat mudah mengatasi hambatan fisik.

4. Hambatan lingkungan

Lingkungan juga bisa menyebabkan gangguan proses komunikasi. Ada beberapa faktor di lingkungan yang mempengaruhi proses komunikasi sehingga tidak berjalan efektif. Faktor lingkungan yang dimaksud yaitu latar belakang fisik atau keadaan komunikan dimana komunikasi terjadi. Hambatan lingkungan biasanya terjadi seperti aktivitas komunikan, tingkat kenyamanan, gangguan, dan juga waktu.

2.2 Komunikasi Persuasif

2.2.1 Pengertian komunikasi persuasif

Istilah persuasi (*persuasion*) berasal dari kata Latin *Persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang dalam Bahasa Inggris berarti *to persuade, to induce, to believe* atau dalam Bahasa Indonesia artinya membujuk, merayu. Sedangkan dalam Kamus Populer, persuasif diartikan sebagai sebuah pendekatan untuk dapat menyakinkan, membujuk dengan sebuah argument yang menguraikan suatu masalah atau keadaan yang dibuktikan dengan data-data dan fakta-fakta yang bertujuan untuk mempengaruhi dan agar mau mengikuti atau melakukan sebagaimana yang diharapkan. Adapun pengertian komunikasi persuasif menurut beberapa ahli antara lain:

- a) Menurut Bettinghous, komunikasi persuasif adalah komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka.

- b) Menurut Jalaluddin Rakhmat, komunikasi persuasif adalah salah satu teknik komunikasi yang menekankan pada proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti kehendaknya sendiri.
- c) Menurut Phil Astrid, komunikasi persuasif adalah suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikasi yang hendak dipengaruhi.

2.2.2 Elemen-elemen komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif memiliki beberapa elemen-elemen pembentuknya agar dapat mempengaruhi individu atau sekelompok orang. Menurut Maryam & Paryontri (2021, hlm. 94) beberapa elemen atau unsur komunikasi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

1. *Claim*

Yaitu pernyataan tujuan persuasi baik yang tersurat maupun tersirat. Misalnya dalam iklan rokok, secara lugas iklan itu mengajak terang-terangan untuk membeli rokok kepada masyarakat (eksplisit) tetapi karena iklan rokok tidak boleh terlalu vulgar dalam mengajak masyarakat membeli rokok maka iklan rokok pun dibuat secara terututup tetapi tidak meninggalkan substansinya mengajak masyarakat dalam membeli rokok (implisit).

2. *Warrant*

Yaitu ajakan yang dibungkus dengan kata-kata yang cenderung tidak memaksa. Misalnya ada sebuah ajakan yang berbunyi “Mari kita Bersama-sama menjaga lingkungan kita.” Kalimat itu secara tidak langsung mengajak dengan cara yang halus tetapi bersifat perintah.

3. Data

Dalam melakukan ajakan terhadap massa, komunikator biasanya menggunakan data-data sebagai pijakan dalam melakukan ajakan. Misalnya, iklan membeli minuman X disertai dengan data yang berbunyi “lembaga X menyatakan bahwa 9 dari 10 berapa persen manusia di dunia mengonsumsi minuman X tersebut.” Hal itu akan menambah yakin para komunikator atau masyarakat yang melihat iklan tersebut untuk dapat membeli produk itu terutama di kalangan menengah ke atas dan kalangan intelektual atau akademis. Kalangan ini biasanya akan percaya dengan suatu yang bersifat data untuk melakukan sesuatu termasuk membeli produk sesuatu agar lebih yakin dengan produk yang dibelinya.

2.2.3 Unsur-unsur komunikasi persuasif

Unsur-Unsur komunikasi persuasif tidak ada bedanya dengan unsur-unsur komunikasi secara umum. Adapun unsur-unsurnya adalah:

a) Sumber (*persuader*)

Dalam komunikasi persuasif sumber disebut juga dengan persuader adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang

lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam diri seorang sumber atau persuader harus memiliki kepercayaan dari komunikan, sumber daya Tarik dan sumber kekuatan.

b) Pesan

Pesan adalah informasi yang diberikan antara sumber dan penerima, baik secara verbal dan nonverbal. Dalam menyampaikan pesan komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan melihat tujuannya seperti pesan yang menarik perhatian, pesan yang menyakinkan serta pesan yang menyentuh atau menggerakkan.

c) Komunikan (*persuade*)

Orang atau kelompok yang menjadi tujuan pesan yang akan disampaikan atau disalurkan oleh komunikator baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikan memiliki peranan yang sangat penting dalam proses penerimaan pesan yang disampaikan oleh komunikator, maka ia dituntut harus mendengarkan, memahami, menghayati dan kemudian untuk mengamalkan. Karena bagaimanapun hebatnya komunikator dalam menyampaikan pesan, tetapi jika komunikan tidak memperhatikan, memahami, maka pesan itu tidak akan mempunyai makna dan tidak tersampaikan dengan semestinya.

2.2.4 Tahapan komunikasi persuasif

Agar komunikasi persuasif berjalan sesuai yang kita inginkan, nampaknya perlu dilaksanakan tahapan-tahapan secara sistematis. Mengemukakan bahwa berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilakukannya suatu persuasif yang biasa

disebut Formula AIDDA yang dapat dijadikan landasan dalam pelaksanaannya. Formula AIDDA merupakan kesatuan dari tahapan-tahapan komunikasi persuasif, yakni:

a) Attention (Perhatian)

Menimbulkan perhatian pemuda-pemudi berarti sebuah pesan harus dapat menimbulkan perhatian baik dalam bentuk dan media yang disampaikan. Perhatian itu bertujuan secara umum atau khusus kepada anggota pemuda-pemudi dan calon anggota pemuda-pemudi yang akan dijadikan target sasaran. Hal tersebut dapat dikemukakan lewat tulisan dan gambar yang menonjol dan jelas, perkaaan yang menarik atau mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri. Pesan yang menarik perhatian merupakan suatu langkah awal bagi perusahaan dimana pesan tersebut akan dikenal, diketahui dan diingat oleh pemuda-pemudi.

b) Interest (Rasa Tertarik)

Tertarik berarti pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian konsumen akan pesan yang ditunjukkan. Setelah perhatian didapat, selanjutnya adalah membangkitkan minat. Ini bisa dilakukan dengan memberikan informasi lebih lanjut tentang kegiatan yang dibuat oleh pengurus pemuda-pemudi, menyoroti manfaatnya atau menceritakan kisah yang relevan

c) Desire (Keinginan)

Pemikiran terjadi dari adanya keinginan ini, berkaitan dengan motif dan motivasi anggota pemuda-pemudi untuk aktif. Motif keinginan dibedakan menjadi dua, yaitu motif rasional dan emosional. Hal ini dimana motif rasional mempertimbangkan anggota pemuda-pemudi akan keuntungan dan kerugian yang didapatkan, sedangkan motif emosional terjadi akibat emosi akan keaktifan anggota.

d) Decision (Keputusan)

Tahap desire merupakan tahap dimana seseorang sudah mau mulai menentukan sikapnya terhadap suatu kegiatan yang disukainya. Mulai timbul kecocokan dengan kebutuhannya, keharusan dan keyakinan untuk mengikuti kegiatan tersebut dibandingkan dengan kegiatan lainnya.

e) Action (Melakukan)

Tindakan terjadi dengan adanya keinginan kuat anggota pemuda-pemudi sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam mengikuti kegiatan yang ada.

Tahapan-tahapan ini dimaksudkan agar komunikasi persuasif dimulai dari tahap membangkitkan perhatian (*attention*). Jika tidak ada perhatian secara langsung dari komunikan kepada komunikator, komunikasi persuasif akan dapat terlaksana. Usaha dalam membangkitkan perhatian ini tidak hanya dalam gaya mengemukakan pesan, tapi juga dalam penampilan saat menghadapi komunikan.

Perhatian dari seorang komunikan juga dapat ditanamkan ketika seorang komunikator memberikan senyum simpatik terhadap komunikan. Apabila perhatian tersebut sudah tertanam, maka tahap selanjutnya yaitu dengan

menanam rasa tertarik (*interest*) sehingga seorang komunikan memiliki hasrat atau keinginan (*desire*) untuk memenuhi apa yang diajukan komunikator, dan kemudian memunculkan keputusan (*decision*) untuk melakukan kegiatan (*action*) sesuai dengan ajakan komunikator.

2.2.5 Faktor pesan dalam komunikasi persuasif

Pesan (*message*) merupakan sesuatu yang penting dalam konteks komunikasi persuasif. Pesan yang disampaikan oleh komunikator berupa pesan verbal maupun non-verbal tentu harus dipahami dengan jelas oleh komunikan dengan baik. Terdapat faktor-faktor yang membuat pesan sangat efektif untuk membuat komunikasi persuasif berjalan dengan lancar yang diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Bahasa dan makna dalam komunikasi persuasif, yakni proses penyampaian yang disertai dengan makna yang mendalam. Komunikator tentu memiliki makna-makna yang tersirat dari apa yang disampaikan melalui bahasa verbal dan non-verbal.
2. Isi pesan persuasive, menekankan adanya pembentukan tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan. Proses seperti komunikator memperkuat nilai-nilai serta gagasan yang telah tertanam di masyarakat sehingga masyarakat lebih percaya.
3. Efek komunikasi tatap muka sebagai saluran dalam komunikasi persuasi. Proses ini menggunakan media sebagai saluran yang utama dalam melakukan proses komunikasi tatap muka. Saluran yang digunakan untuk tatap muka memiliki beberapa dimensi seperti kredibilitas saluran, umpan

balik saluran (*feedback*), keterlibatan saluran, tersedianya saluran, daya tahan 101 saluran, kekuatan multiguna saluran, dan komplementar saluran.

4. Efek interaksi kelompok sebagai saluran dalam komunikasi persuasive
5. Penerima dan pengaruh komunikasi persuasi.

2.2.6 Teknik-teknik komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif merupakan sebuah praktik yang dilakukan melalui Teknik, maka setiap individu yang bertindak sebagai komunikator harus memiliki beberapa teknik dalam melakukan komunikasi perusasi yang akan disampaikan sebagai berikut (Maryam & Paryontri, 2021, hlm. 102).

1. Mampu berpikir dalam kerangka acuan yang lebih besar untuk penggunaan teknik yang tepat dalam suatu keadaan tertentu.
2. Mampu menegaskan kredibilitas.
3. Mampu berempati.
4. Mampu menunjukkan perbedaan dengan sasara.
5. Mampu mengetahui saat-saat yang tepat untuk dapat menggiring audiensi pada pesan yang diberikan.
6. Mampu mengetahui alat bantu komunikasi digunakan secara baik dan tepat.

Selain itu, menurut Maryam & Paryontri (2021, hlm. 104) komunikator yang melakukan persuasi harus memperhatikan hal-hal berikut ini.

1. Spesifikasi tujuan perusasi.

Komunikator yang melakukan persuasi tentu harus memiliki sebuah tujuan yang jelas dan spesifik. Tujuan itu meliputi perilaku, sikap dan keyakinan yang akan diubah.

2. Identifikasi kategori sasaran.

Proses persuasi harus dapat dilakukan dengan menetapkan tujuan yang spesifik dan dapat dipisahkan sendiri-sendiri sesuai kebutuhannya.

3. Perumusan strategi persuasi

Komunikator tentu harus mampu melakukan strategi persuasi yang jelas sesuai dengan kebutuhan dari apa yang akan diubah.

4. Pemilihan metode persuasi yang diterapkan

Metode merupakan bagian dari strategi yang sudah dirumuskan. Metode merupakan cara dari komunikator untuk melakukan eksekusi dari yang sudah direncanakan di awal.

2.3 Pemuda-pemudi Gereja

2.3.3 Pengertian pemuda-pemudi Gereja

Pemuda adalah individu yang bila dilihat secara fisik sedang mengalami perkembangan dan secara psikis sedang mengalami perkembangan emosional, sehingga pemuda merupakan sumber daya manusia pembangunan baik saat ini maupun nanti yang akan menggantikan generasi sebelumnya. Pemuda adalah individu dengan karakter yang dinamis, bahkan bergejolak dan optimis namun belum memiliki pengendalian emosi yang stabil.

Dalam KBBI, menjelaskan bahwa pemuda diartikan orang muda laki-laki yang akan menjadi pemimpin bangsa, pemuda yang selalu bergantung pada induk semangatnya dan pemudi artinya orang muda perempuan, juga ikut mengangkat senjata. Pemuda juga dapat disebutkan sebagai jemaat laki-laki dan perempuan yang berusia di atas usia remaja dan belum menikah. Secara psikologi pemuda adalah orang yang berumur antara 15-35 tahun.

Pemuda merupakan orang yang sudah cukup dewasa baik secara fisik maupun psikis, sehingga sudah mampu bekerja mencukupi kehidupannya dan orang lain. Pemuda adalah orang-orang yang berusia 18-22 tahun dan hidup mandiri. Menurut Sumiyatiningsih menjelaskan pemuda adalah orang yang berumur 18-25 tahun yang selalu membuka diri dan selalu membangun hubungan dengan semua orang serta hidup disiplin dengan berbagai aturan lingkungan masyarakat. Pemuda merupakan orang-orang yang sudah dewasa secara fisik dan mental yang sudah mampu berfikir dan bertindak, pemuda berada pada umur 18-34 tahun, pada umur ini sudah mampu berpikir dan penuh cita-cita masa depan seperti studi lanjut kuliah, mencari pekerjaan dan menentukan suatu pasangan hidup. Kaum pemuda yang merupakan orang-orang yang berada pada umur 18-22 atau 18-34 tahun yang sudah beranjak dewasa sehingga mampu mandiri untuk menjalani kehidupannya dan mampu mengambil keputusan yang bermanfaat bagi dirinya serta bagi orang yang di sekitarnya.

2.3.4 Strategi Komunikasi

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan strategi yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi

adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Saputra, 2013:11). Strategi adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) (Adilla, 2009: 8).

Kata “strategi” dalam kamus besar bahasa Indonesia mempunyai beberapa arti, antara lain:

- a. Ilmu dan seni mengembangkan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.
- b. Ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam kondisi perang atau dalam kondisi yang menguntungkan.
- c. Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

2.3.5 Tujuan Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku mereka “Techniques for Effective Communication”, sebagaimana dikutip oleh Effendy, menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama (Effendy, 2003:32), diantaranya sebagai berikut:

- a. Untuk mengamankan pemahaman.
- b. Untuk menetapkan penerimaan.

c. Untuk memotivasikan tindakan.

Strategi komunikasi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, pemahaman yang sudah didapat harus diamankan menjadi suatu pemikiran yang sudah ditetapkan yang akan memotivasi tindakan. Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Strategi komunikasi harus luwes sedemikian rupa sehingga komunikator sebagai pelaksanadapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu, lebih-lebih jika komunikasi langsung melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen media atau komponen komunikan, sehingga efek yang diharapkan tercapai.

Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya, dengan kata lain perkataan pihak komunikan merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya. Sehingga dengan demikian komunikan bersedia untuk taat pada pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator. Sikap komunikator yang berusaha menyamakan diri dengan komunikan ini akan menimbulkan simpati komunikan pada komunikator.

2.3.3 Peranan Komunikator dalam Strategi Komunikasi

Unsur yang paling dominan dalam keseluruhan proses komunikasi untuk mencapai efektivitas adalah komunikator, yaitu mereka yang menyusun dan melontarkan pesan atau pertanyaan umum kepada khalayak. Kedudukan dan

fungsi komunikator dalam upaya menciptakan efektivitas dalam komunikasi adalah penting sekali, karena daripadanya terletak efektif tidaknya pesan-pesan yang disampaikan.

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila dia melancarkan komunikasi (Effendy, 2009: 38), diantaranya sebagai berikut.

a. Daya tarik komunikator

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

b. Kepercayaan komunikator

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Seorang dokter akan mendapat kepercayaan jika ia menerangkan soal kesehatan.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik (*emphathy*), yaitu kemampuan seorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan kata lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator

harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, kecewa dan sebagainya.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian adalah suatu proses yang dipergunakan dalam pengumpulan data dan menganalisis informasi agar meningkatkan pengetahuan seseorang terhadap suatu topik. Oleh karena itu, metode penelitiannya adalah penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang hasilnya tidak dapat diperoleh dengan metode statistik atau komputasi (penghintungan) lain. Penelitian dalam setting alami. Metode kualitatif lebih mengandalkan ciri-ciri fenomenologis untuk memahami dan menginterpretasikan makna peristiwa interaksi perilaku, dengan mengutamakan apresiasi. Metode kualitatif bertujuan untuk objek penelitian yang mendalam.

Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dikatakan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan filosofi post positivisme, digunakan untuk belajar kondisi material alam, di mana peneliti adalah instrumen sentral, teknologi pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi (gabungan), analisis data dilakukan induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif menggarisbawahi kepentingannya dari generalisasi. Menurut Sukmadinata, 2005 dalam buku metode penelitian kualitatif teori & praktik (Imam Gunawan S.Pd, M.Pd), dasar penelitian kualitatif adalah *konstruktivisme* yang beramsumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jarak, interaktif dan suatu pertukaran dan pengalaman sosial diinterpretasikan oleh setiap individu.

3.2 Sumber data

3.2.1 Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pengumpulan informasi yang paling penting diperoleh terutama melalui pertanyaan tertulis dengan metode angket atau wawancara lisan, sumber dalam ini datanya adalah informan atau responden. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada penampungan data. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah didapat melalui wawancara dan observasi. Hal ini dilakukan agar penelitian mencapai tujuannya.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di GKPS Hang Tuah, beralamat di Jl. Teuku Cik Ditiro No. 55. Medan. Lama waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian yaitu dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian yang tidak lebih dari 3 bulan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi sesuai lingkungan penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

a) **Observasi**

Metode observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengamati secara langsung maupun online subjek peneliti untuk melihat aktivitas yang dilakukan. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Observasi melibatkan dua komponen yaitu si pelaku observasi atau observer, dan objek yang diobservasi atau observer W. Gulo (2012:116). Metode observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan disertai dengan catatan mengenai keadaan atau tingkah laku subjek. Menurut Nana Sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan pendekatan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang lebih luas, observasi yang sebenarnya tidak terbatas pada observasi langsung atau tidak langsung.

b) **Metode wawancara**

Metode wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung atau tidak langsung kepada responden. Sugiyono (2016:194) menyatakan bahwa “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada seseorang yang menjadi subjek penelitian atau narasumber terkait topik penelitian atau narasumber terkait topik penelitian yang sedang diangkat secara langsung.

c) **Dokumentasi**

Dokumentasi dalam penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data hasil dari wawancara yang dilakukan dengan peneliti terhadap informan

secara langsung maupun daring, seperti melalui zoom meeting atau google meet. Menurut Guba dan Lincoln dalam (Moleong, 2007) dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.

3.5 Analisis Data

Analisis data adalah proses dimana data yang diperoleh secara sistematis dicari dan dikumpulkan dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, membaginya kedalam unit-unit, mensintesis, mengatur dalam pola, memilih apa yang penting dan akan dipelajari, serta kesimpulan disajikan dengan cara yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Menurut Mudji Rahardjo (dalam Sujarweni, 2014:34) teknik analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan focus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah.

a) Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu proses selektif dimana perhatian diberikan pada penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan tertulis. Proses ini berlanjut sepanjang penelitian, bahkan sebelum pengumpulan data sebenarnya. Cara

mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan ke pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat ditarik kesimpulannya dan akhirnya secara tepat sesuai dengan permasalahan fokus utamanya.

b) Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu kegiatan dimana sekumpulan informasi disatukan, yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif berupa catatan lapangan, matriks, bagan, jaringan, dan diagram. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang disusun dalam bentuk yang padu dan mudah diakses, sehingga memudahkan untuk melacak apa yang terjadi menganalisis ulang apakah kesimpulannya benar atau sebaliknya.

c) Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi selama penelitian berlangsung, dengan cara:

1. Pemikir ulang selama penulisan,
2. Tinjauan ulang catatan lapangan,
3. Tinjau kembali dan tukar pikiran antar teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif
4. Upaya-upaya yang luas untuk menempatkan Salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.

3.6 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan derajat kepercayaan atau kebenaran hasil suatu penelitian. Menurut Lincoln dan Guba (1985) dalam Wijaya (2018), keabsahan data didalam penelitian kualitatif, suatu realistis itu bersifat majemuk dan dinamis, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula. Keabsahan data dapat dicapai dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan teknik triangulasi data. Triangulasi data merupakan suatu cara dalam penelitian. Secara sederhana proses triangulasi merupakan suatu upaya mengumpulkan sekaligus menguji kredibilitas data tersebut melalui berbagai sumber (Sugiyono,2013:241). Lazimnya teknik triangulasi data yang sering digunakan dalam penelitian terbagi menjadi tiga yaitu triangulasi metode, triangulasi waktu dan triangulasi sumber. Pada penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi teknik. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah dipeoleh dari

sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.



3.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dipakai sebagai referensi serta menjadi perbandingan penelitian yang akan penulis teliti dengan penelitian lain yang sebelumnya telah dibuat dan diuji keakuratannya. Berikut diuraikan tabel penelitian terdahulu pada penelitian ini.

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri (2023)	Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif terlaksana dengan baik. Program-program yang telah dilaksanakan oleh kantor pihak <i>marketing</i> perumahan Harmoni Asri sendiri khususnya telah berjalan dengan intensif. Adanya komunikasi <i>bottom up</i> dari pihak <i>marketing</i> kepada atasan merupakan faktor yang mempermudah dalam bekerja, efektivitas komunikasi organisasi serta cara membangun komunikasi organisasi yang baik antara pimpinan kepada bawahan maupun sebaliknya di dalam tim <i>marketing</i> perumahan Harmoni Asri.	Persamaan penelitian menggunakan metode Kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penulis yaitu: 1. Subjek Penelitian 2. Lokasi Penelitian

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
2.	Strategi Komunikasi Persuasif Gusdurian Tangerang dalam Mengimplementasikan Toleransi Agama Di Wilayah Tangerang Raya (2021)	Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa Gusdurian Tangerang menggunakan strategi psikodinamika yaitu dari segi emosional dengan kunjungan ke rumah ibadah serta pendekatan kepada orang-orang yang sejalan dengan pemikiran Gus Dur, dan segi kognitif melalui diskusi lintas agama. Strategi sosiokultural melalui lingkungan pertemanan antar komunitas agama dan lingkungan masyarakat. Strategi meaning construction melalui sosialisasi dan edukasi lewat artikel website, konten media sosial, dan dialog lintas agama. Bentuk sikap toleransi yang dipersuasikan adalah bukan saja berada pada ruang penghormatan dan pengakuan, tetapi juga upaya untuk menumbuhkan rasa saling memiliki yang diimplementasikan melalui kegiatan sosial.	Persamaan penelitian menggunakan metode Kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penulis: 1. Objek Penelitian 2. Lokasi Penelitian

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
3.	Komunikasi Persuasif Satresnarkoba Polres Gunung Kidul Dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Narkotika, Psikotropika, Dan Zat Adiktif Lainnya (Napza) Di Masyarakat. (2023)	Komunikasi Persuasif Satresnarkoba Polres Gunungkidul dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif Lainnya (Napza) di Masyarakat menggunakan pendekatan komunikatif yang terstruktur anggota Satresnarkoba secara aktif dan proaktif berkomunikasi dengan seluruh elemen terutama dalam upaya pencegahan penyalahgunaan Napza. 2) Strategi Komunikasi Persuasif dengan cara rangkaian upaya-upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satresnarkoba adalah dengan melakukan banyak pertemuan, menyambangi, mengedukasi, membina, dan menyosialisasikan bahaya penyalahgunaan Napza.	Persamaan penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penulis: 1. Subjek Penelitian 2. Lokasi Penelitian

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
4.	Komunikasi Persuasif Pendeta Dalam Menyampaikan Firman Tuhan Di Media Sosial <i>Instagram</i> (2021)	Prinsip timbal balik terjadi dimana ribuan respons dari followers terhadap konten yang di posting, adanya eksternal feedback. Hanya saja ditemukan kurang nya respons dari akun @philipmantofa dan tim dalam membalas pertanyaan followers di kolom komentar. Terdapat juga komitmen dan konsistensi dalam memposting konten Firman Tuhan. Bukti sosial ditunjukkan dengan jumlah followers yang banyak dan terus meningkat. Prinsip Kegemaran ditunjukkan dengan cara tersendiri dalam membuat dan menyajikan konten yang sesuai dengan minat orang banyak akun instagram @philipmantofa memiliki otoritas mempengaruhi followers nya karena sudah di percaya orang.	Persamaan penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penulis: 1. Subjek Penelitian 2. Lokasi Penelitian Objek Penelitian

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
5.	Komunikasi Persuasif Cuantomonologi Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Cryptocurrency Di Kabupaten Karawang	bahwa masyarakat yang masih memiliki pandangan terhadap perdagangan ilegal dengan Mata uang Kripto adalah hal yang sama serta kurangnya keahlian komunikator Cuantomonology dalam membangun persuasif kepada masyarakat. Waktu yang sering digunakan oleh Cuantomonology untuk membujuk masyarakat adalah saat harga koin kripto naik atau ada perusahaan yang memberikan harga khusus saat membeli dengan koin kripto, dengan isi pesan berupa edukasi pentingnya mata uang kripto.	Persamaan penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penulis: 1. Subjek Penelitian 2. Lokasi Penelitian Objek Penelitian

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Persuasif pengurus pemuda-pemudi gereja GKPS Hang Buah dalam meningkatkan partisipasi anggota pemuda-pemudi sangat berguna. Pengurus pemuda-pemudi GKPS Hang Buah yaitu pemanfaatan sosial media, Public Relation, Kegiatan interaktif, Penyampaian pesan interaktif.

Pengurus Pemuda-pemudi GKPS Hang Buah telah melakukan upaya pelaksanaan komunikasi persuasif. Namun dalam menjalankannya terdapat kendala seperti kurangnya respon dari anggota terhadap pengumuman kegiatan yang diberikan oleh pengurus, sudah memiliki kegiatan di luar kegiatan gereja, kurangnya dukungan dari sebagian orang tua dikarenakan jam pulang larut malam, keamanan diperjalanan dikarenakan tingginya angka kriminalitas.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Pemuda-Pemudi GKPS Hang Buah

Rekomendasi Pengurus pemuda-pemudi GKPS Hang Buah kedepannya antara lain meningkatkan hubungan kepada anggota pemuda-pemudi yang kurang berpartisipasi dalam mengikuti aktivitas yang ada di lingkungan gereja GKPS Hang Buah. Memberikan pengumuman ataupun himbauan kepada anggota pemuda-pemudi untuk mengikuti kegiatan yang akan dilaksanakan dengan menggunakan media sosial yang ada untuk menyampaikan informasi.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

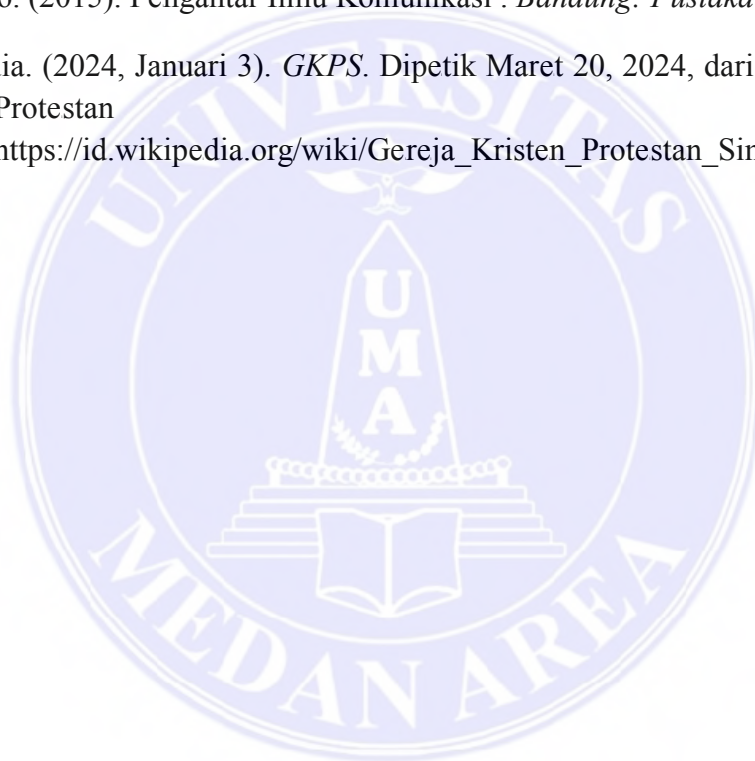
Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut; Peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian yang sama dapat menetapkan tujuan penelitian dan memberikan prioritas pada bidang eksplorasi tertentu. Peneliti dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang penekanan penelitian dengan melakukan tinjauan literatur lebih lanjut yang berkaitan dengan bidang penyelidikan tertentu.



DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Sutrisno, A. P. (2019). Komunikasi Persuasi Eksistensi Remaja Pada Media Sosial. *Jurnal Komunikasi* .
- A. A. Sutrisno, A. P. (t.thn.). komunikasi Persuasi Eksistensi Remaja Pada Media Sosial.
- Amrullah, M. (2015). Human Relations Sebagai Kegiatan Komunikasi Persuasif. *Komunikasi*.
- Beriang Senan, B. S. (2023). Komunikasi Persuasif Yesus sebagai Model Komunikasi dalam Pelayanan Pastoral. *Integritas: Jurnal Teologi*, 49-65.
- Changara, H. (2000). Pengantar Ilmu Komunikasi. *PT Raja Grafindo Persada*, 31.
- Dini Safitri, N. A. (2022). Pelatihan Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Penelitian*.
- Effendy, O. U. (2004). Dinamika Komunikasi. *PT Remaja Rosdakarya*, 25-26.
- Henri. (2018). Komunikasi Persuasif. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- L.Netra. (2021). Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan. *Jurnalkommas.Com*.
- manihuruk, r. (2013, Maret). Peran Pemuda GKPS dalam Meningkatkan Pelayanan Sosial dan Ekonomi Warga Jemaat GKPS. *blogspot*.
- Nonitana, J. E. (2017). Kajian Teori Perkembangan Iman James Fowler terhadap Spiritualitas Pemuda GPIB Jemaat Immanuel Semarang. *Teologi*, 12-18. Dipetik Maret 19, 2024, dari https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/29567/3/T1_712018221_Bab%20II.pdf: https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/29567/3/T1_712018221_Bab%20II.pdf
- Pratama, F. A. (2023). Strategi komunikasi persuasif komunitas pelajar mengajar surabaya dalam meningkatkan keikutsertaan anak pada program pembelajaran. *Komunikasi*, 2.
- Purwi Isti, U. T. (2020). Proses Komunikasi Persuasif. *Ocw.Upj.Ac.Id*.

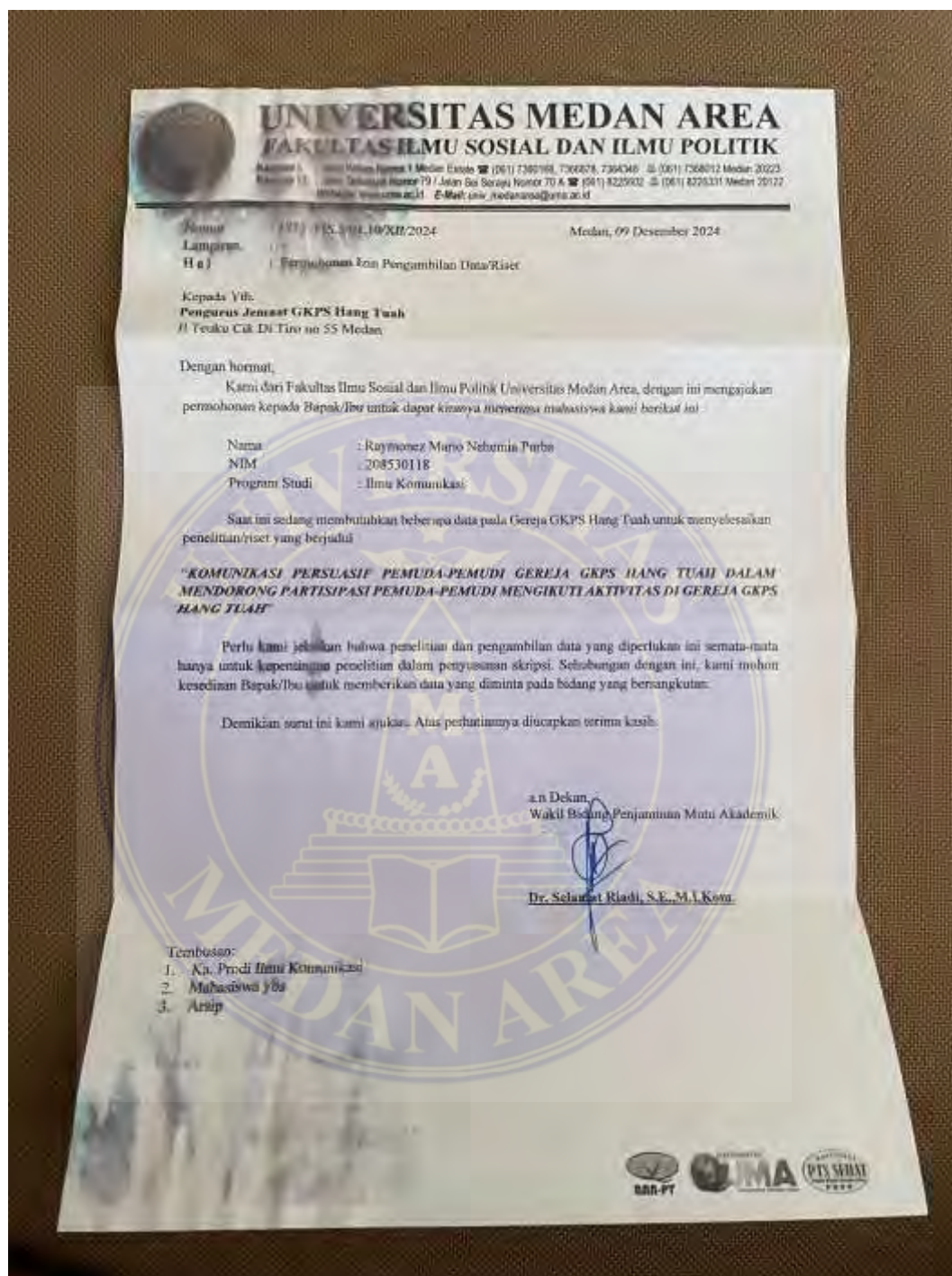
- Rahayu, R. G. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Salsabila, A. R. (2023). Penerapan Komunikasi Persuasif Melalui Desain Poster Untuk Konten Media Sosial Perum Jasa Tirta I. *jurnal design*.
- Setya Prihatining Tyas, N. A. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 19.
- Suryana, A. (2019). Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif. *Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif*.
- Suryanto. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi . *Bandung: Pustaka Setia*, 102.
- wikipedia. (2024, Januari 3). *GKPS*. Dipetik Maret 20, 2024, dari Gereja Kristen Protestan Simalungun:
https://id.wikipedia.org/wiki/Gereja_Kristen_Protestan_Simalungun



LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah pengurus pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah anggota pemuda-pemudi?
2. Seberapa efektif komunikasi persuasive yang sudah dijalankan pengurus pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah?
3. Sejauh ini media sosial apa saja yang digunakan untuk memberitahukan informasi kegiatan kepada anggota?
4. Biasanya pemberitahuan tersebut berisi apa?
5. Apakah pengurus pemuda-pemudi melakukan mengajak secara langsung kepada anggota untuk mengikuti kegiatan?
6. Apakah komunikasi persuasif efektif untuk meningkatkan partisipasi anggota?
7. Bagaimana pengurus dalam menjalin hubungan baik kepada masyarakat?
8. Sejauh ini apa faktor pendukung dan penghambat di pemuda-pemudi gereja GKPS Hang Tuah



Lampiran 1 Surat Riset



Lampiran 2 Surat selesai riset penelitian



Foto bersama Sekretaris Pemuda-
pemudi GKPS Hang Tuah,
Ruth Damanik



Foto bersama Wakil Sekretaris
Pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah,
Pisteo Saragih



Foto bersama Ketua Pemuda-pemudi
GKPS Hang Tuah,
Angelia Damanik



Foto bersama Divi Media Sosial
Pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah,
Rahel Sinaga



Foto bersama Divisi Olahraga
Pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah,
Raffles Saragih

Lampiran 3 Foto bersama Pengurus Pemuda-pemudi GKPS Hang Tuah