

JUDUL SKRIPSI

**KOMUNIKASI PERSUASIF ASATIDZ DALAM MENINGKATKAN MINAT
SANTRI UNTUK BELAJAR AGAMA DI PONPES
ASSYAFI'YAH MENGGALA DESA MENGGALA KECAMATAN
PEMENANG KABUPATEN LOMBOK UTARA NTB**



Oleh :

UMAR

NIM: 717130028

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2022

JUDUL SKRIPSI

**KOMUNIKASI PERSUASIF ASATIDZ DALAM MENINGKATKAN MINAT
SANTRI UNTUK BELAJAR AGAMA DI PONPES
ASSYAFI'YAH MENGGALA DESA MENGGALA KECAMATAN
PEMENANG KABUPATEN LOMBOK UTARA NTB**

Skrifsi S-1

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Pernyataan Menjadi Sarjana Sosial
Komunikasi Penyiaran Islam*



Oleh :

UMAR

NIM: 717130028

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Sekripsi diajukan oleh :

Nama :Umar

Nim :717130028

Prgram studi :Komunikasi dan penyiaran islam

Fakultas :fakultas agama islam

Judul skripsi :Komunikasi Persuasif Asatidz Dalam Meningkatkan Minat Santri Untuk Belajar Agama Di Ponpes Assyafi'iah Menggala Di Desa Menggala Kecamatan Pemenang Kabuparen Lombok Utara Nusa Tenggara Barat.

Diajukan pada tanggal

Pembimbing I



Drs. Abdul Wahab, MA
NIDN: 0812086701

Pembimbing II



Ishanan, M.Sos
NIDN: 0811129101

Disetujui oleh

Kaprodi komunikasi penyiaran islam (KPI)



Endang Rahmawati M.Kom.I
NIDN:0802018802

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi :Komunikasi Persuasif Asatidz Dalam Meningkatkan Minat Santri Untuk Belajar Agama Di Ponpes Assyafi'iah Menggala Di Desa Menggala Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara Nusa Tenggara Barat.

Nama mahasiswa :Umar

Nim :717130028

Di Ajukan Kepada Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataramk, Untuk Memperoleh Salah Satu Prsyarat Mendapatkan Gelar Sarjana (S.Sos)

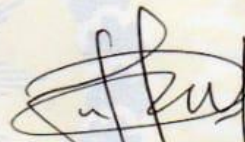
Di sahkan oleh

Penguji I



Suwandi S. Ag. M. Pd. I
NIDN:0814067001

Penguji II



Endang Rahmawati M. Kom. I
NIDN:0802018802

Pembimbing I



Drs. Abdul Wahab, MA
NIDN: 0812086701

Pembimbing II



Ishanan, M. Sos
NIDN: 0811129101

Di sahkan oleh
Dekan Fakultas Agama Islam



Suwandi S. Ag. M. Pd. I
NIDN:0814067001

LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Umar

Nim : 717130028

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Fakultas Agama Islam

Judul Skripsi : **Komunikasi Persuasif Asatidz Dalam Meningkatkan Minat Santri untuk Belajar Agama Di Ponpes Assyafi'iah Menggala Desa Menggala Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara**

Dengan ini saya menyatakan

1. skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang di ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu (S-1) di universitas muhammadiyah mataram (UMMat).
2. Semua sumber dan data yang saya gunakan dalam penulisan karya ini telah saya cantumkan sesuai dalam ketentuan yang berlaku di universitas muhammadiyah mataram (UMMat).
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan karya asli saya atau merupakan jiplakan dari karia orang lain, maka saya bersedia menerima sangsi berdasarkan undang-undang yang berlaku di lingkungan Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).

Mataram, 5 juli 2022



Umar



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : UMAR
NIM : 717130028
Tempat/Tgl Lahir : Sakan Santang, 18-06-1999
Program Studi : KPI
Fakultas : FAI
No. Hp : 082 340 406 221
Email : umarmenggala@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

KOMUNIKASI PERSUASIF ASATIDZ
DALAM MENINGKATKAN MINAT SANTRI
UNTUK BELAJAR AGAMA DI POMPEA
ASAYAFIYAH DAN MEHGGALA DI DESA MEHGGALA KEC PEMERANG

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 18 AGUSTUS2022
Penulis



UMAR
NIM. 717130028

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : UMAR
NIM : 717130028
Tempat/Tgl Lahir : BAKAN SANTONG, 18-06-1999
Program Studi : KPI
Fakultas : FAI
No. Hp/Email : 082 340 406 221
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

KOMUNIKASI PERSUASIF ASATIDZ DALAM MEHINGKATEKAN
MILAH SANTRI UNTUK BELAJAR AGAMA
DI POKRES ASSYAFI'YAH MENGGALA
DI DESA MENGGALA KECAMATAN PEMEMANG KLU

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 18 AGUS 2022

Penulis



UMAR
NIM. 717130028

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT

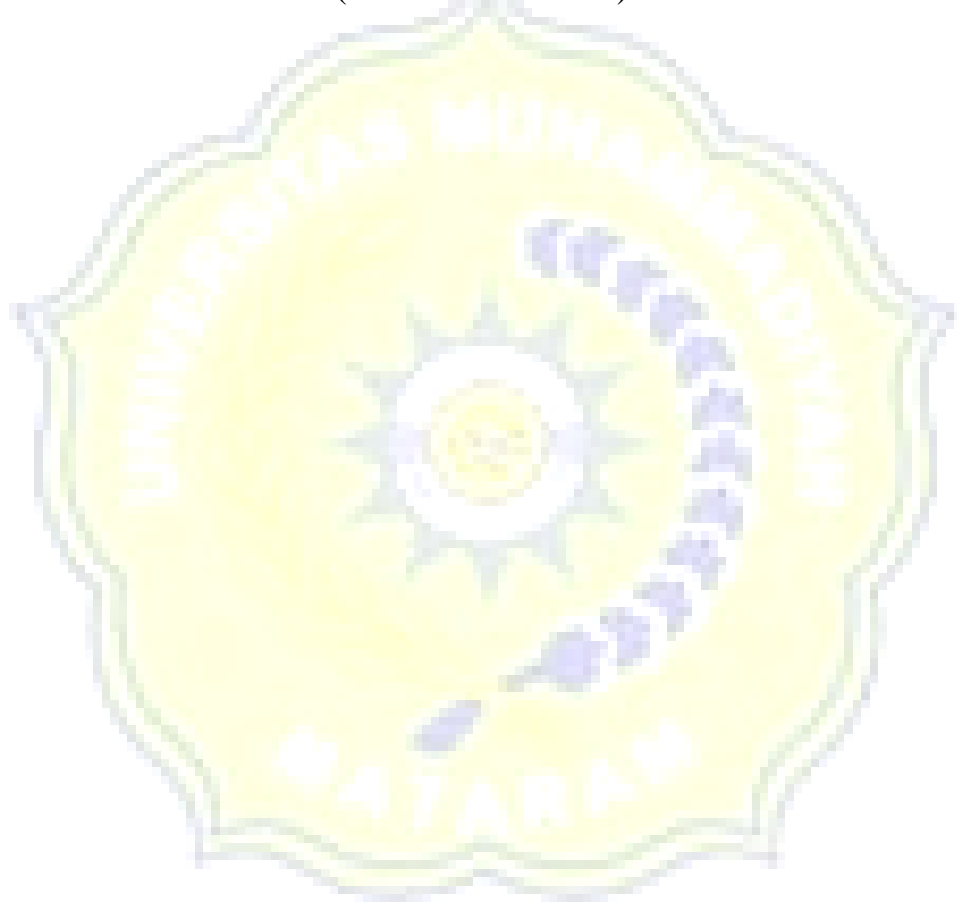


Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

Jika kita letih karena kebaikan, maka sesungguhnya keletihan itu akan hilang dan kebaikan akan kekal. Namun, jikalau kita bersenang-senang dengan dosa, maka sesungguhnya kesenangan itu akan hilang dan dosa itu akan kekal

(Umar bin Khattab)



KATA ENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI PERSUASIF ASATIDZ DALAM MENINGKATKAN MINAT SANTRI UNTUK BELAJAR AGAMA DI PONPES ASSYAFI’IYAH MENGGALA”**.

Allahumma shalli wasallim ‘alaa sayyidina Muhammad wa’alaa aali Muhammad. Shalawat kita senandungkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai uswatun hasanah bai kita umat Islam. Semoga kita mendapat syaafa’atnya di akhirat kelak.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulis telah mendapat banyak bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih diantaranya kepada:

1. Kedua orangtua penulis yang telah memberikan izin dan semangat serta selalu mendo’akan penulis.
2. Suwandi, S.Ag.,M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Endang Rahmawati, M.Kom.I, selaku Kaprodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Drs. Abdul Wahab, MA dan Ishanan, M.Sos, selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan Ponpes Assyafi’iyah Menggala dan seluruh asatidz yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan izin dan keterangan yang dibutuhkan terkait data penelitian ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu selama penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin dengan segala kemampuan yang dimiliki, namun penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna untuk perbaikan dan menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembaca serta bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan kefarmasian pada umumnya.

Mataram, 29 Juni 2022

ABSTRAK

Judul : Komunikasi Persuasif Asatidz Dalam Meningkatkan Minat Santri Untuk Belajar Agama Di Ponpes Assyafi'iyah Menggala.

NAMA : Umar

NIM : 717130028

Ada dua persoalan utama yang dikaji dalam penelitian ini yaitu: 1). Bagaimana komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala? dan 2). Apa hambatan/ kendala yang dialami para asatidz dalam mengadakan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala.dan hambatan/kendala yang dialami para asatidz dalam mengadakan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala..

Untuk menjawab persoalan tersebut peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Dalam pelaksanaan komunikasi persuasif Pondok Pesantren Assyafi'iyah menggunakan metode integritas, asosiasi dan ganjaran dalam meningkatkan ghirah belajar santri. 2). Hambatan komunikasi persuasif yang dihadapi Pondok Pesantren Assyafi'iyah dalam meningkatkan minat belajar santri mencakup aspek psikologis, antropologis dan Sosiologis.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Asatidz, Minat Belajar Agama Santri.

ABSTRACT

Title : Asatidz Persuasive Communication In Increasing Student Interest To Study Religion At Assyafi'iyah Islamic Boarding School Menggala.

NAME : Umar

ID : 717130028

This study focuses on two primary issues: 1). How can Assyafi'iyah Islamic Boarding School in Menggala's asatidz persuasive communication increase kids' enthusiasm for learning religion? and 2). What challenges do asatidz have while attempting to persuade pupils at the Assyafi'iyah Islamic Boarding School Menggala to be more interested in studying religion? This study sought to ascertain how effectively asatidz persuaded pupils to pursue religious studies at the Assyafi'iyah Islamic Boarding School in Menggala. Researchers employed descriptive qualitative methodologies to address these issues. Observation, interviews, and documentation were used as data gathering methods. Using data reduction, presentation, and conclusion drawing, analyze the data. The findings of this research are: 1) To improve students' motivation for learning, the Assyafi'iyah Islamic Boarding School employs integrity, association, and reward techniques to execute persuasive communication. 2. Psychological, anthropological, and sociological factors are some challenges Assyafi'iyah Islamic Boarding School faces in persuading pupils to be more interested in learning.

Keywords: *Persuasive Communication, Asatidz, Students' Interest in Learning Religion.*

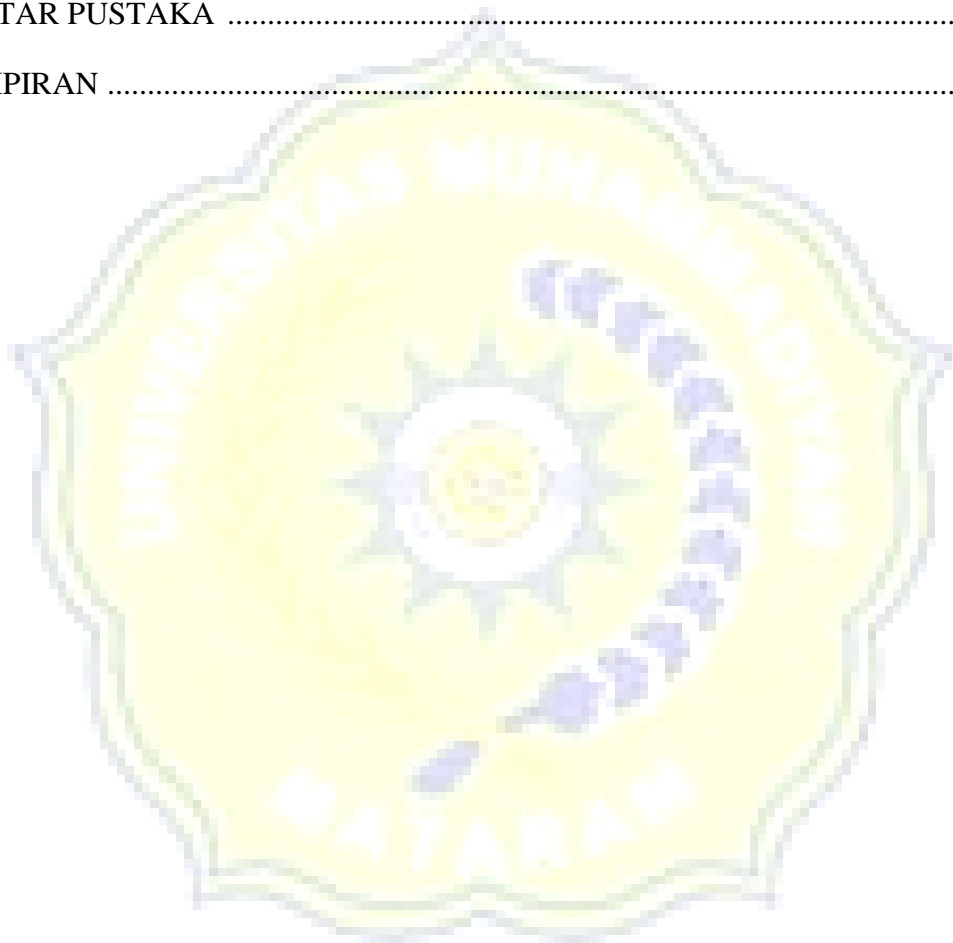


DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis	5
2. Manfaat Praktis	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN TEORI	7
A. Telaah Pustaka	7
B. Komunikasi	10
1.Pengertian Komunikasi	10
2.Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli	10
3.Unsur-unsur Komunikasi	11

4.Fungsi Komunikasi	12
5.Fungsi Komunikasi	13
6.Komunikasi Persuasif	13
C. Minat Belajar Agama	24
1. Pengertian Minat Belajar	24
2. Cara Membangkitkan Minat Belajar	25
3. Fungsi Adanya Minat Belajar	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Penelitian	27
1. Data dan Sumber Data	28
2. Teknik Pengumpulan Data	28
3. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Profil Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	32
1. Kondisi Geografis Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	32
2. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	32
3. Keadaan Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	34
4. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	35
5. Data Ustadz/Guru/Pengajar dan Santri Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	37
6. Ma'had Assyafi'iyah Menggala	38
B. PEMBAHASAN	40
1. Komunikasi Persuasif Asatidz dalam Meningkatkan Minat Santri untuk Belajar Agama di Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala ...	40

2. Hambatan/Kendala yang Dialami Para Asatidz dalam Mengadakan Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Santri untuk Belajar Agama di Ponpes Assyafi'iyah Menggala	50
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Penelitian Sekarang	8
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	8
Tabel 4.1 Sarana dan Prasarana Pembelajaran Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala	35
Tabel 4.2 Data Santri Pondok Pesantren Assyafi'iyah Tahun Pelajaran 2021/2022	37
Tabel 4.3 Data Kelas dan Siswa Ma'had Assyafi'iyah Tahun Pelajaran 2020/2021	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala36



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehadiran pondok pesantren tidak asing lagi di Indonesia yang merupakan sebuah lembaga pendidikan berbasis Islam, baik di perkotaan maupun di pedesaan, yang bimbingan dan pengajaran agama Islam secara mendalam. Tujuannya untuk membentuk moralitas umat melalui pendidikan. Hingga saat ini pondok pesantren umumnya bertujuan untuk membina dan mendidik khususnya dalam bidang keagamaan supaya mencetak pribadi muslim yang kaffah dalam menjalankan ajaran agama yang berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah.¹

Peranan pondok pesantren diakui memiliki andil yang sangat besar terhadap perjalanan bangsa. Tidak hanya melahirkan tokoh-tokoh nasional yang berpengaruh di negeri ini, tetapi juga telah berhasil membentuk watak tersendiri, dimana bangsa Indonesia yang mayoritas beragama Islam selama ini dikenal sebagai bangsa yang religius taat beribadah kepada Allah SWT.²

Pondok pesantren dikenal sebagai komunitas istimewa karena terpisah dari masyarakat umum, yang di dalamnya terdapat beberapa elemen yang tidak dapat dipisahkan. Komunitas pesantren bagaikan sebuah keluarga besar yang dibina oleh seorang kiyai/ulama dan dibantu oleh beberapa ustadz serta pengurus untuk menjalankan tugasnya dalam mendidik dan mengajar para santri yang berasal dari berbagai pelosok. Sistem pendidikan yang berlangsung di dalamnya ditentukan oleh wewenang pengasuh agar output pesantrennya sesuai dengan kemajuan zaman.³

¹ Suharto, Babun, Dari Pesantren untuk Ummat, (Surabaya: Imtiyaz, 2011) hlm. 11

² Haedari, Amin, Transformasi Pesantren; Pengembangan Aspek Pendidikan, Keagamaan dan Sosial, (Jakarta: LekDis&Meia Nusantara, 2010), hlm.3

³ Ali, Suryadharma. Reformasi Paradigma Keilmuan Islam, Meneguhkan Epistemologi Keilmuan, Menggerakkan Pendidikan Islam, UIN-MALIKI PRESS (ANGGOTA IKAPI), 2013, hal 72-79

Pesantren sesuai dengan fungsinya sebagai lembaga pendidikan tradisional, memberikan pelajaran, pemahaman, penghayatan dan pengamalan ajaran Islam yang menerapkan pentingnya akhlakul karimah, moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari. Sebagai wahana sekaligus sebagai tempat santri mengaji ilmu agama Islam.⁴ Namun, dalam proses pembelajaran para santri diharuskan mematuhi segala aturan dan metode yang diterapkan oleh pesantren tersebut yang cenderung membuat para santri terkadang merasa bosan dan melelahkan. Tidak sedikit para santri yang mengantuk pada saat pembelajaran, disebabkan harus bangun sebelum waktu subuh dini hari. Terlebih lagi materi yang cukup padat yang harus dikuasai, dihafalkan, waktu yang sempit dan terkadang kurangnya waktu istirahat menambah beban para santri makin bertambah dan memberatkan.⁵

Salah satu cara yang dapat ditempuh pondok pesantren untuk tetap menjaga minat para santri untuk menimba ilmu di dalamnya adalah dengan senantiasa mengadakan komunikasi persuasif yang efektif terhadap para santri. Komunikasi persuasif yang efektif salah satu dampaknya mampu mempengaruhi sikap seseorang.⁶ Karena peranan para asatidz dalam pondok pesantren adalah sebagai pendidik dan pembimbing para santri di bawah asuhannya untuk senantiasa meningkatkan minat, semangat dan motivasi para santri untuk tetap istiqomah dan bertahan dalam menuntut ilmu.

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.⁷

Fungsi komunikasi tidak hanya sebagai pertukaran informasi dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide. Agar komunikasi

⁴Agus Maimun&Agus Zaenal Fitri, Madrasah Unggulan, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 2

⁵Hasil observasi awal di Pondok Pesantren Menggala, tanggal 21-22 April 2022

⁶Afiati, Aen Istianah, Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Sikap, (Yogyakarta: 2015), hlm.1

⁷http://id.m.wikipedia.org/wiki/komunikasi_persuasif, diakses pada tanggal 20 Mei 2022

berlangsung efektif yang hendak disampaikan oleh para juru dakwah, kiyai, tuan guru, ustadz dapat diterima dengan baik oleh para santri, para seorang pendidik dituntut untuk dapat menerapkan teknik komunikasi yang baik pula.⁸

Sebab pada umumnya komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, karena dengan berkomunikasi dapat melakukan berbagai macam hubungan dan menjalin hubungan dengan orang lain. Dengan berkomunikasi manusia dapat melaksanakan kewajiban terhadap sesama.⁹ Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu kita harus memberi perhatian seksama terhadap komunikasi. Komunikasi bertujuan untuk memberikan informasi, membentuk pengertian, menghibur, bahkan mempengaruhi orang lain.¹⁰

Di pondok pesantren Assyafi'iyah Menggala diajarkan ilmu agama secara bertahap dalam kitab berbahasa Arab dan tanpa baris yang dikenal dengan kitab kuning/kitab gundul. Dalam kegiatan pembelajarannya para asatidz biasanya menggunakan metode tradisional seperti sorogan yaitu santri diminta maju satu persatu untuk membaca kitab di hadapan ustadz lalu ustadz mengoreksi bacaan santri. Selain itu, metode yang sering digunakan oleh para asatidz dalam pembelajaran bahasa Arab terutama nahwu adalah dengan metode wetonan, dimana ustadz membacakan kitab, menjelaskan, membariskan dan menterjemahkan artinya, para santri mendengarkan dan membuat catatan seperlunya terkait arti kata-kata yang belum difahami maknanya. Di samping kedua metode tersebut, metode yang wajib dilaksanakan para santri adalah hafalan. Hampir di setiap akhir pertemuan para santri diminta untuk menghafal beberapa baris dari kitab yang dipelajari, terutama dalam bentuk nashom/ syair dalam bidang nahwu, ataupun beberapa hadits dan al-Qur'an.¹¹

⁸Asnawir dan Basyaruddin Usman, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Ciputat Press 2002) hal.10

⁹ Tasmora, T, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gega Media Pratama, 2010, hal. 7.

¹⁰ Masmuh, A., *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Perss, 2012.

¹¹Hasil observasi awal di Pondok Pesantren Menggala, tanggal 21-22 April 2022

Ketiga metode yang diterapkan di pondok pesantren Assyafi'iyah Menggala secara terus menerus, tentu saja menimbulkan rasa bosan, jemu, mengantuk dan melelahkan para santri yang menuntut ilmu di sana. Hal ini nampak dari tingkah laku para santri yang menguap pada saat proses kegiatan belajar mengajar berlangsung, tidak jarang para santri keluar masuk kelas, minta ijin ke belakang dan berbagai sikap lainnya yang menunjukkan menurunnya minat belajar.¹² Untuk mengatasi hal ini para asatidz dituntut untuk kreatif, mencari berbagai pendekatan kepada para santri untuk tetap meningkatkan minat, semangat dan motivasi para santri dalam menimba ilmu.¹³

Dalam penelitian ini akan difokuskan pada pendekatan yang dilakukan para asatidz di pondok pesantren Assyafi'iyah Menggala yaitu komunikasi persuasif guna meningkatkan minat, semangat dan memotivasi para santri untuk tetap tahan banting selama mengikuti seluruh kegiatan rutinitas pembelajaran di sana. Hal inilah yang menjadi tantangan tersendiri bagi para asatidz dalam mempertahankan tradisi pondok dan meningkatkan minat para santri dalam mempelajari Islam agar selalu berjalan selaras sehingga tujuan yang telah direncanakan mampu dicapai. Meski semua itu tidak mudah dilaksanakan, tetapi harus tetap dijalankan sebagai sebuah jalur yang harus dilalui untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis bermaksud meneliti lebih mendalam tentang “Komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹²Hasil observasi awal di Pondok Pesantren Menggala, tanggal 21-22 April 2022

¹³Hasil wawancara awal dengan pengurus di Pondok Pesantren Menggala, tanggal 22 April 2022

1. Bagaimana komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala?
2. Apa hambatan/ kendala yang dialami para asatidz dalam mengadakan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala.
2. Untuk mengetahui hambatan/kendala yang dialami para asatidz dalam mengadakan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang yang diharapkan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dari penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan pengetahuan bagi peneliti mengenai komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama yang nantinya akan menjadi rujukan bagi siapapun.
 - b. Menjadi referensi bagi penelitian-penelitian serupa di masa mendatang.
2. Manfaat praktis
 - a. Sebagai bahan informasi bagi mahasantri dan khalayak umum tentang komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama.

b. Bagi peneliti lainnya, dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini menjadi sistematis, maka sistematika penulis pada penelitian ini diuraikan dalam tiga, pada setiap bab memiliki sub bab dan penjelasan.

BAB I: Terdiri dari Pendahuluan, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka dan Sistematika Penulisan.

BAB II: Terdiri Penelitian Terdahulu dari Tinjauan Teori, meliputi Pengertian Komunikasi dan Konsep –konsep Komunikasi Persuasif, Minat Belajar Agama dan Fungsi Adanya Minat Belajar.

BAB III: Terdiri dari Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Data dan Sumber Data, Lokasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV: Terdiri dari Paparan data dan Analisis Data

BAB V: Penutup

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Kajian pustaka diperlukan untuk membedakan penelitian ini dan penelitian sebelumnya karena penelitian ini bukan pertama kali dilakukan, namun sudah ada penelitian sebelumnya. Untuk itu, memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang pembahasannya relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu:

No.	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian
-----	---------------	-------	-------------------

1	Chalisa Okta Ratmasari, 2020	Hubungan Teknik Komunikasi Persuasif Pembimbing Agama dengan Meningkatkan Motivasi Menghafal Al-qur'an Santri di Pondok Al-Mukhtar Bekasi)	Kuantitatif
2	Kamala Farida Annur, 2019	Pola Komunikasi Persuasif Asatidzah Terhadap Motivasi Belajar Santri Di Pondok Pesantren Aisyiyah Imadul BiladTakhasus Tahun 2019	Kualitatif

Tabel 2.2 Penelitian Sekarang:

No.	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian
1	Umar 2022	Komunikasi Persuasif Asatidz Dalam Meningkatkan Minat Santri Untuk Belajar Agama di Ponpes Asy-syafi'i Menggala desa menggala kecamatan pemenang kabupaten lombok utara-NTB	Kualitatif

Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang:

Dalam penelitian ini terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan dan perbedaan ialah:

No.	Nama Peneliti Terdahulu	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Chalisa Okta Rajmasari, 2020	Hubungan Teknik Komunikasi Persuasif Pembimbing Agama dengan Meningkatkan Motivasi Menghafal Al- qur'an Santri di Pondok Al- Mukhtar Bekasi)	Variabel sama- sama meneliti tentang komunikasi persuasif	Penelitian terdahulu fokus pada pengkajian hubungan komunikasi persuasif dengan meningkatkan motivasi menghafal Al-qur'an dengan metode kuantitatif, sedangkan penelitian sekarang fokus pada pengkajian komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat santri untuk

				belajar agama dengan metode kualitatif.
2	Kamala Farida Annur, 2019	Pola Komunikasi Persuasif Asatidzah Terhadap Motivasi Belajar Santri Di Pondok Pesantren Aisyiyah Imadul BiladTakhasus Tahun 2019	Metode penelitian sama - sama menggunakan metode kualitatif, variabel komunikasi persuasif	Penelitian terdahulu fokus pada pengkajian pola komunikasi asatidz terhadap motivasi belajar santri. Sedangkan penelitian sekarang fokus pada pengkajian komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Menurut etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini adalah sama makna

atau sama arti. Ini berarti bahwa jika seseorang mengatakan sesuatu kepada orang lain disebut komunikasi. Demikian pula, bila seseorang berpidato atau memberikan kuliah. Jika tidak dimengerti, komunikasi tidak terjadi.¹⁴

Menurut terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari definisi ini menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia.¹⁵

2. Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli

Menurut Djamarah komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.¹⁶

Menurut Lasswell bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan apa”, “dengan saluran apa.”¹⁷

Menurut Edward bahwa komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan.¹⁸

Menurut Raymond bahwa komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol- simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya. Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹⁹

¹⁴ Pitrian, Heri, Strategi Komunikasi Bidang Pengasuhan Dalam Meningkatkan Disiplin Ibadah Santri Pesantren Ar Raudhatul Hasanah Medan), Tesis. (Medan: UIN, 2013). hlm. 10

¹⁵ Ibid, hlm.10

¹⁶ Djamarah, Syaifu Bahri, Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga. Jakarta: Rineka Cipta. 2012. hlm 85

¹⁷ Riswandi, Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 2.

¹⁸ Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: Rineka Cipta 2010. hlm 18

¹⁹ Mulyana, Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya 2014. hlm 28

Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli yang telah dikemukakan di atas, disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari pengirim melalui lambang tertentu sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami penerima pesan.

3. Unsur-unsur Komunikasi

Ada lima unsur penting penting dalam komunikasi yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, yaitu:²⁰

- a. Komunikator: Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Komunikator bisa jadi perorangan, kelompok, organisasi bahkan negara.
- b. Pesan: Sesuatu yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada penerima (komunikan). Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari komunikan.
- c. Media: Alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.
- d. Komunikan: Orang yang menerima pesan dari komunikator.
- e. Efek: Apa yang terjadi kepada komunikan setelah menerima pesan.

4. Fungsi Komunikasi

Komunikasi sebagai disiplin ilmu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk memahami fungsi komunikasi sangat bergantung pada siapa yang berkomunikasi. Ada empat fungsi utama komunikasi yaitu:²¹

- a. Menginformasikan

²⁰ Hidayatullah, A. Jurnalisme Cetak (Konsep dan Praktik), (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2015), hal 7-8.

²¹Nuruddin, Sistem Komunikasi Indonesia, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal 16-17

Menginformasikan adalah memberikan informasi kepada orang lain tentang suatu peristiwa, masalah, pendapat, pikiran, segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain.

b. Mendidik

Mendidik juga berfungsi sebagai sarana pendidikan. Karena melalui komunikasi, manusia dalam suatu lingkungan masyarakat dapat menyampaikan segala bentuk pengetahuan, ide, gagasan kepada orang lain sehingga orang lain dapat menerima segala bentuk informasi yang kita berikan.

c. Menghibur

Komunikasi juga berfungsi untuk menghibur orang lain dan menyenangkan hati orang lain.

d. Mempengaruhi

Selain sebagai sarana untuk menyampaikan pendidikan, informasi dan sebagai sarana dalam menghibur orang lain. Saling mempengaruhi segala bentuk sikap dan perilaku orang lain agar mengikuti apa yang diharapkan.

5. Bentuk-bentuk Komunikasi

Adapun yang dimaksud dengan bentuk-bentuk komunikasi disini yaitu:²²

a. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan, komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (face to face), bisa juga melalui medium telepon.

b. Komunikasi Kelompok (Group Communication)

²² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2009), hal 29-30.

Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

c. Komunikasi Massa (Mass Communication)

Komunikasi massa adalah penyampaian pesan komunikasi melalui atau menggunakan media massa modern, yaitu meliputi surat kabar, siaran radio, dan televisi yang diajukan kepada umum.

6. Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Kata persuasif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin).²³ Istilah Persuasif bersumber pada perkataan latin “persuasio” memiliki kata kerja persuadere” yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Persuasi adalah proses komunikasi yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan menggunakan cara verbal atau non verbal dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan tertentu dari orang lain.²⁴ Persuasi adalah sebuah proses yang mengubah sikap, kepercayaan pendapat atau tingkah laku penerima, yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol.²⁵

Komunikasi persuasif adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang bahasa) untuk mempengaruhi perilaku orang lain

²³ Tim Penyusun. 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 'kategori-persuasif'

²⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125.

²⁵ Nashor, *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pengembangan Masyarakat Madani*, (Pustakamas, 2011), h. 23.

(komunikasikan).²⁶ Komunikasi persuasif hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku melalui aspek-aspek psikologis.²⁷

Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah proses menyampaikan pesan untuk merangsang lawan bicara dengan maksud memberikan pengaruh kepada lawan bicara agar terjadi perubahan perilaku, kepercayaan dan perilaku sesuai tujuan pembicaraan.

b. Tujuan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikasikan yang lebih menekankan sisi psikologis komunikasikan. Penekanan ini dimaksudkan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang. Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang dengan mempergunakan komponen-komponen ilmu komunikasi yaitu komunikasikan, pesan, media, dan komunikasikan. Sehingga dapat terciptanya pikiran, perasaan, dan hasil pengindraannya terorganisasi secara mantap dan terpadu. biasanya teknik ini afektif, komunikasikan bukan hanya sekedar tahu, tapi tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu.²⁸

c. Prinsip-prinsip Komunikasi Persuasif

Adapun pengertian prinsip-prinsip komunikasi persuasif tersebut, dapat dipahami sebagai berikut:²⁹

²⁶ M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung, 2010), hlm. 36

²⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125

²⁸ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Gramedia/Grafindo, 2010) hlm. 45

²⁹ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik, Konsep Dan Pendekatan*, (Bandung: Refika Ofiset, 2011), hlm. 211

1) Pemaparan yang selektif

Prinsip ini menekankan pada aktivitas komunikasi (penerima pesan) yang secara aktif mencari informasi yang dapat mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka. Komunikator perlu mempertimbangkan prinsip ini, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh komunikasi.

2) Partisipasi Audiens

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa komunikasi bukan sekedar proses transmisi pesan, melainkan juga transaksional. Semakin besar dan sering audiens berpartisipasi dalam komunikasi, semakin besar pula kemungkinan persuasi terjadi.

3) Suntikan

Prinsip ini berasumsi bahwa audiens telah memiliki keyakinan tertentu yang kuat sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya komunikator menghargai keyakinan yang dipegang oleh audiens dengan tidak menolak atau membantah keyakinan atau kepercayaan mereka, namun menggunakan strategi memberi antibodi, yaitu argumen rasional dan pembuktian atas kesalahan keyakinan yang dianut audiens.

4) Perubahan yang besar

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa perubahan akan lebih mudah dilakukan pada tahap yang paling kecil. Semakin besar perubahan yang harus dipaparkan oleh komunikator.

d. Metode Komunikasi Persuasif

Adapun metode komunikasi persuasif yang dapat digunakan yaitu:³⁰

1) Metode Integrasi

³⁰ Pawit M. Yusuf, *Ilmu Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 122

Metode ini merupakan kemampuan untuk menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal (sikap).

Pada metode ini dapat dipahami bahwa kedekatan komunikator kepada lawan bicaranya, seperti halnya berbaur kepada komunikan, dapat mempengaruhi komunikan dalam menerima pesan yang disampaikan komunikator.

2) Metode Asosiasi

Metode ini adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpang pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa. Pada metode ini memindahkan kepada komunikator bahwa, penyajian dapat mempengaruhi perhatian komunikator.

3) Metode Pay-off Fear-Arousing (Ganjaran)

Metode ini merupakan kegiatan mempengaruhi orang lain dengan melukiskan hal-hal yang menggembarakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan (iming-iming) dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan.

e. Hambatan-hambatan Komunikasi Persuasif

Melakukan komunikasi persuasif terhadap orang lain tentu tidak selalu membuahkan hasil. Hal ini tidak terlepas dari adanya penghambat yang menyebabkan tujuan dari diadakannya komunikasi tidak mencapai tujuan. Faktor-faktor penghambat dan merugikan dalam komunikasi, sehingga penyampaian pesannya mengganggu baik komunikator maupun komunikan yaitu:³¹

³¹ M. Nasor, *studi Ilmu Komunikasi*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2019), h. 15

- 1) Faktor motivasi : motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan mendorong orang atau kelompok itu untuk berbuat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi seseorang atau kelompok akan mendapatkan kesulitan-kesulitan.
- 2) Faktor prasangka atau penjudice : Bila seseorang sudah dihindangi perasaan prasangka dan bersikap curiga terhadap orang lain, sehingga terjadi penilaian yang tidak obyektif. Ini akan mempersulit komunikasi untuk mencapai hasil yang diinginkannya.
- 3) Faktor semantik : Adanya kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antara komunikator dan komunikan akan mengkaburkan makna komunikasi itu sendiri, dan menimbulkan salah pengertian.

Kondisi lingkungan sekitar yang kurang kondusif, seperti suara gaduh saat melakukan komunikasi, suara bising dari suara mesin an sebagainya bisa mengganggu dan menghambat terjadinya komunikasi.

Islam mengajarkan di dalam melakukan komunikasi hendaknya dengan jalan yang baik, penuh hikmah, dan nasehat yang baik pula. Terlebih dalam hal-hal menyangkut kepentingan lebih besar diutamakan dengan jalan musyawarah mufakat.

Menurut Onong, terdapat beberapa faktor yang menghambat tujuan komunikasi. Hambatan-hambatan tersebut perlu mendapat perhatian yang serius dari para komunikator, jika komunikasinya ingin berhasil. Adapun hambatan yang tersebut dikategorisasikan sebagai berikut:³²

- 1) Pertama, hambatan sosio-antro-psikologis.

³² Onong Uhcjana Effendy, *Spektrum Komunikas* (Bandung: Mandar Maju, 2010), hlm. 133

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional, hal ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.

a) Hambatan Sosiologis

Kehidupan manusia dalam masyarakat diklasifikasikan menjadi dua jenis pergaulan yang disebut *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat pribadi, statis dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga; sedang *Gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis dan rasional, seperti pergaulan di kantor atau dalam organisasi.

Berkomunikasi dalam *Gemeinschaft* dengan istri, anak atau orang tua tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai; adalah lain dengan komunikasi dalam *Gesellschaft*. Seseorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan di daerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat; camat akan lain sikapnya ketika berkomunikasi dengan bupati; dan bupati ketika berkomunikasi dengan gubernur tidak akan sesantai tatkala menghadapi camat; dan gubernur akan membungkuk-bungkuk sewaktu berhadapan dengan menteri dalam negeri; dan pada gilirannya menteri dalam negeri pun akan bersikap demikian ketika berkomunikasi dengan presiden.

Seorang letnan yang terlibat dalam komunikasi dengan sesama letnan tidak akan kaku karena situasi komunikasi bersifat horizontal. Demikian pula bila berhadapan dengan seorang kopral, tetapi akan lain jika letnan tadi memberikan laporan kepada seorang kolonel.

Masyarakat terdiri dari berbagai golongan dan lapisan, yang menimbulkan perbedaan dalam status sosial, agama, ideologi, tingkat pendidikan, tingkat kekayaan dan sebagainya, yang kesemuanya dapat menjadi hambatan bagi kelancaran komunikasi.

b) Hambatan Antropologis

Manusia, meskipun satu sama lain dalam jenisnya sebagai makhluk “*homo sapiens*”, tetapi ditakdirkan berbeda dalam banyak hal. Berbeda dalam postur, warna kulit dan kebudayaan, yang pada kelanjutannya berbeda dalam gaya hidup (*way of life*), norma, kebiasaan dan bahasa.

Dalam kelancaran komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan “siapa” di sini bukan nama yang disandang, melainkan ras apa, bangsa apa atau suku apa. Dengan mengenal dirinya, akan mengenal pula kebudayaannya, gaya hidup dan norma kehidupannya, kebiasaan dan bahasanya.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas, yaitu diterima dalam pengertian *received* atau secara inderawi dan dalam pengertian *accepted* atau secara rohani. Seorang pemirsa televisi mungkin menerima acara yang disiarkan dengan baik karena gambar yang tampil pada pesawat televisi amat terang dan suara yang keluar sangat jelas, tetapi mungkin ia tidak dapat menerima ketika seorang pembicara pada acara itu mengatakan bahwa daging babi lezat sekali. Jadi, si pemirsa tadi hanya menerima dalam pengertian *accepted*. Jadi teknologi komunikasi tanpa dukungan kebudayaan tidak akan berfungsi.³³

c) Hambatan Psikologis

³³ Ibid, hlm. 134

Faktor psikologis sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati dan kondisi psikologis lainnya; juga jika komunikasi menaruh prasangka (*prejudice*) kepada komunikator.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang yang bersikap prasangka emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional. Emosi sering kali membutakan pikiran dan perasaan terhadap suatu fakta yang bagaimanapun tegas dan jelasnya. Apalagi kalau prasangka itu sudah berakar, seseorang tidak dapat lagi berpikir objektif dan apa saja yang dilihat atau didengarnya selalu akan dinilai negatif.

Prasangka sebagai faktor psikologis dapat disebabkan oleh aspek antropologis dan sosiologis; dapat terjadi pada ras, bangsa, suku bangsa, agama, partai politik, kelompok dan apa saja yang bagi seseorang merupakan suatu perangsang disebabkan dalam pengalamannya pernah diberi kesan yang tidak enak.

Berkenaan dengan faktor-faktor penghambat komunikasi yang bersifat sosiologis-antropologis-psikologis itu, yang menjadi permasalahan ialah bagaimana upaya kita mengatasinya.

Cara mengatasinya ialah mengenal diri komunikan seraya mengkaji kondisi psikologisnya sebelum komunikasi dilancarkan dan bersikap empati kepadanya. Empati (*empathy*) adalah kemampuan memproyeksikan diri kepada diri orang lain; dengan perkataan lain, kemampuan menghayati perasaan orang lain atau merasakan apa yang dirasakan orang lain.³⁴

³⁴ Ibid, hlm. 136

2) Kedua, hambatan semantis

Kalau hambatan sosiologis-antropologis-psikologis terdapat pada pihak komunikan, maka hambatan semantis terdapat pada diri komunikator.

Faktor semantis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaanya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*), yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*miscommunication*).

Sering kali salah ucap disebabkan si komunikator berbicara terlalu cepat sehingga ketika pikiran dan perasaan belum mantap terformulasikan, kata-kata sudah terlanjur dilontarkan. Maksudnya akan mengatakan “kedelai” yang terlontar “keledai”, “demokrasi” menjadi “demonstrasi”, “partisipasi” menjadi “partisisapi” dan sebagainya.

Gangguan semantis kadang-kadang disebabkan pula oleh aspek antropologis, yakni kata-kata yang sama bunyinya dan tulisannya, tetapi memiliki makna yang berbeda. “Rampung” Sunda lain dengan “rampung” Jawa. “Atos” Sunda tidak sama dengan “atos” Jawa. “Bujang” Sunda beda dengan “bujang” Sumatera.”Jangan” Indonesia lain dengan “jangan” Jawa. “Pala” Indonesia lain dengan “pala” Madura. “Momok” Indonesia jauh sekali bedanya dengan “momok” Sunda dan sebagainya.

Salah komunikasi atau *miscommunication* ada kalanya disebabkan oleh pemilihan kata yang tidak tepat, kata-kata yang sifatnya konotatif. Dalam komunikasi bahasa yang sebaiknya dipergunakan adalah kata-kata yang denotatif. Kalau terpaksa juga menggunakan kata-kata yang konotatif, seyogyanya dijelaskan apa yang dimaksudkan sebenarnya, sehingga tidak terjadi salah tafsir. Kata-kata yang bersifat denotatif adalah yang mengandung makna sebagaimana tercantum

dalam kamus (*dictionary meaning*) dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang yang sama dalam kebudayaan dan bahasanya. Kata-kata yang mempunyai pengertian konotatif adalah yang mengandung makna emosional atau evaluatif (*emotional or evaluative meaning*) disebabkan oleh latar belakang kehidupan dan pengalaman seseorang.

Perkataan “anjing” dalam pengertian denotatif sama saja bagi setiap orang, yakni binatang berkaki empat, berbulu dan memiliki daya cium yang tajam. Dalam pengertian konotatif “anjing” bagi seorang kiai yang fanatik merupakan binatang najis; dalam hubungan ini perkataan “anjing” mengandung makna evaluatif. Jadi untuk menghilangkan hambatan semantis dalam komunikasi, seorang komunikator harus mengucapkan pernyataannya dengan jelas dan tegas, memilih kata-kata yang tidak menimbulkan persepsi yang salah dan disusun dalam kalimat-kalimat yang logis.³⁵

3) Ketiga, hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari; suara telepon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat, suara yang hilang-muncul pada pesawat radio, berita surat kabar yang sulit dicari sambungannya, gambar yang meliuk-liuk pada pesawat televisi dan lain-lain.

Hambatan pada beberapa media tidak mungkin diatasi oleh komunikator, misalnya hambatan yang dijumpai pada surat kabar, radio dan televisi. Tetapi pada beberapa media komunikator dapat saja mengatasinya dengan mengambil sikap tertentu, misalnya ketika sedang menelepon terganggu oleh krotokan. Barangkali ia dapat mengulanginya beberapa saat kemudian. Hambatan yang dijumpai pada surat, misalnya ketikan yang buram, dapat diatasi dengan mengganti pita mesin tik atau mesin tiknya sendiri.

³⁵ Ibid, hlm. 138

Yang penting diperhatikan dalam komunikasi ialah - seperti telah disinggung di muka - sebelum suatu pesan komunikasi dapat diterima secara rohani (*accepted*), terlebih dahulu harus dipastikan dapat diterima secara inderawi (*received*), dalam arti kata bebas dari hambatan mekanis. Apakah pesannya kemudian dapat diterima secara rohani atau tidak, itu merupakan masalah kedua.³⁶

4) Keempat, hambatan ekologis

Hambatan ekologis terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan. Contoh hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu- lintas, suara hujan atau petir, suara pesawat terbang lewat dan lain-lain pada saat komunikator sedang berpidato.

Situasi komunikasi yang tidak menyenangkan seperti itu dapat diatasi komunikator dengan menghindarkannya jauh sebelum atau dengan mengatasinya pada saat ia sedang berkomunikasi. Untuk menghindarkannya komunikator harus mengusahakan tempat komunikasi yang bebas dari gangguan suara lalu-lintas atau kebisingan orang-orang seperti yang disebutkan tadi. Dalam menghadapi gangguan seperti hujan, petir, pesawat terbang lewat dan lain-lain yang datangnya tiba-tiba tanpa diduga terlebih dahulu, maka komunikator dapat melakukan kegiatan tertentu, misalnya berhenti dahulu sejenak atau memperkeras suaranya.

C. Minat Belajar Agama

1. Pengertian Minat Belajar

Kata minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia keinginan, hasrat, gairah, kebenaran, yang kuat. Minat sinonim dengan gairah, semangat yang merupakan keinginan hati yang kuat

³⁶ Ibid, hlm. 139

terhadap sesuatu.³⁷Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri.³⁸

Minat adalah kesadran yang timbul bahwa objek tertentu sangat disenangi dan melahirkan perhatian yang tinggi bagi individu terhadap objek tersebut. Disamping itu, minat juga merupakan kemampuan untuk memberikan stimulus yang mendorong seseorang untuk memperhatikan aktivitas yang dilakukan berdasarkan pengalaman yang sebenarnya. Peserta didik yang menaruh minat pada suatu mata pelajaran, perhatian akan tinggi dan minatnya berfungsi sebagai pendorong kuat untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan belajar mengajar pada pelajaran tersebut. Oleh karena itu, definisi operasional minat belajar adalah pilihan kesenangan dalam melakukan kegiatan dan dapat membangkitkan minat seseorang untuk memenuhi kesediannya yang dapat diukur melalui kesukacitaan, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan.³⁹

2. Cara Membangkitkan Minat Belajar

Minat santri untuk belajar timbul dari gairah yang disebabkan perhatian, perasaan senang/suka, gemar dan sebagainya. Cara-cara membangkitkan minat belajar santri yaitu dengan cara:⁴⁰

- a. Membangkitkan adanya suatu kebutuhan
- b. Menghubungkan dengan persoalan pengalaman masa lampau
- c. Memberi kesempatan untuk mendapatkan hasil yang baik
- d. Menggunakan berbagai macam bentuk mengajar

³⁷ Tim Penyusun. 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 'kategori-gairah/minat'

³⁸ Kompri. *Belajar; Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. (Media Akademi 2017), hlm.137

³⁹Sudaryono. *Dasar-Dasar Evaluasi Pembelajaran* (Yogyakarta, Graha Ilmu 2012), hlm.125

⁴⁰Ibid. 143

Minat dapat muncul dalam diri seseorang apabila ada stimulasi dari luar walaupun pada dasarnya minat berasal dari dalam diri, yang dapat dilihat dalam bentuk aktivitas.

3. Fungsi Adanya Minat Belajar

Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan menimbulkan usaha yang gigih, serius, dan tidak putus asa dalam menghadapi tantangan. Jika seorang santri memiliki rasa ingin belajar, ia akan cepat mengerti dan mengingatnya.

Fungsi adanya minat belajar pada diri santri dapat dirumuskan sebagai berikut:⁴¹

- a. Minat mempengaruhi bentuk intensitas cita-cita.
- b. Minat sebagai tenaga pendorong yang kuat.
- c. Prestasi selalu dipengaruhi oleh jenis dan intensitas.
- d. Minat yang terbentuk sejak kecil sering terbawa seumur hidup karena minat membawa kepuasan.

Dalam hubungannya dengan pemusatan perhatian, adanya minat dalam diri seseorang mempunyai peranan dalam “ melahirkan perhatian yang serta merta, memudahkan terciptanya pemusatan perhatian, dan mencegah gangguan perhatian dari luar”. Oleh karena itu, adanya minat mempunyai pengaruh yang besar dalam belajar santri terhadap agama karena bila bahan pelajaran yang dipelajari tidak sesuai dengan minat maka santri tidak akan belajar dengan sebaik-baiknya, sebab tidak ada daya tarik baginya, sedangkan bila bahan pelajaran itu menarik minat santri sehingga ia berminat untuk mempelajarinya, maka ia akan mudah mempelajarinya dan disimpan karena adanya minat sehingga menambah minat dan keinginan untuk belajar.

⁴¹Ibid. 141



BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono⁴² bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variable, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Menurut Mardalis⁴³ bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan yang terjadi saat ini. Didalamnya terdapat upaya mencatat, menganalisis berbagai kondisi yang tengah terjadi.

Penggunaan metode kualitatif juga didasarkan pada data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar atau dokumen lain dan bukan angka-angka, sehingga dalam penelitian nanti terdapat uraian hasil penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran yang berkisar pada Komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala.

B. Lokasi Penelitian

Adapun penelitian ini akan dilakukan di Pondok Pesantren Menggala yang berlokasi di jalan Haji. Mansur Dusun Menggala Desa Menggala Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara, membahas mengenai komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama.

C. Data dan Sumber Data

Pentingnya peranan data dan sumber data sebagai faktor penentu keberhasilan suatu penelitian. Tidak dapat dikatakan suatu penelitian bersifat ilmiah, bila tidak ada data dan sumber data yang dapat dipercaya. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu

⁴² Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung. hlm. 11

⁴³ Mardalis. 2010. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara. hlm. 119

pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.⁴⁴

Menurut sumbernya, data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu, data primer dan sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara dengan pengurus Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala, pimpinan, para asatidz, karyawan, dan para santri. Sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi terkait dengan data penelitian di Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala seperti profil, data para asatidz dan santri, dan data pendukung lainnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari tiga metode, yaitu:

1. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang disusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.⁴⁵Tujuan penggunaan teknik ini untuk memperoleh data secara obyektif melalui pengamatan secara langsung di lokasi penelitian tentang sesuatu yang berhubungan dengan kepentingan meneliti.

Dalam kegiatan observasi ini peneliti memantau situasi objek penelitian untuk mendukung data yang bersifat umum. Dalam proses observasi, peneliti dengan aktif mengamati berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini, peneliti dalam hal ini melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan yaitu Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala.

2. Teknik wawancara

⁴⁴ Moleong, 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 112

⁴⁵ Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung. hlm.145

Teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tahap tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.⁴⁶ Peneliti mengumpulkan data dengan cara mewawancarai langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan terutama yang terkait dengan penelitian ini. Adapun yang peneliti wawancarai diantaranya ialah; pimpinan Pondok Pesantren Assyafi'iyah Menggala, para asatidz, karyawan dan para santri.

3. Teknik dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, profil, peraturan, dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, dan lain-lain. Dokumen yang berupa karya seni, yang dapat berupa gambar, film, sebagainya. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumen yang berbentuk tulisan, rekaman, dokumen, foto dan gambar.

E. Teknik Analisis Data

Setelah sejumlah data dan keterangan peneliti kumpulkan, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis merupakan proses menemukan sebuah kesimpulan penting dari data yang telah terkumpul. Proses analisis adalah proses yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang

⁴⁶ Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung. hlm. 137

⁴⁷ Ibid, hlm. 115

terjadi secara bersamaan yaitu reduksi atau penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.⁴⁸ Dalam analisis data meliputi:

1. Reduksi Data

Setelah data terkumpul peneliti melakukan reduksi data yaitu menganalisis data dan memilah hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Kesimpulan yang diambil semestinya dapat diuji kebenarannya dan kecocokan sehingga menunjukkan keadaan yang semestinya.⁴⁹ Berfikir induktif yaitu kerangka berfikir yang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa yang khusus dan jenis itu disimpulkan sehingga mempunyai sifat umum. Berfikir deduktif yaitu kerangka berfikir yang berangkat dari pengetahuan bersifat umum dan dengan bertitik tolak pada pengetahuan yang umum kita hendak menilai suatu kejadian yang khusus.

2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.⁵⁰ Setelah melakukan reduksi data yang terkumpul lebih terfokus mengenaikomunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala. Lebihlanjut data ini disajikan dalam bentuk tulisan yang menggambarkan isi dari skripsi nantinya yaitu komunikasi persuasif asatidz dalam meningkatkan minat santri untuk belajar agama di ponpes Assyafi'iyah Menggala yang akan diteliti.

3. Kesimpulan

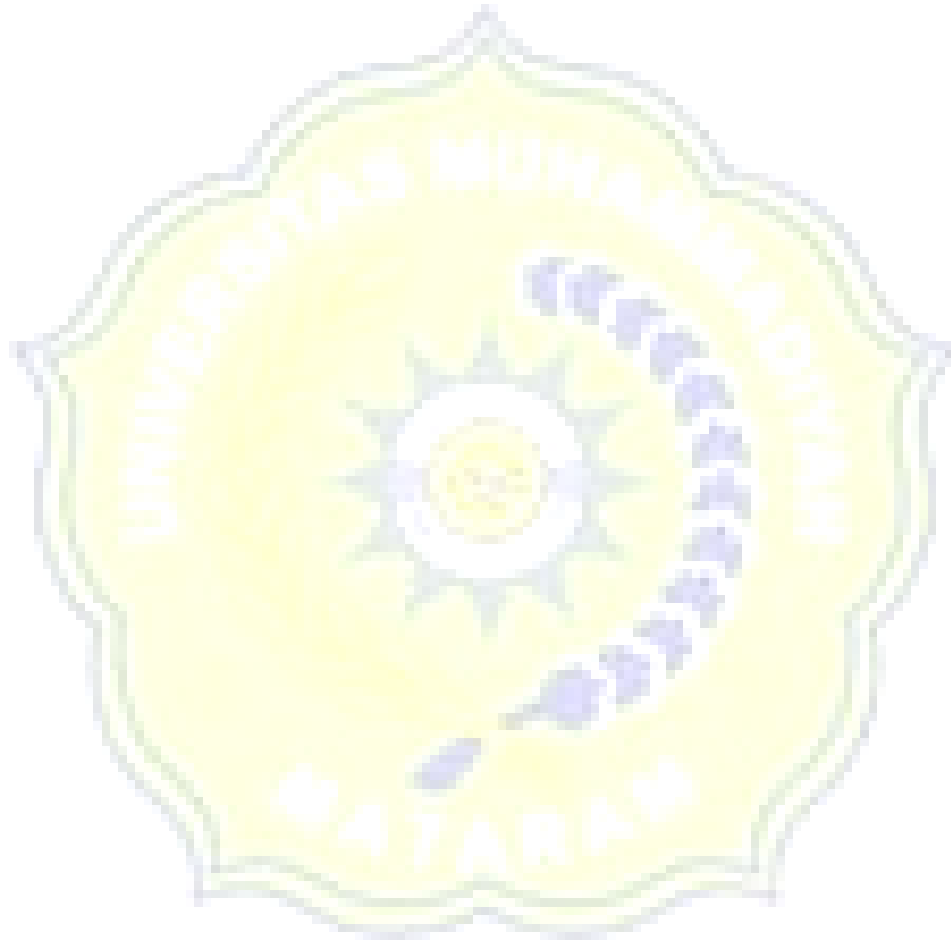
Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila mana tidak

⁴⁸Arikunto,Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,(Jakarta, PT, Rineka Cipta, 2016), hlm.235

⁴⁹Ibid, hlm. 236

⁵⁰Ibid . hlm.270

ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal benar, dan didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang di kemukakan adalah kesimpulan yang sesungguhnya.⁵¹



⁵¹Ibid. hlm.241