

**IMPLEMENTASI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF  
MAJALAH BOBO EDISI MEI 2020 DALAM MENGAJARKAN  
KEBAIKAN PADA ANAK**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

**Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**

Oleh :

Syadza Haniya Anwar

1701026079

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2021**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan mengerjakan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Syadza Haniya Anwar

NIM : 1701026079

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Penerbitan Dakwah

Judul Skripsi : Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo  
Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak

Dengan ini kami setuju dan memohon supaya lekas diujikan. Demikian atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Semarang, 24 Juli 2021

Pembimbing,



H. M. Alfandi, M.Ag.

NIP. 19710830 199703 1 003

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF MAJALAH BOBO EDISI MEI  
2020 DALAM MENGAJARKAN KEBAIKAN PADA ANAK**

Disusun oleh  
Syadza Haniya Anwar  
1701026079

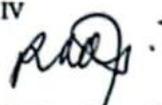
Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 05 Oktober 2021 dan dinyatakan LULUS dan telah memenuhi Syarat Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Susunan Dewan Penguji**

Ketua/Penguji I  
  
Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.  
NIP: 197204102001121003

Penguji III  
  
Drs. H. Ahmad Anas, M. Ag.  
NIP: 196605131993031002

Sekretaris/Penguji II  
  
H. M. Alfaqim, M. Ag.  
NIP: 196605131993031002

Penguji IV  
  
Dr. H. Najahan Musvafak, M.A  
NIP: 197010201995031001

Pembimbing  
  
H. M. Akhandi, M. Ag.  
NIP: 196605131993031002

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
pada tanggal 09 Desember 2021

  
Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.  
NIP: 197204102001121003

## **PERNYATAAN**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab peneliti, bahwa skripsi ini hasil karya sendiri dan orang lain belum ada yang pernah menulisnya untuk mendapatkan gelar strata satu pada perguruan tinggi dan instansi pendidikan lain. Demikian juga sepengetahuan peneliti skripsi ini belum pernah diterbitkan atau dijabarkan dalam karya tulis mapupun daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan dibuat, jika dikemudian waktu terdapat bukti adanya kecurangan, maka penulis akan bertanggung jawab dan menerima konsekuensi pada aturan yang berlaku.

Semarang, 24 Juli 2021



Syadza Haniya Anwar

NIM. 1701026079

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang memberi rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis bisa menuntaskan skripsi dengan judul “Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak” guna memenuhi sebagian persyaratan pada penyelesaian pendidikan strata satu pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Sholawat serta salam selalu tercurah pada baginda Rasulullah SAW sebagai teladan bagi umat manusia.

Melewati perjalanan panjang pada pengerjaan karya tulis ini, terjadi banyak rintangan dan kekurangan. Penulis sadar dalam penyusunannya memperoleh doa, arahan, dukungan, dan bimbingan dari macam-macam orang, dengan hormat menghaturkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., sebagai Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, beserta Wakil Dekan I, II, dan III.
3. H. M. Alfandi, M.Ag., sebagai Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, wali dosen, dan pembimbing yang memberi arahan, waktu, pikiran, dan tenaga selama masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberi bimbingan, arahan, dan bantuan selama penulis menuntut ilmu ketika di UIN Walisongo Semarang.
5. Para karyawan maupun staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

6. Kedua orangtua, Bapak Khairul Anwar dan Ibu Zumrotun, adik-adik tersayang, Yazid dan Mecca serta keluarga besar yang senantiasa membantu moral, spiritual, dan doa.
7. Kiai Fadlolan Musyaffa', LC., MA dan Ibu Nyai Fenty Hidayah yang telah mengasuh, memberi motivasi, kasih sayang, serta dorongan untuk selalu berbuat baik, tidak lelah menuntut ilmu ketika saya di Ma'had Al-Jami'ah Walisongo.
8. Teman-teman baik saya: 'Ulya Nurul Makiyah, Faradisa, Oriza, Auliya, Nisa Arifiani, Rika Meily, Cindi Julia, Latifah, Cindi Maharani, Lelyana, Safira, Sefdha, Mila Rosa, Imam B, Niam, Calvin, Hasna, dan Mas Ali yang telah menjadi teman baik saya di segala kondisi dan selalu memberikan motivasi, doa, dan dukungan untuk penulis dalam hal apapun.
9. Mba Ifta Awaliya Mufrida yang sangat membantu dalam proses skripsi saya dan sering saya repotkan. Terima kasih. Sukses selalu, Mba Ta.
10. Seluruh Crew WTV dan MBS, *partner* berorganisasi yang telah memberikan banyak pengalaman di luar bangku perkuliahan saat mengenyam pendidikan di UIN Walisongo Semarang yang selalu siap sedia menuntun, mengarahkan, dan membantu penulis dalam berorganisasi.
11. Dinda, Nabila, Indi, Afif, Erik, dan Syafi'i yang menjadi teman berjuang PPL di DISKOMINFO Kota Semarang.
12. Erfan, Rino, Bayu, Syafi'i, Anggun, Rizqa, Nabila, Dewi, Fatih, Rohmah, dan Fani pejuang tangguh yang selalu dikejar *deadline* KKN Mandiri Pengakuan 2020, kalian hebat.
13. Teman-teman KPI 2017, khususnya KPI B 2017 tercinta. Semoga kesuksesan menyertai kita bersama.
14. Pihak-pihak yang namanya belum dapat disebut, terima kasih sudi membantu proses penyelesaian skripsi.
15. Dr. H. Najahan Musyafak, M.A. dan Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag sebagai dosen penguji saya yang telah memberikan arahan serta ilmu untuk skripsi saya.

Penulis menghaturkan ungkapan terima kasih pada seluruh orang atas pertolongan dan doanya. Semoga Allah SWT membalas segala amal dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Penulis sadar dalam menyusun skripsi banyak kekurangannya. Sebab itu, penulis menunggu saran dan kritikan supaya lebih bermanfaat bagi yang menginginkan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.*

Semarang, Juli 2021



Penulis

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamiin*

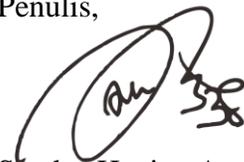
Dengan menyebut asma Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, saya mempersembahkan karya ini teruntuk seluruh orang bijak yang selalu berdoa, memberi semangat yang menyertai penulis:

1. Orangtua yang selalu mendidik, memberi kasih sayang, pengertian, dan doa setiap saat serta memberi bantuan moral dan materi. Semoga bisa menjadi perantara kemuliaan di dunia dan di akhirat.
2. Kampus tercinta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang.

Berharap mereka selalu memperoleh berkah, rahmat, dan hidayah-Nya. Aamiin Ya Allah.

Semarang, 14 Juni 2021

Penulis,



Syadza Haniya Anwar

NIM. 1701026079

## **MOTTO**

*“Cepat belum tentu tepat dan terlambat belum tentu gagal. Apa yang menjadi takdirmu hadapilah. Tidak perlu takut. Ada Allah bersamamu.”*

(Syadza Haniya Anwar)

## ABSTRAK

Nama : Syadza Haniya Anwar

NIM : 1701026079

Judul : Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020

Dalam Mengajarkan Kebajikan Pada Anak

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang memiliki tujuan untuk memediasi pembicaraan yang bersifat memperkuat, memberikan ilustrasi, dan informasi kepada masyarakat. Namun, tujuan pokok dari komunikasi persuasif adalah menguatkan atau mengubah sikap dan tingkah laku. Komunikasi persuasif tidak hanya digunakan melalui lisan saja, namun bisa juga digunakan dengan tulisan. Karya tulis dalam bentuk majalah anak yang di dalamnya berisi ajakan kebaikan sehingga mudah untuk dipahami anak melalui Majalah Bobo Edisi Mei 2020. Pada penelitian ini, penulis meneliti implementasi teknik komunikasi persuasif yang terdapat di dalam rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020 dalam mengajarkan kebaikan pada anak.

Penelitian yang dipakai oleh peneliti ialah deskriptif kualitatif, pendekatannya memakai analisis isi (*content analysis*) yang akan menganalisis dan mendiskripsikan teknik komunikasi persuasif pada penelitian yang dilakukan di rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020. Peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi. Suatu teknik yang digunakan saat mencari data pada subjek berupa tulisan dengan prosedur pengunitan, kategorisasi, dan analisis data.

Hasil menunjukkan terdapat tiga teknik komunikasi persuasif pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 dalam mengajarkan kebaikan pada anak, yaitu Teknik Asosiasi, Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*), dan Teknik Tataan (*Icing Technique*).

Kata kunci: Teknik, Komunikasi Persuasif, Majalah Bobo, Kebajikan, Anak

## DAFTAR ISI

<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Tinjauan Pustaka.....	6
E. Metodologi Penelitian .....	9
<b>BAB II IMPLEMENTASI, TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, MENGAJARKAN KEBAIKAN.....</b>	<b>17</b>
A. Teori Implementasi .....	17
B. Teori Teknik Komunikasi .....	20
C. Teori Komunikasi Persuasif.....	23
D. Ruang Lingkup Mengajarkan Kebajikan .....	28
<b>BAB III IMPLEMENTASI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF .....</b>	<b>32</b>
A. Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebajikan Pada Anak.....	32
B. Kategorisasi Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebajikan Pada Anak .....	42
<b>BAB IV ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF MAJALAH BOBO EDISI MEI 2020 DALAM MENGAJARKAN KEBAIKAN PADA ANAK .....</b>	<b>52</b>
A. Analisis Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Dalam Mengajarkan Kebajikan Pada Anak.....	52

B. Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak dalam Perspektif Dakwah.....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Cover Majalah Bobo.....	76
Gambar 2. Daftar Isi Majalah Bobo.....	76
Gambar 3. Rubrik Cerita Pilihan.....	77
Gambar 4. Cerita Bergambar Majalah Bobo.....	78
Gambar 5. Rubrik Artikel Pilihan.....	79
Gambar 6. Rubrik Dari Teman.....	79
Gambar 7. Rubrik Rupa- Rupa.....	80
Gambar 8. Rubrik Pin Up.....	81
Gambar 9. Rubrik Cerita Pilihan Tiing Dan Glagah.....	81
Gambar 10. Rubrik Cerita Bergambar Masak Bubur.....	82
Gambar 11. Rubrik Cerita Bergambar Berlatih Wushu.....	82

Gambar 12. Rubrik Cerita Pilihan Rahasia Liona Singa.....	83
Gambar 13. Rubrik Cerita Bergambar Membeli Masker.....	83
Gambar 14. Rubrik Cerita Pilihan Tugas Akhir Gush.....	84
Gambar 15. Rubrik Cerita Bergambar Belajar Dari Rumah.....	84

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Erwin P. Betinghaus (1973:10) menjelaskan komunikasi persuasif bisa menyugesti perilaku dan pikiran individu, ikatan aktivitas antara pembicara dan pendengar yang mana pembicara mencoba menyugesti pendengar, baik perilaku ataupun pikiran pendengar menggunakan perantara pendengaran dan penglihatan. De Vito pun menyatakan komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang mempunyai tujuan dalam memediasi pembicaraan yang bersifat memperkuat, lalu memberi gambaran, dan menyuguhkan informasi kepada masyarakat. Sedangkan, tujuan pokok dari komunikasi persuasif ialah menguatkan atau mengubah tingkah laku dan sikap. Untuk itu penggunaan fakta, pendapat, dan arahan motivasi wajib sifatnya memperkuat tujuan persuasifnya. Dari sini, De Vito menerangkan bahwa ada dua jenis tujuan yang dicapai untuk mengerjakan komunikasi persuasif. Di antara tujuannya yaitu untuk mengubah tingkah laku dan sikap *receiver* atau untuk memotivasi tingkah laku penerima pesan. Adapun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) persuasif bersifat membujuk secara halus (agar menjadi yakin). Apabila diterapkan ke dalam sebuah tulisan atau kalimat, maka persuasif adalah ucapan, rayuan, bujukan, imbauan, dan ajakan.

Komunikasi persuasif bukan saja digunakan melalui mulut, namun bisa juga digunakan melalui tulisan. Komunikasi persuasif ini dilakukan dengan menuliskan kalimat-kalimat ajakan yang lembut dan tidak memaksa. Kalimat ajakan yang dapat mengubah orang lain berdasarkan keinginannya setelah membaca kalimat persuasif yang berada dalam suatu tulisan majalah, buku, novel maupun media cetak yang lainnya. Penggunaan komunikasi persuasif merupakan metode komunikasi yang cocok digunakan untuk membuat iklan, promosi, kampanye, dan juga dakwah dengan tujuan mengajak individu maupun khalayak luas. Metode ini bertujuan supaya masyarakat bisa mematuhi arahan, ajakan, serta imbauan yang diberikan oleh penulis melalui media cetak tanpa adanya paksaan dan melakukan hal tersebut berdasarkan keinginannya sendiri. Selain itu, tujuan membentuk kalimat persuasif ialah agar pembaca tersadar dan terbujuk oleh kalimat atau tulisan yang dibaca. Menggunakan komunikasi persuasif merupakan cara untuk menyampaikan peringatan dan nasihat. Untuk itu tidak jarang, komunikator memakai bentuk persuasif dalam merampungkan masalah atau meraih tujuan berdasarkan permasalahan tertentu.

Komunikasi persuasif pada media massa cetak penelitian ini dibatasi berupa majalah. Majalah dapat dikatakan menarik karena bersifat lama, memiliki pengertian bahwa informasi yang dipublikasikan dapat menyimpannya tanpa melalui “wording” sebagaimana pada media massa siaran. Informasi dari majalah bisa dengan mudah diperoleh kembali setiap saat ketika dibutuhkan. Dengan demikian media massa cetak, khususnya majalah, bukanlah media komunikasi informasi dan persuasif yang akan hilang begitu saja. Berbeda dengan media massa siaran baik radio maupun televisi. Itulah kelebihan yang dimiliki oleh media massa cetak.

Komunikasi persuasif yang digunakan pada majalah supaya pembaca terpengaruh oleh kalimat ataupun tulisan yang telah dibaca dengan tujuan mengubah tingkah laku dan sikap *receiver* atau untuk motivasi tingkah laku penerima pesan berdasarkan keinginannya. Bisa melalui dengan menuliskan kalimat-kalimat ajakan yang lembut dan tidak memaksa dengan tampilan majalah yang menarik. Pada majalah yang menggunakan metode komunikasi persuasif akan menggunakan kalimat-kalimat arahan, ajakan, serta nasihat yang menggerakkan pembaca untuk melakukan suatu hal yang baik sesuai isi dari tulisan majalah tersebut dengan kesadaran dari pembaca dan tanpa ada paksaan. Adapun komunikasi persuasif yang berhasil mempengaruhi seseorang adalah ketika seseorang telah membaca tulisan yang menggunakan metode komunikasi persuasif melakukan suatu hal berdasarkan anjuran atau saran dari penulis.

Dari tulisan yang berada di rubrik majalah berupa saran, nasihat, dan ajakan yang dituliskan penulis menggunakan metode komunikasi persuasif tentunya mengajak pembaca bergerak atau berbuat dalam kebaikan. Nah, arti dari kebaikan sendiri adalah sebuah perilaku yang tidak merugikan orang lain serta mampu memberikan dampak positif bagi seseorang, lingkungan sekitar, maupun masyarakat luas. Kebaikan juga bisa berarti keinginan mengerjakan tindakan yang berawal dari maksud untuk mengubah suatu hal yang positif untuk diri pribadi, perkumpulan, masyarakat luas maupun lingkungan di sekitar kita. Adapun melakukan kebaikan pada pribadi sendiri juga merupakan sebuah kebaikan. Sebagai warga beragama yang percaya akan keberadaan Sang Pencipta kita harus mengimplementasikan perbuatan-perbuatan yang disenangi oleh Allah SWT yaitu dengan menjaga apa yang ada pada diri sendiri, lingkungan, dan alam dengan cara bertingkah laku baik.

Dalam ajaran Islam yang dituliskan (Firdaus dan Rudy, 2006: 247) kegiatan mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil disebut dengan dakwah. Syekh Ali

Mahfuz dalam kitab Hidayatul Mursyidin menerangkan dakwah adalah “Mendorong seseorang supaya melakukan hal-hal yang baik melalui petunjuk, menyeru manusia melaksanakan kebaikan, dan melarang kemunkaran supaya mereka bahagia di dunia dan di akhirat.” (Shaleh: 1977: 6). Melihat pengertian dakwah dari segi bahasa, bisa menyimpulkan bahwa dakwah adalah aktivitas menyeru, mengajak, dan mengundang. Kemudian, secara istilah adalah menyugesti dan mengubah perilaku individu yang belum baik menjadi lebih baik berdasar tuntunan Agama Islam.

Pada konteks kali ini, mempengaruhi atau mengubah seseorang untuk mengerjakan sesuatu hal yang baik melalui tulisan disebut dengan *dakwah bil qalam*. Dakwah yang dilakukan melalui perantara media tulisan atau yang sering disebut dengan *dakwah bil qalam* merupakan sarana dan metode untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u* melalui media-media cetak majalah, surat kabar, tabloid, novel atau artikel, dan tulisan lain. (Atmowiloto: 1995: 69-70). Melalui tulisan pada rubrik-rubrik majalah yang menggunakan komunikasi persuasif yang dikemas dengan tampilan yang menarik membuat pembaca termotivasi untuk mengimplementasikan hal-hal baik yang bernilai dakwah dalam kehidupan sehari-harinya.

Pada penelitian ini, penulis akan meneliti “Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak.” Mengangkat judul tersebut, penulis ingin meneliti penerapan teknik komunikasi persuasif pada Majalah Bobo dalam mengajarkan kebaikan pada anak yang dikemas melalui rubrik-rubrik dengan bahasa yang ringan, informatif, dan asyik karena didukung dengan gambar yang menarik dan membantu imajinasi anak untuk memahami bacaan pada rubrik tersebut.

Penulis juga ingin menginformasikan, bahwa berada di kehidupan Revolusi Industri 4.0 dimana mengolaborasikan teknologi *cyber* dan teknologi otomatisasi membuat manusia lebih mudah mendapatkan informasi yang ia inginkan tanpa melalui perantara manusia, masih ditemukan majalah yang bersifat informatif dan edukatif. Serta penulis juga ingin menginformasikan, bahwa di tengah Revolusi Industri 4.0 masih ditemukan majalah yang pembahasannya mengikuti perkembangan zaman dan ramah terhadap tumbuh kembang anak.

Majalah Bobo memiliki tujuh rubrik, yaitu Rubrik Cerita Pilihan, Cerita Bergambar (Cergam), Artikel Pilihan, Dari Teman, Cerita Misterius (Cermis), Rupa-rupa, dan Pin-Up. Majalah ini memiliki pesan, informasi, dan ajakan dalam setiap tulisan pada rubriknya yang menggunakan metode komunikasi persuasif. Hal ini dibuktikan, pada setiap majalah yang terbit ada beberapa kiriman karya yang dimuat pada rubrik “Dari Teman” berupa puisi, gambar, dan pengalaman yang tak terduga. Pada masing-masing karya yang terbit pada Majalah Bobo merupakan karya orisinal dari pembaca Majalah Bobo yang mengirimkan karya dan lolos tahap seleksi. Dengan demikian, maksud peneliti meneliti komunikasi persuasif yang dipakai oleh Majalah Bobo dalam mengajarkan kebaikan pada anak.

Kebiasaan membaca perlu diterapkan kepada anak karena banyak manfaat membaca bila diterapkan sejak dini. Dari data penelitian Northfield Hospital Clinics, 90% otak berkembang saat bayi baru dilahirkan sampai lima tahun. Oleh karena itu, untuk mendukung perkembangan otak anak, salah satunya dengan membiasakan kegiatan membaca sejak kecil oleh keluarga. Selain itu, manfaat membaca dapat meningkatkan ikatan antara orangtua dan anak, melatih perkembangan berimajinasi, melatih konsentrasi, kreativitas, mendukung kemampuan bahasa dan komunikasi anak, meningkatkan kemampuan berpikir, mengajak anak untuk mengetahui nilai-nilai sosial, dan lain sebagainya.

Tanpa sadar, kebiasaan melatih otak melalui membaca bisa untuk mengimajinasikan karakter, gambaran benda, tempat, dan sebagainya dari tulisan yang ia baca. Dengan demikian, penting sekali anak memiliki kemampuan membaca. Dari membaca anak-anak juga mendapat pemahaman mengenai tanggung jawab dan risiko dari tingkah laku atau sikap. Dari penelitian tersebut kita tahu, pentingnya memilih bacaan yang tepat untuk anak. Hal ini dilakukan supaya saat tumbuh kembangnya diisi hal-hal yang informatif, edukatif, dan menemani masa bermain anak-anak dengan hal-hal yang positif yang berawal dari bacaan yang baik pula.

Namun, menurut data United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) memperlihatkan, persentase literasi anak Indonesia berada pada 0,01%. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bila terdapat sepuluh ribu anak Indonesia, hanya satu anak yang suka membaca. Di samping itu, dijelaskan bahwa

budaya baca di Indonesia menduduki posisi ke-63 dari 70 negara. Sebagai negara yang ikut *Programme for International Student Assessment (PISA)* yang diselenggarakan oleh organisasi negara-negara di dunia untuk kerjasama dan pembangunan ekonomi (*Organisation for Economic Cooperation & Development-OECD*), Negara Indonesia masih berada di kelompok negara yang lebih rendah di *assessment OECD-2018* tentang keahlian membaca siswa Indonesia.

Di sisi lain, penelitian serupa dilakukan oleh *Progress in International Reading Literacy Study (PIRLS)* dan *Early Grade Reading Assessment (EGRA)* (Mullis & Martin, 2017; (USAID) Indonesia, 2014) memperlihatkan bahwa data tersebut tidak jauh berbeda dengan PISA. Informasi dari perolehan data lain terkait keahlian membaca yang belakangan masif dibahas dan kontroversial merupakan data dari negara terliterasi di dunia yang dilaksanakan oleh Central Connecticut State University Amerika Serikat yang dirilis pada awal tahun 2017, dengan peringkat Indonesia ke-60 dari 61 negara peserta survei di dalam hal keahlian membaca dan menulis (Central Connecticut State University, 2017). Hasil Indonesia National Assesment Program ditahun 2016 yang dikerjakan oleh Pusat Penelitian Pendidikan (Puspendik) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengungkap bahwa mayoritas distribusi literasi nasional terhadap keahlian membaca siswa di Indonesia adalah 46,83% ada pada kelompok rendah, hanya 6,06% ada pada kelompok baik, dan 47,11% ada pada kelompok cukup (P. Kemdikbud, 2017).

Apabila diperhatikan data-data tersebut beberapa kalangan beranggapan hal tersebut adalah masalah dalam penyelenggaraan pendidikan di Indonesia. Dari data itu juga dibuat refleksi dan evaluasi seluruh kalangan, khususnya dibidang pendidikan untuk perbaikan kedepannya terkhusus mengenai pencapaian keahlian dan adat membaca untuk meningkatkan minat membaca siswa Indonesia. Beberapa faktor rendahnya minat baca adalah tersedianya buku di perpustakaan sekolah tidak menarik bagi peserta didik. Buku yang terlihat menarik adalah yang penuh gambar dan warna. Biasanya, perpustakaan sekolah hanya terdapat buku lama dan berdebu. Kemudian, kurangnya kesadaran orang tua tentang pentingnya membaca sejak dini dan kurangnya kepedulian masyarakat untuk membangun taman baca atau membuat budaya membaca. (Dikutip dari laman

<https://sahabatkeluarga.kemdikbud.go.id/laman/index.php?r=tpost/xview&id=249900>  
529 Senin, 15 Februari 2021 pukul 02.42 WIB).

Pada zaman informasi dan komunikasi layaknya saat ini faktor rendahnya minat baca didukung dengan canggihnya teknologi yang ada. Peningkatan penggunaan *gadget* pada anak-anak membuat budaya membaca yang belum sepenuhnya terbentuk menjadi teralihkan dengan kegiatan yang lebih mengasyikkan, yaitu *game online* atau *game offline* yang mudah diakses melalui *handphone*. Padahal, membaca adalah perantara untuk siapapun yang mau mencapai kemajuan dan kesuksesan, baik di sekolahan, pekerjaan ataupun selama manusia hidup. Oleh sebabnya, para pakar bersepakat bahwa mahir membaca (*reading literacy*) adalah *conditio sine quanon* (prasyarat mutlak) untuk setiap manusia yang memiliki keinginan untuk maju (Harras, 2014). Dengan demikian, penulis ingin meneliti Majalah Bobo dengan slogan majalah tersebut adalah “Teman Bermain dan Belajar” sesuai dengan isinya yang edukatif tapi menarik karena penuh warna dan gambar serta bahasanya yang ringan sehingga mudah untuk dimengerti anak-anak.

Melihat data-data dari permasalahan minat baca pelajar Indonesia, penulis menemukan majalah anak-anak yang masih terbit dan ada peminatnya dari tahun 1973 sampai dengan sekarang. Para pembaca Majalah Bobo juga masih berantusias mengirimkan karya tulis tentang pengalaman pribadi yang dapat diambil hikmahnya, maupun kreativitas pengirim karya yang pengirim dapatkan melalui imajinasi ke Majalah Bobo untuk diterbitkan pada edisi berikutnya. Hal ini dibuktikan dengan terdapat rubrik khusus untuk pembaca Majalah Bobo yang mengirimkan karyanya untuk diterbitkan di edisi selanjutnya.

Dari bacaan yang terdapat pada rubrik Majalah Bobo penulis ingin meneliti apakah ada penggunaan komunikasi persuasif yang mengajarkan kebaikan pada anak melalui tulisan tersebut. Mark Twain, seorang novelis sekaligus pengajar berkebangsaan Amerika Serikat bahkan pernah berkata, “seorang yang buta dapat melihat dan seorang tuli dapat mendengar suatu kebaikan bahasa.” Seorang ahli di bidang ilmu saraf, pembelajaran emosional dan psikologi positif dengan perhatian khusus pada arena pendidikan, Patty O’Grady, Ph.D. percaya bahwa kebaikan mampu mengubah otak dengan pengalaman kebaikan itu sendiri. Ia mengungkapkan, “Anak-anak dan remaja

tidak belajar tentang hal-hal yang baik hanya dengan berfikir dan berbicara. Mempelajari suatu hal yang baik paling bagus dengan merasakan hingga mereka bisa mereproduksinya.” Oleh karena itu, penulis ingin meneliti tentang komunikasi persuasif pada Majalah Bobo dalam mengajarkan kebaikan pada anak. Hal ini dikarenakan kebiasaan yang baik bukan didapat melalui cara yang instan, namun dari kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan dan diajarkan sedini mungkin.

Salah satu media cetak di Indonesia yang berisikan hal-hal yang bermanfaat dan juga mengajarkan kebaikan dalam kehidupan sehari-hari pada anak adalah Majalah Bobo. Sasaran majalah ini adalah anak-anak berumur 6 sampai 12 tahun. Majalah yang bertujuan untuk membangkitkan karakter anak Indonesia dengan membujuk anak Indonesia untuk melakukan literasi, membaca, tulis menulis, dan bercerita. Majalah ini juga menawarkan rubrik yang memuat informasi, yaitu pengetahuan, kreasi, cerita bergambar, dongeng, hingga profil manusia hebat dan inspiratif. Majalah Bobo dikemas dengan desain halaman yang menyenangkan dan bahasa yang santai namun penuh dengan pengetahuan.

(Dikutip dari <https://www.gridstore.id/brand/detail/51/bobo> diakses pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 03.07 WIB).

Dengan demikian, penelitian ini akan dilakukan pada Majalah Bobo yang telah terbit sejak 14 April 1973 karena dalam Majalah Bobo ini terdapat teknik komunikasi persuasif terhadap pembaca dan juga terdapat nilai-nilai kebaikan yang diajarkan melalui tulisannya, sehingga majalah ini dapat mengajak pembacanya (anak-anak) dalam hal-hal yang baik, seperti tujuan dakwah. Maka, tujuan penulis adalah untuk mencari tahu **“Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak”**. Tujuan penelitian ini adalah merangkai gambaran dengan cara sistematis tentang Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif yang digunakan oleh Majalah Bobo untuk mengajarkan kebaikan pada anak. Kemudian, tulisan-tulisan dari rubrik Majalah Bobo akan diklasifikasikan berdasarkan teknik-teknik pada komunikasi persuasif teori Effendy (2004).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang di atas, maka masalah yang diteliti ialah bagaimana

implementasi teknik komunikasi persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 dalam mengajarkan kebaikan pada anak?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasar rumusan masalah yang dijabarkan, maka penelitian ini memiliki tujuan menganalisis implementasi teknik komunikasi persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 dalam mengajarkan kebaikan pada anak.

#### **2. Manfaat penelitian**

Suatu penelitian pasti mempunyai manfaat, yaitu :

##### **a. Manfaat Teoritis**

1. Sebagai acuan ilmiah atau pun referensi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, khususnya pada tataran komunikasi massa, jurnalistik, sosiologi komunikasi, psikologi komunikasi, dan keagamaan.
2. Memperkaya kajian tentang komunikasi persuasif dalam media cetak.
3. Diharapkan supaya mahasiswa bisa memperoleh pengetahuan di bidang Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), khususnya yang memiliki fokus dibidang penerbitan, agar lebih mengenal dan lebih memahami komunikasi persuasif pada majalah, khususnya komunikasi persuasif yang digunakan oleh Majalah Bobo.

##### **b. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini mempunyai manfaat, yaitu:

1. Diharapkan mampu berkontribusi secara positif dalam perkembangan media massa, khususnya media cetak saat ini. Sehingga kedepannya media cetak dari hari ke hari semakin kreatif, edukatif, inovatif, dan informatif.
2. Hasil penelitian ini bisa memberi informasi dan rujukan pada masyarakat Indonesia, khususnya orangtua bahwa terdapat majalah anak yang memiliki pembahasan yang informatif, edukatif, dan menyenangkan untuk dibaca anak-anak.
3. Untuk peneliti lain bisa dipakai sebagai pondasi penelitian lebih lanjut pada penelitian terkait teknik komunikasi persuasif.

#### D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan proses pencarian bahan pustaka dalam mencari dan menentukan teori yang akan dipakai. Bahan pustaka bisa buku, jurnal, dan apapun yang menjadikan wawasan ilmiah. Untuk menjamin kelengkapan daya dukung ilmiah bagi teori-teori yang dipakai pada penelitian.

Tinjauan pustaka ini ialah guna menghindar dari tiruan, pengulangan jenis penelitian serta memperlihatkan skripsi bahwa sesuatu yang layak diteliti. Beberapa penelitian yang relevan adalah berikut:

*Pertama* Skripsi Lailatul Qotriah (2019), mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), UIN Walisongo Semarang mengangkat judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau”. Peneliti memakai penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Dalam penelitian ini terdapat prosedur yang digunakan meliputi peng-unit-an, dan penyederhanaan data, mengambil kesimpulan dengan mencantumkan kategori yang telah dibagi, kemudian menganalisis data. Penelitian ini menggunakan cara pengumpulan data dengan metode dokumentasi. Peneliti mencari data pokok yang berasal dari teks yang ada dalam novel Islami Anak Rantau karya Ahmad Fuadi. Hasilnya adalah dakwah Ahmad Fuadi terdapat lima teknik komunikasi persuasif yaitu, *Cognitive Dissonance, Pay Off and Fear Rousing, Empathy, Packing, Asosiasi, dan Red Hearing*. Persamaan Lailatul Qotriah dengan penelitian kali ini diantaranya meneliti teknik komunikasi persuasif di media cetak dan metode penelitian yang digunakan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Adapun perbedaannya adalah Lailatul Qotriyah meneliti teknik komunikasi persuasif pada novel islami sedangkan peneliti kali ini akan meneliti teknik komunikasi persuasif pada majalah anak-anak, yaitu Majalah Bobo. Kemudian, Teknik komunikasi yang digunakan peneliti kali ini adalah Teknik Komunikasi Effendy (2004).

*Kedua* skripsi yang dibuat oleh Nadzrotul Uyun (2017), mahasiwi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), IAIN Raden Intan Lampung. Nadzrotul Uyun memilih judul “Novel Rindu Karya Darwis Tere Liye Sebagai Media Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Dakwah”. Menurut Nadzrotul Uyun Novel Rindu adalah media komunikasi persuasif pada aktivitas dakwah isi dan model tulisan

yang dirangkai menjadi sebuah karya tulis berbentuk novel. Dalam Novel Rindu karya Darwis Tere Liye berisikan ajakan pada ajaran Islam yang bisa menambah pengetahuan, bahkan pandangan pembaca bisa berubah yang saat ini salah karena dalam novel tersebut menyelipkan tuntunan Islam yang cocok dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Penelitian ini memakai model analisis wacana Teun A Van Dijk dengan enam elemen yaitu tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik. Model ini merupakan jenis penelitian pustaka. Sifatnya adalah kualitatif yang bertujuan untuk mengerjakan analisis wacana naskah pada novel yang mendeskripsikan pemaknaan isi materi dan kemasannya pada novel. Sumber utama penelitian ini adalah novel itu sendiri. Hasil penelitian ini adalah pada novel berisi terkait tuntunan Islam yang berkaitan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Penulis Novel Rindu dalam penyampaiannya memakai bahasa prosa yang menawan dan bermakna. Penulisnya ingin berkata bahwa hakikat memiliki yang sejati itu hanyalah milik Allah SWT, hamba-Nya hanya berupaya untuk menjaga apa yang telah dianugerahkan Allah SWT. Jadi, Novel Rindu dapat membuat naskah teks sebagai media komunikasi persuasif pada aktivitas dakwah dengan kemasannya novel dengan gaya bahasa dan penyampaian yang mampu membuat pembaca merasakan secara langsung. Perbedaan penelitian Nadzrotul Uyun dengan penelitian ini adalah objek dan metode analisis.

*Ketiga* Jurnal dengan judul “Teknik-Teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube)” (2015) yang ditulis oleh Frieda Isyana Putri, dkk ini menggambarkan teknik-teknik persuasif yang dipakai pada media sosial. Penelitian yang memakai metode analisis isi kualitatif Philipp Mayring. Dalam penelitian ini yang diteliti adalah teks. Memakai video dan ditranskrip jadi teks, kemudian memakai analisa agenda coding pada pola dan kategori dengan masing-masing teknik persuasif yang dipakai pada penelitian. Adapun hasilnya memperlihatkan dari teknik-teknik persuasif yang dipakai pada media sosial oleh subyek penelitian adalah teknik *Bukti/Evidence*, teknik *Anekdot/Anecdote*, tehknik *Tataan*, teknik *Colourful Words*, teknik *Generalisasi*, teknik *Bias*, teknik *Fear Arousing*, teknik *Inclusive Language*, teknik *Bahasa Emotif/Emotive Language*, teknik *Klise/Cliché*, teknik *Integrasi*, teknik *Ganjaran/Pay-off Idea*, teknik *Ketertarikan Emosional/Emotional Appeals*, teknik *Pengulangan/Repetition*, teknik *Pertanyaan Retorik/Rhetorical Question*,

dan teknik Hiperbola/*Exaggeration*. Menurut para peneliti, media sosial lebih bagus dipakai sebagai alternatif media dalam komunikasi persuasif sebab bersifat tanpa batas dan bisa diakses setiap saat. Dalam jurnal yang ditulis Frieda Isyana Putri, dkk ini meneliti teknik-teknik komunikasi persuasif di media sosial, sedangkan penelitian kali ini akan meneliti teknik komunikasi persuasif di media cetak. Penggunaan teknik pengumpulan datanya pun berbeda. Pada jurnal, teknik pengumpulan data melalui transkrip video ke teks melalui analisis, sedangkan penelitian kali ini langsung meneliti teks yang ada pada majalah.

*Keempat* Skripsi yang ditulis oleh Fitra Febriani (2015) Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengangkat skripsi yaitu “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku Hijab I’m In Love Karya Oki Setyana Dewi” Fitra Febriani meneliti buku karangan Oki Setyana Dewi yang berjudul Hijab I’m In Love. Materi yang disampaikan berisi pernyataan-pernyataan bersumber Al-Qur’an dan Hadits. Peneliti Fitra Febriani tertarik untuk meneliti teknik komunikasi persuasif pada buku tersebut. Memakai metode penelitian kualitatif dengan memakai teori dari Effendy. Hasil dari penelitian tersebut adalah Oki Setyana Dewi menggunakan teknik komunikasi persuasif pada buku Hijab I’m In Love. Perbedaan dari Fitra Febriani dengan penelitian kali ini yaitu, Fitra Febriani meneliti media cetak buku dengan isinya sudah memuat ajaran Islam, sedangkan penelitian kali ini menggunakan media cetak majalah yang mengajarkan hal-hal baik namun tidak tertulis ayat Al-Qur’an maupun hadits di dalamnya.

*Kelima* Penelitian skripsi oleh Fatimah (2018) dengan judul “Teknik Komunikasi Dalam Buku Speak to Change Karya Jamil Azzaini” bertujuan mengetahui teknik komunikasi yang ada pada buku Speak To Change Karya Jamil Azzaini dan mengetahui tujuan penelitian yaitu teknik-teknik komunikasi persuasif. Fatimah memakai studi pustaka dengan metode deskriptif kualitatif. Adapun populasinya adalah seluruh paragraf pada buku Speak to Change karya Jamil Azzaini. Sampling memakai *purposive sampling*, yaitu memilih paragraf-paragraf yang mengandung teknik-teknik persuasif. Kesamaan penelitian Fatimah dan penelitian kali ini adalah sama-sama mencari tahu komunikasi persuasif pada media cetak. Namun, objek yang digunakan berbeda. Pada penelitian

Fatimah terdapat tahapan koding, namun pada penelitian kali ini tidak melalui tahapan tersebut.

Dari uraian di atas, dapat ditinjau relevansi dengan penelitian ini. Sebab secara umum meneliti teknik komunikasi persuasif pada media, khususnya media cetak dan meneliti tulisan yang memuat teknik komunikasi persuasif. Dalam penelitian ini dikerjakan untuk menambah pengetahuan terutama dibidang komunikasi sebagai panduan yang bisa dipakai.

## **E. Metodologi Penelitian**

Agar mendapatkan data pada penulisan ini memakai metode-metode berikut:

### **1. Jenis dan pendekatan penelitian**

Peneliti memakai jenis penelitian kualitatif. Menurut Effendy (2004), penelitian kualitatif adalah jenis yang dipakai untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari sugesti sosial yang tidak dapat dijabarkan, diukur, atau dideskripsikan melalui kuantitatif. Penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis tulisan di rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020. Bogdan dan Taylor memberikan penjelasan penelitian kualitatif yang menelurkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau mulut dari seseorang dan tingkah laku yang diteliti. (Moleong, 1994:4). Alasan peneliti memakainya adalah ingin memahami teknik komunikasi persuasif yang dipakai oleh Majalah Bobo, khususnya Edisi Mei 2020 dalam mengajarkan kebaikan pada anak.

Penelitian ini memakai pendekatan analisis deskriptif kualitatif yang akan menganalisis dan mendiskripsikan teknik komunikasi persuasif pada penelitian yang dilakukan di rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020 melalui tahapan pengunitan, kategorisasi dan analisis data. Hasilnya nanti akan memperoleh teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020. Pendekatan ini lebih tepat dipakai untuk meneliti permasalahan yang butuh studi lebih dalam, layaknya pada sudut pandang pemirsa pada tayangan media, masalah penerapan kebijakan publik di masyarakat dan lainnya. (Burhan, 2008:69).

Penulis memutuskan untuk memakai Teknik komunikasi persuasif teori Effendy (2004) yang diambil dari buku “Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi” karya

Ezi Hendri, M.SI. Komunikasi persuasif yang dimaksud adalah Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi, Teknik Ganjaran, Teknik *Red Herring*, dan Teknik Tataan.

## 2. Definisi konseptual

### a. Teknik Komunikasi Persuasif

Cara, metode, atau seperangkat unsur yang saling berkaitan atau tersusun pada upaya meraih komunikasi secara persuasif. Komunikasi persuasif adalah bagian dari suatu pekerjaan untuk menyugesti seseorang. Persuasif sendiri adalah proses komunikasi. Menurut Bettinghaus dan Cody terkait prinsip komunikasi persuasif menyatakan prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Perbedaannya ada pada niat dan tujuan komunikatornya. Tujuannya adalah menyugesti tingkah laku, bahkan tingkah laku komunikan. Mendefinisikan persuasi sebagai perubahan perilaku sebab penjelasan informasi dari seseorang. Adapun komunikasi dapat dikatakan persuasif apabila memiliki indikator, yaitu:

- 1) Tidak bersifat memaksa
- 2) Disampaikan melalui lisan ataupun tulisan
- 3) Bertujuan mengubah sikap, kepercayaan, tingkah laku, dan pendapat
- 4) Menyampaikan informasi terkait situasi psikologis dan sosiologis serta kebudayaan komunikan guna menyugestinya dan meraih wujud pada apa yang dikehendaki oleh *message*.

Adapun kelompok teknik komunikasi persuasif yang dimaksud meliputi lima kelompok sebagaimana teori yang diformulakan oleh Effendy, yaitu:

#### 1. Teknik Integrasi

Teknik Integrasi milik Effendy yaitu menyantukan diri komunikator dengan diri komunikan dengan menggunakan kata-kata verbal yang menyatakan kesatuan. Dimisalkan sebagai berikut: kata “kita”, bukan “saya” atau “kami”. Kata “kita” memiliki makna saya dan Anda. Jadi, hal yang diperjuangkan komunikator bukan kepentingannya sendiri, melainkan juga kepentingan komunikan.

#### 2. Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*)

Teknik Ganjaran merupakan sebuah usaha untuk memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Adapun Teknik Ganjaran sering dipertentangkan dengan teknik membangkitkan rasa takut (*fear arousing technique*).

### 3. Teknik *Red Herring*

Dalam komunikasi persuasif istilah ini berarti komunikator (*persuader*) berusaha untuk memenangi perdebatan menggunakan argumentasi yang lemah. Hingga kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya dan dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan.

### 4. Teknik Tataan (*Icing Technique*)

Teknik ini berarti upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, enak dilihat, enak dibaca supaya orang cenderung mengikuti saran pada pesan tersebut.

### 5. Teknik Asosiasi

Teknik Asosiasi merupakan usaha laten (tidak terlihat atau tidak langsung) mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan. Dalam praktiknya dengan cara menyajikan pesan dengan menumpangkan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

#### b. Majalah

Majalah merupakan media publikasi secara berkala yang memuat artikel-artikel dari bermacam penulis (Assegaff, 1983). Selain itu, majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerpen, *review*, gambar, ilustrasi atau lainnya yang mewarnai isi majalah. Oleh sebabnya, majalah dibuat salah satu pusat informasi bacaan yang seringkali dibuat rujukan oleh pembaca dalam memperoleh suatu hal yang diinginkan sebagai media informasi ataupun hiburan. Dalam penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah menggunakan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 pada rubrik Cerita Pilihan, Cergam, Artikel Pilihan, Dari Teman, dan Rupa-Rupa.

#### c. Mengajarkan Kebajikan Pada Anak

Memberikan pelajaran kepada anak-anak tentang perbuatan baik berdasarkan sistem norma dan pandangan umum yang berlaku berdasar indikator sebagai berikut:

- 1) Beriman dan beramal saleh
- 2) Ingat Allah bila melihatnya
- 3) Mempelajari dan mengajarkan kitab suci Al-Qur'an
- 4) Paling baik kepada istri dan putranya
- 5) Bertingkah laku baik dan mencari ilmu
- 6) Bersikap baik
- 7) Memberi makan
- 8) Masyarakat mengharapkan kebaikannya dan aman dari kejelekannya
- 9) Paling baik membayar hutang
- 10) Paling berguna untuk manusia
- 11) Panjang umur dan baik amalnya
- 12) Paling halus, sholat *jama'ah*, dan menutup celah shof ketika sholat
- 13) Berhati *Al-Mahmum*, zuhud, dan jujur

### **3. Sumber dan jenis data**

Penelitian kualitatif, data dimaknai sebagai material kasar yang dikoleksikan peneliti untuk membuat dasar-dasar analisis. Data adalah unit informasi terekam yang bisa dibedakan dengan data lainnya, sehingga dapat dianalisa dan menjawab rumusan masalah (Tanzeh, 2011:79). Secara global sumber data menjadi acuan pada penelitian menggunakan data utama. Jenis data utama adalah data primer yang berkaitan dan didapat secara langsung dari obyek penelitian (Subagyo: 1991:87). Adapun sumber data pada penelitian ini adalah jenis data dari tulisan pada rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020.

### **4. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang dikerjakan oleh peneliti ialah dokumentasi. Teknik ini dipakai saat mencari data dari subjek yang berupa tulisan. Dokumentasi asalnya dari

kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis, notulen rapat, seperti: surat, buku, majalah, surat kabar, catatan harian, daftar nilai, dan sebagainya (Yahya, 2010:125).

Penulis meneliti barang-barang tertulis layaknya dokumen, gambar, buku, file komputer, dan sebagainya yang diambil dari rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020. Maksud penggunaan metode ini sebagai bukti penelitian, pencarian data, dan keperluan analisa. Selanjutnya, penulis akan menganalisis tulisan pada rubrik Majalah Bobo Edisi 2020 untuk mengklasifikasikan tulisan ke dalam jenis-jenis komunikasi persuasif supaya mengetahui teknik komunikasi persuasif yang digunakan pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020.

Dengan demikian, tahap-tahap yang akan dilakukan sebagai berikut:

- a. Mengoleksi data dari Majalah Bobo Edisi Mei 2020
- b. Mengelompokkan data berdasarkan teknik komunikasi persuasif
- c. Menganalisa teori komunikasi persuasif Effendy
- d. Membuat simpulan

## **5. Teknik analisis data**

Analisis data merupakan proses mendesain urutan data, mengorganisasikannya ke dalam kategori, pola, dan satuan dasar. Hal yang membuatnya berbeda dengan menginterpretasikan adalah memberi makna yang penting pada analisis, menjabarkan pola tulisan, dan mencari ikatan diantara dimensi-dimensi tulisan (Moeloeng, 1998:103). Penelitian ini memakai analisis data yang dinamakan *content analysis* atau analisis isi. (Klaus Krippendorf, 1991:15) menggunakan analisis isi ialah penelitian untuk membuat kesimpulan yang bisa direplika dan keabsahan data dengan mengamati konteksnya.

Analisis isi bisa digunakan untuk menganalisa pola-pola komunikasi seperti buku, surat kabar, puisi, dan lain-lain (Jalaludin Rakhmat, 1991:89). Penelitian ini memakai pendekatan analisis isi kualitatif deskriptif, (Eriyanto: 2013: 47) mengungkapkan jenis ini dimaksud untuk mendeskripsikan secara detail aspek dan karakteristik pesan, atau suatu teks tertentu. Semakin detail peneliti menganalisis, akan semakin menggambarkan implementasi teknik komunikasi persuasif dalam Majalah Bobo Edisi 2020. Adapun tahapan-tahapan analisis isi yaitu:

a. Pembentukan data

Proses pembentukan data harus berasal dari data yang memiliki keterkaitan informasi atau isi dengan sumber informasi dan berisi bentuk simbolik asli pada satu sisi dan teori model dari pengetahuan mengenai konteks di lain sisi. Data adalah representatif dari gejala nyata dengan cara-cara berikut:

1) Unitisasi

Unit diketahui memiliki fungsi dari fakta empiris, tujuan penelitian, dan tuntutan yang dibuat oleh berbagai teknik yang ada. Unitisasi meliputi penetapan unit-unit tersebut, memisahkannya sesuai dengan batas-batasnya, dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya.

2) Sampling

Kebutuhan praktis pengambilan sampel (sampling) bertujuan untuk mengurangi volume data potensial yang besar menjadi sebuah ukuran yang bisa ditangani. Dalam analisis isi, seseorang cenderung untuk mengambil sampel dari satu populasi untuk membuat perbandingan tentang populasi yang lain.

3) Pencatatan

Catatan adalah hal yang perlu dilakukan sebagai akibat atas adanya fakta di mana analisis isi menerima bahan-bahan yang belum terstruktur.

b. Reduksi data

Melakukan reduksi data dapat dilakukan di bagian manapun dalam desain penelitian. Namun pada prinsipnya melakukan reduksi data harus disesuaikan dengan upaya komputasional yang mudah dengan menyesuaikan bentuk data yang ada sehingga menjadi data yang diperlukan teknik analisis. Reduksi data dapat bersifat statistik, aljabar, atau pertanyaan sederhana tentang pembuangan, penghapusan data yang berubah menjadi rincian yang tidak relevan dalam sebuah penelitian.

c. Penarikan inferensi

Penarikan inferensi atau dapat diartikan penarikan kesimpulan dari beberapa proposisi. Penarikan inferensi membutuhkan semua pengetahuan yang mungkin dimiliki analisis isi tentang cara data dikaitkan dengan konteksnya dan pengetahuannya akan diperkuat dengan keberhasilan inferensial.

#### d. Analisis

Dalam proses analisis menyangkut proses yang lebih konvensional dalam identifikasi dan representasi pola yang patut diperhatikan signifikan secara statistik maupun sebaliknya yaitu yang bersifat menjelaskan atau deskriptif terhadap hasil analisis isi (Krippendorff, 1991: 69).

Dari paparan penjelasan tahapan-tahapan analisis isi kualitatif tersebut, peneliti merumuskan Langkah-langkah untuk analisis isi kualitatif untuk menganalisis data penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1) Unitisasi

Pengertian dari Krippendorff (1991: 75) unitisasi terdiri dari penetapan unit-unit dalam data penelitian, kemudian memisahkannya menurut batas-batasnya, dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis dalam penelitian ini berawal dari rubrik-rubrik dalam Majalah Bobo, berupa kalimat-kalimat secara umum, kemudian dilakukan pemilihan terhadap kalimat yang mengandung teknik komunikasi persuasif. Dalam Majalah Bobo terdapat enam rubrik dan peneliti akan memilih tiga rubrik untuk diteliti. Selanjutnya peneliti akan memilih kalimat yang sesuai dengan fokus penelitian ini yaitu teknik komunikasi persuasif.

##### 2) Reduksi atau penyederhanaan data

Setelah mendapat data yang akan dianalisis, peneliti akan melakukan penyederhanaan penelitian. Maka beberapa kalimat atau teks yang ada di tiga rubrik yang akan diteliti dicatat. Setelah menyeleksi kalimat-kalimat yang terdapat pada tiga rubrik tersebut, peneliti mengambil beberapa kalimat, percakapan atau teks yang terdapat pada Majalah Bobo Edisi Mei 2022 ke beberapa kategori yang mengandung teknik komunikasi persuasif yaitu Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi, Teknik Ganjaran (Pay of Technique), Teknik *Red Herring*, Teknik Tataan (Icing Technique).

##### 3) Penarikan inferensi atau penarikan kesimpulan

Tahapan selanjutnya yaitu kategorisasi-kategorisasi yang sudah disimpulkan kemudian dikembangkan sehingga menjadi bagian-bagian yang selanjutnya dapat diklasifikasikan hingga satu dengan yang lainnya bisa sesuai dan seimbang.

##### 4) Analisis

Dalam tahap analisis menyangkut proses yang lebih konvensional dalam identifikasi dan representasi teknik komunikasi persuasif dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2022 yang sudah dipaparkan dalam kerangka teori. Melihat tahapan analisis isi, peneliti akan memusatkan perhatiannya kepada analisis teknik komunikasi persuasif dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2022. Analisis di atas akan menjadi alat bagi peneliti untuk jawaban dari rumusan masalah, yaitu bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2022. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan kalimat menjadi unit analisis yang ada di dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2022.

## **BAB II**

### **IMPLEMENTASI, TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, MENGAJARKAN KEBAIKAN**

#### **A. Teori Implementasi**

##### **1. Pengertian Implementasi**

Kata implementasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*to implement*” yang berarti mengimplementasikan. Arti implementasi adalah aktivitas yang dilakukan melalui perencanaan dan mengacu pada peraturan tertentu guna mencapai tujuan kegiatan tersebut. Sementara pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berarti penerapan atau pelaksanaan. Adapun pengertiannya dapat dilihat pada beberapa pendapat para ahli, diantaranya:

a. Mulyadi (2015:12) mengatakan bahwa implementasi mengacu pada perbuatan guna memperoleh tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Dalam tindakan ini berupaya untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berupaya meraih perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya. Implementasi pada hakikatnya merupakan upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah program dikerjakan. Dalam tataran praktis, implementasi adalah proses pelaksanaan keputusan dasar. Proses tersebut terdiri atas beberapa tingkatan yaitu:

- 1) Tingkatan pengesahan aturan perundangan.
- 2) Pelaksanaan keputusan oleh instansi pelaksana.
- 3) Kesiediaan kelompok sasaran untuk menjalankan keputusan.
- 4) Dampak nyata keputusan baik yang diinginkan atau tidak.
- 5) Dampak keputusan sebagaimana yang dikehendaki instansi pelaksana.
- 6) Usaha memperbaiki atas kebijakan atau aturan perundangan.

Adapun proses persiapan implementasi setidaknya ada beberapa hal penting yaitu:

- 1) Persiapan sumber daya, unit, dan metode.
- 2) Penerjemahan kebijakan menjadi rencana dan petunjuk yang dapat diterima dan dijalankan.

- 3) Penyediaan layanan, pembayaran, dan hal lain secara rutin.
- b. Implementasi menurut teori Jones (Mulyadi, 2015:45): *“Those Activities directed toward putting a program into effect”* (proses mewujudkan program sampai menunjukkan hasilnya), sementara Horn dan Meter: *“Those actions by public and private individual (or group) that are achievement or objectives set forth in prior policy”* (perilaku yang dikerjakan pemerintah). Jadi, implementasi adalah perilaku yang dikerjakan setelah suatu kebijakan ditetapkan. Implementasi adalah cara agar sebuah kebijakan bisa meraih tujuannya.
- c. Lister (Taufik dan Isril, 2013:136) mengatakan, “sebagai sebuah hasil, implementasi menyangkut perilaku seberapa jauh arah yang telah diprogramkan itu benar-benar memuaskan”.

Jadi, implementasi adalah perilaku guna menjalankan rencana yang telah dikerjakan. Dengan begitu, implementasi hanya bisa dikerjakan jika ada sebuah rencana. Hasil implementasi akan maksimal jika penerapan dikerjakan sesuai rencana sebelumnya. Akhirnya implementasi bermuara pada sistem ataupun mekanisme.

## **2. Model-model Implementasi**

### **a. Van Meter dan Van Horn**

Dari skripsi yang berjudul “Implementasi Teknik Pembelajaran Jeopardy dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Siswa pada Mata Pelajaran Fiqih di MTs Riyadlotul Ulum Kunir Dempet Demak Tahun Pelajaran 2016” Model implementasi Van Meter dan Van Horn merupakan model implementasi klasik atau dengan kata lain model yang diperkenalkan pada tahun 1975. Model Van Meter dan Van Horn mengandaikan bahwa implementasi kebijakan berjalan searah linear dari kebijakan publik, implementator, dan kinerja kebijakan publik.

### **b. Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gunn**

Dalam Model Implementasi Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gunn menawarkan model untuk melakukan implementasi dengan memenuhi beberapa syarat, diantaranya:

- 1) Kondisi eksternal yang ketika dihadapi oleh badan atau instansi pelaksana tidak menimbulkan gangguan yang serius. Beberapa waktu, terkadang kendala atau hambatan pada saat implementasi kebijakan seringkali berada di luar kendali para administrator. Adapun sebab hambatan-hambatan itu memang diluar jangkauan wewenang kebijakan dari badan pelaksana. Hambatan-hambatan tersebut diantaranya mungkin bersifat fisik maupun politis.
- 2) Untuk pelaksanaan program harus tersedia waktu dan sumberdaya yang cukup memadai.
- 3) Perpaduan sumber-sumber yang diperlukan benar-benar memadai setiap tahapan proses implementasi perpaduan diantara sumber-sumber tersebut harus dapat disediakan. Dalam praktiknya implementasi program yang memerlukan perpaduan antara dana, tenaga kerja, dan peralatan yang diperlukan supaya program terlaksana dan harus dapat disiapkan secara serentak.
- 4) Kebijakan yang akan diimplementasikan didasari oleh suatu hubungan sebab akibat yang ada.
- 5) Hubungan sebab-akibat bersifat langsung dan hanya sedikit mata rantai penghubungnya.
- 6) Hubungan saling ketergantungan harus kecil, jika memang ada hubungan ketergantungan dengan lembaga lain harus bersifat kecil.
- 7) Pemahaman yang mendalam dan kesepakatan terhadap tujuan.
- 8) Tugas-tugas diperinci dan ditempatkan dalam urutan yang tepat.
- 9) Komunikasi dan koordinasi yang sempurna. Syarat ini mengharuskan adanya komunikasi dan koordinasi yang sempurna diantara berbagai unsur atau badan yang terlibat dalam program.
- 10) Pihak-pihak yang memiliki wewenang kekuasaan dapat menuntut dan mendapatkan kepatuhan yang sempurna

## B. Teori Teknik Komunikasi

### 1. Pengertian Teknik

Teknik dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita mendengar dan memakai pada percakapan dalam kegiatan sehari-hari kita. Kita sering mengartikan teknik sebagai cara yang digunakan guna memecahkan suatu masalah tertentu. Istilah teknik erat kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada dasarnya teknik adalah salah satu ilmu pengetahuan yang berhasil membuat hidup manusia menjadi lebih gampang. Menggunakan teknik, pekerjaan sulit akan jadi gampang, pekerjaan berat akan jadi ringan dan pekerjaan yang lama akan jadi cepat.

Menurut sebagian pakar, manusia pada dasarnya sudah mempunyai kemampuan teknik sejak dilahirkan bahkan jauh sebelum istilah teknik ditemukan. Manusia diciptakan dengan akal pikiran yang dapat berkembang tiada batasnya. Fikiran manusia normalnya mempunyai hasrat mencari jalan kemudahan dan jalan tercepat guna merampungkan masalah atau pekerjaannya. Dalam proses perkembangannya, manusia seringkali menerapkan sistem *trial error* untuk dapat memakai cara tertentu yang dapat memudahkan aktivitasnya. Setelah dunia ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang, aktivitas *trial error* pun semakin dikurangi dan manusia mulai memakai apa yang telah mereka temukan sebelumnya sebagai bahan acuan dan landasan dalam membuat berbagai macam temuan baru lainnya. Menurut para ahli (Hartono, 1992:161), pengertian teknik diartikan sebagai berikut:

#### 1. Ludwig Von Bartalanfy

Teknik adalah seperangkat unsur yang saling terkait dalam suatu antar relasi di antara unsur-unsur tersebut dengan lingkungannya.

#### 2. Anatol Rapoport

Teknik merupakan suatu kumpulan kesatuan dan perangkat ikatan satu sama lain.

#### 3. L. Ackoff

Teknik adalah setiap kesatuan secara konseptual atau fisik yang terdiri dari bagian-bagian dalam keadaan saling tergantung satu sama lain. Sehingga,

pengertian teknik disini adalah seperangkat unsur yang saling berkaitan atau tersusun dalam usaha mencapai suatu tujuan.

Selain itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) teknik diartikan sebagai cara membuat atau melakukan sesuatu yang berhubungan dengan seni. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa teknik adalah cara, metode, atau gagasan yang diperoleh dari studi tertentu yang dikerjakan demi kemudahan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Teknik seringkali dikerjakan secara rinci oleh para pakarnya.

## **2. Pengertian Teknik Komunikasi**

Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa pengertian teknik yaitu cara membuat atau melakukan sesuatu yang diperoleh dari studi tertentu untuk memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Begitu juga dengan teknik komunikasi yang berguna memudahkan orang ketika hendak melakukan komunikasi. Pengertian dari teknik komunikasi yaitu seni atau cara penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan sehingga menimbulkan dampak tertentu (Effendy: 16). Atau bisa juga diartikan upaya menyampaikan suatu pesan yang dikemas dengan cara-cara tertentu agar terjadinya komunikasi yang efektif antara komunikator dengan komunikan.

Adapun pesan yang disampaikan oleh komunikator merupakan pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa informasi, ide atau gagasan, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran, dan lain-lain. Dalam hal ini, dari proses komunikasi yang dilakukan dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi pihak lawan bicara, baik yang didapatkan atau dirasakan secara langsung maupun tidak langsung.

## **3. Macam-macam Teknik Komunikasi**

Teknik komunikasi yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari terdiri dari berbagai macam. Menurut (Suyuti, 2002: 8) terdapat lima teknik komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Teknik Komunikasi Informatif

Pengertian Komunikasi Informatif ialah komunikasi yang hanya memberikan penerangan dan pengertian kepada komunikan supaya komunikan dapat mengerti suatu hal atau dapat memperoleh bidang pengetahuan.

b. Teknik Komunikasi Instruktif

Komunikasi instruktif merupakan komunikasi yang bersifat memerintah dari komunikator kepada komunikan supaya melakukan suatu pesan yang dimaksud oleh komunikan.

c. Teknik Komunikasi Hubungan Personal

Komunikasi hubungan personal yaitu komunikasi yang berhubungan langsung antara dua orang yang saling memberikan pesan dan informasi. Komunikasi ini bisa berbentuk dialog maupun diskusi.

d. Teknik Komunikasi Propaganda

Pengertian komunikasi propaganda adalah komunikasi yang bersifat mempengaruhi massa atau bertujuan mencari simpati banyak orang dengan menggunakan taktik sugesti dan psikolog supaya dapat mempengaruhi emosi massa guna menggiring massa kearah ide, pendapat, norma, atau nilai-nilai yang akhirnya mengubah perbuatan dan tingkah laku agar mengikuti garis-garis yang telah direncanakan oleh komunikator.

e. Teknik Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bersifat mengajak, membujuk, atau merayu yang telah direncanakan guna mempengaruhi orang lain (komunikan) dengan tujuan mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai komunikan.

#### **4. Manfaat Teknik Komunikasi**

Teknik komunikasi merupakan cara atau seni penyampaian pesan oleh komunikator sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Untuk pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa berupa imbauan, anjuran, ide atau gagasan, informasi, keluhan, keyakinan, dan lain sebagainya. Adapun manfaat dari teknik komunikasi berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan adalah sebagai upaya

mengubah kondisi masyarakat dari yang tidak baik menjadi lebih baik diperlukan penerapan teknik atau cara berkomunikasi yang tepat dan juga direncanakan supaya mencapai maksud dan tujuan dari pesan yang telah disampaikan kepada komunikan.

Berbeda kondisinya bila proses komunikasi tidak memakai pendekatan teknik komunikasi tertentu, besar kemungkinan akan terjadi kegagalan dalam berkomunikasi. Akibatnya, pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak akan diterima oleh komunikan. Tidak hanya sebatas seni atau cara saja, namun teknik komunikasi merupakan perencanaan. Perencanaan yang dimaksud ialah menentukan siapa komunikatornya, penyusunan pesan yang akan disampaikan, media yang digunakan, hingga komunikan yang dijadikan sasaran. Dengan demikian, dapat memprediksi dalam pencapaian tujuan berkomunikasi.

## **C. Teori Komunikasi Persuasif**

### **1. Komunikasi**

#### **a. Pengertian Komunikasi**

Kata atau istilah komunikasi (*communication*) berasal dari Bahasa Latin *communicates* atau *communication* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut kamus bahasa kata komunikasi mengacu pada suatu usaha yang bertujuan untuk memperoleh suatu kebersamaan (Riswandi, 2013:1). Ia juga merupakan proses pemindahan pikiran, gagasan, perasaan orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi perilaku dan tingkah laku. Dengan kata lain, apabila seseorang mengadakan komunikasi, berarti yang bersangkutan berusaha menyamakan apa yang ada dalam pikirannya kepada lawan komunikasinya supaya menghasilkan persamaan persepsi. Dalam komunikasi antara komunikator dan komunikan, pesan yang disampaikan menjadi titik tekan dari komunikasi tersebut. Hal-hal yang mempengaruhi komunikasi adalah tujuan dan efek apa yang diinginkan, misalnya: memberitahu, sosialisasi, menerangkan, menghibur, dan lain sebagainya. Maka, komunikasi sangat berhubungan dengan hasil akhir. Sebagaimana ditegaskan Aminuddin Nurdin: “karena komunikasi itu erat kaitannya dengan tujuan dan efeknya, maka caranya pun akan selalu menyesuaikan.” (Aminuddin Nurdin, 2016:62).

Liliweri (2011: 31) menjelaskan bahwa komunikasi sebagai proses dan perilaku, merupakan konsep dari kata berkomunikasi atau *communicate* juga berasal dari *common* yang artinya membagi, mempertukarkan, mengalihkan, mengirimkan, isyarat, menulis, berbicara, mendayagunakan, dan menghubungkan. Komunikasi berusaha menyampaikan pesan secara sadar dari komunikator kepada komunikan untuk mempengaruhi, meyakinkan, dan mengukuhkan tingkah laku serta perilaku sesuai dengan keinginan komunikatornya (Ma'arif, 2015: 35).

Sedangkan pengertian komunikasi secara istilah memiliki banyak definisi yang dinyatakan oleh para pakar, dari beberapa pengertian komunikasi, Onong Uchjana Effendy menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain guna memberi tahu atau mengubah perilaku, argumen atau sikap baik langsung secara mulut maupun tidak langsung yaitu melalui media. Jadi ditinjau dari segi isi pernyataan dan penyampaian, komunikasi yang bertujuan adalah yang bersifat persuasif dan informatif.

Dalam bahasa komunikasi pernyataan disebut pesan, orang yang menyampaikan dinamakan komunikator, sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut komunikan. Jelasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Paradigma Harold Lasswell lebih lengkap lagi mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan (*message*) oleh komunikator (*communicator*) kepada komunikan (*communicate*) melalui media (*channel*) yang memunculkan efek (*effect*) tertentu.

## 2. Persuasif

### a. Pengertian Persuasif

Persuasif berasal dari Bahasa Latin, *persuasio* yang berarti *induce* (membujuk), *conviction* (meyakinkan), *belief* (kepercayaan). Persuasif adalah komunikasi dimana pesan-pesan yang disampaikan diharap dapat mengubah tingkah laku, keyakinan, dan sikap pihak penerima. Simin mendefinisikan persuasif sebagai komunikasi manusia yang diatur guna menyugesti orang lain dengan mengubah keyakinan atau perilaku mereka (Bambang S. Ma'arif, 2010:15). Sedangkan kata persuasi dalam Bahasa Inggris yaitu *persuasion* yang

berinduk kepada kata kerja *to persuade*, yang berarti merayu, membujuk, mengimbau. Aktivitas menghimbau, membujuk, merayu, atau sebagainya adalah merangsang manusia untuk mengerjakan sesuatu dengan sukarela tanpa dipaksa, senang hati, reflek, (Sastropetro, 1988: 246).

Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mendefinisikan bahwa persuasif sebagai proses yang menyugesti dan mengatur orang lain melalui pendekatan psikologis. Definisi lain dari persuasif yaitu aktivitas psikologis, tujuannya untuk bisa mengubah perilaku, pendapat, atau tingkah laku tanpa memakai ancaman, kekuatan, kekuasaan, kekerasan, penekanan, penyuapan, teror, pemerasan, dan boikot tetapi dengan simpati, kesadaran dan sepenuh hati. Hal ini dapat dijadikan kesimpulan bahwa persuasif erat kaitannya dengan psikologi atau bisa diungkapkan sebagai bagian dari dunia psikologi.

Dalam persuasif ada beberapa teori strategi persuasif diantaranya yaitu; Pertama, pendekatan tradisional yang di dalamnya memiliki beberapa unsur yaitu pesan (*message*), sumber (*source*), audien. Sehingga sering dikenal istilah “*who say what to whom and with what effect*” salah satu penelitiannya adalah model penelitian Yale. Asumsi dasar yang melandasi penelitian *hovland* dan kawan-kawannya adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perilaku akan tergantung pada sejauh mana komunikasi ini dipahami, diperhatikan, dan diterima. Kedua, pendekatan teori kognitif, dimana salah satu modelnya adalah *Elaboration Likelihood Model*. Menurut Petty dan Cacioppo dan juga Greenwold, sewaktu individu dihadapkan pada pesan persuasif maka ia akan memikirkan pesan itu, memikirkan pendapat apa yang terkandung di dalamnya dan pendapat apa yang tidak. Pemikiran-pemikiran ini yang membawa kepada penerimaan dan penolakan pesan yang disampaikan. Elaborasi merujuk pada kerja kognitif yang terjadi dalam proses sebuah pesan persuasif. Ketiga, Pendekatan belajar-pesan (*message learning approach*). Pada teori ini menyatakan bahwa proses yang paling dasar dalam perubahan perilaku manusia adalah pemahaman, atensi, retensi dan penerimaan. Proses tersebut adalah perantara internal yang dipengaruhi oleh karakteristik sumber pesan itu sendiri, sasaran atau orang yang sifatnya ingin

dirubah, dan saluran yang dipakai pada penyampaian dan penerimaan pesan tersebut.

Adapun akibat yang ditimbulkan dari aktivitas komunikasi persuasif adalah kerelaan dan kesadaran disertai rasa suka. Berbeda dengan kegiatan *coersi*, kegiatan ini menyebabkan perubahan perilaku, argumentasi atau perilaku dengan perasaan terpaksa sebab diancam sehingga memunculkan perasaan tidak senang (Wahyu Ilahi, 2010:125). Dengan demikian komunikasi persuasif bisa memberi dampak positif baik dari segi afektif, kognitif, maupun *behavior*.

b. Teknik Persuasif

Persuasif merupakan metode atau cara komunikasi yang menggerakkan komunikasi mengerjakan sesuatu dengan perasaan suka, rasa sukarela tanpa memiliki rasa diperintah ataupun dipaksakan orang lain, caranya adalah dengan rayuan, imbauan, ajakan, dan meminta. Teknik-teknik persuasi yang digunakan adalah milik Effendy, diantaranya:

1) Teknik Asosiasi

Teknik Asosiasi merupakan usaha laten (tidak terlihat atau tidak langsung) mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan. Dalam praktiknya dengan cara menyajikan pesan dengan menumpangkan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2) Teknik Integrasi

Teknik yang berfungsi menyatukan diri antara komunikator dengan komunikan menggunakan kata-kata verbal yang menyantakan kesatuan. Misalnya penggunaan kata “kita”, bukan “saya” atau “kami”. Penggunaan kata ganti orang menjadi hal yang sangat menentukan dalam Teknik Integrasi.

3) Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*)

Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*) merupakan usaha untuk memengaruhi orang lain dengan mengimmin-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu pada orang tersebut. Biasanya teknik ini digunakan dalam proses belajar mengajar.

#### 4) Teknik *Red Herring*

Dalam Teknik Komunikasi Persuasif milik Effendy, dijelaskan bahwa *red-herring* merupakan ikan yang tersebar di Samudera Atlantik Utara. Ikan ini menjadi terkenal karena kemampuannya membuat Gerakan tipu ketika diburu. Begitu juga, dalam komunikasi persuasif istilah ini memiliki arti komunikator berusaha mengalihkan pembicaraan dari yang tidak ia kuasai ke pembicaraan yang ia kuasai untuk memenangkan perdebatan menggunakan argumentasi.

#### 5) Teknik Tataan (*Icing Technique*)

Teknik Tataan adalah upaya untuk menyusun pesan komunikasi hingga sedemikian rupa sehingga enak didengar, dilihat, dan enak dibaca supaya orang lain cenderung mengikuti saran dari pesan tersebut.

### 3. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah bagian dari suatu pekerjaan menyugesti yang bisa memakai dengan cara persuasif. Persuasi adalah proses komunikasi. Menurut Bettinghaus dan Cody terkait prinsip komunikasi persuasif menyatakan bahwa prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Bedanya, terletak pada maksud dan tujuan komunikatornya. Tujuan komunikasi persuasif adalah menyugesti tingkah laku, bahkan sikap komunikan. Persuasi didefinisikan sebagai perubahan perilaku sebab penjelasan informasi dari orang lain.

Devito menyatakan komunikasi persuasif akan berhasil bila mempertimbangkan prinsip-prinsip berikut ini:

- a. Penjelasan yang selektif (*selective exposure principle*) prinsip ini menekankan pada kondisi komunikan (penerima pesan) secara aktif mencari informasi yang bisa mendorong opini, nilai, keyakinan, keputusan, dan sikap mereka. Partisipasi Audiens (*The audience participation principle*) menekankan pada pandangan bahwa komunikasi tidak hanya pada proses transmisi pesan, tapi juga transaksional.
- b. Suntikan (*inoculation principle*) berasumsi bahwa audiens sudah mempunyai kepercayaan khusus yang kuat sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya komunikator menghargai kepercayaan yang diampu oleh *inoculation principle* dengan tidak membantah kepercayaan *inoculation principle*, tetapi memakai

strategi memberi antibody, yaitu pendapat pembuktian dan rasional atas kesalahan kepercayaan yang diikuti *inoculation principle*.

Perubahan besar (*The magnitude change principle*) menekankan pada pandangan bahwa perubahan akan lebih gampang dikerjakan pada tingkat yang terkecil. Semakin besar perubahan yang diinginkan, semakin besar pendapat dan bukti yang wajib dijelaskan oleh komunikator. Persuasi akan efektif apabila melakukan untuk mengubah hal kecil dan terukur oleh keadaan tertentu (Syahputra, 2007: 211-212).

Komunikator yang melakukan komunikasi persuasif hendaknya ingin meraih dua hal. Pertama mengubah atau menguatkan perilaku dan kepercayaan penerima pesan. Kedua, memberikan motivasi penerima untuk mengerjakan suatu hal. Burgon dan Huffner mengawali terkait definisi komunikasi persuasif, maka perlu diketahui bahwa terdapat tiga jenis bentuk komunikasi, yaitu:

- 1) Komunikasi asertif, keahlian komunikasi yang dapat menyampaikan argumen secara lugas pada seseorang (komunikan) tapi tidak menyakiti secara verbal atau nonverbal (tidak adanya agresi verbal dan nonverbal).
- 2) Komunikasi pasif, bentuk komunikasi yang tidak memiliki umpan balik yang maksimal sampai proses komunikasi seringkali tidak afektif.
- 3) Komunikasi agresif, bentuk komunikasi yang mengungkapkan informasi atau pesan secara lugas namun ada agresi verbal maupun nonverbal.

#### **D. Ruang Lingkup Mengajarkan Kebajikan**

##### **1. Pengertian Mengajarkan**

Menurut KBBI, mengajarkan berasal dari kata dasar ajar yang mempunyai makna petunjuk yang diberikan pada orang agar dikenal. Mengajarkan mempunyai makna memberikan pelajaran pada individu.

##### **2. Pengertian Kebajikan**

Menurut KBBI, berasal dari kata dasar baik yang mempunyai makna elok; teratur patut; (apik, tidak ada celanya, rapi, dan semacamnya). Oleh sebab itu, kebajikan

bersifat baik; perbuatan baik; sifat manusia yang dirasa baik berdasarkan sistem norma dan pandangan umum yang berlaku.

Dalam Q.S. Yunus ayat 26 dituliskan

لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا الْحُسْنَىٰ وَزِيَادَةٌ وَلَا يَرْهَقُ وُجُوهَهُمْ قَتَرٌ وَلَا ذِلَّةٌ أُولَٰئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

Artinya: Bagi orang-orang yang melakukan kebaikan, terdapat hadiah terbaik (surga) dan tambahannya (kenikmatan bertemu Allah). Dan wajah mereka tidak tertutupi abu hitam dan tidak (pula) kehinaan. Mereka itulah penduduk surga, mereka abadi di dalamnya.

*Al-Ihsân*, adalah lawan kata (antonim) dari *al-isâ`ah* (perilaku buruk). Artinya, melaksanakan perilaku yang baik. Dalam terminologi syari'at didefinisikan dengan “melakukan aturan syari'at dengan sebaik-baiknya”. Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wa sallam* telah menjabarkan hakikat *ihsân* dalam hadits Jibrîl *Alaihissallam* yang sudah terkenal, yaitu:

أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ

Artinya:

Engkau beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya. Jika engkau tak melihat-Nya, (yakinlah) bahwa Dia (Allah) menyaksikanmu.

(HR Al-Bukhori dan Muslim)

### 3. Indikator Kebaikan

Ustadz Said Kiai Ardiansyah, dalam buku *Siapakah Sebaik-baik Manusia*, menerangkan ciri-ciri sebaik-baik makhluk dari sejumlah teks agama, yaitu:

#### a. Beriman dan Beramal Saleh

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengamalkan amal sholih, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk.” (Q.S al-Bayinah [98]: 7)

- b. Ingat Allah Jika Melihat-Nya  
“Sesungguhnya sebaik-baik hamba di kalangan umat ini adalah yang jikalau mereka dilihat maka Allah SWT diingat?” (al-Khara-ithi dalam Masawi’ al-Akhlaq)
- c. Belajar dan Mengajarkan Al-Qur’an  
Nabi Muhammad SAW berkata: “Sebaik-baik kalian adalah yang belajar Al-Quran dan mengajarkannya.” (HR Bukhari)
- d. Paling Baik Kepada Istri dan Anaknya  
Begitu juga perkataan Nabi SAW: “Sebaik-baik kalian adalah yang paling bagus pada keluarganya. Dan saya adalah yang terbaik dari kalian terhadap keluargaku.” (HR at-Tirmizi)
- e. Berakhlak Baik dan Menuntut Ilmu  
Rasulullah SAW berkata: Sesungguhnya sebaik-baik kalian adalah yang terbaik akhlaknya. (HR Bukhari). Riwayat lainnya mengatakan, “Sebaik-baik kalian Islamnya adalah yang paling baik akhlak bila mereka menuntut ilmu.” (HR Ahmad)
- f. Berperilaku Baik  
Dan Nabi Muhammad SAW berkata: Sebaik-baik kalian ketika zaman Jahiliyah adalah sebaik-baik kalian di dalam Islam bila memahami agama.” (HR Bukhari)
- g. Memberi Makanan  
Nabi SAW berkata pula: “Sebaik-baik kalian adalah yang memberi makanan.” (HR Ahmad)
- h. Masyarakat Mengharapkan Kebaikannya dan Aman Dari Kejelekannya  
“Sebaik-baik kalian adalah yang diharapkan kebaikanannya dan dirasakan aman dari keburukannya. Dan sejelek-jeleknya kalian adalah yang tidak diharapkan kebaikanannya dan tidak dirasakan aman dari keburukannya.” (HR At-Tirmidzi)
- i. Paling Baik dalam Membayar Hutang  
Muhammad SAW berkata: “Sebaik-baik kalian adalah yang paling baik dalam membayar (utang).” (HR Bukhari)
- j. Paling Berguna untuk Manusia  
Rasulullah SAW Berucap: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling berguna bagi orang lain.” (HR Ath-Thabari)

k. Panjang Usia dan Bagus Amalnya

Diriwayatkan dari Abdullah bin Busr bahwa seorang Arab badui berucap, Ya Rasulullah! Siapa sebaik-baik manusia?" Beliau menjawab, "Yang panjang usianya dan bagus amalannya." (HR at-Tirmidzi)

l. Paling Lembut, Sholat Berjamaah, dan Menutup Celah Shof

“Sebaik-baik kalian adalah yang paling lembut pundaknya ketika sholat (berjamaah) dan tidak ada satu langkah dari seorang hamba saat melangkahkan satu langkah yang pahalanya lebih besar melebihi langkahnya seorang laki-laki yang berjalan menuju celah di shaff kemudian dia menutupinya.” (HR at-Thabari)

m. Berhati *Al-Mahmum*, Zuhud, dan Jujur

Rasulullah SAW berkata : Diriwayatkan dari Abdullah bin Amr bin al-Ash berucap, "Kami berucap, 'Ya Rasulullah! Siapakah sebaik-baik manusia?'

Rasulullah menjawab, '(Dia adalah) yang mempunyai hati *al-mahmuum* dan (yang mempunyai) mulut yang jujur.' Kami berkata, 'Kami telah mengetahui (mulut) yang jujur, apa yang disebut dengan hati *al-mahmuum*?'

Rasulullah SAW menjawab, 'Dia adalah hati yang bertakwa dan suci yang tidak ada dosa di dalamnya dan tidak ada rasa dengki/iri. Kami Berucap, 'Siapa orang berikutnya?'

Rasulullah SAW menjawab, '(Dia adalah) yang tidak menyukai dunia dan mencintai akhirat! Mereka berucap, 'Kami tidak mengetahui terdapat individu seperti ini kecuali Rofi' maula Rasulullah SAW. Siapa orang berikutnya?'

Rasulullah SAW menjawab, 'Seorang Mukmin yang berakhlak baik.' Mereka berucap, 'Adapun ini, maka ada pada kami!'" (HR al- Baihaqi)

#### 4. Pengertian Mengajarkan Kebaikan

Berdasarkan pengertian mengajarkan dan kebaikan menurut KBBI, mengajarkan kebaikan memiliki arti memberikan pelajaran kepada seseorang tentang perbuatan baik sesuai syariat maupun berdasar sistem norma dan pandangan umum yang berlaku dan seperti indikator yang sudah dijelaskan oleh Ustadz Said Kiai Ardiansyah, pada buku *Siapakah Sebaik-Baik Manusia*.

**BAB III**  
**IMPLEMENTASI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF**  
**MAJALAH BOBO EDISI MEI 2020**

**A. Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak**

Untuk mengklasifikasikan implementasi teknik komunikasi persuasif yang digunakan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 dalam mengajarkan kebaikan pada anak menggunakan teknik komunikasi Effendy (2004) yang terdapat lima macam diantaranya yaitu Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi, Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*), Teknik *Red Herring*, Teknik Tataan (*Icing Technique*). Namun, hanya ditemukan tiga Teknik Komunikasi Persuasif yang digunakan oleh Majalah Bobo Edisi Mei 2020 untuk mengajarkan kebaikan pada anak. Ketiga Teknik Komunikasi Persuasif tersebut adalah Teknik Tataan (*Icing Technique*), Teknik Asosiasi, dan Teknik Ganjaran.

Menggunakan kalimat sebagai unit analisis dalam penelitian ini, maka akan dituliskan kalimat dari rubrik-rubrik yang dipilih oleh peneliti urut dari majalah yang terbit pada 7 Mei 2020 hingga 28 Mei 2020 untuk mereduksi data, dan kemudian menginferensi dengan mengkategorisasikan implementasi Teknik Komunikasi Persuasif yang digunakan oleh Majalah Bobo Edisi Mei 2022 sebagai berikut:

**1. Mengenal Pasukan Pemadam Kebakaran pada Majalah Bobo Terbit 7 Mei 2020**

a. Dari Teman

1) Halamanku

Pada Rubrik Halamanku diisi dengan karya-karya dari para pembaca Majalah Bobo yang mengirimkan karya-karyanya ke kantor redaksi Majalah Bobo berupa puisi maupun gambar yang dibuat sendiri. Untuk karya yang dimuat dalam Majalah Bobo, pengirim akan mendapatkan hadiah. Hal ini tertulis pada bagian bawah Rubrik Halamanku.

“Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk memajang karya-karyamu, berupa puisi, gambar. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Caranya, masukkan gambar/puisi/karanganmu ke dalam

amplop dan bubuhi prangko secukupnya. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau kirim ke [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com) subject: #halamanku. Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo. (Halaman 6).

## 2) Tak Disangka

Rubrik Tak Disangka dan Arena Kecil merupakan rubrik yang berisi karya tulis berupa pengalaman pribadi yang berkesan dan tak disangka oleh para pembaca Majalah Bobo. Untuk para pengirim dengan tulisan terpilih yang terbit pada rubrik tersebut, akan mendapatkan hadiah dari Majalah Bobo. Hal ini dijelaskan pada rubrik tersebut di bagian bawah.

“Halaman ini Khusus Bobo sediakan untuk memuat karya-karyamu, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Arena Kecil berisi pengalaman ketika melakukan suatu kegiatan. Tak Disangka berisi pengalaman unik, lucu, atau mengejutkan. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, usia, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau email: [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com). Subject: #aktd. Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat hadiah Tas Bobo. (Halaman 7).

## b. Cerita Pilihan

### 1) Mainan-mainan Lama

Mainan-mainan Lama menceritakan kisah seorang anak yang memilah dan memilih mainan miliknya untuk disimpan dan diberikan kepada orang lain yang membutuhkan. Sebelum diberikan ke orang lain mainan lama miliknya diperbaiki dan dicat ulang agar tampak baru lagi untuk kemudian diberikan kepada anak-anak yatim piatu di Rumah Sahabat. Dalam Rubrik Cerita Pilihan yang berjudul Mainan-mainan Lama mengajarkan anak untuk

berbagi kepada orang-orang yang membutuhkan uluran tangan kita dengan cara yang dekat dengan kehidupan anak, yaitu dengan berbagi mainan maupun barang yang masih layak untuk digunakan namun tidak terpakai lagi untuk diberikan kepada yang membutuhkan. Dalam cerita tersebut dijelaskan diberikan kepada anak yatim piatu yang tinggal di Rumah Sahabat.

“Semua mainan dikeluarkan dari kotak. Semua buku juga diturunkan dari rak. Tiara lalu sibuk memilih. Mana mainan yang masih ingin ia mainkan dan mana yang tidak lagi ia mainkan. Mana buku yang masih ingin ia simpan dan mana yang tidak ia perlukan.” (Halaman 10).

“Pada akhir Minggu, Tiara membawa kotak plastic berisi mainan itu ke mobil ayahnya. Ibu membantu Tiara membawa dus yang agak berat berisi buku-buku cerita. Mereka bertiga lalu membawa semuanya ke Rumah Sahabat.” (Halaman 11).

“Kini, mainan dan buku Tiara bisa menjadi tambahan hadiah untuk mereka. Mainan-mainan dan buku-buku itu adalah hadiah yang Tiara dapatkan pada tahun-tahun lalu. Ketika melihat anak-anak di Rumah Sahabat itu berkerumun memainkan mainan dan membaca buku, Tiara tersenyum senang. Ada rasa hangat di dadanya.” (Halaman 11).

#### c. Cerita Bergambar

##### 1) Masak Bubur

Pada cerita bergambar ini berisi kisah Bobo dan Coreng yang merawat Emak ketika sakit dengan memberikan obat penurun panas. Kemudian mereka membantu untuk mengurus adiknya, Cimut supaya tidak rewel. Bobo sebagai anak tertua meminta kepada paman Gembul untuk mengajari membuat bubur namun gagal karena kurang air. Kemudian, Emak bangun dari istirahatnya dan memasak mereka nasi. Dari cerita tersebut mengajarkan anak melalui cerita untuk merawat dan membantu meringankan pekerjaan ibu baik ketika sedang sakit maupun sehat.

“Sejak pagi tadi, Emak berbaring saja di tempat tidur. “Bobo, tolong ambilkan obat penurun panas,” panggil Emak. “Badan Emak panas. Sepertinya demam,” bisik Bobo kepada Coreng.” (Halaman 8).

“Emak mau tidur dulu, ya. Supaya cepat sembuh,” ujar Emak. “Huaaa..., main, main...” regek Cimut pada Emak. “Cimut, kita menggambar, yuk,” bujuk Coreng. “Yuk, kita main di luar,” ajak Bobo.

“Saat itu, Paman Gembul datang dan tahu kalau Emak sakit. “Paman, tolong ajari aku bikin bubur buat Emak,” kata Bobo. (Halaman 8).

## **2. Wawancara Prof. G-Jet dengan Corona pada Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020**

### **a. Dari Teman**

#### **1) Halamanku**

Pada Rubrik Halamanku diisi dengan karya-karya dari para pembaca Majalah Bobo yang mengirimkan karya-karyanya ke kantor redaksi Majalah Bobo berupa puisi maupun gambar yang dibuat sendiri. Untuk karya yang dimuat dalam Majalah Bobo, pengirim akan mendapatkan hadiah. Hal ini tertulis pada bagian bawah Rubrik Halamanku.

“Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk memajang karya-karyamu, berupa puisi, gambar. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Caranya, masukkan gambar/puisi/karanganmu ke dalam amplop dan bubuhi prangko secukupnya. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau kirim ke [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com) subject: #halamanku. Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo. (Halaman 6).

#### **2) Arena Kecil Tak Disangka**

Rubrik Tak Disangka dan Arena Kecil merupakan rubrik yang berisi karya tulis berupa pengalaman pribadi yang berkesan dan tak disangka oleh para pembaca Majalah Bobo. Untuk para pengirim dengan tulisan terpilih yang

terbit pada rubrik tersebut, akan mendapatkan hadiah dari Majalah Bobo. Hal ini dijelaskan pada rubrik tersebut di bagian bawah.

- 3) “Halaman ini Khusus Bobo sediakan untuk memuat karya-karyamu, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Arena Kecil berisi pengalaman ketika melakukan suatu kegiatan. Tak Disangka berisi pengalaman unik, lucu, atau mengejutkan. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, usia, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau email: [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com). Subject: #aktd. Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat hadiah Tas Bobo. (Halaman 7).

b. Cerita Pilihan

1) Rahasia Liona Singa

Menceritakan seekor Liona Singa yang memiliki sifat pemalu dan hanya memiliki satu teman baik yaitu Mona Monyet. Hingga suatu hari keadaan di hutan tempat ia tinggal menjadi tidak aman. Akhirnya, Bu Moli Gajah membuka kelas untuk para penghuni hewan supaya waspada terhadap pemburu. Awalnya Liona Singa tak ingin mengikuti kelas tersebut karena merasa tidak percaya diri dengan dirinya sendiri karena tidak memiliki rambut dan takut bila mendapat ejekan dari teman-temannya. Namun, akhirnya Liona Singa berangkat ke sekolah karena dibujuk oleh Mona Monyet. Ia pun sadar, bahwa setiap hewan memiliki kelebihan dan keunikannya masing-masing. Dari kesadarannya itu, ia bersedia berangkat ke sekolah dan menjadi singa yang riang dan pemberani. Dari cerita tersebut dapat dipetik pelajaran bahwa setiap makhluk hidup memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Sehingga, tidak perlu merasa malu atau tidak percaya diri.

“Dari sekolah Bu Moli menjelaskan tentang semua hewan penghuni hutan, termasuk kelebihan dan kekurangannya,” sahut Jessi Kuda Poni. “Ssst... Bu Moli juga memberi tahu rahasia setiap hewan, lo. Kalau kamu mau tahu rahasia burung beo, kamu harus datang ke sekolah besok,” bisik Sasa Angsa yang dari tadi diam saja. (Halaman 19).

“Esoknya, Liona Singa pergi ke sekolah Bersama Mona Monyet. Di sekolah, ia bertemu banyak teman. Liona senang sekali karena tidak ada teman yang mengejeknya. Sejak saat itu, Liona menjadi singa yang riang dan pemberani.” (Halaman 19).

“Sejak saat itu, Liona menjadi singa riang dan pemberani. Mereka berbagi tugas menjaga hutan.”

c. Cerita Bergambar

1) Memakai Masker

Dalam cerita bergambar ini berisi ajakan memakai masker ketika wabah Covid-19 menyerang. Hal ini merupakan ajakan untuk menjaga kesehatan sekaligus ajakan untuk menaati aturan pemerintah supaya memakai masker ketika keluar rumah.

“Bona, Ola, dan Kaka sedang mendengarkan pengumuman dari pemerintah. “Semua penduduk wajib memakai masker agar tidak tertular virus corona!” Ketiga sahabat ini pun pergi ke apotek untuk membeli masker. Sayang sekali, hanya Ola yang dapat. “Maskernya tinggal ini,” kata penjaga apotek.

**3. 5 Tips Lebaran Asyik Tanpa Mudik pada Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020**

a. Dari Teman

1) Halamanku

Pada Rubrik Halamanku diisi dengan karya-karya dari para pembaca Majalah Bobo yang mengirimkan karya-karyanya ke kantor redaksi Majalah Bobo berupa puisi maupun gambar yang dibuat sendiri. Untuk karya yang dimuat dalam Majalah Bobo, pengirim akan mendapatkan hadiah. Hal ini tertulis pada bagian bawah Rubrik Halamanku.

“Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk memajang karya-karyamu, berupa puisi, gambar. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Caranya, masukkan gambar/puisi/karanganmu ke dalam amplop dan bubuhi prangko secukupnya. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau kirim ke [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com) subject: #halamanku. Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo. (Halaman 6).

2) Arena Kecil Tak Disangka

Rubrik Tak Disangka dan Arena Kecil merupakan rubrik yang berisi karya tulis berupa pengalaman pribadi yang berkesan dan tak disangka oleh para pembaca Majalah Bobo. Untuk para pengirim dengan tulisan terpilih yang terbit pada rubrik tersebut, akan mendapatkan hadiah dari Majalah Bobo. Hal ini dijelaskan pada rubrik tersebut di bagian bawah.

“Halaman ini Khusus Bobo sediakan untuk memuat karya-karyamu, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Arena Kecil berisi pengalaman ketika melakukan suatu kegiatan. Tak Disangka berisi pengalaman unik, lucu, atau mengejutkan. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, usia, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau email: [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com). Subject: #aktd. Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat hadiah Tas Bobo. (Halaman 7).

b. Cerita Pilihan

1) Tugas Terakhir Gush

Menceritakan kisah Gush Angin Sepoi yang ingin seperti Tora Angin Topan. Ia merasa keren ketika melihat Tora Angin Topan dan ingin menjadi

sepertinya. Namun, setelah menjadi Angin Topan, Gush merasa gelisah dan merasa bersalah karena merusak lingkungan dan mencelakai beberapa warga hingga ia tidak ingin lagi bertugas sebagai Angin Topan. Dari cerita ini anak-anak akan diajak memahami bahwa yang dimiliki oleh orang lain belum tentu menyenangkan bila kita memilikinya juga, dengan kata lain kita harus menyukuri apa yang telah kita miliki.

“Ia sangat menyesal karena sudah menyebabkan kerusakan di desa yang mulanya sangat cantik itu. Sejak saat itu, Gush tidak bekerja selama seminggu.” (Halaman 19).

“Itu mengapa aku menanyakan apakah kau sudah berpikir matang,” ujar Dewa Angin. “Jadi, bisakah aku Kembali menjadi angin sepoi?” tanyanya. (Halaman 19).

c. Cerita Bergambar

1) Belajar dari Rumah

Cerita bergambar dengan judul Belajar dari Rumah terbit ketika virus Corona sedang marak-maraknya dan pemerintah membuat keputusan untuk para siswa belajar dari rumah saja untuk mengurangi kemungkinan penyebaran dan penularan Covid-19. Dari cerita bergambar tersebut, anak-anak diajak untuk menaati aturan pemerintah dengan belajar di rumah dengan saling tolong menolong dalam belajar bila memiliki saudara di rumah.

“Saat ini sedang ada pandemic Covid-19. Semua warga harus berada di rumah untuk mengurangi penyebaran virus itu. Ketiga sahabat ini pun belajar dari rumah.” (Halaman 27).

**4. Asyiknya Berteman dalam Keragaman pada Majalah Bobo Terbit 28 Mei 2020**

a. Dari Teman

1) Halamanku

Pada Rubrik Halamanku diisi dengan karya-karya dari para pembaca Majalah Bobo yang mengirimkan karya-karyanya ke kantor redaksi Majalah Bobo berupa puisi maupun gambar yang dibuat sendiri. Untuk karya yang

dimuat dalam Majalah Bobo, pengirim akan mendapatkan hadiah. Hal ini tertulis pada bagian bawah Rubrik Halamanku.

“Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk memajang karya-karyamu, berupa puisi, gambar. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Caranya, masukkan gambar/puisi/karanganmu ke dalam amplop dan bubuhi prangko secukupnya. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau kirim ke [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com) subject: #halamanku. Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo. (Halaman 6).

## 2) Arena Kecil Tak Disangka

Rubrik Tak Disangka dan Arena Kecil merupakan rubrik yang berisi karya tulis berupa pengalaman pribadi yang berkesan dan tak disangka oleh para pembaca Majalah Bobo. Untuk para pengirim dengan tulisan terpilih yang terbit pada rubrik tersebut, akan mendapatkan hadiah dari Majalah Bobo. Hal ini dijelaskan pada rubrik tersebut di bagian bawah.

“Halaman ini Khusus Bobo sediakan untuk memuat karya-karyamu, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Arena Kecil berisi pengalaman ketika melakukan suatu kegiatan. Tak Disangka berisi pengalaman unik, lucu, atau mengejutkan. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, usia, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau email: [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com). Subject: #aktd. Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat hadiah Tas Bobo. (Halaman 7).

## b. Cerita Pilihan

### 1) Tiing dan Glagah

Cerita dua anak remaja kakak beradik bernama Tiing dan Glagah yatim piatu dan hidup sangat miskin. Hingga mereka mendapatkan seekor ikan namun memilih untuk tidak memakannya karena iba terhadap ikan tersebut. Mereka pun membuat kolam besar di samping gubuk baru mereka dan memelihara ikan tersebut dengan baik. Sayangnya, ikan yang mereka pelihara dengan baik dimakan oleh perampok hanya tersisa sisik dan tulang ikan. Setelah mereka mengetahui, mereka memutuskan pindah rumah dan menanam sisik dan tulang ikan tadi. Ajaib! Dari sisik dan tulang yang dikubur tadi tumbuh pohon berdaun emas dan mengundang perhatian raja. Hingga raja ingin membeli daun emas, namun karena kebaikan Tiing dan Glagah, mereka memberikan pohon tersebut kepada raja dan ingin menjadi pelayan raja. Karena kebaikan mereka, raja mengangkat Tiing dan Glagah sebagai anaknya dan mereka pun hidup Bahagia di istana. Dalam cerita ini mengajarkan apabila kita berbuat baik dengan ikhlas, maka akan dibalas dengan kebaikan pula.

“Betapa sedihnya Tiing dan Glagah melihat ikan kesayangan mereka telah mati. Sambil menangis mereka berkata “Oh Dewa, tega sekali mereka yang membunuh ikan kesayangan kami...” (Halaman 11).

“Tiing dan Glagah berkata mereka akan memberikan pohon itu pada raja, apabila mereka bisa menjadi pelayan kepercayaan raja. Betapa gembiranya raja mendengar ketulusan kedua anak itu. Raja malah mengangkat Tiing dan Glagah menjadi anaknya.” (Halaman 11).

c. Cerita Bergambar

1) Berlatih Wushu

Bona dan Ola belajar wushu bersama Pak Endar. Namun, berkali-kali Bona jatuh karena kesulitan menggerakkan kakinya. Pak Endar menyemangati Bona “Ayo, jangan menyerah. Kamu tetap bisa berlatih dengan belalaimu!” (Halaman 27).

“Lihatlah! Betapa pandainya Bona. Ia membantu Pak Endar menjadi tameng bagi teman-temannya saat berlatih wushu.” Dengan kelebihanannya

yang lain Bona tetap membantu Pak Endar dalam berlatih wushu. (Halaman 27).

## **B. Kategorisasi Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak**

Setelah dilakukan reduksi dan inferensi data pada rubrik-rubrik Majalah Bobo Edisi Mei 2020 yang digunakan dalam penelitian, ditemukan ada tiga teknik komunikasi persuasif yang digunakan untuk mengajarkan kebaikan pada anak dalam tiga rubrik yang diteliti. Teknik komunikasi persuasif yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*)**

Dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2022 ditemukan terdapat penggunaan Teknik Komunikasi Persuasif Ganjaran (*Pay of Technique*) pada rubrik Dari Teman. Jadi, ditemukan dua Teknik Komunikasi Persuasif Ganjaran pada setiap Majalah Bobo Terbit 7, 14, 21, dan 28 Mei 2020 di rubrik Dari Teman, yaitu bagian Halamanku dan Arena Kecil Tak Disangka.

#### **a) Halamanku**

“Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk memajang karya-karyamu, berupa puisi, gambar. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Caranya, masukkan gambar/puisi/karanganmu ke dalam amplop dan bubuhi prangko secukupnya. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau kirim ke [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com) subject: #halamanku. Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo. (Halaman 6).

#### **b) Arena Kecil Tak Disangka**

“Halaman ini Khusus Bobo sediakan untuk memuat karya-karyamu, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Arena Kecil

berisi pengalaman ketika melakukan suatu kegiatan. Tak Disangka berisi pengalaman unik, lucu, atau mengejutkan. Semua karya harus asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh menyalin, menyontek, atau dibuatkan orang lain. Kirimkan karyamu ke Majalah Bobo. Tuliskan nama lengkap, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, usia, alamat rumah, nomor handphone/telepon, emailmu (email orang tuamu), kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau email: [bobo@gramedia-majalah.com](mailto:bobo@gramedia-majalah.com). Subject: #aktd. Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat hadiah Tas Bobo. (Halaman 7).

## 2. Teknik Asosiasi

Terdapat penggunaan Teknik Asosiasi dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 yaitu pada rubrik Cerita Bergambar pada Majalah Bobo Terbit 14 dan 21 Mei 2020. Mengangkat cerita tentang hal-hal yang dilakukan ketika pandemi Covid-19 yaitu dengan memakai masker dan belajar dari rumah melalui cerita bergambar yang dapat dinikmati oleh anak-anak dan membantu supaya mudah memahami anjuran yang harus dilakukan ketika pandemi Covid-19.

### a) Memakai Masker

“Bona, Ola, dan Kaka sedang mendengarkan pengumuman dari pemerintah. “Semua penduduk wajib memakai masker agar tidak tertular virus corona!” Ketiga sahabat ini pun pergi ke apotek untuk membeli masker. Sayang sekali, hanya Ola yang dapat. “Maskernya tinggal ini,” kata penjaga apotek. (Edisi 6 Halaman 27).

### b) Belajar dari Rumah

“Saat ini sedang ada pandemic Covid-19. Semua warga harus berada di rumah untuk mengurangi penyebaran virus itu. Ketiga sahabat ini pun belajar dari rumah.” (Edisi 7 Halaman 27).

### 3. Teknik Tataan (Icing Technique)

Terdapat enam Teknik Tataan yang penulis temukan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2022. Teknik Tataan tersebut berisi pesan positif yaitu untuk kegiatan tolong menolong, keikhlasan, dan bersyukur terhadap kemampuan diri sendiri yang dikemas melalui cerita sehingga mudah dipahami oleh anak-anak dan mempengaruhinya untuk berbuat baik, yaitu tolong menolong dan keikhlasan.

- a) “Pada akhir Minggu, Tiara membawa kotak plastik berisi mainan itu ke mobil ayahnya. Ibu membantu Tiara membawa dus yang agak berat berisi buku-buku cerita. Mereka bertiga lalu membawa semuanya ke Rumah Sahabat. Kini, mainan dan buku Tiara bisa menjadi tambahan hadiah untuk mereka. Mainan-mainan dan buku-buku itu adalah hadiah yang Tiara dapatkan pada tahun-tahun lalu. Ketika melihat anak-anak di Rumah Sahabat itu berkerumun memainkan mainan dan membaca buku, Tiara tersenyum senang. Ada rasa hangat di dadanya.” (Edisi 5 Halaman 11).
- b) “Sejak pagi tadi, Emak berbaring saja di tempat tidur. “Bobo, tolong ambilkan obat penurun panas,” panggil Emak. “Badan Emak panas. Sepertinya demam,” bisik Bobo kepada Coreng.” (Edisi 5 Halaman 8).  
“Emak mau tidur dulu, ya. Supaya cepat sembuh,” ujar Emak. “Huaaa..., main, main...” regek Cimut pada Emak. “Cimut, kita menggambar, yuk,” bujuk Coreng. “Yuk, kita main di luar,” ajak Bobo.  
“Saat itu, Paman Gembul datang dan tahu kalau Emak sakit. “Paman, tolong ajari aku bikin bubur buat Emak,” kata Bobo. (Edisi 5 Halaman 8).
- c) “Sejak saat itu, Liona menjadi singa riang dan pemberani. Mereka berbagi tugas menjaga hutan.” (Edisi 6 Halaman 19).
- d) “Ia sangat menyesal karena sudah menyebabkan kerusakan di desa yang mulanya sangat cantik itu. Sejak saat itu, Gush tidak bekerja selama seminggu.” (Edisi 7 Halaman 19).
- e) “Betapa sedihnya Tiing dan Glagah melihat ikan kesayangan mereka telah mati. Sambil menangis mereka berkata “Oh Dewa, tega sekali

mereka yang membunuh ikan kesayangan kami...” (Edisi 8 Halaman 11).

“Tiing dan Glagah berkata mereka akan memberikan pohon itu pada raja, apabila mereka bisa menjadi pelayan kepercayaan raja. Betapa gembiranya raja mendengar ketulusan kedua anak itu. Raja malah mengangkat Tiing dan Glagah menjadi anaknya.” (Edisi 8 Halaman 11).

- f) “Lihatlah! Betapa pandainya Bona. Ia membantu Pak Endar menjadi tameng bagi teman-temannya saat berlatih wushu.” Dengan kelebihanannya yang lain Bona tetap membantu Pak Endar dalam berlatih wushu. (Edisi 8 Halaman 27).

### 1. Teknik Komunikasi Persuasif Asosiasi

NO	Teknik Komunikasi Persuasif	Rubrik	Judul	Indikator	Kalimat dalam Majalah
1.	Teknik Komunikasi Persuasif Asosiasi	Cerita Bergambar	Memakai Masker	Terdapat kata “Virus Corona” yang saat ini sedang dihadapi dan menjadi perbincangan oleh masyarakat juga.	“Bona, Ola, dan Kaka sedang mendengarkan pengumuman dari pemerintah. “Semua penduduk wajib memakai masker agar tidak tertular virus corona!” Ketiga sahabat ini pun pergi ke apotek untuk membeli masker. Sayang sekali, hanya Ola yang dapat. “Maskernya tinggal ini,” kata penjaga apotek. (Edisi 6 Halaman 27).
2.	Teknik Komunikasi	Cerita Bergambar	Belajar Dari Rumah	Terdapat kata “Pandemi Covid-19” yang	“Saat ini sedang ada pandemic Covid-19. Semua warga harus berada di rumah

	Persuasif Asosiasi			memiliki makna sama dengan virus Corona yang saat ini sedang dialami dan menjadi perbincangan dikalangan masyarakat.	untuk mengurangi penyebaran virus itu. Ketiga sahabat ini pun belajar dari rumah.” (Edisi 7 Halaman 27).
--	--------------------	--	--	--	--

### 3. Teknik Komunikasi Persuasif Ganjaran (*Pay of Technique*)

NO	Teknik Komunikasi Persuasif	Rubrik	Judul	Indikator	Kalimat dalam Majalah
1.	Persuasif Ganjaran ( <i>Pay of Technique</i> )	Dari Teman	Halamanku	Terdapat kalimat “Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan Tas bobo” yang berarti setelah mengirim tulisan, pembaca Bobo akan mendapat	Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau kirim ke <a href="mailto:bobo@gramedia-majalah.com">bobo@gramedia-majalah.com</a> subject: #halamanku. Untuk karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo. (Edisi 5, 6, 7, dan 8 Halaman 6).

				timbang balik berupa hadiah.	
2.	Persuasif Ganjaran ( <i>Pay of Technique</i> )	Dari Teman	Arena Tak Disangka	Terdapat kalimat “Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat Tas Bobo”, berarti ketika sudah melakukan imbauan, pengirim akan mendapat penghargaan atau hadiah.	Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530 atau email: <a href="mailto:bobo@gramedia-majalah.com">bobo@gramedia- majalah.com</a> . Subject: #aktd. Pengirim yang karyanya dimuat akan mendapat hadiah Tas Bobo. (Edisi 5, 6, 7, dan 8 Halaman 7).

#### 4. Teknik Komunikasi Persuasif Tataan (*Icing Technique*)

NO	Teknik Komunikasi Persuasif	Rubrik	Judul	Indikator	Kalimat dalam Majalah
1.	Teknik Tataan ( <i>Icing Technique</i> )	Cerita Pilihan	Mainan- mainan Pilihan	Keinginan untuk membantu anak yatim piatu dengan memberikan mainan-	“Pada akhir Minggu, Tiara membawa kotak plastik berisi mainan itu ke mobil ayahnya. Ibu membantu Tiara membawa dus yang agak berat berisi buku-buku cerita. Mereka bertiga lalu membawa semuanya ke Rumah Sahabat. Kini, mainan dan buku

				mainan lama dengan ikhlas.	Tiara bisa menjadi tambahan hadiah untuk mereka. Mainan-mainan dan buku-buku itu adalah hadiah yang Tiara dapatkan pada tahun-tahun lalu. Ketika melihat anak-anak di Rumah Sahabat itu berkerumun memainkan mainan dan membaca buku, Tiara tersenyum senang. Ada rasa hangat di dadanya.” (Edisi 5 Halaman 11).
2.	Teknik Tataan ( <i>Icing Technique</i> )	Cerita Bergambar (Cergam)	Masak Bubur	Keinginan seorang anak untuk membantu dan merawat ibunya yang sakit.	<p>“Sejak pagi tadi, Emak berbaring saja di tempat tidur. “Bobo, tolong ambilkan obat penurun panas,” panggil Emak. “Badan Emak panas. Sepertinya demam,” bisik Bobo kepada Coreng.” (Edisi 5 Halaman 8).</p> <p>“Emak mau tidur dulu, ya. Supaya cepat sembuh,” ujar Emak. “Huaaa..., main, main...” regek Cimut pada Emak. “Cimut, kita menggambar, yuk,” bujuk Coreng. “Yuk, kita main di luar,” ajak Bobo.</p> <p>“Saat itu, Paman Gembul datang dan tahu kalau Emak sakit. “Paman, tolong ajari aku bikin bubur buat Emak,” kata Bobo. (Edisi 5 Halaman 8).</p>

3.	Teknik Tataan ( <i>Icing Technique</i> )	Cerita Pilihan	Rahasia Liona Singa	Menerima diri sendiri serta kegiatan saling tolong menolong dengan berbagi tugas sesuai kemampuan masing- masing.	“Liona senang sekali karena tidak ada teman yang mengejeknya. Sejak saat itu, Liona menjadi singa riang dan pemberani. Mereka berbagi tugas menjaga hutan.” (Edisi 6 Halaman 19).
4.	Teknik Tataan ( <i>Icing Technique</i> )	Cerita Pilihan	Tugas Terakhir Gush	Bersyukur atas kemampuan yang dimiliki dan menjadi versi terbaik diri sendiri.	“Sepertinya sangat mengasyikkan, tidak seperti pekerjaanku yang membosankan,” (Edisi 7 Halaman 18) “Ia sangat menyesal karena sudah menyebabkan kerusakan di desa yang mulanya sangat cantik itu. Sejak saat itu, Gush tidak bekerja selama seminggu.” (Edisi 7 Halaman 19).
5.	Teknik Tataan ( <i>Icing Technique</i> )	Cerita Pilihan	Tiing dan Glagah	Memiliki hati yang ikhlas untuk menolong ikan dan menawarkan	“Betapa sedihnya Tiing dan Glagah melihat ikan kesayangan mereka telah mati. Sambil menangis mereka berkata “Oh Dewa, tega sekali mereka yang membunuh ikan kesayangan kami...” (Edisi 8 Halaman 11).

				diri menjadi pelayan raja.	“Tiing dan Glagah berkata mereka akan memberikan pohon itu pada raja, apabila mereka bisa menjadi pelayan kepercayaan raja. Betapa gembiranya raja mendengar ketulusan kedua anak itu. Raja malah mengangkat Tiing dan Glagah menjadi anaknya.” (Edisi 8 Halaman 11). cenderung mudah tersampaikan dan diterima oleh para pembaca.
6.	Teknik Tataan ( <i>Icing Technique</i> )	Cerita Bergambar (Cergam)	Berlatih Wushu	Membantu pelatih wushu dengan kemampuan yang Bona miliki.	“Lihatlah! Betapa pandainya Bona. Ia membantu Pak Endar menjadi tameng bagi teman-temannya saat berlatih wushu.” Dengan kelebihan yang lain Bona tetap membantu Pak Endar dalam berlatih wushu. (Edisi 8 Halaman 27).

Jadi, terdapat tiga Teknik Komunikasi Persuasif yang digunakan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 di antaranya Teknik Asosiasi, Teknik Tataan, dan Teknik Ganjaran. Terdapat dua Teknik Komunikasi Persuasif menurut Effendy (2004) yang tidak digunakan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 yaitu Teknik Integrasi dan Teknik *Red Herring*. Teknik Integrasi dan Teknik *Red Herring* tidak ditemukan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 karena tidak memuat indikator-indikator yang ditentukan.

Dalam Teknik *Red Herring* adalah upaya dalam komunikasi persuasif istilah ini memiliki arti komunikator berusaha mengalihkan pembicaraan dari yang tidak ia kuasai ke pembicaraan yang ia kuasai. Namun, dalam obek yang penulis teliti berupa Majalah Bobo sehingga tidak memuat pengalihan pembicaraan untuk menciptakan situasi dominan ketika berkomunikasi.

Sehingga, Teknik *Red Herring* tidak ditemukan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020. Kemudian, Teknik Intregasi juga tidak ditemukan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 karena tidak terdapat penggunaan kata “kita” atau “kami” sebagai indikator penggunaan Teknik Integrasi. Kalimat-kalimat yang terdapat dalam Majalah Bobo Menggunakan nama-nama peran dan dikemasi melalui cerita sebagai penggambaran pesannya untuk anak-anak. Sehingga, tidak ditemukan penggunaan Teknik Integrasi dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020.

## BAB IV

### ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF MAJALAH BOBO EDISI MEI 2020 DALAM MENGAJARKAN KEBAIKAN PADA ANAK

#### A. Analisis Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Dalam Mengajarkan Kebajikan Pada Anak

Berdasar pada penjabaran yang sudah peneliti sampaikan sebelumnya, bahwa teknik komunikasi persuasif adalah teknik komunikasi yang mengandung unsur bujukan untuk bisa mengubah perilaku, persepsi, atau gaya hidup individu. Dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif, tercapailah tujuan dari komunikasi persuasif tersebut. Peneliti melakukan penelitian sebanyak empat Majalah Bobo Edisi Mei 2020.

Dalam majalah tersebut terdapat enam rubrik, yaitu rubrik Cerita Pilihan, Cerita Bergambar, Artikel Pilihan, Dari Teman, Rupa-Rupa, dan Pin-Up. Total halaman majalah dari keseluruhan edisi Mei 2020 ini sebanyak 112 halaman. Dari enam rubrik dalam Majalah Bobo tersebut, peneliti hanya mengambil 3 rubrik, yaitu rubrik Cerita Pilihan, Cergam, dan Rubrik Dari Teman untuk dilakukan pengelompokkan berdasarkan teknik komunikasi Effendy (2004). Berikut analisis Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020:

##### 1. Teknik Asosiasi

Pada Rubrik Cerita Pilihan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 14 dan 21 Mei 2020 yang berisi Cerita Bergambar (Cergam) dengan judul Memakai Masker dan juga Cergam dengan judul Belajar Dari Rumah menggunakan Teknik Asosiasi pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

##### **Kalimat 1.1** Memakai Masker

Bona, Ola, dan Kaka sedang mendengarkan pengumuman dari pemerintah. “Semua penduduk wajib memakai masker agar tidak tertular virus corona!” Ketiga sahabat ini pun pergi ke apotek untuk membeli masker. Sayang sekali, hanya Ola yang dapat. “Maskernya tinggal ini,” kata penjaga apotik. (Edisi 6 Halaman 27).

## Gambar 1. Rubrik Cerita Bergambar Memakai Masker



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

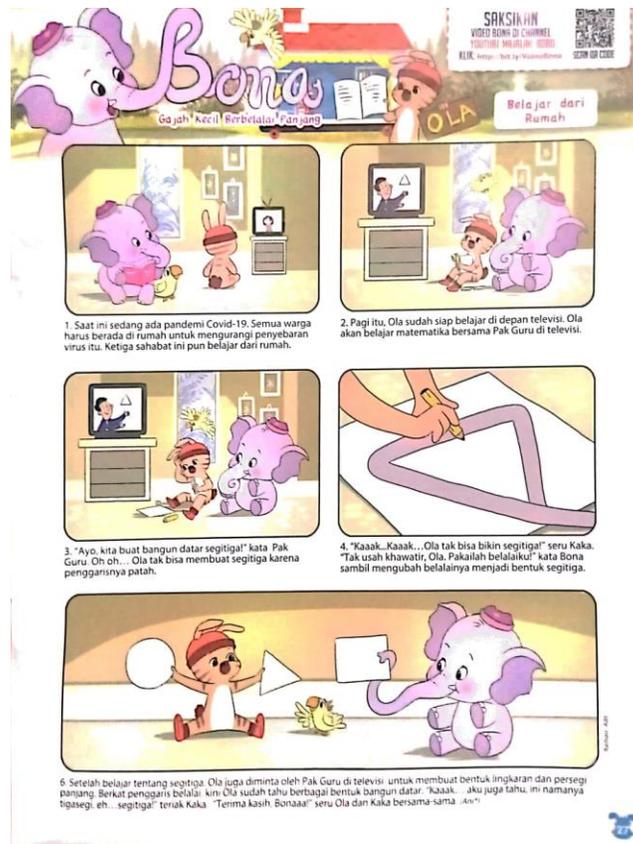
Pada cerita bergambar tersebut mengajak pembaca untuk mematuhi aturan pemerintah menjaga protokol kesehatan dengan memakai masker selama pandemi Covid-19. Cerita bergambar tersebut sesuai dengan keadaan Indonesia sekarang. Dimana pemerintah menganjurkan masyarakat guna menjaga kesehatan di tengah pandemi Covid-19 dengan memakai masker. Dituangkan melalui cerita bergambar Bona, akan membuat pembaca memahami cerita yang relevan dengan keadaan sekarang dengan lebih mudah diterima dan diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari untuk memakai masker selama pandemi Covid-19.

Teknik Asosiasi di sini merupakan pembahasan yang sedang naik daun dan menjadi perbincangan di masyarakat serta media yaitu Pandemi Covid-19 atau Corona. Dengan adanya Corona, pemerintah mengambil langkah dengan mengimbau masyarakat supaya memakai masker ketika sedang berada di luar rumah. Kemudian, dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 mengangkat permasalahan ini melalui cerita Memakai Masker supaya dapat diikuti oleh para pembacanya.

**Kalimat 1.2 Belajar Dari Rumah**

“Saat ini sedang ada pandemi Covid-19. Semua warga harus berada di rumah untuk mengurangi penyebaran virus itu. Ketiga sahabat ini pun belajar dari rumah.” (Edisi 7 Halaman 27).

**Gambar 2. Rubrik Cerita Bergambar Belajar Dari Rumah**



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020)

Cerita bergambar ini dibuat berdasarkan kejadian yang sedang kita alami, yaitu pandemi Covid-19. Oleh sebab itu, pada cerita bergambar kali ini menggunakan Teknik Asosiasi. Teknik komunikasi persuasif yang menyampaikan suatu gagasan berdasarkan fenomena yang sedang terjadi dan menarik. Melalui cergam ini mengajak pembaca menaati aturan pemerintah saat pandemi Covid-19 yaitu belajar dari rumah demi menjaga kesehatan dan keamanan serta mengurangi penyebaran Covid-19, maka warga dianjurkan untuk berkerja dari rumah dan belajar dari rumah. Bercerita tentang Bona, Ola, dan Kaka yang diharuskan belajar dari rumah karena pembelajaran yang berada di sekolah dialihkan di rumah saja membuat pembaca memiliki gambaran untuk belajar di rumah dan saling membantu bila mempunyai saudara yang juga belajar dari rumah sehingga proses pembelajaran di rumah tetap menyenangkan.

## **2. Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*)**

Pada Rubrik Dari Teman yang berisi Halamanku dan Arena Kecil Tak Disangka menggunakan Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

### **Kalimat 2.1 Halamanku**

“Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk menaruh karya kamu, berisi puisi dan gambar. Semua karya wajib asli atau kamu buat sendiri. Tidak boleh meniru, menyalin, atau dikerjakan orang lain. Kirimkan karya kamu ke Majalah Bobo. Caranya, masukkan gambar/karangan/puisi kamu ke dalam amplop dan tempelkan perangko. Tulis nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, nomor handphone/telepon, alamat rumah, email, kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl. Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk, Jakarta 11530. Atau kirim ke: bobo@gramedia-majalah.com subject: #halamanku Untuk Karya yang dimuat akan mendapatkan hadiah Tas Bobo.” (Halaman 6).

Pada informasi tata cara pengiriman naskah puisi dan gambar memberikan ruang kreativitas kepada pembaca Majalah Bobo untuk membuat puisi dan gambar. Untuk menarik minat atau mengajak pembaca mengekspresikan kreativitasnya, Majalah Bobo memberikan hadiah kepada pengirim yang lolos seleksi. Pada tulisan tersebut dapat dianalisis teknik komunikasi persuasif terhadap pembaca Majalah Bobo Edisi Mei

2020 bahwa pengirim harus mengirimkan naskah puisi dan gambar dengan jujur sesuai dengan ketentuan redaksi, yaitu: tidak boleh meniru, menyalin, atau dikerjakan orang lain. Apabila pengirim naskah sudah memenuhi persyaratan tersebut akan diseleksi dan apabila lolos dan dipublikasikan pada majalah edisi selanjutnya, pengirim akan mendapat *reward* berupa Tas Bobo ke alamat pengirim. Ketentuan pengiriman naskah dan karya pada rubrik tersebut seperti ajaran kejujuran yang dijabarkan pada Q.S. At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah pada Allah dan bergabunglah kamu dengan orang-orang yang jujur. (Q.S At-Taubah: 119).

Tafsir pada ayat tersebut disarikan dari Tafsir Ibnu Katsir, Tafsir Fi Zhilalil Quran, Tafsir Al Azhar dan Tafsir Al Munir terdapat tiga poin penting yaitu perintah bertaqwa, jujur, dan berjamaah bersama orang-orang yang jujur. Namun, yang sesuai dengan pembahasan pada implementasi teknik komunikasi persuasif Ganjaran (*Pay of Technique*) adalah berlaku jujur. Jujur merupakan karakter orang yang beriman. Dalam kisah Ka'ab yang merupakan asbabun nuzul ayat ini, tampaklah bagaimana orang-orang munafik berbohong demi menyelamatkan diri. Supaya mereka tidak dihukum Rasulullah SAW. Mereka berbohong supaya selamat dari hukuman dunia. Seperti yang dikatakan Buya Hamka, "Kejujuran terkadang meminta penderitaan dan pengorbanan. Tetapi mereka tetap bersikukuh pada kejujuran. Mereka tetap mengambil pihak dan memilih hidup bersama dalam daftar orang yang benar dan jujur."

### **Kalimat 2.2 Arena Kecil Tak Disangka**

"Halaman ini khusus Bobo sediakan untuk mempublikasikan karya-karyamu, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Arena Kecil berisi pengalaman saat mengerjakan suatu aktivitas. Tak Disangka berisi pengalaman lucu, unik, atau mengejutkan. Semua karya wajib asli atau kamu bikin sendiri. Tidak boleh menyalin, meniru, atau dikerjakan orang lain. Kirimkan karya kamu ke Majalah Bobo. Tuliskan nama lengkap, usia, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, alamat rumah, nomor handphone/telepon, email, kelas, dan sekolah. Kirim ke redaksi Majalah Bobo, Jl.

Panjang No. 8 A, Kebon Jeruk. Jakarta 11530 atau email: bobo@gramedia-majalah.com, Subjek: #aktd Pengirim yang karyanya dipublikasikan akan memperoleh hadiah Tas Bobo.” (Halaman 7).

Pada informasi tata cara pengiriman naskah puisi dan gambar memberikan ruang kreativitas kepada pembaca Majalah Bobo untuk membuat karya-karya, berupa karangan pendek Arena Kecil dan Tak Disangka. Untuk menarik minat atau mengajak pembaca mengekspresikan kreativitasnya, Majalah Bobo memberikan hadiah kepada pengirim yang lolos seleksi. Pada tulisan tersebut dapat dianalisis teknik komunikasi persuasif terhadap pembaca Majalah Bobo Edisi Mei 2020 bahwa pengirim harus mengirimkan naskah puisi dan gambar harus dengan jujur sesuai dengan ketentuan redaksi, yaitu: tidak boleh menyalin, meniru, atau dikerjakan orang lain. Tidak boleh menyalin, meniru, atau dikerjakan orang lain. Apabila pengirim naskah sudah memenuhi persyaratan tersebut akan diseleksi dan apabila lolos dan dipublikasikan pada majalah edisi selanjutnya, pengirim akan mendapatkan Tas Bobo ke alamat pengirim. Hal ini termasuk teknik komunikasi persuasif Ganjaran (*Pay of Technique*), karena bila pengirim sudah mengirim karyanya sesuai dengan ketentuan akan mendapat *reward* berupa tas Bobo dan karyanya akan ditampilkan dalam majalah edisi selanjutnya.

### 3. Teknik Tataan (*Icing Technique*)

Pada Rubrik Cerita Pilihan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 7 Mei 2020 yang berisi cerita dengan judul Mainan-mainan Lama menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

#### **Kalimat 3.1** Mainan-mainan Lama

“Pada akhir minggu, Tiara membawa kotak plastik berisi mainan ke mobil ayahnya. Ibu membantu Tiara membawa kardus yang agak berat berisi buku-buku cerita. Mereka bertiga lalu membawa semuanya ke Rumah Sahabat. Rumah Sahabat adalah sebuah rumah yang sangat besar. Ada seratus lebih anak lelaki dan perempuan yang tinggal di situ. Mereka tidak punya ayah dan ibu. Mereka jarang sekali mendapat hadiah mainan, baik pada saat ulang tahun, maupun pada hari-hari raya. Kini, mainan dan buku Tiara bisa menjadi tambahan hadiah untuk mereka. Mainan-mainan dan buku-buku itu adalah

hadiah mainan yang Tiara dapat pada tahun-tahun yang lalu. Ketika melihat anak-anak di Rumah Sahabat itu berkerumun memainkan mainan dan membaca buku, Tiara tersenyum senang. Ada rasa hangat di dadanya.” (Edisi 5 Halaman 11).

Pada cerita di atas terdapat Teknik Tataan (*Icing Technique*) dimana teknik tersebut membuat seseorang mendapat gambaran dari cerita pendek tersebut tentang perasaan dan emosinya (perasaan senang, hangat di dadanya) bagaimana ketika ia membantu atau membahagiakan anak-anak yatim piatu yang hidupnya kurang beruntung ke dalam objek pengalamannya melalui gambar-gambar pendukung. Sehingga seseorang ada dalam kondisi empatis karena pesan yang disampaikan dalam cerita tersebut menarik, enak dilihat, dan enak dibaca. Hingga apabila pembaca berada dalam perasaan dan pikiran yang sama dengan yang terkandung dalam cerita tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Ma’un ayat 1-2

أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالْإِيمَانِ فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ

Artinya: “Tahukah kamu (orang) yang mendustakan agama? Maka itulah orang yang menghardik anak yatim.”

Islam mengajarkan supaya tidak menghardik anak yatim dan memuliakan anak yatim. Dalam cerita tersebut mengajarkan hal serupa dengan mendonasikan mainan-mainan lama yang sudah dipercantik lagi dan buku-buku yang masih bagus supaya dapat digunakan oleh anak-anak yatim dan piatu Rumah Sahabat dan membuat mereka senang atas perbuatan berbagi tersebut. Hal ini dapat mengajarkan pembaca untuk melakukan kegiatan serupa apabila memiliki barang-barang yang masih bagus yang sudah tidak digunakan lagi, supaya tidak mubadzir bisa diberikan kepada teman-teman yang lebih membutuhkan.

Pada Rubrik Cergam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 7 Mei 2020 yang berisi cerita dengan gambar yang berjudul Masak Bubur menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

### Kalimat 3.2 Masak Bubur

“Emak mau tidur dulu ya. Supaya cepat sembuh,” ujar Emak. “Huaaa..., main, main...” rengok Cimut pada Emak. “Cimut, kita menggambar, yuk,” bujuk Coreng. “Yuk, kita main di luar,” ajak Bobo. (Edisi 5 Halaman 8).

**Gambar 3. Rubrik Cerita Bergambar Masak Bubur**



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 7 Mei 2020)

Cerita bergambar ini tentang Emak Bobo yang sedang sakit dan meminta obat kepada Bobo. Sebagai anak tertua, Bobo mencoba mengajak bermain Cimut dan Upik bermain supaya tidak rewel karena emak sedang beristirahat. Cerita bergambar ini mengajarkan pembaca untuk rukun, saling membantu, dan kompak dengan saudaranya. Apalagi ketika orangtua sedang kesusahan, khususnya pada cerita ini adalah ketika ibu sakit, hendaknya sesama saudara saling rukun, kompak dan membantu meringankan beban orangtua. Dikemas dengan cerita bergambar dengan gambar yang lucu menarik sehingga cerita mudah dipahami dan pesan dalam cerita dapat tersampaikan dengan cara yang asyik. Dalam cergam ini menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*).

Pada Rubrik Cergam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 14 Mei 2020 yang berisi cerita pilihan yang berjudul Rahasia Liona Singa menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

### Kalimat 3.3 Rahasia Liona Singa

“Esoknya, Liona Singa pergi ke sekolah Bersama Mona Monyet. Di sekolah, ia bertemu banyak teman. Liona senang sekali karena tidak ada teman yang mengejeknya. Sejak saat itu, Liona menjadi singa yang riang dan pemberani.” (Edisi 6 Halaman 19)

Gambar 4. Rubrik Cerita Pilihan Rahasia Liona Singa



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

Pada Dongeng tersebut tersebut mengajak pembaca untuk bersyukur dengan keadaan diri sendiri. Menurut Abraham Maslow, *insecure* adalah suatu kondisi yang mana individu merasa tidak aman, beranggapan dunia sebagai sebuah hutan yang mengancam dan kebanyakan manusia berbahaya dan egois. Orang yang mengalami *insecure* umumnya merasa terisolasi dan ditolak, pesimis, cemas, tidak bahagia, merasa bersalah, tidak percaya diri, egois, dan cenderung neurotik. Seperti

cerita Liona yang merasa tidak percaya diri karena melihat teman-temannya yang lain lebih hebat dan indah dari dirinya sehingga ia merasa teman-temannya akan mengejek dan tidak mau berteman dengannya. Dalam cerita ini, pembaca diajak untuk bersyukur atas apa yang dianugerahkan Allah SWT kepada diri kita. Karena setiap makhluk yang diciptakan dengan kekurangan dan kelebihan masing-masing. Dengan kekurangan dan kelebihan tersebut kita saling melengkapi. Oleh karena itu, dari cerita dongeng yang menggunakan fabel dapat diambil pelajaran bahwa manusia disebut makhluk sosial karena tidak bisa hidup sendiri sebab butuh pertolongan dari orang lain dan setiap makhluk hidup mempunyai kekurangan dan kelebihannya masing-masing sehingga bisa saling membantu atau bermanfaat bagi yang lainnya.

Pada Rubrik Cerita Pilihan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 21 Mei 2020 yang berisi cerita yang berjudul Tugas Terakhir Gush menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

#### **Kalimat 3.4** Tugas Terakhir Gush

Gush Angin Sepoi ingin seperti Tora Angin Topan. Tubuh Tora membuat pusaran warna hitam yang sangat besar. Setiap kali dia berjalan, beberapa pohon terbang dan masuk ke dalam badanya. “Sepertinya sangat mengasikkan, tidak seperti pekerjaanku yang membosankan,” gumam Gush. (Edisi 7 Halaman 18).

## Gambar 5. Rubrik Cerita Pilihan Tugas Akhir Gush



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020)

Dari cerita di atas dapat diambil pelajaran oleh pembaca bahwa terkadang melihat kehidupan orang lain itu menyenangkan sehingga kita pun menginginkan kehidupan serupa seperti kehidupan orang lain yang kita dambakan. Padahal, sebenarnya kita sudah cukup dengan apa yang menjadi milik kita dan sebaiknya menjauhi perasaan iri dan dengki terhadap apa yang orang lain punya. Allah pun telah memberikan apa yang kita butuhkan, seperti dalam Q.S. Ibrahim ayat 34 yang berbunyi:

وَاتَّكُم مِّنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ

Artinya: Dan Dia telah memberikan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Dan bila kamu menjumlah kenikmatan Allah, pasti kamu tidak akan dapat menjumlahnya. Sungguh, manusia itu sangat dzalim dan mengingkari (nikmat Allah).

Dalam cerita pilihan Tugas Terakhir Gush juga disajikan dengan gambar-gambar sebagai pendukung supaya tidak membosankan, menarik, dan tentunya enak

dibaca oleh anak-anak. Dengan demikian, akan lebih memungkinkan amanat yang terkandung dalam cerita tersebut sampai kepada para pembaca. Oleh karena itu, cerita pilihan Tugas Terakhir Gush menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*).

Pada Rubrik Cerita Pilihan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 28 Mei 2020 yang berisi cerita dengan berjudul Tiing dan Glagah menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

### Kalimat 3.5 Tiing dan Glagah

Pada suatu hari, lewatlah seorang raja dan para pengawalinya. Raja kagum melihat pohon berdaun emas itu. Karena tampak sangat indah, raja ingin membeli beberapa helai daun emas itu. Tiing dan Glagah berkata mereka akan memberikan pohon itu pada raja, apabila mereka bisa menjadi pelayan kepercayaan raja. Betapa gembiranya raja mendengar ketulusan kedua anak itu. Raja malah mengangkat Tiing dan Glagah menjadi anaknya. Kedua kakak beradik itu pun akhirnya hidup Bahagia di istana sebagai anak-anak raja.

Gambar 6. Rubrik Cerita Pilihan Tiing dan Glagah



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020)

Cerita pilihan Tiing dan Glagah mengajarkan barang siapa yang tulus melakukan sesuatu maka akan dibalas kebaikan pula. Oleh karena itu, cerita ini menggunakan teknik komunikasi persuasif Tataan (*Icing Technique*). Dimana teknik komunikasi Teknik Tataan (*Icing Technique*). Dalam cerita tersebut pesan disampaikan oleh komunikator bahwa, apabila seseorang telah melakukan sesuatu, maka ia akan mendapat ganjatron atau imbalan atas perbuatan yang telah ia lakukan. Sama seperti cerita pada rubrik cerita pilihan yang mengajarkan pada pembaca, bahwa bila kita melakukan sesuatu dengan ketulusan maka akan dibalas dengan hal yang baik pula.

Pada Rubrik Cerita Pilihan Majalah Bobo Edisi Mei 2020 terbit 28 Mei 2020 yang berisi cerita dengan berjudul Berlatih Wushu menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*) pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 adalah sebagai berikut:

“Aku tak bisa berlatih wushu!” Kata Bona sedih. “Ayo, jangan menyerah. Kamu tetap bisa berlatih dengan belalaimu!” kata Pak Endar. Lihatlah! Betapa pandainya Bona. Ia membantu Pak Endar menjadi tameng bagi teman-temannya saat berlatih wushu. “Nah, kamu bisa, kan, Bona!” puji Pak Endar. Bona senang sekali.

## Gambar 7. Rubrik Cerita Bergambar Berlatih Wushu



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 28 Mei 2020)

Cerita bergambar Berlatih Wushu ini menggunakan teknik komunikasi persuasif Tataan (*Icing Technique*). Pada cerita ini, diceritakan bahwa Bona tidak bisa berlatih wushu, namun pelatihnya tetap menyemangati dan mengalihkan Bona ke hal yang lain, namun masih dalam kelas wushu. Tidak langsung melarang Bona untuk mengikuti kelas wushu, namun mencari keahlian Bona pada bidang lain yang masih terkait dengan wushu. Jadi, dalam cerita ini mengajarkan bahwa seorang guru yang membantu muridnya untuk tidak patah semangat dalam belajar dan mencari bakat lain yang ada pada muridnya, namun masih tetap dalam satu lingkup pelajaran tersebut. Bonapun membantu Pak Endar dalam pelatihan Wushu.

#### **4. Teknik Integrasi**

Teknik Integrasi merupakan teknik untuk menyatukan diri antara komunikator dengan komunikan dengan menggunakan kata-kata verbal yang menyatakan kesatuan. Dalam analisis implementasi teknik komunikasi persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 tidak menggunakan Teknik Integrasi dalam penyampaian, baik dalam rubrik Cergam, Cerita Pilihan, Halamanku, maupun Dari Teman. Karena dalam rubrik ini menggunakan kata yang menyatakan kesatuan seperti “kita”, bukan “saya” atau “kami”.

Dalam menggunakan Teknik Integrasi ada hal yang dijuangkan Bersama antara komunikator dengan komunikan sehingga menggunakan pilihan kata yang menyatakan kesatuan. Dalam teknik ini, penggunaan kata ganti menjadi sangat menentukan dalam keberhasilan komunikasi persuasifnya. Hal ini bermakna, bahwa yang diperjuangkan komunikator bukan hanya kepentingan pribadi, namun menjadi kepentingan Bersama. Misalnya, kita sukarela memberi sumbangab untuk kegiatan social jika panitia melibatkan penyumbang dalam kegiatan tersebut, minimal dengan menyebutkan tujuan dari kegiatan untuk kepentingan Bersama.

#### **5. Teknik Red-Herring**

Teknik Red-Herring diibaratkan adalah ikan yang tersebar dalam Samudera Atlantik Utara. Ikan ini memiliki kemampuannya untuk membuat Gerakan tipu daya ketika sedang diburu. Begitu juga, dalam komunikasi persuasif, istilah ini memiliki arti komunikator berusaha untuk memenangi perdebatan menggunakan argumentasi yang

lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya untuk dijadikan senjata menyerang lawan.

Biasanya, Teknik Red-Herring digunakan dalam ranah politik yaitu debat calon gubernur, presiden, dan lain sebagainya. Komunikator bisa saja menyerang dengan memberikan pernyataan terkait isu-isu sensitive dari lawannya supaya mendominasi perdebatan ini. Oleh karena itu, dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 tidak menggunakan Teknik Red-Herring dikarenakan Majalah Bobo berbentuk tulisan dan bersifat edukatif sehingga tidak menggunakan teknik ini untuk menyampaikan pesannya.

## **B. Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Majalah Bobo Edisi Mei 2020 Dalam Mengajarkan Kebaikan Pada Anak dalam Perspektif Dakwah**

Dakwah secara etimologi berasal dari Bahasa Arab yang memiliki arti panggilan, ajakan, atau seruan. Dalam melakukan dakwah terdapat proses komunikasi yang dilakukan oleh da'i kepada mad'u maupun sebaliknya menyampaikan pesan-pesan kebaikan supaya melakukan hal-hal sesuai dengan syariat agama.

Untuk memperjelas pengertian dakwah, berikut pengertian dakwah secara terminologi atau istilah, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Prof. A. Hasjmy (1974)

Dakwah Islamiyah adalah mengajak orang untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syari'ah Islamiyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.

2. Prof. Dr. Abu Bakar Aceh (1971)

Dakwah merupakan perintah mengadakan seruan kepada semua manusia untuk Kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.

3. Drs. H.M. Arifin, M.Ed. (1977)

Dalam pengertian dakwah ini diberi Batasan dengan pengertian "Sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang

lain baik secara individual maupun secara kelompok supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajakan agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.”

Nah, dari tiga pengertian dakwah secara istilah hakikat dakwah merupakan upaya untuk menyebarkan Islam kepada orang lain dalam segala lapangan kehidupan manusia untuk mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia ataupun di akhirat. Dalam pelaksanaan dakwah terdapat proses komunikasi. Ketika seorang da'i menyampaikan dakwah, supaya dakwah tersebut dapat diterima oleh mad'u bisa dengan menggunakan Teknik Komunikasi Persuasif. Karena pada dasarnya, komunikasi persuasif bersifat mengajak sama seperti tujuan dakwah, bukan memaksa mad'u atau komunikasi tersebut untuk melaksanakan pesan atau *message*.

Apabila dilihat dari segi prosesnya, antara komunikasi ketika menyampaikan dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya. Namun, hal yang membedakan antara keduanya yaitu pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya adalah mengharapkan partisipasi dari komunikan (mad'u) atas ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator (da'i). Sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut menjadi perubahan atas sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan hadis sebagai sumber ajaran Islam.

Dalam kerangka dakwah dan kepentingan komunikasi persuasif, seorang komunikator dakwah hendaknya membekali diri mereka dengan teori-teori persuasif agar ia dapat menjadi komunikator yang efektif. Effendy (2004) menjelaskan beberapa teori yang digunakan sebagai dasar kegiatan komunikasi persuasif, bisa dikembangkan dalam beberapa metode:

1. Teknik Asosiasi, merupakan menyajikan pesan dengan menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2. Teknik Integrasi, merupakan teknik untuk menyatukan diri antara komunikator dengan komunikan menggunakan pemilihan kata-kata yang menyatakan kesatuan.
3. Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*), merupakan usaha untuk memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu.
4. Teknik *Red-Herring*, merupakan teknik tipu daya untuk memenangkan atau mengambil alih pembahasan yang lebih dikuasai oleh komunikator supaya dirinya lebih dominan.
5. Teknik Tataan (*Icing Technique*), merupakan upaya Menyusun pesan komunikasi hingga sedemikian rupa sehingga lebih enak untuk didengar, dilihat, dan enak dibaca. Supaya komunikan cenderung mengikuti saran dari pesan tersebut.

Dari sudut komunikasi, dapat diamati bahwa suatu dakwah dilakukan dengan cara damai. Islam tidak disebarluaskan dengan cara-cara pemaksaan dan kekerasan atau *coersi*. Sebaliknya, Islam disebarluaskan dengan cara yang berbudaya dan menumbuhkan kesadaran agar seseorang atau suatu kelompok dapat memahami ajaran Islam dengan penuh pengertian. Ajaran-ajaran Islam disebarluaskan dengan tanpa paksaan kepada mad'u atau komunikannya. Hal ini selaras dengan tujuan penggunaan teknik komunikasi persuasif dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 yang menyampaikan ajaran-ajaran kebaikan kepada anak melalui tulisan yang menyenangkan, menarik, asyik, dan tidak bersifat memaksa para pembaca.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penjabaran dan analisa penulis untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, maka bisa disimpulkan:

1. Majalah Bobo Edisi Mei 2020 pada tiga rubrik yang penulis lakukan penelitian, diantaranya Rubrik Cerita Pilihan, Cergam, dan Dari Teman menggunakan teknik komunikasi persuasif di dalamnya untuk mengajarkan kebaikan pada anak.
2. Pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020 penulis temukan terdapat teknik komunikasi persuasif di dalamnya. Peneliti menemukan Majalah Bobo menggunakan tiga teknik komunikasi Effendy (2004), yaitu Teknik Asosiasi, Teknik Ganjaran (*Pay of Technique*), dan juga menggunakan Teknik Tataan (*Icing Technique*).
3. Teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam Majalah Bobo Edisi Mei 2020 memakai bahasa yang ringan, sederhana, informatif, edukatif, dan terkini sehingga mudah dipahami oleh pembaca dan dapat diambil hikmah dari tulisan tersebut untuk mengajak berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari ataupun menanggapi dengan baik isu terkini.
4. Implementasi teknik komunikasi persuasif Majalah Bobo dilihat dari perspektif dakwah memiliki tujuan yang sama yaitu menyampaikan kebaikan tanpa melalui kekerasan dan paksaan.

#### **B. Saran**

Setelah penelitian dan analisis mendalam yang dikerjakan oleh penulis pada Majalah Bobo Edisi Mei 2020, maka penulis bisa memberikan saran yang mudah-mudahan bisa berguna untuk seluruh pihak baik pembaca, penulis, dan semua kalangan yang menghendaki mendalami teknik komunikasi persuasif pada Majalah Bobo. Adapun saran-sarannya sebagai berikut:

1. Penelitian yang telah dikerjakan hanya fokus pada teori yang sudah ada. Maka dari itu, kepada peneliti berikutnya supaya dapat memperoleh dan mengembangkan teknik komunikasi persuasif yang lain, sehingga bisa menjadi bahan tambahan lebih luas untuk dibuat referensi dasar pada penelitian berikutnya.

2. Kepada para peneliti berikutnya dan pendakwah sebaiknya sadar bahwa karya tulis berupa majalah umum juga bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah dalam menyampaikan teknik komunikasi persuasif. Dengan demikian, kepada peneliti berikutnya maupun pedakwah bisa belajar bagaimana cara penulisan dan penyampaian dakwah dalam majalah menjadi lebih menarik dan bisa digunakan sebagai sarana media dakwah yang menyenangkan, tidak kaku, menarik, namun tetap informatif dan edukatif sehingga membawa dampak positif bagi pembacanya.
3. Semoga hal-hal yang bagus pada penelitian ini menjadi masukan yang bisa mengembangkan karya tulis berupa majalah yang menarik, edukatif, berisi pesan-pesan kebaikan yang dapat dijadikan teladan atau dapat dipetik hikmahnya untuk diterapkan dalam kedidupan sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan bintang, 1977)
- Ahmad Tanzeh, "*Metodologi Penelitian Praktis*", (Yogyakarta: Teras, 2011)
- Alo, Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2011)
- Arswendo Atmowiloto, *Mengarang Itu Gampang*, (Jakarta: Suberta Citra Pustaka, 1995)
- Assegaff, Dja'far, "*Jurnalistik Masa Kini (Pengantar Praktek Kewartawanan)*", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983)
- Azwar, Syaifudin, "Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya", (Yogykarta: Pustaka Pelajar, 1997)
- Bungin & Burhan, "*Analisa Data Penelitian Kualitatif*", (Jakarta: Prenada Media Group, 2008)
- Departemen Agama RI, "*Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-Jumanatul Hadi Mutiara Pedoman Hidup*", (Bandung: J-Art, 2002)
- Effendy, Onong Uchjana, "*Dinamika Komunikasi*", (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002)
- Eriyanto, "*Analisis Naratif: Dasar-dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*", (Jakarta: Kencana, 2013)
- Firdaus Al-Hasyam dan Rudy Haryono, *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-Indonesia Inggris*, (Surabaya: Gitamedia Press, 2006)
- Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992)
- Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019)
- Ilahi, Wahyu, "*Komunikasi Dakwah*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Jumantoro, Totok, "*Psikologi dakwah: dengan aspek-aspek kejiwaan yang Qur'ani*", (Wonosobo: Amzah, 2001)

- Kafie, Jamaludin, *“Psikologi Dakwah”*, (Surabaya: Indah Surabaya, 1993)
- Krippendorf, Klaus, *“Analisis Pengantar Teori dan Metodologi”*,  
(Jakarta: Rajawali Press, 1991)
- Maarif, Bambang S., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2010)
- Maarif, Zainul, *Logika Komunikasi*, (Depok: Rajawali Pers, 2015)
- Moleong, Lexy J., *“Metode Penelitian Kualitatif”*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994)
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya, Edisi 5*, (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015)
- Nurdin, Aminuddin, *Komunikasi Dalam Praktik: Kreatif dan Bersahabat*,  
(Jakarta: Gagas Bisnis, 2016)
- Riswandi, *Psikologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- Saryono, *“Metode Penelitian Kualitatif”*, (Bandung: PT. Alfabeta, 2010)
- Sastropoetro, Santoso R.A., *“Partisipasi, Komunilasi, Persuasi, dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional”*, (Bandung: Alumni,1988)
- Subagyo, Joko P., *”Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek”*,  
(Jakarta: Rineka Cipta, 1991)
- Syahputra, Iswandi, *“Komunikasi Propetik: Konsep dan Pendekatan”*,  
(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007)

## **Jurnal**

- Candrasari, Satya dan Salman Naning. 2019. Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan
- Isyana Putri, Frieda, S, Hapsari Dwiningtyas, dkk. 2015. Teknik-Teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube).  
Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Diponegoro
- Kabupaten Bogor Dalam Penyuluhan Penyakit Kaki Gajah. *Kalbisocio*, Volume 6 No. 1.
- Taufik, Mhd. dan Isril. 2013. Implementasi Peraturan Daerah Badan Permusyawaratan Desa.  
*Jurnal Kebijakan Publik*, Volume 4, Nomor 2.

## Skripsi

- Fatimah, 2018, “Teknik Komunikasi Dalam Buku *Speak To Change* Karya Jamil Azzaini”, Skripsi, FDK, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sumatera Utara, Medan
- Febriani, Fitra, 2015, “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku *Hijab I’m In Love* Karya Oki Setyana Dewi”, Skripsi, FDK, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Qotriyah, Lailatul, 2019, “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau”, Skripsi, FDK, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo, Semarang
- Uyun, Nadzrotul, 2017, “Novel Rindu Karya Darwis Tere Liye Sebagai Media Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Dakwah”, Skripsi, FDK, Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Raden Intan, Lampung

## Internet

- <http://pengertiandefinisi.com/pengertian-teknik-dalam-dunia-ilmu-pengetahuan-dan-teknologi/> diakses pada Kamis, 31 Desember 2020 pukul 21.00 WIB
- <http://www.gramediamajalah.com/brand/bobo> diakses pada Selasa, 15 Juni 2021
- <https://almanhaj.or.id/3345-mari-berbuat-baik-selalu.html> diakses pada Kamis, 31 Desember 2020 pukul 23.00 WIB
- <https://greatmind.id/article/makna-kebaikan> pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 00.08 WIB
- <https://helohehat.com/parenting/anak-1-sampai-5-tahun/manfaat-baca-buku-untuk-anak/#gref> diakses pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 02.13 WIB
- <https://kbbi.web.id/persuasif> diakses pada Senin, 8 Januari 2021 pukul 15.05 WIB
- <https://pih.kemlu.go.id/files/UUNo23tahun2003PERLINDUNGANANAK.pdf>. diakses pada 1 Februari 2021 pukul 00.06 WIB.
- <https://sahabatkeluarga.kemdikbud.go.id/laman/index.php?r=tpost/xview&id=249900529> pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 02.42 WIB
- <https://support.google.com/manufacturers/answer/7494266?hl=id> diakses pada Minggu, 31 Januari 2021 pukul 20.45 WIB).
- <https://www.gridstore.id/brand/detail/51/bobo> diakses pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 03.07 WIB
- <https://www.kelaspintar.id/blog/parenting/kenapa-mengajarkan-kebaikan-pada-anak-itu-penting-152/> diakses pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 03.00 WIB

Komunikasi Persuasif - Pengertian, Bentuk, Unsur, Tujuan, dan Penjelasan

PakarKomunikasi.com diakses pada Senin, 8 Januari 2021 pukul 14.53 WIB

<https://bersamadakwah.net/surat-at-taubah-ayat-119/> diakses pada Rabu, 30 Juni 2021  
pukul 17.02 WIB

<https://saintif.com/implementasi-adalah/> diakses pada Minggu, 18 Juli 2021 pukul 22.17 WIB

**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI MAJALAH BOBO EDISI MEI 2020**

**Gambar 1. Cover Majalah Bobo**



*(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)*

**Gambar 2. Daftar Isi Majalah Bobo**



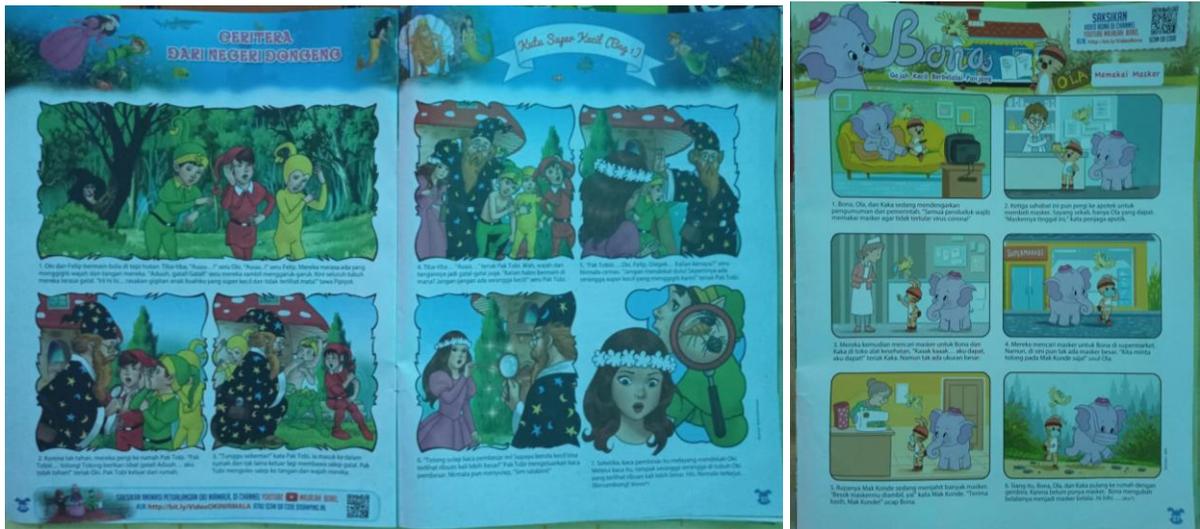
*(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)*

Gambar 3. Rubrik Cerita Pilihan



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

### Gambar 4. Cerita Bergambar Majalah Bobo



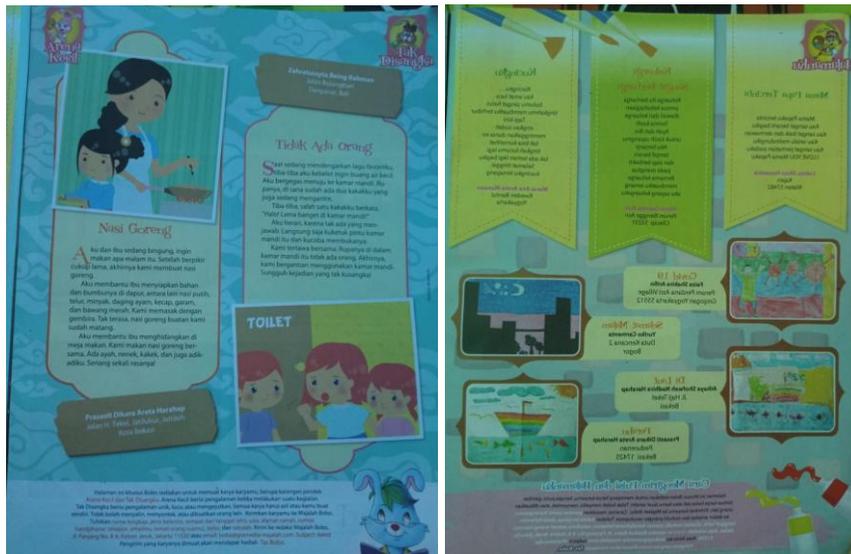
(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

Gambar 5. Rubrik Artikel Pilihan



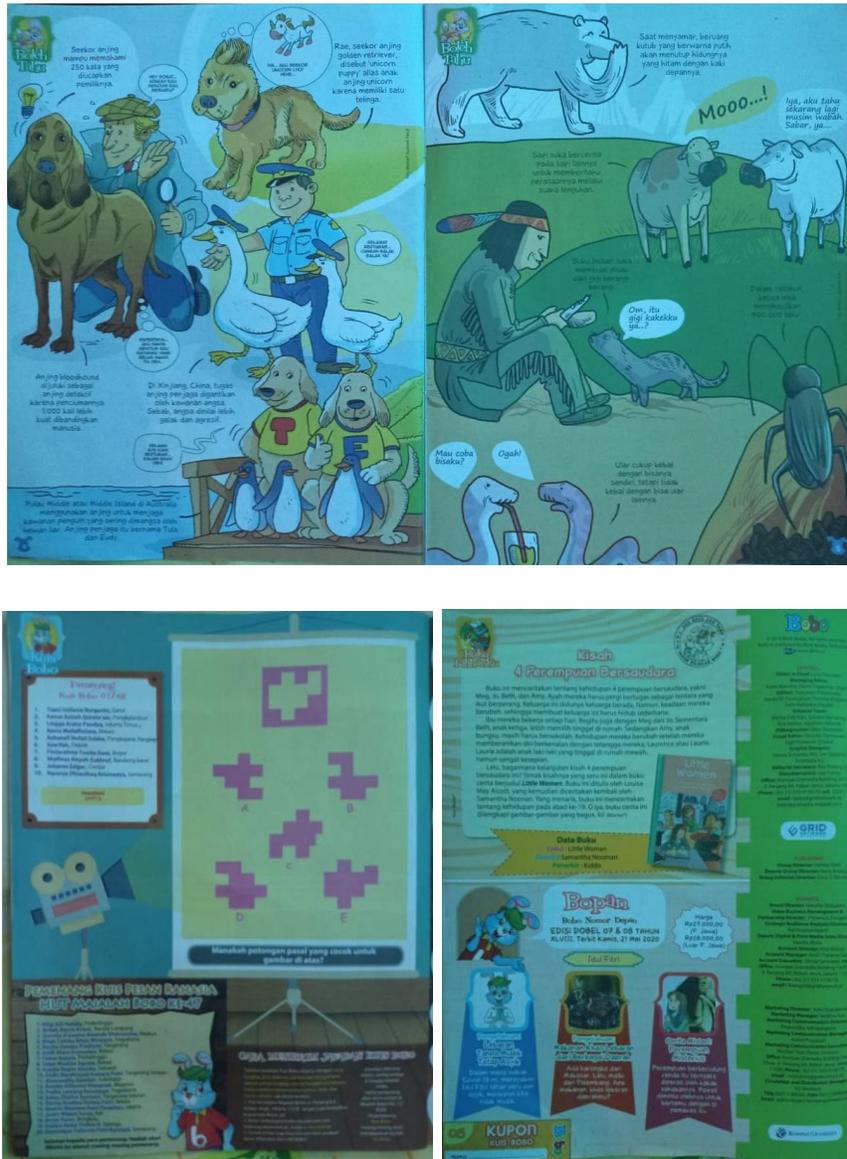
(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

Gambar 6. Rubrik Dari Teman



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

## Gambar 7. Rubrik Rupa-Rupa



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

Gambar 8. Rubrik Pin Up



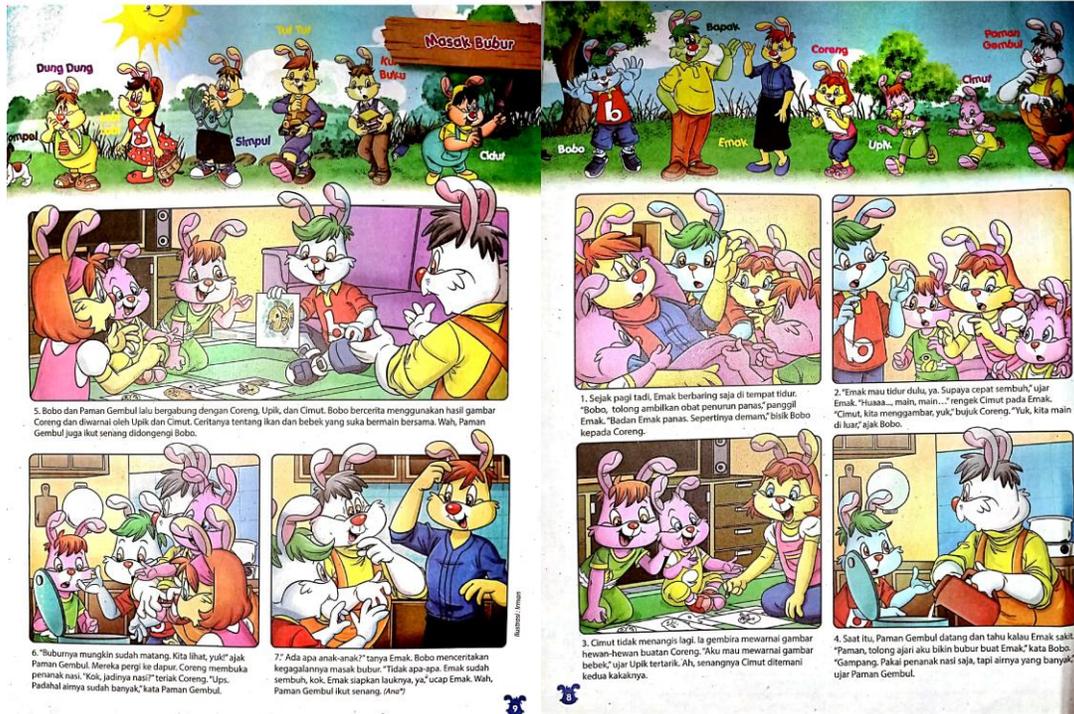
(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

Gambar 9. Rubrik Cerita Pilihan Tiing dan Glagah



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020)

### Gambar 10. Rubrik Cerita Bergambar Masak Bubur

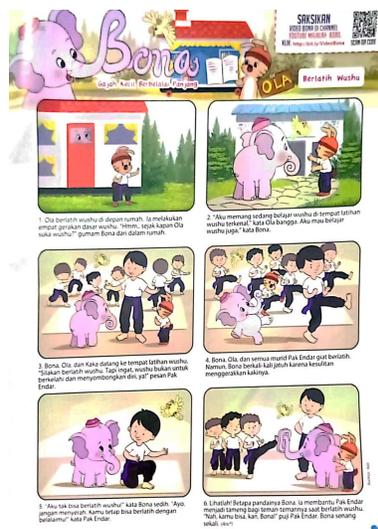


Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

(Sumber: Majalah Bobo Terbit 7 Mei 2020)

### Gambar 11. Rubrik Cerita Bergambar Berlatih Wushu



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 28 Mei 2020)

## Gambar 12. Rubrik Cerita Pilihan Rahasia Liona Singa



### Rahasia Liona Singa

Oleh Muhammad Fauzi

"Belajar seperti sekolah?" tanya Liona terkejut.  
"Ya, seperti sekolah," sahut Mona.  
"Aku tidak mau pergi sekolah. Nanti Beora Beo itu akan mengejekku. Belum lagi kalau bertemu Jessi Kuda Poni yang rambutnya panjang dan indah itu," kilah Liona.  
Mona Monyet tetap membujuk Liona untuk pergi ke sekolah. Ia datang setiap hari untuk membujuk sahabatnya itu.  
"Bagaimana kalau aku yang diculik oleh pemburu?" tanya Mona suatu sore.  
Liona langsung bersedia hati saat membayangkan akan kehilangan satu-satunya sahabat. Ia bertambah sedih saat Mona Monyet pergi meninggalkannya.  
Dengan langkah gontai, Liona pergi ke danau untuk minum. Di danau, Liona bertemu dengan hewan-hewan lain yang juga sedang minum. Di antara mereka ada Jessi Kuda Poni yang rambutnya panjang dan indah.

"Liona, Liona, Lionaaa... Kamu sudah tahu? Duh, kasihan sekali uhuk uhuk..." ucap Mona.  
"Ada apa, sih? Terangkan dulu dirimu supaya tidak batuk-batuk begitu," sahut Liona.  
"Ruru Rusa tertangkap oleh pemburu," tangis Mona Monyet.  
"Karena itu, semua penghuni hutan harus belajar menghadapi pemburu pada Bu Moli Gajah," sambung Mona.  
"Ayo! Lina, Lina. Aku sudah sering mendengarmu mengaum. Kalau kita belum lama kenal, aku pasti sudah lari ketakutan mendengar suamamu," ucap Mona Monyet.  
Mona Monyet terus membujuk Liona Singa. Liona merasa iba karena Lulu Tupai ditangkap pemburu. Namun, Liona tetap merasa malu. Akhirnya, kedua sahabat itu berjanji untuk bertemu keesokan harinya.  
Keesokan harinya, Mona Monyet datang dengan suara riuh.

"Suaramu, kan, besar menggelegar saat mengaum. Kenapa kamu tidak coba menyuruh para pemburu itu pergi?" tantang Mona.  
"Ah, suaraku biasa saja," jawab Liona.  
"Ayo! Lina, Lina. Aku sudah sering mendengarmu mengaum. Kalau kita belum lama kenal, aku pasti sudah lari ketakutan mendengar suamamu," ucap Mona Monyet.  
Mona Monyet terus membujuk Liona Singa. Liona merasa iba karena Lulu Tupai ditangkap pemburu. Namun, Liona tetap merasa malu. Akhirnya, kedua sahabat itu berjanji untuk bertemu keesokan harinya.  
Keesokan harinya, Mona Monyet datang dengan suara riuh.

"Kasihah Lulu Tupai, ia menangi saat ditangkap pemburu," cerita Mona.  
"Memangnya kamu tidak menolonyanya?" tanya Liona.  
"Aku? Aku sudah berteriak nyaring menyuruh pemburu itu untuk melepaskan Lulu dan pergi dari hutan kita," pekik Mona marah.  
"Tapi, sepertinya pemburu itu tidak peduli. Mereka tidak mendengar teriakanku," sesal Mona sambil meneteskan air mata.  
"Sendainya di hutan kita ini ada hewan yang bisa membuat pemburu takut. Pasti hutan tempat tinggal kita ini akan selalu aman," gumam Liona.

"Liona, besar ke sekolah, yuk!" ajak Jessi Kuda Poni.  
"Di sekolah kita bisa punya banyak teman," timpal Beora Rurung Bero.  
Liona memandang ke arah Beora. Tak jauh dari tempat Beora bertengger, ada Mona Monyet, sahabat setianya.  
"Hein... Aku malu," brik Liona.  
"Kenapa harus malu? Kami semua sudah tahu, kok, mengapa kamu tidak punya rambut," ujar Mona Monyet.  
"Singa betina seperti kamu memang tidak memiliki rambut. Hanya singa jantan yang punya rambut," ucap Jessi Kuda Poni.  
"Kalian tahu dari mana?" tanya Liona heran.  
"Dari sekolah, Bu Moli menjelaskan tentang semua hewan penghuni hutan, termasuk kelebihan dan kekurangannya," sahut Jessi Kuda Poni.  
"Ssst... Bu Moli juga memberi tahu rahasia setiap hewan, lo. Kalau kamu mau tahu rahasia burung beo, kamu harus datang ke sekolah beo!" brik Sasa Angia yang dari tadi diam saja.  
"Ha ha ha!" tawa mereka bersama.  
Esoknya, Liona Singa pergi ke sekolah bersama Mona Monyet. Di sekolah, ia bertemu banyak teman. Liona senang sekali karena tidak ada teman yang mengejeknya.  
Sejak itu, Liona menjadi singa yang riang dan pemberani. Mereka berbagi tugas menjaga hutan. Beora Burung Beo bertugas menjadi pengintai. Mona Monyet bertugas memberi tahu hewan lain. Liona bertugas mengaum dengan suara keras saat pemburu datang.



(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

## Gambar 13. Rubrik Cerita Bergambar Membeli Masker



1. Bona, Oia, dan Kaka sedang mendiskusikan pengumuman dari pemerintah. "Semua penduduk wajib memakai masker agar tidak terlahir virus corona!"

2. Ketika sahabat ini pun pergi ke apotek untuk membeli masker. Sayangnya, hanya Oia yang dapat. "Maskernya tinggal ini," kata penjaga apotek.

3. Mereka kemudian mencari masker untuk Bona dan Kaka di toko alat kesehatan. "Kakak kakak... aku dapat, aku dapat!" teriak Kaka. Namun tak ada ukuran besar.

4. Mereka mencari masker untuk Bona di supermarket. Namun, di sini pun tak ada masker besar. "Kita minta tolong pada Mak Konde saja!" ucap Oia.

5. Rupanya Mak Konde sedang menjahit banyak masker. "Besok maskermu diambil, ya?" kata Mak Konde. "Terima kasih, Mak Konde!" ucap Bona.

6. Siang itu, Bona, Oia, dan Kaka pulang ke rumah dengan gembira. Karena belum punya masker, Bona mengubah belalainya menjadi masker betalis. Hi hihi... ah-ah!

(Sumber: Majalah Bobo Terbit 14 Mei 2020)

## Gambar 14. Rubrik Cerita Pilihan Tugas Akhir Gush



**TUGAS TERAKHIR GUSH**  
Oleh Lenita Winandri

Gush Angin Sepoi ingin seperti Tora Angin Topan. Tubuh Tora membentuk pusaran warna hitam yang besar sekali. Setiap kali ia berjalan, beberapa pohon terangkut dari rumah ke dalam subuhnya. "Seperti yang diinginkan sekali, tidak seperti pekerjaan yang membosankan," gumam Gush. Gush mencoba meniru apa yang dilakukan Tora, membentuk pusaran angin, lalu menerbangkan beberapa helikopter. "Mungkin sebaiknya aku meminta Tora mengajarku," gumamnya. Setelah melihat Tora selesai bermesin, Gush mengampuninya. "Hai Tora, bisakah kau mengajarkan membentuk pusaran sebesar tadi?" tanya Gush. Tora tertawa dan berkata kalau dengan tubuh besarnya itu, Gush tidak akan pernah bisa membentuk pusaran besar. Sambil memunduk sedih, Gush berbalik terbang menuju ke lain kawasan Angin.

"Dewa Angin sungguh tidak adil," gerutu Gush. Gush merasa sebatang sebatang kelantan seperti Tora. Apalagi, ia yang paling rajin di antara semua Bangsa Angin. "Coba kau menghadap Rori, sahabatnya. "Benakah?" tanyanya tidak percaya. "Mendengar seperti itu. Tapi, Gush, cobalah pikirkan lagi permintaannya itu," ucap Rori lagi. Gush langsung terbang menuju istana Dewa Angin sedang duduk di singgahsanya. Setelah menggapak salim dan membungkuk, Gush mengutarakan niatnya. "Maksud Angin Topan seperti Tora?" tanya Dewa Angin keheranan. Diikuti berkerut, pemerhati yang artinya menelus pengembara yang panjang. "Benar, Dewa," jawab Gush. "Sudahkan kau lakukan baik-baik permintaannya?"

Tentu saja Gush sudah memikirkannya. Ia sangat ingin menjadi Angin Topan yang kuat sejak lama. "Bahkan," kata Dewa Angin, ia menggumamkan sebuah mantra dan itu bisa saja tubuh Gush berubah menjadi lebih besar. "Woooo!" seru Gush kagum. "Terima kasih, Dewa. Aku berjanji akan semesta ingin bekerja." Tugas pertama Gush adalah berputar di sebuah lahan pertanian luas. Tubuhnya berubah menjadi pusaran angin besar kentutman. Gush dapat meratakan pohon-pohon jagung terangkut, lalu berputar di dalam tubuhnya. "Bagaimana tugas pertamamu?" tanya Rori ketika mereka bertemu. "Ya, tentu saja, Gush bersemangat. Dengan tubuhnya yang lebih besar dan tinggi, Gush bisa lebih gampang dengan jangkauan lebih luas. Sudah hampir dua minggu, Gush menjadi Angin Topan dan semua tugas ia lakukan dengan baik. Berputar di lahan pertanian, padang rumput, hutan, semuanya

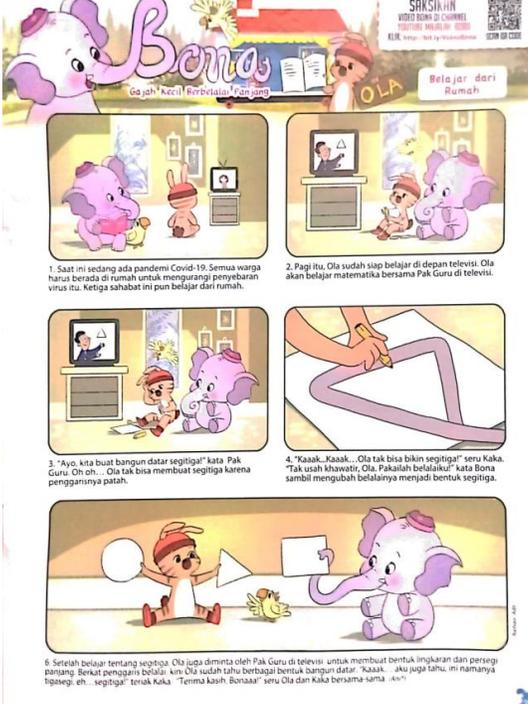
Dengan dipanggil rasa bertaah, Gush kembali ke kawasan Angin. "Apa yang sudah kau lakukan, Rori?" katanya sambil menaruh. "Iya, sudah permintaannya, Gush," jawab Rori.

Akan tetapi tugas Gush semakin kecil. Ia sangat menyesal karena sudah menghabiskan waktu di sana yang mulanya sangat cantik itu. Sejak saat itu, Gush tidak bekerja selama seminggu. Suatu hari Rori mendatangnya dengan wajah cemas. "Aku tidak mau bekerja lagi!" kata Gush ketika Rori bertanya. "Dewa Angin memanggilmu," kata Rori.

Gush ketukutan. Dewa Angin pasti marah besar, pikirnya. Namun, ia tetap pergi menemui panggilan Dewa. Dengan gugup, Gush memasuki istana dan membungkukkan badan. "Kudengar kau sudah bolos bekerja berhari-hari. Mengapa?" tanya Dewa Angin. Mata Dewa Angin memancarkan kemarahan, membuat tubuh Gush semakin gemetar. "Iya... betul, Dewa," jawab Gush gagap. "Iya, mengapa aku menanyakan apakah kau sudah bekerja? Lagi-lagi, Dewa Angin, kali ini rasanya lebih lambat. "Sebenarnya, mantra itu hanya berlaku sementara." Gush menatap Dewa Angin tak percaya. "Jadi, bisakah aku kembali menjadi angin-topan?" tanyanya. Dewa Angin menangguk. "Tapi ada satu tugas terakhir yang harus kau lakukan sebelum Angin Topan." Gush ragu. Tapi ia tidak bisa menolak perintah lagi.

(Sumber: Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020)

## Gambar 15. Rubrik Cerita Bergambar Belajar Dari Rumah



**Bono**  
dia jahn kecil Beribukala orang jawa

**OLA** Belajar dari Rumah

1. Saat ini sedang ada pandemi Covid-19. Semua warga harus berada di rumah untuk mengurangi penyebaran virus itu. Ketiga sahabat ini pun belajar dari rumah.

2. Pagi itu, Ota sudah siap belajar di depan televisi. Ota akan belajar matematika bersama Pak Guru di televisi.

3. "Ayo, kita buat bangun datar segitiga!" kata Pak Guru. Oh oh... Ota tak bisa membuat segitiga karena penggarisnya patah.

4. "Kaaak... kaaak... Ota tak bisa bikin segitiga!" seru Kaka. "Tak salah khawatir, Ota. Pakallah belakukuk!" kata Bona sambil mengubah belainya menjadi bentuk segitiga.

6. Setelah belajar tentang segitiga, Ota juga diminta oleh Pak Guru di televisi untuk membuat bentuk lingkaran dan persegi panjang. Berkat penggaris belai, kini Ota sudah tahu berbagai bentuk bangun datar. "Kaaak... aku juga tahu, ini namanya tgisegi, eh... segitiga" teriak Kaka. "Terima kasih Bonaasar" seru Ota dan Kaka bersama-sama. Ahh...

(Sumber: Majalah Bobo Terbit 21 Mei 2020)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Syadza Haniya Anwar

NIM : 1701026079

Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 18 April 1999

Alamat : Jalan Sidoluhur XV No. 11 Semarang

Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Email : syadzahaniyaanwar@gmail.com

Pendidikan Formal :

- TK Muslimat NU Tarbiyatul Athfal
- SD N Muktiharjo Kidul 01 Semarang
- SMP Pondok Modern Selamat Kendal
- SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang

Pendidikan non-Formal :

- Pondok Modern Selamat Kendal
- Akademi Trainer Muda
- Kresna Language Institute

Pengalaman Organisasi :

- Sekretaris umum Radio Komunitas MBS FM
- Penanggungjawab Alat dan Studio Walisongo TV
- Humas Siaga Peduli Semarang
- Relawan Nusantara Rumah Zakat
- Relawan Yatimplay Semarang