

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Teknik Komunikasi Persuasif dalam Mensosialisasikan Program Asta Protas pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Barat, dapat disimpulkan bahwa Kanwil Kemenag Sumbar menerapkan tiga teknik komunikasi persuasif, yaitu teknik tataan, teknik integrasi, dan teknik asosiasi. Sebagai berikut:

1. Teknik tataan diterapkan dengan menyusun pesan secara sederhana, jelas, konkret, dan menarik agar mudah dipahami masyarakat. Kanwil Kemenag Sumbar menggunakan bahasa sehari-hari, kalimat singkat, istilah yang familiar, serta contoh yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Selain itu, pesan disesuaikan dengan kondisi budaya masyarakat dan diperkuat melalui keterlibatan tokoh agama serta tokoh masyarakat. Teknik ini juga dilakukan dengan menjelaskan tujuan dan manfaat program serta mengajak masyarakat untuk menerapkannya melalui pesan yang jelas, relevan, dan pendekatan keteladanan.
2. Teknik integrasi diterapkan dengan membangun kedekatan dan kesamaan antara Kanwil Kemenag Sumbar dengan masyarakat. Hal tersebut dilakukan melalui sinergi antara ulama dan umara, penyerapan informasi mengenai kondisi masyarakat melalui KUA dan jajaran unit kerja, serta penyesuaian pesan dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan masyarakat. Kanwil Kemenag Sumbar juga menghubungkan program dengan persoalan nyata yang dihadapi masyarakat, seperti pemberdayaan ekonomi umat.

Dengan demikian, masyarakat diposisikan bukan hanya sebagai penerima program, tetapi sebagai bagian dari proses pencapaian tujuan program.

3. Teknik asosiasi diterapkan dengan menghubungkan pesan Program Asta Protas dengan peristiwa atau fenomena yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Penerapannya terlihat dalam sosialisasi Program Penguatan Ekoteologi yang dikaitkan dengan fenomena kerusakan lingkungan, banjir, galodo, dan longsor. Fenomena tersebut digunakan untuk menjelaskan pentingnya menjaga keseimbangan alam dan menghubungkannya dengan nilai-nilai keagamaan. Teknik ini kemudian diwujudkan melalui kegiatan nyata seperti penanaman pohon mangrove dan pelepasan benih kura-kura.

Secara keseluruhan, ketiga teknik tersebut saling melengkapi dalam proses sosialisasi Program Asta Protas. Teknik tataan berperan dalam mengemas pesan, teknik integrasi membangun kedekatan dengan masyarakat, sedangkan teknik asosiasi menghubungkan pesan dengan fenomena nyata. Ketiganya digunakan untuk membantu masyarakat memahami, menerima, dan terdorong menerapkan nilai-nilai Program Asta Protas dalam kehidupan sehari-hari.

## **2. Saran**

1. Bagi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Barat

Kanwil Kemenag Sumbar diharapkan dapat mempertahankan penggunaan bahasa yang sederhana, konkret, dan dekat dengan kehidupan masyarakat dalam mensosialisasikan Program Asta Protas. Penggunaan istilah yang mudah dipahami perlu terus dipertahankan agar masyarakat dari berbagai

latar belakang dapat memahami pesan program dengan baik. Kanwil Kemenag Sumbar juga diharapkan dapat meningkatkan evaluasi terhadap proses sosialisasi, khususnya dalam melihat sejauh mana pesan yang disampaikan telah dipahami dan diterapkan oleh masyarakat. Evaluasi tidak hanya melihat perubahan kondisi lingkungan atau pelaksanaan kegiatan, tetapi juga dapat memperhatikan respons masyarakat terhadap pesan, media, dan metode komunikasi yang digunakan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema komunikasi persuasif dan Program Asta Protas, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan mengkaji teknik komunikasi persuasif lainnya yang belum menjadi fokus dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga dapat melihat penerapan Program Asta Protas dari perspektif masyarakat sebagai komunikan, sehingga dapat diketahui bagaimana penerimaan, pemahaman, dan respons masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh Kanwil Kemenag Sumbar. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan objek atau wilayah penelitian yang berbeda agar memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai penerapan komunikasi persuasif dalam mensosialisasikan Program Asta Protas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyara, H. A. (2024). Teknik komunikasi persuasif Kantor Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Tolitoli dalam mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (*Skripsi*)
- Burgen, Michael, & Huffer, Michael. (2002). Human communication (hlm. 66–79). Sage Publications
- Burgen, Michael, & Huffer, Michael. (2002). Human communication. Sage Publications.
- Cialdini, Robert B. (2009). Influence: Science and practice (5th ed.).
- Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 98–105..
- DeVito, Joseph A.. (2016). The interpersonal communication book (14th ed., hlm. 45–60). Pearson.
- Drs. Nasaruddin Siregar, M.SI, Dra. Sari Endah Nursyamsi, Junengsih, ‘*Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Kabasa Dalam Mengajak Anak Jalanan Untuk Belajar*’, Jurnal Ilmu Komunikasi, 27.3 (2022), p. 306
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.hal. 21
- Effendy, Onong Uchjana (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana (2008). *Dinamika komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Effy Wardati Maryam & Ramon Ananda Paryontori, *Psikologi Komunikasi*, ed. Dwi Nastiti (Jawa Timur: UMSIDA Press, 2020), 92–94.
- Fasha Umh Rizky, Nur Syam, ‘*Komunikasi Persuasif Konten Youtube Kementrian Agama Dalam Mengubah Sikap Moderasi Beragama*’, Jurnal Ilmu Komunikasi, 11.1 (2021), p. 23
- Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi* [Persuasive Communication: Approaches and Strategies] (PT Remaja Rosdakarya, 2019)
- Herdiyan Maulana and Gumgum Gumelar, “*Psikologi Komunikasi Persuasi*” (Jakarta: FIP Press, 2013), 12–13.

<https://idr.uinantasari.ac.id/10670/1/PENGANTARMETODOLOGIPENELITIAN.pdf>

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Program Asta Protas Kementerian Agama Republik Indonesia*. Kementerian Agama RI.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). Keputusan Menteri Agama Nomor 244 Tahun 2025 tentang Program Prioritas Menteri Agama Tahun 2025–2029. Kementerian Agama RI.
- Kotler, Philip, & Lee, Nancy. (2008). *Social marketing: Influencing behaviors for good* (3rd ed.). Sage Publications.
- Maryam, E. W., & Paryontori, R. A. (2020). Psikologi komunikasi. UMSIDA Press
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). Psikologi komunikasi persuasi. FIP Press.
- Morezsa, R. O. (2020). Komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja mengatasi kenakalan remaja di Kabupaten Indragiri Hulu (*Skripsi*)
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nothstine, William L.. (1991). *Influencing others: A handbook of persuasion*. Prentice Hall.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edited by Syahrani. Antasari Press. Kalimantan Selatan : Antasari Press, 2011.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rizky, F. U., & Syam, N. (2021). Komunikasi persuasif konten YouTube Kementerian Agama dalam mengubah sikap moderasi beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 23.
- Roekomy. (1992). *Dasar-dasar persuasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rogers, Everett M.. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016)
- Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Junengsih. (2022). Teknik komunikasi persuasif pengurus Kabasa dalam mengajak anak jalanan untuk belajar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(3), 306.
- Schramm, Wilbur. (1973). *Men, messages, and media: A look at human communication*. Harper & Row.
- Soemirat, Soleh, Suryana, Asep, & Satari, Hidayat. (2008). Komunikasi persuasif. Universitas Terbuka.

- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (hlm. 245–252). Alfabeta.
- Zamroji, I., & Alisa, R. (2025). Teknik komunikasi persuasif Muhammad Husein melalui YouTube dalam membangun kesadaran. *Risalah: Merintis Dakwah Melanjutkan*, 8(1).