

ABSTRAK

Minat baca anak-anak di kecamatan Sumbang relative mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Rumah Baca Asma Nadia dapat meningkatkan minat baca anak-anak di kecamatan Sumbang. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasive dari Carl Hovland dengan asumsi dasar kredibilitas sumber, struktur pesan dan gaya penyampaian pesan, serta karakteristik audiens. Selain itu peneliti menggunakan 5 tahapan komunikasi persuasive, yaitu *attention*, *comprehension*, *learning*, *acceptance*, dan *retention*. Metode penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas pengelola Rumah Baca Asma Nadia Sumbang menjadi faktor utama dalam menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan oleh pengelola disusun secara jelas, runtut, dan mudah dipahami oleh khususnya anak-anak. Karakteristik audiens berperan penting dalam keberhasilan pesan persuasif di Rumah Baca Asma Nadia Sumbang. Mayoritas pengunjung adalah anak-anak usia sekolah dasar yang memiliki rasa ingin tahu tinggi, tertarik pada rangsangan visual, dan senang berinteraksi langsung. Pengelola memanfaatkan sifat ini dengan mengemas kegiatan literasi secara variatif, seperti mendongeng, bermain peran, dan aktivitas kreatif, sehingga anak-anak tetap fokus dan antusias. Dari 5 tahapan komunikasi persuasive, Rumah Baca Asma Nadia Sumbang berhasil menarik perhatian anak-anak yang diwujudkan melalui strategi kegiatan yang menarik dan menyenangkan. Pengelola rumah baca menggunakan pendekatan kreatif dengan membacakan dongeng, membuat kelas kreativitas dengan menyisipkan kegiatan membaca. Untuk memperkuat pemahaman pada anak-anak, pengelola Rumah Baca Asma Nadia Sumbang menyampaikan isi buku bacaan dengan bahasa yang sederhana dan mudah pahami oleh anak. Pada proses belajar pengelola Rumah Baca Asma Nadia mengajak anak-anak untuk berdiskusi, tanya jawab dan memberikan kesempatan pada anak untuk menceritakan kembali isi buku yang mereka baca. Penerimaan pada anak-anak dengan adanya kegiatan membaca dari Rumah Baca Asma Nadia Sumbang mulai terlihat dari antusias mereka untuk datang ke rumah baca tanpa paksaan. Proses penyimpanan menunjukkan bahwa pesan persuasive yang telah disampaikan pengelola tersimpan kuat dalam ingatan anak-anak dan memengaruhi pola pikir serta perilaku mereka.

Kata kunci: Anak-anak, komunikasi persuasive Carl Hovland, minat baca, Rumah Baca Asma Nadia.

ABSTRACT

Children's interest in reading in Sumbang sub-district has relatively decreased from year to year. The aim of this research is to find out how persuasive communication carried out by the management of the Asma Nadia Reading House can increase children's interest in reading in Sumbang sub-district. This research uses Carl Hovland's persuasive communication theory with the basic assumptions of source credibility, message structure and message delivery style, as well as audience characteristics. Apart from that, researchers used 5 stages of persuasive communication, namely attention, comprehension, learning, acceptance, and retention. Descriptive qualitative research methods were used in this research with data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation. The results of the research show that the credibility of the management of the Asma Nadia Sumbang Reading House is the main factor in attracting public attention and trust. The messages conveyed by the management are structured clearly, coherently, and are easy to understand, especially children. Audience characteristics play an important role in the success of persuasive messages at the Asma Nadia Sumbang Reading House. The majority of visitors are elementary school age children who are highly curious, interested in visual stimulation, and enjoy direct interaction. Managers take advantage of this characteristic by packaging varied literacy activities, such as storytelling, role playing and creative activities, so that children remain focused and enthusiastic. Of the 5 stages of persuasive communication, the Asma Nadia Sumbang Reading House succeeded in attracting children's attention, which was realized through interesting and fun activity strategies. Reading house managers use a creative approach by reading fairy tales, creating creativity classes by including reading activities. To strengthen children's understanding, the manager of the Asma Nadia Sumbang Reading House conveys the contents of reading books in simple language that is easy for children to understand. During the learning process, the manager of Asma Nadia Reading House invites children to discuss, ask questions and give children the opportunity to retell the contents of the books they read. The children's acceptance of reading activities from the Asma Nadia Sumbang Reading House began to be seen in their enthusiasm for coming to the reading house without coercion. The storage process shows that the persuasive messages that have been conveyed by managers are stored strongly in children's memories and influence their thinking patterns and behavior..

Keywords: Children, Carl Hovland's persuasive communication, interest in reading, Asma Nadia Reading House.