

Strategi Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang

Muhammad Randicha Hamandia

(Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Email: muhammadrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id)

Abdur Razzaq

(Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Email: abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id)

Abstract: *Learning motivation is important for students to be able to learn well, precisely and directed. High learning motivation will bring students to achieve learning goals. This research aims to know how persuasive communication strategies with the story method in increasing student learning motivation of Islamic Broadcasting Communication of UIN Raden Fatah Palembang. This research uses qualitative. While the research subjects were 30 students of Islamic Broadcasting Communication of UIN Raden Fatah Palembang. From this research can be concluded that the persuasive communication strategy with the story method is an appropriate alternative in increasing student motivation of Islamic Broadcasting Communication of UIN Raden Fatah Palembang.*

Keywords: *Persuasive communication, learning motivation*

Abstrak: *Motivasi belajar berperan penting bagi mahasiswa agar dapat belajar dengan baik, tepat dan terarah. Motivasi belajar yang tinggi akan membawa mahasiswa mencapai tujuan belajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun subjek penelitian berjumlah 30 orang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah adalah suatu alternatif yang tepat dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang.*

Katakunci: komunikasi persuasif, motivasi belajar

Pendahuluan

Manusia melakukan berbagai aktivitas dalam kesehariannya. Aktivitas-aktivitas tersebut dilakukan dengan tujuan agar kebutuhan-kebutuhan hidup dapat terpenuhi dengan baik. Pergerakan dari manusia dari “tidak melakukan” menjadi “melakukan” membutuhkan suatu dorongan yang optimal baik dari dalam diri individu maupun dari luar diri individu. Suatu dorongan yang dapat menyebabkan terjadinya suatu perbuatan atau tingkahlaku dari individu dalam rangka memenuhi kebutuhannya dapat disebut dengan istilah motivasi.

Menurut Schunk, et.al, motivasi adalah proses di mana aktivitas yang terarah pada suatu tujuan tertentu didorong dan dipertahankan.”¹ Sedangkan menurut Djamarah, motivasi merupakan gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang, sadar atau tidak sadar untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu.² Dari penjelasan-penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan dari diri seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau tindakan yang terarah untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Dengan adanya motivasi, individu dapat melakukan suatu perbuatan dengan baik. Melakukan suatu perbuatan membutuhkan suatu motivasi yang tinggi agar suatu perbuatan tersebut dapat menjadi realitas, bukan sekedar angan-angan saja. Selain itu, motivasi akan dapat menjadikan perbuatan individu menjadi terarah. Sebab, individu dapat berbuat akan tetapi tidak mengetahui kemana arah dari perbuatannya tersebut. Motivasi juga berperan penting agar dapat menyeleksi apa saja perbuatan yang baik dan apa saja perbuatan yang tidak baik bagi individu dalam mencapai suatu tujuan.

Sebagai suatu daya upaya untuk melakukan suatu tindakan, motivasi sangat diperlukan juga dalam proses belajar. Belajar merupakan suatu proses atau kegiatan untuk memperoleh pengetahuan yang baru baik pengetahuan mengenai diri, orang lain, benda, cara, peristiwa atau kejadian, alam semesta, Tuhan, dan

¹Edy Purwanto, Model Motivasi Trisula: Sintesis Baru Teori Motivasi Berprestasi, *Jurnal Psikologi*, Vol. 41 No. 2, 2014, h. 219

²Suranto, Pengaruh Motivasi, Suasana Lingkungan dan Sarana Prasarana Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa (Studi Kasus pada Sma Khusus Putri SMA Islam Diponegoro Surakarta), *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol. 25 No. 2, 2015, h. 11-12

lain sebagainya. Dengan belajar, anak kecil yang sebelumnya tidak bisa bersepeda akhirnya memiliki kemampuan untuk bersepeda. Hal tersebut dapat terjadi melalui proses belajar, bagaimana ia dituntun oleh orang tuanya dengan memberi tahu pada anak apa saja komponen yang ada pada sepeda, bagaimana cara mengayuh sepeda, bagaimana cara menyeimbangkan badan, dan lain sebagainya. Dengan demikian, proses belajar akan menghasilkan sesuatu yang bernilai positif.

Menurut Hanafi, belajar merupakan aktivitas, baik fisik maupun psikis yang menghasilkan perubahan tingkah laku yang baru pada diri individu yang belajar dalam bentuk kemampuan yang relatif konstan dan bukan disebabkan oleh kematangan atau sesuatu yang bersifat sementara.³ Perubahan-perubahan tingkah laku tersebut diharapkan akan dapat memberikan ruang bagi individu untuk mengembangkan diri dengan sebaik mungkin sehingga apa yang telah dicita-citakan dapat tercapai. Tercapainya apa yang diinginkan dari belajar tersebut akan dapat terealisasi dengan baik apabila adanya motivasi pada diri individu.

Menurut Sadirman (dalam Putro dan Sugiyadi, 2018: 2), motivasi belajar merupakan keseluruhan daya penggerak yang ada di dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar sehingga tujuan yang dikehendaki oleh subjek belajar dapat tercapai. Individu yang memiliki motivasi belajar yang baik ditandai dengan: (a) tekun menghadapi tugas, (b) ulet menghadapi kesulitan, (b) senang bekerja mandiri, (c) percaya pada hal yang diyakini, (d) senang mencari dan memecahkan soal-soal, (e) adanya hasrat dan keinginan berhasil, (f) adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar, (g) adanya kegiatan yang menarik dalam belajar (variasi dalam aktivitas belajar), serta (h) lingkungan belajar yang kondusif⁴

Motivasi belajar telah diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Bakar mengenai “*The Effect Of Learning Motivation On Student’s Productive Competencies In Vocational High School, West Sumatra*”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa (a) motivasi

³Muh. Hanafi, Sain, Konsep Belajar dan Pembelajaran, *Lentera Pendidikan*, Vo. 17 No. 1, 2014, h. 68

⁴Hijrah Eko Putro dan Sugiyadi, Peningkatan Motivasi Belajar Melalui Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik *Self Regulated Learning*, *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*. Vol. 3 No. 1, h. 2

belajar siswa Sekolah Menengah Kejuruan dalam kategori baik, kompetensi produktif siswa juga berada pada kategori baik, ada pengaruh positif dan signifikan dari motivasi belajar pada kompetensi produktif siswa Sekolah Menengah Kejuruan Sumatera Barat yakni sebesar 11,5%, serta kebijakan baru dari kejuruan harus diambil oleh pemerintah daerah untuk proses pembelajaran dalam meningkatkan kompetensi produktif siswa kejuruan di Wilayah Sumatera Barat.⁵

Dengan adanya motivasi saat melakukan proses belajar, individu akan dapat membentuk kebiasaan belajar yang baik, mencapai prestasi belajar yang optimal, serta dapat terus bersemangat dalam menggapai tujuan-tujuan lain yang dapat diperoleh dengan keberhasilan dari belajar. Dorongan yang kuat dari individu untuk mencari tahu apa yang tidak diketahui, untuk menguasai apa yang belum dikuasai, serta untuk menjadi bisa dari apa saja yang belum didapatkan akan menjadikan individu sebagai orang yang pantang menyerah walau menemui kegagalan diperjalanan prose belajarnya.

Namun, yang terjadi di lapangan pada studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang didapatkan hasil bahwa masih terdapat mahasiswa yang memiliki motivasi belajar yang rendah. Hal tersebut ditandai dengan masih terdapat mahasiswa yang kurang bersemangat dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh dosen, kurangnya keinginan untuk mencari tahu jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh dosen, mahasiswa sering mengobrol ketika teman-temannya sedang presentasi, kurang mandiri dalam belajar, tidak terlalu bersemangat untuk mendapatkan nilai yang terbaik, dan lain-lainnya.

Dari permasalahan mengenai rendahnya motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang tersebut, dibutuhkan suatu penanganan yang tepat agar motivasi belajar dari mahasiswa-mahasiswa tersebut dapat meningkat dengan optimal. Strategi komunikasi persuasif merupakan suatu strategi yang dapat dilakukan untuk

⁵Ramli Bakar, The Effect Of Learning Motivation On Student's Productive Competencies In Vocational High School, West Sumatra, *International Journal of Asian Social Science*, Vol. 4 No. 6, 2014, h. 722

meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Soemirat, dkk. menjelaskan bahwa strategi komunikasi persuasif merupakan panduan antara perencanaan komunikasi dalam aspek dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan persuasi.⁶

Strategi komunikasi persuasif telah diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan Firdaus mengenai “*Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru*”. Adapun hasil penelitiannya yakni (a) pendekatan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan perusahaan PT. Jasaraharja Putera cabang Pekanbaru dalam meningkatkan nasabah dengan menggunakan pendekatan strategi psikodinamika, pendekatan strategi persuasi sosialkultural, serta pendekatan strategi “*The meaning constraction*” dan (b) teknik komunikasi persuasif dilakukan pemasar dalam meningkatkan nasabah pada konteks personal selling di PT. Jasaraharja Putera cabang Pekanbaru dengan teknik (1) *The yes-yes respon technique*, (2) *Don't ask if, ask which*, (3) *Reassurance*.⁷

Selain itu, terdapat juga penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang” yang diteliti oleh Hanana, dkk. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi persuasif utama yang dilakukan oleh pemerintah berupa pembentukan pokdarwis (kelompok sadar wisata). Strategi ini masih menemui berbagai hambatan dalam pelaksanaannya, seperti pokdarwis belum bertindak sebagai *agent of change*, tidak adanya tugas di kelompok pokdarwis, media yang belum dimaksimalkan, tidak adanya kontinuitas *press release*, dan tidak adanya sinergi antar *stakeholder*. Bentuk pesan persuasif yang dapat dirancang untuk memaksimalkan strategi komunikasi ini bisa berupa *one-side issue* dan *two-side issue message*. Media yang cocok dengan target

⁶Yanie Pratiwi Firdaus, Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, Vol. 3 No.2, 2016, Hal. 3

⁷*Ibid*, h. 14

khalayaknya diantaranya media cetak, media luar ruang, media komunikasi kelompok, saluran komunikasi pribadi dan internet.⁸

Penelitian-penelitian yang telah dijelaskan di atas berfokus pada strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan nasabah dan menciptakan masyarakat sadar wisata. Adapun dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Menurut Soemirat, strategi komunikasi persuasif merupakan panduan antara perencanaan komunikasi dalam aspek dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan persuasi.⁹ Proses dari strategi komunikasi persuasif yang digagas oleh Hovland meliputi: (a) *attention* (perhatian), (b) *comprehension* (pemahaman), (c) *learning* (pembelajaran), *acceptance* (penerimaan), serta *retention* (penyimpanan).¹⁰

Strategi komunikasi persuasif sangat penting dilakukan untuk mempengaruhi pendapat, ide, sikap, atau tingkah laku orang lain. Dengan strategi komunikasi persuasif, hal-hal yang belum dapat dicapai melalui komunikasi biasa diharapkan dapat tercapai melalui pesan-pesan yang luar biasa yang disampaikan kepada orang lain dengan baik dan tepat. Hal tersebut akan dapat membuat orang lain mempertimbangkan pesan-pesan yang telah disampaikan tersebut sehingga perubahan yang diharapkan dapat terwujud.

Metode kisah dapat digunakan dalam menerapkan strategi komunikasi persuasif. Octofrezi menjelaskan bahwa kata “kisah” dalam bahasa Arab yakni “*al-qassu*” yang artinya mencari atau mengikuti jejak.¹¹ Metode kisah adalah suatu jenis metode dengan menggunakan pencarian jejak atas sejarah, keadaan atau peristiwa yang telah terjadi. Dengan menggunakan metode kisah, tujuan dari suatu kegiatan akan dapat tercapai dengan lebih efektif. Sebab, metode kisah akan

⁸Alna Hanana, Novi Elian dan Revi Marta, Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang, *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, Vol. 6 No. 1, 2017, h. 34-35

⁹Nurul Septiana, Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren dalam Melakukan Network Marketing di Pekanbaru, *JOM FISIP*, Vol. 5 No. 1, 2018, h. 4

¹⁰Richard M. Perloff, *The Dynamic of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 2003), h. 121

¹¹Permana Octofrezi, Teori dan Kontribusi Metode Kisah Qur’ani dalam Pendidikan Agama Islam Di Sekolah, *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, Vol. 7 No. 1, 2018, hl. 216

membawa individu pada pemahaman yang lebih jelas terhadap apa yang telah dipelajari atau diserap. Metode kisah berkontribusi dalam penerapan strategi komunikasi persuasif di mana peneliti akan mempengaruhi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang dengan memberikan kisah-kisah yang berkaitan dengan peningkatan motivasi belajar.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti akan meneliti dengan judul “Strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Strauss dan Corbin, menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).¹² Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini dilakukan di ruang belajar Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Subjek dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹³

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara dan teknik observasi. Teknik wawancara adalah suatu teknik untuk mendapatkan keterangan atau informasi yang dibutuhkan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung. Sedangkan teknik observasi adalah teknik untuk mengumpulkan keterangan atau informasi dengan cara melibatkan

¹²Pupu Saeful Rahmat, Penelitian Kualitatif, *Equilibrium*, Vol. 5 No. 9, 2009, h. 2

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: ALFABETA, 2015), h. 124

seluruh panca indra dengan tersusun dan terencana sesuai dengan tujuan. Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Analisis data deskriptif kualitatif adalah suatu teknik menggambarkan, mengkaji, dan menganalisis data yang didapatkan dari proses pengumpulan data yang dituangkan dalam bentuk deskriptif.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Strategi komunikasi persuasif Impelemntasi dari strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah yang digunakan meliputi: (a) *attention* (perhatian), (b) *comprehension* (pemahaman), (c) *learning* (pembelajaran), (d) *acceptance* (penerimaan), serta (e) *retention* (penyimpanan).

(a) *Attention* (perhatian)

Pada tahap *Attention*, peneliti sebagai persuader memberikan perhatian kepada mahasiswa yang berperan sebagai persuadee. Perhatian tersebut berupa pesan yang disampaikan kepada mahasiswa dengan berisikan perhatian terhadap keadaan dan perasaan sekarang yang dirasakan oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berkaitan dengan belajar. Peneliti mengajak mahasiswa untuk fokus pada bagaimana kondisi atau keadaan motivasi belajarnya.

(b) *Comprehension* (pemahaman)

Pada tahap *Comprehension*, peneliti memberikan informasi-informasi mengenai pentingnya motivasi belajar terhadap keberhasilan belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sehingga mahasiswa-mahasiswa tersebut memperoleh pemahaman yang mendalam tentang motivasi belajar yang meliputi apa itu motivasi belajar, apa pentingnya motivasi belajar bagi individu, kisah-kisah mengenai motivasi belajar serta bagaimana cara meningkatkan motivasi belajar individu.

Adapun kisah-kisah yang dipilih peneliti yakni kisah tentang perjalanan Imam Syafi'i rahimahullah, kisah Imam Bukhari rahimahullah, kisah Ibnu Abbas radhiyallahu anhu, Kisah Ibnu Abbas radhiyallahu anhu, serta Abu kisah Hurairah radhiyallahu anhu.

(c) *Learning* (pembelajaran)

Pada tahap *Learning*, peneliti menggiring mahasiswa untuk mempelajari apa yang telah didapatkan. Mahasiswa dibawa pada proses belajar bagaimana menjadi manusia yang memiliki motivasi belajar yang sangat baik. Hal tersebut merupakan kelanjutan dari tahap pemahaman yang telah dilakukan sebelumnya di mana setelah memperoleh pemahaman, mahasiswa kemudian belajar dari pengetahuan tentang motivasi belajar yang didupakannya dari tahap sebelumnya. Pada tahap ini, mahasiswa belajar bagaimana agar dapat menjadi seperti tokoh yang ada pada kisah-kisah yang telah dijelaskan sebelumnya.

(d) *Acceptance* (penerimaan)

Pada tahap *Acceptance*, mahasiswa telah menerima pengalaman-pengalaman yang telah didapatkan mengenai motivasi belajar. Mahasiswa telah menerima dengan sepenuh hati dan mereka menyatakan akan bersemangat untuk belajar, pantang menyerah dan berusaha mencapai hasil belajar yang maksimal.

(e) *Retention* (penyimpanan)

Pada tahap *Retention*, penerimaan yang telah ada di dalam diri mahasiswa kemudian disimpan dan dikokohkan sehingga perubahan perilaku yakni peningkatan motivasi belajar dapat terealisasi dengan baik.

Penerapan strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah berjalan dengan baik. Pada awalnya, mahasiswa terlihat masih kurang bersemangat untuk membahas mengenai motivasi. Namun, dengan adanya strategi komunikasi persuasif melalui kisah-kisah inspiratif tentang menuntut ilmu, mahasiswa menjadi sangat antusias dan akhirnya mereka mau membuat perubahan-perubahan pada dirinya yang berkaitan dengan motivasi belajar.

Dari hasil wawancara dan observasi terhadap mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang, didapatkan hasil bahwa motivasi belajar mahasiswa mengalami peningkatan setelah diterapkannya strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah. Hal tersebut tampak dari ketekunan mahasiswa dalam menjawab tugas-tugas yang diberikan oleh dosen, ketika menghadapi kesulitan dalam mengerjakan tugas, mereka tetap ulet dan gigih, mahasiswa tidak terlalu tergantung dengan mahasiswa lain dalam belajar, mahasiswa juga telah memiliki kepercayaan diri, mereka antusias saat diberi pertanyaan-pertanyaan, mahasiswa bertekad ingin meningkatkan hasil belajar disemua mata kuliah, mahasiswa telah berusaha membagi waktu belajar lebih baik dari sebelumnya, serta mahasiswa juga menciptakan kelas yang nyaman untuk belajar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah adalah suatu alternatif yang tepat dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsurizal mengenai “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) dalam Merekrut Calon Mahasiswa Baru di Politeknik LP3I Jakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) dalam meyakinkan calon mahasiswa baru, strategi yang dilakukan presenter selain menjelaskan kelebihan sistem Pendidikan di Politeknik LP3I Jakarta sebaiknya Presenter membandingkan dengan perguruan Tinggi yang lain yang menciptakan pengurangan pada mahasiswanya. Presenter juga melakukan komunikasi persuasif secara emosional terhadap calon rekrutannya dan (b) dalam meyakinkan mahasiswa baru (aplikan), setiap presenter pernah mengalami penolakan dengan berbagai alasan. Namun, perubahan perilaku dapat terjadi pada calon mahasiswa (aplikan) yang awalnya menolak berubah

menjadi menerima menjadi mahasiswa karena melihat keuntungan yang didapat jika kuliah di Politeknik LP3I Jakarta.¹⁴

Selain itu, Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Firdaus mengenai “*Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru*”. Adapun hasil penelitiannya yakni (a) pendekatan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan perusahaan PT. Jasaraharja Putera cabang Pekanbaru dalam meningkatkan nasabah dengan menggunakan pendekatan strategi psikodinamika, pendekatan strategi persuasi sosialkultural, serta pendekatan strategi “*The meaning constraction*” dan (b) teknik komunikasi persuasif dilakukan pemasar dalam meningkatkan nasabah pada konteks personal selling di PT. Jasaraharja Putera cabang Pekanbaru dengan teknik (1) *The yes-yes respon technique*, (2) *Don’t ask if, ask which*, (3) *Reassurance*.¹⁵

Simpulan

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, *pertama* strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah yang digunakan untuk meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang yakni dengan menerapkan langkah-langkah sebagai berikut: (a) *attention* (perhatian), (b) *comprehension* (pemahaman), (c) *learning* (pembelajaran), (d) *acceptance* (penerimaan), serta (e) *retention* (penyimpanan). Adapun kisah-kisah yang dipilih peneliti yakni kisah tentang perjalanan Imam Syafi’i rahimahullah, kisah Imam Bukhari rahimahullah, kisah Ibnu Abbas radhiyallahu anhu, Kisah Ibnu Abbas radhiyallahu anhu, serta Abu kisah Hurairah radhiyallahu anhu.

¹⁴ Syamsurizal, Strategi Komunikasi Persuasif dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) dalam Merekrut Calon Mahasiswa Baru di Politeknik LP3I Jakarta), *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol. 5 No. 2, 2016, Hal. 138

¹⁵ Yanie Pratiwi Firdaus, Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru, *JOM FISIP*, Vol. 3 No. 2, 2016, Hal. 14

Kedua, motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang mengalami peningkatan di mana telah terciptanya ketekunan mahasiswa dalam menjawab tugas-tugas yang diberikan oleh dosen, ketika menghadapi kesulitan dalam mengerjakan tugas, mereka tetap ulet dan gigih, mahasiswa tidak terlalu tergantung dengan mahasiswa lain dalam belajar, mahasiswa juga telah memiliki kepercayaan diri, mereka antusias saat diberi pertanyaan-pertanyaan, mahasiswa bertekun ingin meningkatkan hasil belajar disemua mata kuliah, mahasiswa telah berusaha membagi waktu belajar lebih baik dari sebelumnya, serta mahasiswa juga menciptakan kelas yang nyaman untuk belajar. Hal tersebut dapat menegaskan bahwa strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah adalah suatu alternatif yang tepat dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Daftar Pustaka

- Bakar, Ramli. The Effect Of Learning Motivation On Student's Productive Competencies In Vocational High School, West Sumatra. *International Journal of Asian Social Science*. 2014.
- Firdaus, Yanie Pratiwi. Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*. 3 (2). 3 &14, 2016.
- Hanafi, Muh. Sain. Konsep Belajar dan Pembelajaran. *Lentera Pendidikan*. 2014.
- Hanana, Alna, Novi Elian, dan Revi Marta. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*. 2017.
- Haryono, A., & Razzaq, A. (2017). Analisis Metode Tafsir Muhammad Ash-Shabuni dalam Kitab rawâiu' al-Bayân. *Wardah*, 18(1), 48-59. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/wardah.v18i1.1432>.
- Mulyani, M A; Razzaq, Abdur; Sumardi, W. H. and M. Anshari, "Smartphone Adoption in Mobile Learning Scenario," *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, Jakarta/Bali,

Indonesia, 2019, pp. 208-211.
<http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8843755&isnumber=8843708>.

Octofrezi, Permana. Teori dan Kontribusi Metode Kisah Qur'ani dalam Pendidikan Agama Islam Di Sekolah. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*. 7 (1). 2016

Perloff, Richard M. *The Dynamic of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 2003.

Purwanto, Edy. Model Motivasi Trisula: Sintesis Baru Teori Motivasi Berprestasi. *Jurnal Psikologi*. 2014.

Putro, Hijrah Eko dan Sugiyadi. Peningkatan Motivasi Belajar Melalui Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik *Self Regulated Learning*. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*. 2018.

Razzaq, A., & Saputra, D. (2016). Studi Analisis Komparatif Antara Ta'wil dan Hermeneutika dalam Penafsiran al-Qur'an. *Wardah*, 17(2), 89-114. Retrieved from.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/961>

Rahmat, Pupu Saeful. 2009. Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*. 2009.

Septiana, Nurul. 2018. Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren dalam Melakukan Network Marketing di Pekanbaru. *JOM FISIP*. 2018

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA, 2015

Suranto. Pengaruh Motivasi, Suasana Lingkungan dan Sarana Prasarana Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa (Studi Kasus pada Sma Khusus Putri SMA Islam Diponegoro Surakarta). *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*. 2015.

Syamsurizal. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) dalam Merekrut Calon Mahasiswa Baru di Politeknik LP3I Jakarta). *Jurnal Lentera Bisnis*. 2016.