

**KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS KONGKOW NULIS  
DALAM MENINGKATKAN BUDAYA MENULIS DI KALANGAN MAHASISWA  
KOTA PEKANBARU**

**Apriyani Caroline**  
Email: olinesiahaan@gmail.com

Pembimbing: **Nova Yohana S.Sos, M.I.Kom**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telp/Fax. 0761-63277

***Abstract***

*The low level of culture of students writing caused by several factors such as the low reading interest, the assumption that writing is a difficult activity, and incorrect use of time, on a large scale will affect to the quality of human resources. Kongkow Nulis is a community that stands due to the low culture of writing among students, especially students in Pekanbaru. The persuasive effort of Kongkow Nulis in persuading students to improve their culture of writing is through their writing campaigns. This study aims to determine the credibility of communicators, messages, and methods of persuasion used by Kongkow Nulis Community to improve the culture of writing among students in Pekanbaru.*

*This research uses qualitative descriptive research method and using persuasive communication model of Applebaum & Anatol. The research informant consisted of Founder, co-Founder, 4 Members, and 2 Students from general circles had participated in Kongkow Nulis activities selected by using purposive technique. Data collection techniques were conducted through interviews, non-participant observation, and documentation. To achieve the validity of the data in this study, the researcher used triangulation and reference adequacy.*

*This results showed, first Kongkow Nulis community builds credibility as a communicator through two components, that is expertness and trustworthiness. Second, persuasive message consist of verbal and nonverbal messages. Verbal message conveyed are information about the authorship, such as steps to get started and get used to writing activities, tips and writing tricks, whose pattern is adopted from the programs of Kongkow Nulis through the use of language with the components of clarity, assignments, and accuracy. As well as nonverbal messages through the use of colors and interesting designs, physical artifacts through work in the form of book, as well as vibrant, assertive and relaxed communicator intonation. Third, efforts in improving the writing culture are done through persuasion methods with approaches adapted to the cognitive, lifestyle, and emotional needs of students in Pekanbaru.*

**Key Word : Persuasive Communication, Writing, Kongkow Nulis**

## Pendahuluan

Menulis merupakan sebuah keterampilan yang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain secara tidak langsung. Satini dkk. (2015:30) berpendapat bahwa kegiatan menulis merupakan proses penuangan pikiran, ide kreatif, dan perasaan ke dalam sebuah tulisan dengan bahasa yang sistematis agar dapat dimengerti dan dinikmati oleh orang lain. Dalam proses pelaksanaannya, Tarigan (dalam Rachmawati 2014 : 41) menjelaskan bahwa keterampilan menulis dipengaruhi dan membutuhkan kerjasama dengan keterampilan lainnya yaitu membaca dan menyimak. Artinya menulis menuntut pengalaman membaca, karena meskipun berbeda, keterampilan ini saling bekerjasama dan berkesinambungan. Lebih dalam, Satini dkk. (2015:30) juga menjelaskan bahwa kualitas menulis dapat berkembang dengan memperbanyak kegiatan membaca, karena mereka yang mampu menulis, biasanya adalah mereka yang mampu menyimak informasi dan mempunyai kualitas bacaan yang bagus.

Namun seiring berjalannya waktu, minat dalam dunia kepenulisan semakin menurun. Berdasarkan pemaparan di atas, minat menulis berhubungan dengan minat membaca. Berikut adalah studi yang menggambarkan minat baca di Indonesia. Studi "*Most Littered Nation In the World*" yang dilakukan oleh *Central Connecticut State University* pada Maret 2016 lalu, menyatakan Indonesia menduduki peringkat ke-60 dari 61 negara soal minat membaca. (<http://edukasi.kompas.com> diakses pada 09 Maret 2017). Survei UNESCO juga menyatakan bahwa minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001 %. Artinya, di suatu daerah, dalam seribu masyarakat hanya ada satu orang yang memiliki minat membaca (<http://techno.okezone.com> diakses 09 Maret 2017). Dari fakta di atas, dapat disimpulkan bahwa minat membaca di setiap daerah di Indonesia sangat rendah dan mempengaruhi minat menulis di Indonesia.

Belum lagi anggapan beberapa kelompok yang mengatakan bahwa menulis merupakan kegiatan yang sulit. Seperti yang dikemukakan Akhadiah (1998: 2) bahwa banyak mahasiswa yang menganggapnya menulis sebagai beban berat. Anggapan tersebut timbul karena kegiatan menulis adalah kegiatan aktif yang membutuhkan banyak tenaga, waktu, serta perhatian yang sungguh-sungguh dibanding membaca yang merupakan kegiatan pasif yang tidak terlalu banyak membutuhkan tenaga. Di samping itu, ada pula kelompok yang meragukan kegunaannya, apalagi jika tugas dikaitkan dengan mata kuliah yang bukan merupakan mata kuliah bidang studinya. Padahal kegiatan menulis tidak dapat dipisahkan dalam seluruh proses belajar yang dialami oleh kalangan pelajar (baik siswa maupun mahasiswa). Pengamatan peneliti juga turut didukung oleh pendapat seorang tenaga pengajar yang mengajar di beberapa perguruan tinggi di Pekanbaru yakni Chelsy Yesicha S.Sos, M.I.Kom yang mengemukakan pandangannya tentang minat menulis yang sekedar saja di kalangan mahasiswa di Kota Pekanbaru. (Hasil wawancara dengan Chelsy Yesicha, S. Sos, M. I Kom 05 September 2017). Rendahnya budaya menulis dapat menimbulkan masalah yang lebih kompleks dari sekedar permasalahan kecanggungan dalam menulis, yaitu ancaman rendahnya kualitas SDM yang serius, dan tidak mampu bersaing di pasar global.

Menyadari masalah tersebut ada beberapa komunitas yang berdiri karenanya. Beberapa komunitas berdiri karena rasa kepedulian terhadap kualitas SDM, namun belum ada komunitas dengan *social movement* yang luas yang berfokus pada kegiatan menulis. Komunitas Kongkow Nulis adalah komunitas yang berdiri karena realita tersebut, dan satu-satunya komunitas yang berfokus pada kegiatan membaca dan menulis tanpa terbatas *genre* di kota Pekanbaru. Komunitas ini didirikan oleh Hairil Habibi

dan Melati Octavia (*Founder* dan *Co-Founder* Komunitas Kongkow Nulis) pada September 2014, berawal dari keresahan mereka akan rendahnya minat membaca dan menulis pada masyarakat Pekanbaru khususnya di kalangan pelajar seperti siswa dan mahasiswa.

Kongkow Nulis melakukan penggebrakkan kembali kegiatan menulis di kalangan mahasiswa Pekanbaru, melalui beberapa program yaitu diantaranya; yang pertama *Weekend Baca*, menggelar *stand* buku-buku di tempat umum seperti *Car Free Day* yang dibawa sehingga orang-orang lewat bebas membaca buku. ] Pada program ini *member* juga berbagi buku dengan cara saling meminjamkan dalam jangka waktu tertentu. Program kedua yaitu Kongkow Ngobrolin. Kegiatan ini rutin diadakan dengan bentuk *sharing* dan pemberian edukasi oleh Komunitas Kongkow Nulis yang berkolaborasi dengan tenaga profesional dalam dunia kepenulisan kepada kalangan pelajar, gratis dan terbuka untuk umum. Program yang ke-tiga yaitu, komunitas ini mewajibkan setiap *member*-nya untuk menulis satu tulisan perminggu melalui sebuah kegiatan yang dinamakan *One Week One Post (OWOP)*. *My Writing Project (MWP)* adalah kegiatan atau program ke-empat yang berfokus pada pembuatan proyek karya selama 6 bulan sehingga menjadi karya terbaik versi dirinya sendiri . (Hasil wawancara dengan Hairil Habibi, *Founder* Kongkow Nulis 20 Juni 2017).

Karena target sasarannya adalah anak-anak muda di Pekanbaru yang terdiri atas kalangan mahasiswa, komunitas ini ‘membungkus’ semua program kampanye menulis melalui pendekatan yang menarik dan disesuaikan dengan mahasiswa Pekanbaru baik melalui kebiasaan gaya hidup dalam memanfaatkan waktu luang (*lifestyle*), emosional, dan kebutuhan kognitif sebagai mahasiswa. Dengan tujuan perubahan *mindset* mengenai kepenulisan, yang dilakukan dengan berkolaborasi dan didukung tenaga-tenaga profesional dalam bidang kepenulisan

lainnya. Memposisikan diri sebagai wadah tempat *member*-nya untuk terus berkembang dan meng-*explore* keterampilan menulis, Komunitas Kongkow Nulis melakukan beberapa kegiatan yang mampu melatih kemampuan menulis para *member*-nya.

Tujuan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Komunitas Kongkow Nulis merupakan proses penyampaian kampanye membaca dan menulis untuk meningkatkan minat dan kesadaran tentang pentingnya menulis sehingga membudaya dengan tujuan pembuatan karya. Dalam prosesnya kampanye menulis tersebut, Komunitas Kongkow Nulis melakukan upaya persuasif dengan pendekatan-pendekatan tertentu seperti pendekatan yang disesuaikan agar *persuadee*-nya tertarik dan terbuka dengan upaya persuasi yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan budaya menulis mahasiswa. Mar’at (dalam Soemirat 2008: 1.30) mengemukakan pengertian persuasif yang artinya adalah proses penyampaian informasi atau masalah kepada pihak tertentu dengan cara membujuk dengan tujuan setidaknya perubahan tanggapan. Kegiatannya dapat berupa upaya yang merubah sikap dan emosi komunikan atau *persuadee*, seperti seluruh tujuan kegiatan Kongkow Nulis untuk mengubah pandangan mahasiswa Pekanbaru mengenai dunia kepenulisan

Lebih dalam lagi Winston Brembeck dan William Howell menjelaskan mengenai komunikasi persuasif yaitu, ‘Usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan’ (dalam Soemirat dkk, 2008 :1.25). Tentu saja untuk merubah sikap atau emosi tersebut memerlukan proses yang tidak sebentar, dan untuk memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang sudah ditetapkan juga tidak mudah. Memerlukan pendekatan, metode khusus, dan proses yang cukup lama.

Demikian juga dalam proses perubahan pola pikir dan peningkatan budaya menulis di kalangan mahasiswa di Pekanbaru yang dilakukan oleh Komunitas Kongkow Nulis. Beberapa upaya yang dilakukan oleh Komunitas Kongkow Nulis yang melibatkan hubungan antara berbagai unsur komunikasi persuasif, seperti keterlibatan *persuader*, pesan-pesan yang mereka ingin tanamkan kepada mahasiswa di Pekanbaru dapat diterima melalui pendekatan kepada mahasiswa agar komunikasi persuasi pengkampanyean menulis dapat berjalan secara efektif.

Berdasarkan fakta yang telah dibahas di atas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana proses Komunitas Kongkow Nulis menggunakan komunikasi persuasif dalam meningkatkan budaya menulis, dimana sasarannya merupakan anak muda/ kalangan pelajar dan mahasiswa yang ada di Kota Pekanbaru. Sehingga penulis memilih penelitian yang berjudul “Komunikasi Persuasif Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru.”

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Persuasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian informasi, baik berupa pesan, simbol, gagasan, yang dilakukan oleh komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) untuk suatu efek yang diinginkan. Kegiatan komunikasi tidak melulu bersifat informatif untuk dimengerti orang lain saja, tapi juga bersifat persuasif untuk beberapa tujuan tertentu, seperti agar orang lain menerima paham yang dimaksudkan oleh komunikator, atau melakukan suatu kegiatan, tanpa terpaksa sesuai kehendak komunikator. Komunikasi persuasif berasal dari bahasa Inggris yaitu ‘*persuasion*’, sementara kata persuasi sendiri itu berasal dari bahasa Latin ‘*pesuasio*’ yang kata kerjanya adalah *persuader* yang berarti membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya.

Pengertian persuasi ini ditegaskan oleh Winston Brembeck dan William Howell (dalam Soemirat dkk, 2008 : 1.25-1.28) :

“*A means of Social Change*” yang berarti “Usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan.” Kedua Profesor tersebut mengubah pendapatnya dengan merumuskan persuasi sebagai “*Communication intended to influence choice*” (komunikasi yang diperuntukkan untuk memengaruhi pilihan). Lebih dalam, Bettinghouse juga menjelaskan: “Agar bersifat persuasif, suatu situasi komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang dengan menyampaikan beberapa pesan.”

Nothstine juga menjelaskan pengertian yang sama mengenai persuasif (dalam Soemirat dkk, 2008 : 1.25-1.28):

“Komunikasi Persuasif harus mempertimbangkan beberapa faktor yaitu kejelasan tujuan, komunikan, dan metode yang tepat agar komunikan dapat mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya”. Dalam proses menyentuh rasa yakin dan percaya target yang akan dipersuasi, *persuader* biasanya menggunakan pendekatan psikologis, dan menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah, sehingga muncul perasaan senang pada diri orang yang akan dipersuasi (*the liking process*). “

Dari beberapa definisi persuasi oleh para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Persuasif merupakan proses pertukaran informasi dengan tujuan memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku satu orang atau lebih yang dilakukan komunikator baik secara verbal maupun nonverbal sehingga timbul rasa yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan.

Ada beberapa unsur dalam proses komunikasi persuasif yang saling berkaitan. Beberapa unsur tersebut adalah

1. Sumber dan Penerima
2. Pesan
3. Umpan balik
4. Efek (*effect*)
5. Lingkungan.

### **Metode Persuasi**

Karena sasaran persuasi itu beragam dalam segala hal, maka persuader tidak bisa secara kaku menerapkan metode persuasi yang digunakan. Jika perlu, dapat diterapkan beragam metode yang saling menunjang dan saling melengkapi. Berikut adalah prinsip-prinsip metode persuasi sebagai landasan untuk memilih metode yang tepat dan baik. Prinsip-prinsip itu menurut Suzuki, (dalam Soemirat 2008: 8.29) antara lain:

1. Pengembangan untuk berpikir kreatif
2. Alangkah lebih baik jika persuasi dilakukan pada tempat kegiatan sasaran;
3. Setiap individu terikat pada lingkungan sosialnya
4. Harus dapat menciptakan hubungan yang akrab dengan sasaran
5. Harus dapat memberikan sesuatu untuk terjadinya perubahan.

### **Model Komunikasi Persuasif Applebaum dan Anatol**

Ronald L. Applebaum dan Karl W.E Anatol (dalam Soemirat dkk, 2008 :2.6) : membuat sebuah model komunikasi persuasif dengan asumsi bahwa tidak ada model yang ideal maupun lengkap. Model pada dasarnya adalah merefleksikan kepentingan tertentu dengan asumsi-asumsi kita. Jadi dengan membuat model, kita dapat mengilustrasikan bentuk dan unsur-unsur persuasi sehingga kita dapat melihat lebih jelas bagaimana operasi yang terjadi dalam kejadian atau peristiwa persuasi. Model komunikasi Applebaum dan Anatol (Soemirat dkk. 2008: 2.6) menunjukkan bahwa komunikasi persuasi dipengaruhi oleh aspek-aspek berikut ini:

1. Sumber (*source*) adalah unsur dari proses yang berusaha untuk menghasilkan efek persuasif. Sumber tersebut bisa berupa

individu atau kelompok. Sumber tersebut adalah pembicara yang melakukannya secara verbal atau nonverbal dengan tujuan berkomunikasi.

2. Penerima (*receiver*) adalah individu atau kelompok yang merupakan sasaran dari sumber komunikasi. Sumber bertindak untuk membuat perubahan sikap, nilai, dan atau perilaku penerima.
3. Pesan (*message*) adalah informasi yang dioperkan antara sumber dan penerima. Terdapat dua bentuk dasar pesan, nonverbal dan verbal.
4. Saluran (*channel*) adalah sarana di mana pesan mengalir antara sumber dan penerima. Kita akan menyadari bahwa untuk melakukan satu kali komunikasi, sangat perlu menggunakan lebih dari satu saluran.
5. *Feedback*/Umpan Balik, mengacu pada berulangnya proses komunikasi dimana sumber dapat mengetahui bagaimana pesan yang disampaikan, diinterpretasikan.
6. *Time* (Waktu), yaitu waktu pelaksanaan yang tepat untuk melakukan proses komunikasi persuasi.
7. *Environment*, yaitu konteks situasional dimana proses komunikasi terjadi.

### **Budaya Menulis**

Kata 'budaya' berasal dari (bahasa Sansekerta) *buddhayah* yang merupakan bentuk jamak dari 'buddhi' yang berarti budi atau akal. E. B Taylor (dalam Soerjono Soekanto 2014: 148) memberikan definisi mengenai budaya yaitu adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan lain kemampuan-kemampuan serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, obyek-obyek materi dan milik yang diperoleh dari sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok.

Budaya yang membangkitkan minat, menempatkan diri dalam bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-

orang tinggal dalam suatu masyarakat di suatu lingkungan geografis tertentu pada suatu tingkat perkembangan teknis tertentu dan pada suatu saat tertentu. Budaya yang dibahas dalam penelitian ini adalah Budaya Menulis. Dalam artian peneliti menaruh fokus perhatian pada kegiatan yang menjadi kebiasaan, dan perilaku sosial, yaitu mengenai budaya kegiatan menulis di kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru.

### **Komunitas**

Kertajaya Hermawan (dalam Danela, 2013: 13) menyatakan komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.

Kongkow Nulis adalah sebuah komunitas yang menjadi wadah bagi remaja kota Pekanbaru untuk menyalurkan hobi, khususnya membaca dan menulis. Komunitas ini berdiri pada September 2014 dengan 4 *tagline* yaitu *read, write, publish, and inspire*. Sesuai dengan *tagline*, kampanye membaca dan menulis merupakan tujuan utama dari komunitas tersebut, baik itu melalui media *online* maupun *offline*. Menurut informasi yang tertera pada *website* resmi komunitas berdiri atas realita yang ada, bahwa banyaknya komunitas yang sama namun tidak memiliki *social movement* yang luas dan tidak berfokus pada kegiatan membaca dan menulis. Komunitas ini juga tidak hanya berfokus pada kegiatan membaca dan menulis saja, namun komunitas ini juga membantu siapapun yang memang mempunyai bakat menulis untuk menerbitkan hasil karya tulisannya.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan acuan sekaligus alur dari bagaimana sebuah penelitian dilakukan. Dalam rangka memperjelas jalannya penelitian yang dilaksanakan, maka penulis merasa perlu menyusun kerangka pemikiran mengenai konsepsi tahap-tahap penelitian secara

teoritis. Penelitian ini didasarkan pada sebuah kerangka berfikir yang berasal dari sebuah realita di semua lapisan masyarakat, khususnya di masyarakat kota Pekanbaru, yaitu rendahnya minat untuk melakukan kegiatan menulis di masyarakat terkhusus pelajar dan ancaman serius mengenai rendahnya kualitas SDM yang tidak mampu bersaing di pasar global. Realita ini yang memunculkan komunitas-komunitas yang peduli dengan hal tersebut, namun tidak ada yang berfokus pada penggalakan kegiatan menulis dan belum memiliki *social movement* yang luas. Maka dari itu komunitas Kongkow Nulis ini berdiri dengan kegiatan yang berfokus mengkampanyekan budaya membaca dan menulis melalui beberapa kegiatan yaitu; *Weekend Baca*, *Kongkow Ngobrolin*, *OWOP (one week one post)*, dan *MWP (My Writing Project)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kredibilitas komunikator Komunitas Kongkow Nulis sebagai *persuader*, bentuk pesan persuasif yang disampaikan, dan metode persuasi yang digunakan untuk meningkatkan budaya menulis. Model Komunikasi Persuasif Applebaum dan Anatol dapat mendeskripsikan masalah yang diteliti dan dapat menjadi acuan untuk menemukan dan memecahkan masalah.

### **Metode Penelitian**

#### **Desain penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan suatu proses mencari atau menemukan fakta secara sistematis dalam waktu tertentu dengan menggunakan metode ilmiah berdasarkan aturan-aturan yang berlaku.

#### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi yang dilakukan tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam mengelola data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Maka yang menjadi fokus penelitian yaitu :

- a. Kredibilitas Komunikator Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru.
- b. Bentuk Pesan Persuasif Komunikator Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru.
- c. Metode Persuasif Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru.

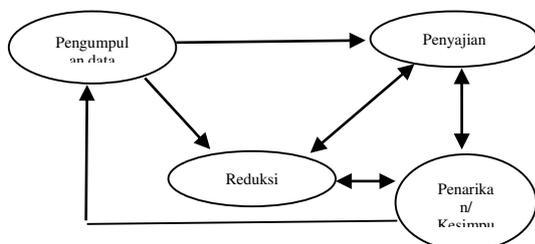
### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. yang sesuai dengan penelitian ini, yaitu :

- a. Observasi: Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung.
- b. Wawancara: Wawancara dimaksudkan sebagai upaya memperoleh informasi dari orang yang diwawancarai (informan).
- c. Dokumentasi: Pengumpulan data berupa dokumen atau arsip, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini

### Teknik Analisis data

#### Model Analisis Data Interaktif



Sumber: Miles & Huberman, 1992: 20

### Teknik Keabsahan Data

#### Triangulasi Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang relevan didalam penelitian ini, yaitu triangulasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi memungkinkan peneliti untuk me-recheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

#### Kecukupan Referensi

Keabsahan data hasil penelitian juga dapat dilakukan dengan memperbanyak

referensi yang dapat menguji dan mengoreksi hasil penelitian yang telah dilakukan, baik referensi yang berasal dari orang lain maupun referensi yang diperoleh selama penelitian seperti gambar, rekaman wawancara, maupun catatan-catatan harian dilapangan dengan menggunakan perekam suara, perekam gambar (*handycam*) dan kamera foto.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan referensi dari buku, jurnal, penelusuran *online* mengenai tulisan-tulisan di *website* dan akun media sosial pribadi *member* Kongkow Nulis, artikel, atau berita yang berkaitan dengan bahasan penelitian.

### Pembahasan dan Hasil Penelitian

Pada bagaian ini penulis menyajikan semua data yang diperoleh dari hasil selama penelitian dengan cara wawancara kepada para narasumber dan informan. Dalam hal ini akan memberikan uraian dan penjelasan hasil penelitian berdasarkan fokus tinjauan. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara bersama Komsioner Komisi Pemilihan Umum Kota Samarinda dan Sekretaris Komisi Pemilihan Umum Kota Samarinda, berikut hasil wawancaranya sesuai dengan fokus penelitian penulis.

### Kredibilitas Komunikator Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa di Kota Pekanbaru

Salah satu unsur persuasi adalah *persuader*. Dalam upaya persuasi peningkatan budaya menulis, yang bertindak sebagai *persuader* adalah *Founder*, *co-Founder* dan *volunteer*. Seperti yang dikatakan oleh Soemirat (2008 : 2.25) *Persuader*/komunikator adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan persuasif dengan tujuan mengubah pandangan dan perilaku. Komunitas ini berfokus melakukan *write campaign*, orang-orang yang tergabung dalam Kongkow Nulis pada umumnya memiliki satu persamaan yaitu ketertarikan dalam dunia kepenulisan walaupun berbeda *genre* menulis. Kongkow Nulis melihat suatu fakta dimana peminatan terhadap dunia baca tulis yang rendah akan

berdampak pada kualitas SDM masyarakat, maka dari itu komunitas ini membuat sebuah gerakan untuk hal tersebut.

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan budaya kepenulisan di kalangan mahasiswa di Pekanbaru, komunitas ini membutuhkan keseriusan dan orang-orang yang satu visi dalam memandang dunia kepenulisan. Orang-orang yang ingin bergabung menjadi member atau volunteer harus lewati suatu proses seleksi terlebih dahulu. Kongkow Nulis memposisikan dirinya sebagai stimulator yang menstimulan target sasarannya yaitu kalangan mahasiswa untuk menyukai menulis, sebagai akselerator dan sarana atau wadah belajar bersama-sama untuk mengembangkan bakat dan meningkatkan minat dalam dunia kepenulisan di kota Pekanbaru.

Dalam rangka peningkatan budaya menulis pada kalangan mahasiswa di Pekanbaru, tidak lepas dari peran komunikator yang mewakili Komunitas Kongkow Nulis dalam menyampaikan pesannya. Hovland dan Weiss (dalam Soemirat 2008: 4.10) mengemukakan bahwa *persuader* yang memiliki kredibilitas tinggi cenderung sukses dalam mengubah perilaku *persuadee*. Kredibilitas berkaitan dengan persepsi penerima tentang diri sumber. Sebagai pihak yang melakukan upaya untuk melakukan pengebrakan dalam dunia menulis di kalangan mahasiswa, komunikator komunitas Kongkow Nulis harus membangun dan memiliki kredibilitas yang mumpuni.

Hovland, Janis dan Kelly (dalam Soemirat 2008: 4.4) menyebutkan bahwa paling tidak terdapat dua komponen kredibilitas sumber, yakni keahlian (*expertness*) dan dapat dipercaya (*trustworthiness*). Selain itu Berlo, Lemert, dan Mertz menjelaskan bahwa penerima dalam menilai sumber berdasarkan pada faktor rasa aman (*safety*), kualifikasi (*qualification*), dinamisme (*dynamism*), dan sosiabilitas (*sociability*) (dalam Soemirat dkk. 2008: 4.4). Soemirat dkk. (2008 : 4.3) menyimpulkan bahwa

kredibilitas merupakan persepsi *persuadee*/komunikator tentang diri *persuader* yang berkaitan dengan tingginya keahlian, dapat dipercaya, kompeten, dinamisme, dan karismatik.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan informan penelitian dan observasi pada kegiatan-kegiatan yang mereka hadiri dan mereka selenggarakan, peran fungsi komunikator dipegang oleh Founder dan co-Founder, serta beberapa volunteer yang dipilih berdasarkan pengalamannya dalam dunia kepenulisan. Kredibilitas yang dibangun oleh Komunitas Kongkow Nulis selaku *persuader* terdiri atas 2 aspek yaitu:

1. Keahlian (*Expertness*)

Pihak-pihak yang telah ditunjuk sebagai *persuader* tentunya harus memiliki keahlian (*expertness*) yang baik mengenai kepenulisan agar dapat menjadi seorang *persuader* yang kredibel, baik dari segi pengetahuan, cara-cara menulis yang baik, cara membuat isi cerita yang menarik, maupun kemampuan mereka dalam berinteraksi. Seperti yang dikemukakan oleh Rakhmat (dalam Soemirat 2008: 4.4) bahwa keahlian merupakan pesan yang dibentuk penerima tentang kemampuan sumber komunikasi persuasi mengenai topik yang dibicarakan. Keahlian yang dimiliki tentu akan membantu mereka untuk dapat menjelaskan segala sesuatunya dengan baik kepada mahasiswa sebagai *persuadee*.

Komunikator yang mewakili Kongkow Nulis memang banyak di emban oleh *Founder* dan *co-Founder*, dan beberapa *volunteer* senior yang sudah memiliki banyak pengalaman pribadi dalam dunia kepenulisan. Namun, selain itu untuk pemilihan komunikator dari *volunteer* sendiri, dipilih juga sama dengan syarat pemilihan mentor untuk program *My Writing Project*, yaitu berdasarkan pengalaman dalam dunia kepenulisan atau sudah menerbitkan beberapa karya. Dengan begitu pengalaman dan ilmunya dapat

dibagikan kepada kalangan *member* dan *nonmember*.

Keahlian menjadi hal yang sangat diperlukan *persuader* di komunitas Kongkow Nulis. *Persuader* selaku penyampai pesan persuasif, kredibilitas menjadi hal yang sangat diperhitungkan dan diperlukan. Walaupun memiliki pengalaman dalam dunia menulis, untuk dapat menjadi seorang *persuader* mewakili Kongkow Nulis, para komunikator tetap meningkatkan pemahaman dan kemampuan menulisnya melalui pelatihan-pelatihan yang diikuti. Pelatihan menulis yang bekerjasama dengan profesional dalam dunia kepenulisan. Seperti pelatihan menulis oleh Satrawan Riau, mengenai penulisan sastra dan fiksi, dan kelas menulis bersama seorang editor dari penerbit untuk penulisan nonfiksi.

Pemilihan komunikator yang menjadi penyampai *write campaign* dari komunitas Kongkow Nulis ini juga berlaku sama dengan pemilihan mentor dalam program *My Writing Project*. Selain wajib menulis, komunitas ini juga mewajibkan setiap *member* untuk memiliki satu proyek karya tulisan. Dalam proses pembuatan karya tersebut, Komunitas Kongkow Nulis berperan sebagai pendamping atau mentor yang akan mendampingi perkembangan dari pembuatan karya tersebut sampai selesai. Sehingga karya tersebut menjadi sebuah bentuk dan bukti fisik dari kemampuan menulis setiap *member* yang mampu menginspirasi orang di luar komunitas Kongkow Nulis untuk ikut juga menulis. Syarat sebagai mentor di dalam komunitas ini adalah sudah berhasil menerbitkan buku.

Namun, di dalam komunitas ini selain karena sudah memiliki pengalaman menulis pribadi, namun setiap komunikatornya juga membangun kredibilitasnya dengan meningkatkan kemampuan menulis mereka dengan bekerja sama dengan tenaga profesional untuk memberikan pelatihan kepenulisan, dan memperbaiki kualitas media berbagi tulisan pribadi mereka seperti *blog* atau

*website*, agar mahasiswa dari kalangan luar sendiri, dapat menilai proses yang ada di dalam Kongkow Nulis.

## 2. Dapat Dipercaya (*Trust Worthiness*)

Selanjutnya adalah aspek yang harus diperhatikan oleh komunikator yang mewakili Komunitas Kongkow Nulis adalah dapat dipercaya. Soemirat (2008: 4.5) mengemukakan dapat dipercaya adalah komponen kredibilitas dalam kesan si penerima mengenai sumber komunikasi persuasif (*persuader*) yang berkaitan dengan wataknya, seperti kejujuran, ketulusan, kebermanisan, sopan, dan sebagainya. Hal ini penting untuk meyakinkan mahasiswa mahasiswa Pekanbaru yang sedang dipersuasi mengenai hal-hal yang disampaikan. Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi penulis baik melalui portal-portal berita *online*, komunikator Kongkow Nulis juga tak jarang dipercaya untuk menjadi juri dan pembicara dalam acara-acara kepenulisan.

Sebagai *persuader* yang atraksinya dikaji oleh pihak *persuadee*, *Founder*, *co-Founder*, dan salah satu *volunteer* yang menjadi komunikator membangun kredibilitas mereka melalui suatu bentuk bukti fisik yang dapat dilihat, yaitu sebuah buku dan karya. Untuk *Founder* Kongkow Nulis sendiri, bukunya sedang dalam proses produksi, Melati Octavia, *co-Founder* dari Kongkow Nulis yang sudah menerbitkan sebuah buku, begitu juga dengan *volunteer* yang menjadi komunikator Komunitas Kongkow Nulis yang juga telah menerbitkan beberapa buku. Secara keseluruhan juga, komunitas ini telah memproduksi sebuah karya dalam bentuk buku hasil kolaborasi *member* yang ada yang berjudul "Pekanbaru Boring? Siapa Bilang?". Sehingga setiap *member* yang ingin berpartisipasi dapat merasakan pengalaman untuk menghasilkan sebuah buku.

Selain dengan karya, dalam salah satu penyelenggaraan program mereka yang terbuka untuk umum, yaitu Kongkow Ngobrolin berkolaborasi dengan tenaga

profesional di bidangnya. Walaupun kegiatan atau program Kongkow Ngobrolin bersifat *free* atau gratis, komunitas ini berkolaborasi dan didukung dengan tenaga profesional dari Riau dengan berbagai latar belakang *genre* tulisan, seperti jurnalis, penulis novel, sastrawan, dosen, dan sebagainya yang menunjukkan keseriusan komunitas ini dalam upaya persuasif penggebrakan dalam dunia kepenulisan.

Kongkow Nulis selalu menghadirkan pembicara atau pemateri yang berbeda-beda tergantung tema yang dibahas. Memiliki keahlian di bidangnya. Hal ini semata-mata untuk memberikan pengetahuan baru sesuai *passion* dan minat dalam dunia kepenulisan kepada *member-nya* terlebih kepada sasarannya diluar *membership* yang memiliki ketertarikan yang sama dengan tema yang dibahas langsung dari ahlinya. Sehingga sasaran yang dijangkau lebih banyak.

### **Pesan Persuasi Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa di Kota Pekanbaru**

Salah satu unsur dalam proses komunikasi persuasi adalah pesan. Seperti yang dikatakan oleh Simons (dalam Soemirat 2008: 2.34) pesan adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata, gerak tubuh, dan nada suara. Pesan menjadi unsur yang paling penting atau yang utama dalam proses komunikasi persuasi oleh Komunitas Kongkow Nulis dalam meningkatkan peminatan dan budaya menulis. Pesan-pesan persuasif ini berperan sebagai input yang akan di transfer kepada *persuadee-nya* yaitu kalangan mahasiswa di Kota Pekanbaru. Penyampaian pesan berupa ajakan untuk mulai menulis, karena menulis itu tidak sulit, dan menjadikan menulis sebagai kebiasaan dan gaya hidup. Pesan yang disampaikan oleh komunikator Kongkow Nulis terbagi atas dua komponen, yaitu pesan verbal dan pesan nonverbal.

#### **Pesan Verbal**

Seperti yang dikemukakan oleh Soemirat (2008: 2.7) bahwa pesan verbal

merupakan produk dari pengertian sumber komunikasi dalam pengorganisasian isi, tata bahasa, dan cara menggunakan kode, akan berpengaruh terhadap peristiwa persuasif, demikian Kongkow Nulis dalam menyampaikan pesan-pesan menggunakan kode verbal. Dalam proses penyampaian pesan persuasi untuk kegiatan kepenulisan Kongkow Nulis menggunakan pendekatan bahasa yang sesuai dengan target *persuadee-nya*. Penggunaan bahasa tersebut mengandung tiga unsur, yaitu kejelasan, kelugasan, dan ketepatan. Seperti yang disampaikan oleh Soemirat (2008: 5.38) bahwa penggunaan bahasa yang jelas dapat memperkecil faktor ambiguitas yang mungkin terjadi, agar bahasa menjadi jelas, serta menjelaskan gaya bahasa tersebut dengan memberi petunjuk. Untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut secara lisan, komunikator-komunikator Kongkow Nulis menyampaikannya secara runut dengan penggunaan bahasa yang sederhana sehingga *persuadee-nya* dapat mengerti dan menerima pesan yang disampaikan dengan terbuka.

Selain dengan penyampaian tips dan trik menulis yang polanya diadopsi dari Kongkow Nulis, pemakaian *tagline* atau slogan ini juga dicantumkan di seragam yang mereka gunakan, yaitu *Read, Write, Publish and Inspire*. *Tagline* ini adalah beberapa kata yang secara singkat dan lugas mengajak sasarannya untuk berkarya, dan menginspirasi dengan prestasi dari karya tulisannya. Tujuan penggunaan *tagline* dan slogan ini merujuk untuk membuat kesan dan tidak terlupakan. Seperti penggunaan kata kiasan atau sintaksis untuk membuat kesan yang tidak terlupakan (dalam Soemirat 2008: 5.38).

Soemirat (2008: 5.38) juga mengemukakan bahwa penggunaan bahasa yang tepat dapat membantu *persuader* dalam menyampaikan kesan memengaruhi sikap dan perilaku khalayak. Penyampaian pesan verbal yang dilakukan oleh Kongkow Nulis selalu memperhatikan bahasa yang digunakan,

terlebih sarannya adalah mahasiswa dan pesan yang disampaikan adalah pesan kepenulisan. Penggunaan bahasa yang santai dan membantu membangun kesan akrab, karena pesan yang disampaikan akan jauh dari kesan menggurui.

### **Pesan Verbal**

Menurut Tubbs dan Moss (dalam Soemirat 2008: 5.8) pesan nonverbal adalah meliputi semua pesan yang disampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata-kata. Seperti yang dikemukakan Cangara (2007 : 105) pesan nonverbal dapat meliputi beberapa bentuk seperti; *kinesics*, gerakan mata, sentuhan, isyarat, diam, postur tubuh, kedekatan, warna, bukti fisik atau artifak. Pada proses komunikasi persuasif dalam peningkatan budaya menulis oleh Komunitas Kongkow Nulis, dari hasil wawancara dan observasi yang penulis lakukan, komunitas ini juga menggunakan pesan-pesan nonverbal dalam penyampaian pesannya, di berbagai kesempatan. Dengan memberikan penekanan pesan dengan pendekatan anak muda baik melalui pemilihan warna dari penggunaan logo. Selain permainan warna, Kongkow Nulis juga membuat desain-desain yang menarik agar orang tertarik untuk mengikuti program yang diselenggarakan oleh Kongkow Nulis yang terbuka untuk umum, seperti Kongkow Ngobrolin. Selain logo, *design* dari *flyer* atau spanduk acara Kongkow Nulis juga dibuat semenarik mungkin agar mahasiswa tertarik untuk berpartisipasi dalam program mereka dan menghilangkan kesan serius dan membosankan dari dunia kepenulisan.

Selain warna, desain, artifak atau bukti fisik juga menjadi salah satu pesan nonverbal. Sehingga buku pertama dari Kongkow Nulis, "Pekanbaru Boring, Siapa Bilang?" menjadi suatu pesan tersirat yang menyampaikan bahwa dengan menulis, setiap orang mampu berkarya, melalui hal-hal yang di dekatnya. Seperti isi dari buku perdana Kongkow Nulis yang isinya mengenai Pekanbaru dari perspektif para *member* yang berkontribusi untuk buku tersebut. Sesuai *tagline*, *Read, Write, Publish, and Inspire*, tulisan-tulisan dari komunitas ini dimaksudkan untuk mempersuasi orang-orang di luar

komunitas Kongkow Nulis agar terinspirasi dan mau untuk menulis. Selain itu salah satu pesan nonverbal dari komunitas Kongkow Nulis juga berupa penekanan nada. Komunikator menyampaikan pesan-pesan mengenai dunia kepenulisan juga menggunakan intonasi nada yang bersemangat dan tegas, namun santai dengan harapan semangat dari penggebrakan dan peningkatan budaya menulis dari *write campaign* yang diusung oleh komunitas ini dapat ditransfer kepada *persuadee*-nya.

### **Metode Komunikasi Persuasi Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru**

Metode merupakan cara atau jalan yang ditempuh untuk melakukan sesuatu. Seperti yang dikemukakan Soemirat (2008 : 8.29) bahwa sasaran persuasi itu beragam dalam segala hal, sehingga *persuader* tidak boleh terlalu kaku dalam menerapkan metode persuasi yang digunakan. Metode persuasi yang oleh Kongkow Nulis dilakukan melalui beberapa pendekatan yaitu.

#### **Pendekatan Kebutuhan Kognitif**

Kongkow Nulis memiliki sebuah program yang terbuka untuk umum dan biasanya membahas tema materi menarik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan (kognitif) mahasiswa di Pekanbaru pada program Kongkow Ngobrolin. dengan pemilihan tema pesan/materi untuk meningkatkan budaya menulis untuk umum termasuk dari kalangan luar *membership*.

#### **Pendekatan Lifestyle**

Soemirat (2008: 8.34) berpendapat bahwa perilaku manusia juga dipengaruhi oleh kekuatan yang berasal dari luar individu, maka dari itu dalam melakukan komunikasi persuasi, *persuader* harus mempertimbangkan budaya yang relevan. Begitu juga dalam melakukan persuasi ke kalangan mahasiswa di Pekanbaru, Kongkow Nulis melakukan pendekatan melalui gaya hidup mahasiswa di Pekanbaru pada umumnya.

#### **Pendekatan Emosional**

Metode persuasi melalui pendekatan faktor emosional menjadi cukup berpengaruh

dalam meningkatkan budaya menulis. Salah satu aspek emosional yang digunakan komunitas Kongkow Nulis adalah dengan menciptakan keakraban dengan *persuadee*-nya. Selanjutnya juga terdapat program Kongkow Nulis yaitu *One Week One Post* yang menggunakan pendekatan emosional terkhusus *membership* melalui pemberian *reward* dan *punishment*. Pemberian *reward* dan *punishment* ini yang akhirnya memotivasi *member* untuk terus menulis Selanjutnya Kongkow Nulis juga membebaskan seluruh *member*-nya untuk menulis sesuai *passion* mereka atau tidak terbatas *genre*.

### Kesimpulan

1. Dalam upayanya mengkampanyekan kegiatan menulis, komunikator Komunitas Kongkow Nulis membangun kredibilitas melalui 2 unsur yaitu 1) *Expertness* (Keahlian) 2) *Truth Worthiness* (Dapat dipercaya)
2. Bentuk pesan persuasif yang disampaikan melalui pesan verbal dengan penggunaan bahasa yang mengandung unsur kejelasan, kelugasan, dan ketepatan yang mengajak mahasiswa di Pekanbaru untuk menulis serta pesan verbal melalui penggunaan warna, *design*, karya, dan intonasi nada komunikator.
3. Metode persuasi yang digunakan melalui pendekatan kebutuhan kognitif mahasiswa, *lifestyle*, dan emosional

### Saran

1. Sebaiknya dalam penyampaian pesan persuasif, usaha-usaha persuasif komunitas Kongkow Nulis lebih gencar lagi dan meperluas cakupan *persuadee*-nya.
2. Penguoptimalan media-media penyebaran informasi.
3. Karena minat kepada kegiatan menulis ini sangat rendah, hendaknya kaum akademis, seniman, dan lainnya untuk turun tangan mendukung gerakan-gerakan kampanye menulis.

### DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta  
Akhadiah, Sabarti. Maidar G. Arsjad. Sakura H. Ridwan. 1998.

*Pembinaan Kemampuan Menulis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 2007. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Iriantara, Yosol. 2007. *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana
- Moelong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Purnawan, EA. *Dynamic Persuasion. Persuasi Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Forsyth, Patrick. 1998. *Komunikasi Persuasif Yang Berhasil*. Diterjemahkan oleh: Arum Gayatri. Jakarta: Arcan
- Narwoko, J. Dwi. Bagong Suyanto. 2011. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono. Budi Sulistyowati. 2014. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Graffindo Persada.
- Soemirat, Soleh. Dkk. 2008. *Materi Pokok Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

### Sumber dari Jurnal dan Skripsi

- Ria Satini, Atmazaki, Abdurahman 2015. *Hubungan Minat Baca dan Motivasi Belajar Dengan Keterampilan Menulis Berita Siswa Kelas VIII SMPN 24 Padang*. Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajaran, Universitas Negeri Padang, Volume 2 Nomer 1, 2015 hlm 30-36
- Hasveni Khairunnisa. 2016. *Komunikasi Persuasif Indonesian Cat Association (ICA) Cabang Pekanbaru dalam Merekrut Pecinta Kucing di Kota Pekanbaru*. Skripsi: Universitas Riau, Ilmu Komunikasi, 1201120105. Tidak diterbitkan.
- Rizky Okto Danela. 2013. *Potret Komunitas GRUNGE (Studi Pada Komunitas Kaum Kucel di Bandar Lampung)*. Skripsi: Universitas Lampung, Sosiologi, 0856011036. Tidak diterbitkan.
- Veronica Silitonga. 2014. *Komunikasi Persuasif Agen Asuransi PT. Asuransi Allianz Indonesia Cabang Kota Medan Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Ilmu Komunikasi, 100904049, Tidak diterbitkan.
- Dea Triani Racmawati. 2014. *Penerapan Metode Menulis Berantai Dalam Meningkatkan Kemampuan Menulis Cerpen (Penelitian Tindakan Kelas pada Siswa Kelas VII di SMPN 1 Kasokandel Tahun Ajaran 2013/2014)*. Skripsi: Universitas Pendidikan Indonesia. Pendidikan Sastra dan Bahasa Indonesia, 1002652. Tidak diterbitkan.
- Abdul Hasan. 2006. *Model Pembelajaran Menulis Artikel Melalui Workshop dan Kolaborasi*. Thesis. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Diastu Karlinda. 2013. *Teknik Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Program Keahlian Administrasi Perkantoran di SMK Muhammadiyah Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Pendidikan Administrasi. 09402244030. Tidak diterbitkan.

### Sumber dari Internet

- Minat Baca Indonesia Ada di Urutan ke – 60 Dunia. 29 Agustus 2016. Diakses pada 09 Maret 2017 (<http://edukasi.kompas.com/read/2016/08/29/07175131/minat.baca.indonesia.ada.di.urutan.ke-60.dunia>).
- Minat Baca Indonesia Terendah Kedua Versi Unesco. 07 Oktober 2016. Diakses pada 09 Maret 2017 (<http://techno.okezone.com/read/2016/10/07/207/1509171/minat-baca-indonesia-terendah-kedua-versi-unesco>)
- BPA Kota Pekanbaru Mewadahi Penulis dan Blogger di Komunitas Kongkow Nulis. Diakses pada 09 Maret 2017. ([bpa.pekanbaru.go.id](http://bpa.pekanbaru.go.id) <https://bpa.pekanbaru.go.id/bpa-kota-pekanbaru-mewadahi-penulis-dan-blogger-di-komunitas-kongkownulis> diakses pada 27 September 2017). (<http://kongkownulis.com> diakses pada 09 Maret 2017).

### Arsip Kongkow Nulis Guidline Kongkow Nulis