

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan informasi yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa:

1. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh persuader yang dalam hal ini yaitu penggerak *BGSG* memperoleh hasil yang kurang maksimal. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya keterangan dari persuader bahwa perkiraan masyarakat yang masih aktif membaca Bhagavad Gita melalui kegiatan *BGSG* hanya sekitar 25%. Kegagalan mempersuasi masyarakat tersebut juga didukung dengan alasan yang cukup kuat dimiliki oleh masyarakat yang memilih berhenti mengikuti kegiatan *BGSG* setelah sebanyak enam kali sempat mengikuti kegiatan tersebut.
2. Teknik-teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh persuader untuk mempengaruhi masyarakat yaitu teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran serta teknik asosiasi. Teknik integrasi dilakukan dengan menenkankan kepada persuade bahwa persuader juga masih dalam proses belajar untuk mendalami Bhagavad Gita. selain itu, ia juga menghindari kalimat-kalimat yang mengarah kepada anggapan bahwa persuader memposisikan diri lebih tinggi dari persuade. Teknik tataan dilakukan dengan berlatih mengungkapkan kata-kata yang mudah dimengerti dan berperilaku sopan. Teknik ganjaran dilakukan dengan mengungkapkan testimoni-testimoni setelah mereka melakukan pembacaan Bhagavad Gita. Terakhir teknik asosiasi dilakukan dengan menyampaikan cerita-cerita mengenai keagungan Tuhan Krishna.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian, maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan bisa membantu meningkatkan minat masyarakat untuk mendalami Bhagavad Gita melalui kegiatan *BGSG* yaitu:

1. Lebih meningkatkan perhatian kepada masyarakat Hindu di Gorontalo khususnya kepada masyarakat yang memiliki motivasi rendah untuk mempelajari Bhagavad Gita.
2. Ciptakan suasana yang menyenangkan saat melakukan kegiatan diskusi Bhagavad Gita bersama masyarakat agar mereka lebih bersemangat untuk mengikuti kegiatan *BGSG*.
3. Dalam upaya untuk mengajak masyarakat mengikuti kegiatan *BGSG*, hindari rasa terburu-buru yang akan menimbulkan kesan memaksa karena akan membuat persuade justru merasa digurui. Hal tersebut membuat persuade kehilangan niat untuk mengikuti kembali kegiatan *BGSG*. Dalam proses mempersuasi masyarakat hendaknya dilakukan secara bertahap.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmayasa. (2017). Mengenal Bhagavad Gita Sebagai ‘Pancamo Veda. Retrieved from <https://phdi.or.id/artikel/mengenal-bhagavad-gita-sebagai-pancamo-veda>
- Devi, P. J. (2010). *Gita Mahatnya (Dewa siva mengagungkan Bhagavad Gita)*. Tangerang: Hanuman sakti.
- Effendi, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fahrudin, A. (2013). Saiwasiddhanta Penelusuran Aliran Siwaisme Di Jawa Timur Periode Klasik. *Avatara, 1*(2).
- Fajriah, N. (2019). Kerukunan Umat Beragama: Relevansi Pasal 25 Piagam Madinah dan Pasal 29 UUD 1945. *SUBSTANTIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin, 21*(2), 162–169.
- Lestari, M. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menarik Minat Kreditur untuk Melakukan Kredit di PT. Adira Finance Pekanbaru*. 7(1), 45–56.
- Nasution, I. N. (2018). *Upaya Bimbingan Kementerian Agama Dalam Mengantisipasi Masyarakat Dari Aliran Sesat Di Kabupaten Langkat*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Pratama, E. P. (2019). *Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Remaja Muslim Karang Taruna Dusun Hargobinangun Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan*. UIN Raden Intan Lampung.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana.
- Sari. (2017). Konsep Bhakti Ajaran Kapiladeva Dalam Śrīmad Bhāgavatam (Kajian Filsafat Ketuhanan). *Jurnal Penelitian Agama Hindu, 1*(2), 479–488.
- Sastrawan, K. B. (1980). *Filsafat ilmu pengetahuan kitab suci weda*. 37–44.
- Schutte, S. K. (1993). International Society for Krishna Consciousness, Inc. v. Lee: The Public Forum Doctrine Falls to a Government Intent Standard. *Golden Gate UL Rev.*, 23, 563.
- Sepjeki, I. (2019). *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Mitra Usaha (Studi Pada Perusahaan Herba Penawaran Alwahida Indonesia Cabang Bukit Tinggi)*. UIN IB Padang.
- Septiani, V., Sihabudin, A., & Kania, R. (2011). *Teknik Komunikasi Persuasif Dosen Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa (Studi Deskriptif di Kelas Non Reguler Angkatan 2008 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Setiyanti, S. W. (2012). Membangun kerja sama tim (kelompok). *Jurnal Stie Semarang*

(*Edisi Elektronik*), 4(3), 59–65.

Srimad, S. (2017). *Bhagavad Gita*. Indonesia: CV Hanuman Sakti.

Sugiarti. (2017). *Pembinaan Umat Hindu Di Jawa Timur (Analisis Terhadap Konsep Iksa, Sakti, Desa, Kala, Dan Tattwa)*. 8.

Suhanah, S. (2016). Kelompok Spiritual Sakkhi dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Keagamaan di Indonesia (Studi Hindu Khrisna Di Asram Prahlada Bumi Manti Lampung). *Harmoni*, 15(3), 117–130.

Suryani, W. (2015). Komunikasi Transendental Manusia-Tuhan Oleh: Wahidah Suryani IAIN Sultan Amai Gorontalo. *Jurnal Iain*, 12, 150–163.

Wagito, B. (2010). *Psikologi Kelompok*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Wartayasa, I. K. (2018). Kebudayaan Bali dan Agama Hindu. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 173–192.

Wiyono, E. H. (2007). *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Planata.

Zaenuri, A. (2017). *Tekhnik Komunikasi Persuasif dalam Pengajaran*. 7(1), 45–5