



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, kecuali yang tersebut dalam undang-undang ini, tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

### SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**DIDI MASRIADI**  
**NIM. 12040312918**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2025 M./1447 H.**

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN  
KEAMANAN DAN KEDELAMATAN PENDAKIAN GUNUNG  
(STUDI KASUS EO PENDAKI GUNUNG DI RIAU)**

Disusun oleh :

**Didi Masriadi**  
NIM. 12040312918

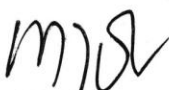
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 23 Oktober 2025

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



**Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19721201 200003 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Didi Masriadi  
NIM : 12040312918  
Judul : Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Keselamatan Pendakian Gunung ( Studi Kasus Event Organizer Pendaki Gunung Di Riau)

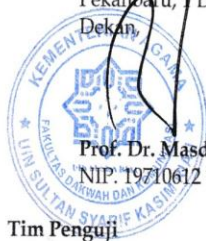
Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 26 November 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 1 Desember 2025

Dekan,



Prof. Dr. Masduki, M.Ag  
NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si  
NIP. 19700312 199703 1 006

Dr. Mardhiab Rubani, S.Ag., M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji III,

Penguji IV,

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc  
NIP. 19810914 202321 2 019

Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 19920512 202321 2 048

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Didi Masriadi  
NIM : 12040312918  
Judul : Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Keamanan dan Keselamatan Pendakian Gunung (Studi Kasus di Gunung Marapi)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 5 Desember 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Desember 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Artis, S.Ag. M.I.Kom  
19680607 200701 1047

Penguji II,

Rafdeadi, S.Sos.I.,M.A  
19821225 201101 1011

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

#### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Didi Masriadi  
NIM : 12040312918  
Tempat/ Tgl. Lahir : Duri, 22 Juni 2002  
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* : **KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN KEAMANAN DAN KESELAMATAN PENDAKIAN GUNUNG (STUDI KASUS EVENT ORGANIZER PENDAKI GUNUNG DI RIAU)**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 24 Desember 2025  
Yang membuat pernyataan


**DIDI MASRIADI**  
**NIM. 12040312918**



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 23 Oktober 2025

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Didi Masriadi  
NIM : 12040312918  
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Kedelamatan Pendakian Gunung (Studi Kasus Eo Pendaki Gunung Di Riau)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19721201 200003 1 003

## ABSTRAK

: Didi Masriadi  
: Ilmu Komunikasi  
: Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Keamanan  
Dan Keselamatan Pendakian Gunung (Studi Kasus Event  
Organizer Pendakian Gunung di Riau)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi persuasif dalam meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung oleh EO pendakian gunung di Riau. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pengelola EO, pemandu gunung, dan pendaki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pendaki terhadap prosedur keamanan dan keselamatan. EO pendakian gunung di Riau menggunakan strategi komunikasi persuasif seperti membangun kepercayaan, memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta meningkatkan kesadaran akan risiko dan bahaya pendakian gunung. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi persuasif dalam konteks keamanan dan keselamatan pendakian gunung.

Kata kunci: Komunikasi persuasif, Keamanan dan keselamatan, EO Pendakian gunung.

1. Menganalisis peran komunikasi persuasif dalam meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung di Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

: Didi Masriadi  
: Communication Science  
: Persuasive Communication in Improving Mountain Climbing Safety and Security (Case Study of Mountain Climbing Event Organizer in Riau)

This study aims to analyze the role of persuasive communication in enhancing the safety and security of mountain climbing organized by Mountain Climbing Event Organizers (EO) in Riau. The research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through interviews with EO managers, mountain guides, and climbers. The results indicate that effective persuasive communication can improve climbers' awareness and compliance with safety and security procedures. Mountain Climbing EOs in Riau apply persuasive communication strategies such as building trust, providing clear and accurate information, and raising awareness of the risks and dangers of mountain climbing. This study contributes to the development of persuasive communication theory in the context of mountain climbing safety and security.

Keywords: Persuasive communication, Safety and security, Mountain Climbing Event Organizer.

- Handwritten notes on the left margin:
- 1. Tidak mengutip sebagai Data seluruhnya dan mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
2. Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang No. 19/2002 tentang Hak Cipta

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT., atas segala Rahmat, Karunia yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Keamanan Keselamatan Pendakian Gunung (Studi Kasus Event Organizer Pendakian Gunung Di Riau”. Shalawat serta salam semoga Allah SWT sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini, baik secara moril maupun materil, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, M.S., S.E., M.Si., Ak., CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. H. Raihani, M.Ed.,Ph.D, selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr.Alex Wenda,ST, M.Eng, selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr.Harris Simamere, M.T selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Masduki, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr.Muhammad Badri. SP., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ibu Dr. Titi Antin, S.Son.,M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr.Sudianto, M.I.Kom, selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Dr. Musfialdy, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Ibu Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Bapak Dr.Sudianto, M.I.Kom, selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis selama perkuliahan sampai dengan saat ini.
12. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang memberikan dan mengajarkan ilmu kepada penulis selama perkuliahan dan menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penulis di masa sekarang dan masa depan.
14. Seluruh Staff dan Pegawai Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu kelancaran proses administrasi bagi penulis.
15. Terimakasih sebanyak-banyaknya, skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Sumingan dan Zaimar Yetti, Dua orang paling berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Terima kasih atas kepercayaan dan izin yang telah diberikan, serta pengorbanan, cinta, do'a, semangat dan nasihat yang diberikan dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup penulis. Terimakasih untuk semua do'a yang tidak pernah putus dan dukungan kalian penulis bisa berada dititik ini. Izinkan penulis mengabdikan dan membalas segala pengorbanan yang telah dilakukan selama ini. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan. Sehat selalu dan tolong hiduplah lebih lama lagi didunia ini, kalian harus selalu ada disetiap perjalanan & pencapaian hidup penulis Aamiin.
16. Kepada cinta kasih ketiga saudara/i kandung penulis, Lia Nanda, Leo Kurnia, dan Muhammad Herli Agus Sestiyono. Terima kasih atas segala do'a, usaha dan nasihat yang telah diberikan. Terima kasih untuk kedua abang penulis yang telah memberikan usaha nya dalam proses ini dan untuk kakak penulis terimakasih atas do'a dan canda tawa bagi penulis.
17. Terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Mei Ardenia Azman, S.I.Kom yang selalu menenangkan hati yang selalu menemani dan menjadi *support system* penulis. Terimakasih sudah tidak pernah membatasi untuk menjadi manusia seperti apa. Terimakasih telah menjadi rumah tempat keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, doa, tenaga, waktu, pikiran, materi, senantiasa memberikan cinta dan bahagia. Semoga Allah SWT mengganti berkali-kali lipat dan sehat selalu, sukses selalu, bahagia selalu untuk kita berdua Aamiin.
18. Kepada teman-teman penulis Jodi Kurniawan, Muhammad Khalfa Renchito, Dana Pradana Putra, Fikri Forhusen, dan Abyan Vernanda. Terimakasih atas motivasi, dukungan, pengalaman yang sangat berkesan sampai terselesaikan perkuliahan ini, dan bermimpilah seliar-lianya. *See you on top!*
19. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini meski dihadapkan pada berbagai keterbatasan dan tekanan penulis memilih untuk tidak berhenti. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, baik dari segi isi, tata Bahasa, maupun penyajiannya. Keterbatasan penulis dalam pengetahuan dan pengalaman menjadi alasan utama. Oleh karena

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

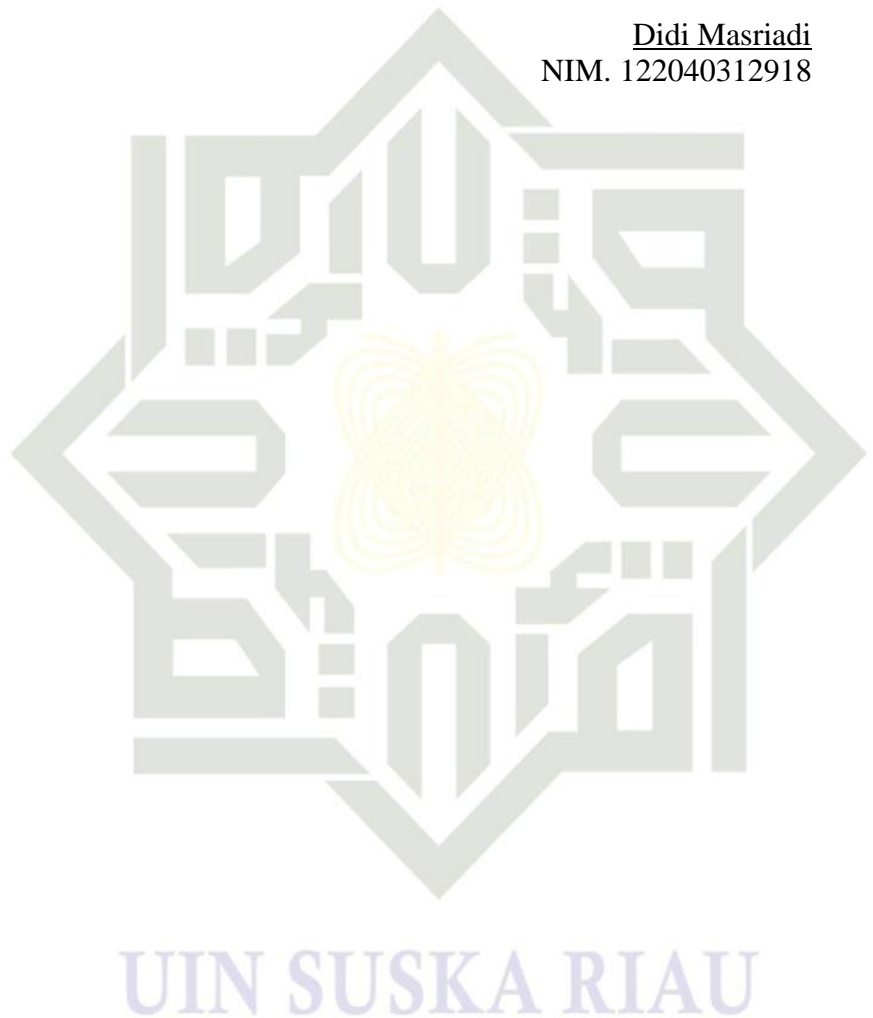
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

itu, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan atau kesalahan dalam karya ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri, pembaca, maupun pihak-pihak yang berkepentingan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kita semua.

Pekanbaru, 15 Oktober 2025

Penulis,

Didi Masriadi  
NIM. 122040312918





## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	4
1. Kegunaan Teoritis .....	5
2. Kegunaan Praktis .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Komunikasi Persuasif.....	9
2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi Persuasif.....	9
2.2.3 Elemen-elemen Komunikasi Persuasif .....	12
2.2.4 Teknik-teknik Komunikasi Persuasif.....	13
2.2.5 Prinsip dalam Komunikasi Persuasif .....	15
2.2.6 Hambatan dalam Komunikasi Persuasif .....	16
2.2.7 Keamanan.....	17
2.2.8 Keselamatan .....	18
2.2.9 Pendakian Gunung .....	18
2.3 Event Organizer .....	19
2.4 Ruang Lingkup .....	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Sumber Data .....	25
3.4 Informan Penelitian .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6 Validasi Data .....	27
3.7 Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>30</b>
4.1 Sejarah Event Organizer (EO) Pendakian Gunung.....	30
4.2 Struktur Dan Fungsi Event Organizer (EO) Pendakian Gunung .....	31



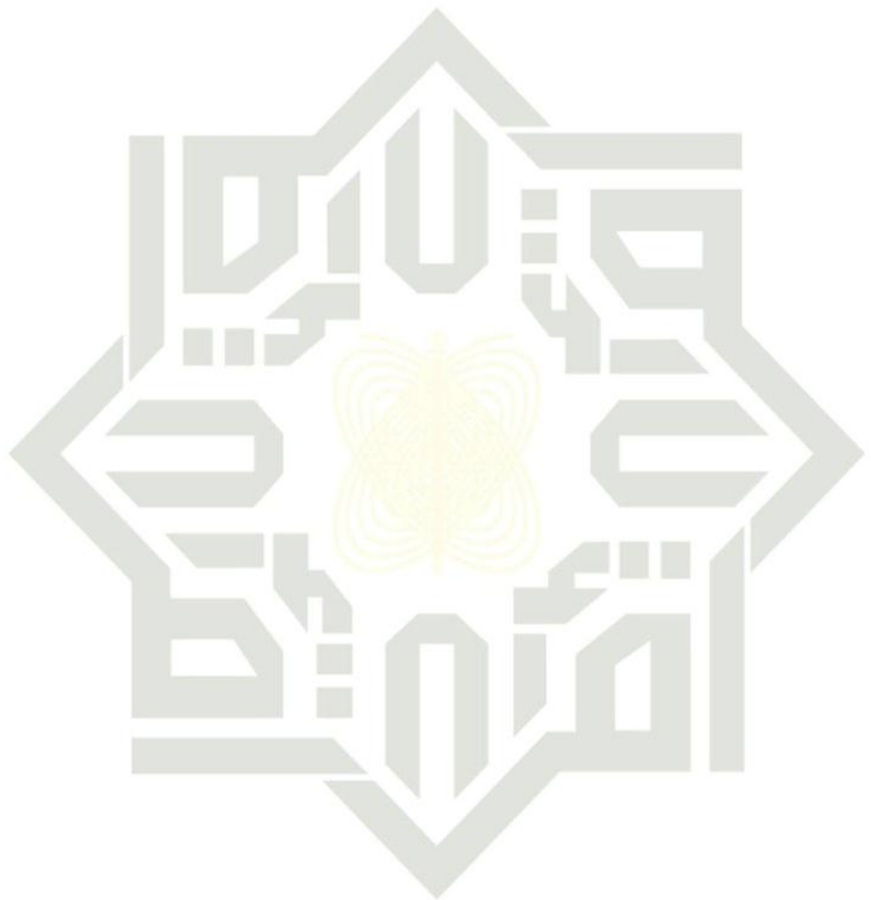
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Navigator.....	31
2. Leader.....	32
3. Chef.....	32
4. Logistik .....	32
5. Follower .....	32
6. Sweeper.....	32
4.3 Profile Instagram EO Pendakian Gunung.....	33
1. Vanadventure .....	33
2. Koncek Malompek Adventure Riau.....	33
3. Coar Adventure .....	35
4. Victory Adventure.....	40
4.4 Tujuan Event Organizer (EO) .....	40
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	37
5.2 Pembahasan.....	71
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
6.1 Kesimpulan .....	78
6.2. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN .....</b>	

- Halaman 31
1. **Daftar Pustaka** sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Informan Penelitian .....	26
Triangulasi Sumber (Membandingkan Data Dari EO, Guide, Pendaki) .....	28
Loyalitas Pendaki Terhadap Even Organizer Pendakian Gunung .....	68
Laporan Simulasi Insiden Pendakian EO (Periode 2024 - 2025).....	69



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR GAMBAR

1. 1 Jumlah Kecelakaan Pendakian di Berbagai Gunung Indonesia	1
1. 2 Kerangka Pemikiran .....	23
4. 1 Instagram EO Pendakian Gunung Vanadventure.....	33
4. 2 Instagram EO Pendakian Gunung Koncek Malompek Adventure Riau .....	33
4. 3 Instagram EO Pendakian Gunung Coar adventure .....	34
4. 4 Instagram EO Pendakian Gunung Victory Adventure.....	35
5. 1 Leader Van Adventure Dalam Membangun Kredibilitas .....	41
5. 2 Leader Van Adventure Melakukan Edukasi Kepada Pendaki	46
5. 3 Leader EO Memberikan Pesan Aturan dan Keselamatan Sebelum Pendakian Gunung .....	50
5. 4 Leader EO Menyampaikan Pesan Keamanan .....	54
5. 5 Leader Van Adventure Melakukan Briefing Langsung kepada Peserta Pendakian .....	59
5. 6 Media Sosial Coar Adventure .....	62
5. 7 Pendaki Menjelaskan Efek dari Pendekatan Persuasif EO ....	65

## BAB I PENDAHULUAN

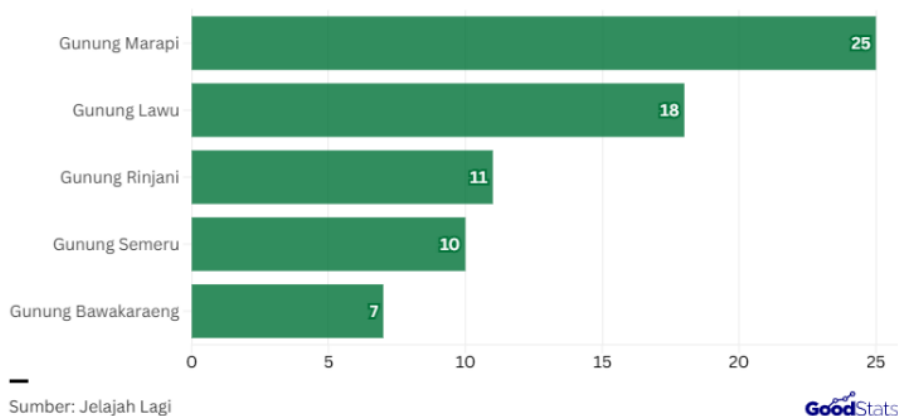
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
3. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
5. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
6. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
7. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
8. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
9. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
10. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
11. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
12. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
13. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
14. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
15. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
16. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
17. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
18. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
19. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
20. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
21. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
22. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
23. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
24. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
25. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
26. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
27. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
28. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
29. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
30. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
31. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
32. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
33. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
34. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
35. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
36. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
37. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
38. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
39. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
40. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
41. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
42. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
43. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
44. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
45. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
46. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
47. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
48. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
49. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
50. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
51. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
52. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
53. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
54. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
55. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
56. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
57. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
58. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
59. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
60. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
61. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
62. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
63. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
64. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
65. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
66. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
67. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
68. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
69. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
70. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
71. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
72. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
73. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
74. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
75. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
76. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
77. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
78. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
79. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
80. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
81. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
82. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
83. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
84. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
85. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
86. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
87. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
88. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
89. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
90. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
91. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
92. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
93. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
94. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
95. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
96. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
97. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
98. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
99. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
100. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendakian gunung merupakan salah satu aktivitas outdoor yang populer di kalangan masyarakat, terutama di Indonesia yang memiliki banyak gunung dengan keindahan alam yang luar biasa. Namun, pendakian gunung juga memiliki risiko yang cukup tinggi, seperti kecelakaan, cedera, dan bahkan kematian. Oleh karena itu, keamanan dan keselamatan pendakian gunung menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi beberapa kasus kecelakaan pendakian gunung di Indonesia yang menyebabkan korban jiwa dan cedera. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak tantangan yang perlu diatasi dalam meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung. (RAINER, 2023)

Tingginya angka kecelakaan dan insiden yang terjadi dalam kegiatan pendakian sering kali disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan kesadaran pendaki akan pentingnya keamanan dan keselamatan. Banyak pendaki yang mengabaikan prosedur standar operasional, membawa perlengkapan yang tidak memadai, atau bahkan mengandalkan informasi yang tidak valid dari media sosial. Padahal, kesiapan mental dan fisik, serta pemahaman terhadap medan dan protokol keselamatan, merupakan hal yang sangat krusial untuk menunjang keselamatan selama pendakian. (PRAYITNO 2016.)

**Jumlah Kecelakaan Pendakian di Berbagai Gunung Indonesia**  
(2013-2024)



Sumber: (GoodStats, 2025)

**Gambar 1. 1**

### Jumlah Kecelakaan Pendakian di Berbagai Gunung Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1 angka kecelakaan pendakian gunung meningkat setiap tahunnya, angka-angka ini menunjukkan pentingnya kewaspadaan dan kesiapan fisik maupun mental dalam menghadapi tantangan pendakian di gunung. Dalam beberapa tahun terakhir, aktivitas pendakian gunung di Indonesia



mengalami peningkatan signifikan, baik dari kalangan pemula maupun profesional. (GoodStats, 2025)

Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas pendakian, bermunculan pula berbagai Event Organizer (EO) pendakian gunung yang menawarkan jasa trip organizer secara profesional maupun komunitas. Peran EO dalam dunia pendakian sangat vital, karena merekalah yang memfasilitasi perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan kegiatan pendakian dari awal hingga akhir. Salah satu tanggung jawab penting EO adalah memastikan keamanan dan keselamatan peserta selama kegiatan berlangsung. Namun, tidak sedikit kasus di mana peserta pendakian mengalami cedera, tersesat, kelelahan, kram, atau bahkan mengalami gangguan kesehatan serius karena kurangnya pemahaman terhadap risiko, atau mengabaikan arahan keselamatan yang telah disampaikan oleh pihak penyelenggara. (Puspita, 2019)

Di sinilah komunikasi persuasif menjadi elemen kunci dalam strategi keselamatan pendakian yang dijalankan oleh EO. Bukan sekadar memberi arahan teknis, EO perlu mampu menyampaikan pesan-pesan keselamatan dengan pendekatan yang mampu menyentuh emosi, membangun kepercayaan, dan memotivasi peserta untuk benar-benar mematuhi instruksi yang diberikan. Persuasif tidak berarti memaksa, tetapi mengajak dan meyakinkan melalui bahasa yang mudah dipahami, pendekatan yang humanis, serta memperhatikan karakter dan latar belakang peserta pendakian. (Abdurrahman, 2015)

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar EO pendakian di Riau masih menggunakan pola komunikasi yang bersifat satu arah, kaku, dan terlalu formal. Pendekatan semacam ini bertentangan dengan prinsip komunikasi persuasif yang menekankan adaptasi pesan terhadap karakteristik audiens. (O'Keefe, 2016) Akibatnya, informasi penting mengenai persiapan fisik, perlengkapan wajib, potensi bahaya, hingga prosedur kedaruratan tidak mampu menarik perhatian atau membangun keterlibatan peserta. Dalam konteks kegiatan pendakian, penyampaian instruksi keselamatan semestinya bersifat partisipatif dan interaktif agar meningkatkan kepatuhan. (Mustafa, 2018)

Ketika pesan disampaikan secara monoton dan tidak relevan bagi peserta, mereka cenderung mengabaikannya dan menganggap briefing keselamatan sebagai formalitas semata. Dengan tidak efektifnya pola komunikasi yang digunakan EO turut memengaruhi rendahnya kesadaran dan kesiapan peserta dalam mengikuti prosedur keselamatan. (Mustafa, 2018)

Lebih jauh, keberhasilan komunikasi persuasif dalam konteks pendakian gunung di Riau juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang pendidikan peserta, pengalaman mendaki, gaya komunikasi fasilitator, serta media atau saluran yang digunakan. Dalam hal ini, EO yang kreatif akan menggunakan berbagai media komunikasi seperti video edukatif, simulasi langsung, hingga pemanfaatan media sosial dan testimoni dari pendakian berpengalaman sebagai alat persuasif yang kuat. (Amelita, 2020)

Dari fenomena yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Keamanan dan Keselamatan Pendakian Gunung (Studi Kasus Event Organizer Pendakian Gunung di Riau). Penelitian ini diharapkan dapat

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh EO mampu membentuk kesadaran dan perilaku aman peserta, sekaligus menyusun rekomendasi untuk perbaikan sistem komunikasi keselamatan dalam kegiatan pendakian di masa depan.

## 2. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian “Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Keselamatan Pendakian Gunung (Studi Kasus Event Organizer Pendakian Gunung Riau)”, maka peneliti perlu memberikan penegasan dan penjelasan. Istilah-istilah yang merupakan unsur penting dalam penelitian ini, yaitu:

### 1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan gabungan dari dua kata yakni komunikasi dan persuasi. Komunikasi berasal dari kata *communis* yang berarti kebersamaan. Sementara persuasif dari istilah *persuasion* yang diturunkan dari bahasa latin *persuasio* yang diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan, mengajak dan sebagainya.(Thomas, 2023)

### 2. Keamanan dan Keselamatan

Keamanan adalah keadaan aman dan tentram (Tarwoto dan Wartonah, 2010). Keamanan tidak hanya mencegah rasa sakit atau cedera, tapi keamanan juga dapat membuat individu aman dalam aktifitasnya, mengurangi stres dan meningkatkan kesehatan umum, sehingga kita bisa menyimpulkan bahwa ketika kita merasa bebas dan tidak dalam keadaan bahaya kita sudah masuk dalam kategori aman.(Carolos & Kurniati, 2021)

Keselamatan adalah Terbebas dari bahaya, malapetaka, bencana dan pada akhirnya bisa tercapai tujuan yang dimaksud. Berdasarkan pendapat yang dikatakan oleh Forum Komunikasi keluarga besar pecinta alam bahwa keselamatan dalam kegiatan pendakian gunung pada dasarnya adalah keselamatan dalam menjaga diri atau kelompok dari bahaya dan kemungkinan cedera, luka atau meninggal dunia. Dari mulai pelaksanaan kegiatan sampai kegiatan tersebut dinyatakan selesai.(Persi & Makai, 2024)

### 3. Pendakian Gunung

Pendakian gunung merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk mencapai tempat yang lebih tinggi yang berorientasi pada alam terbuka.(Afifah, 2019) Menurut Sashta (2007) pendakian gunung adalah orang yang melakukan kegiatan mendaki gunung untuk mencapai puncak gunung yang terdiri dari beberapa tahapan kegiatan. Dapat dikatakan puncak gunung adalah tujuan dari setiap pendakian, walau tidak semua yang melakukan aktivitas pendakian mencapai puncak gunung dan menjadikan puncak gunung sebagai tujuan utamanya.(Sashta, 2007)

### 4. Event Organizer

Menurut Yudhi Megananda (2009;5): “*event organizer* adalah usaha dibidang jasa yang secara resmi ditunjuk oleh klien untuk mengorganisasi rangkaian acara, mulai dari sisi kreatif, persiapan, pelaksanaan hingga selesai, dalam rangka membantu klien



menyuksekkan dan mewujudkan tujuan yang diharapkannya melalui rangkaian acara”.(Risnayanti, 2020)

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka penelitian dapat merumuskan permasalahan adalah “Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan EO pendakian gunung di Riau dalam upaya meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung?”

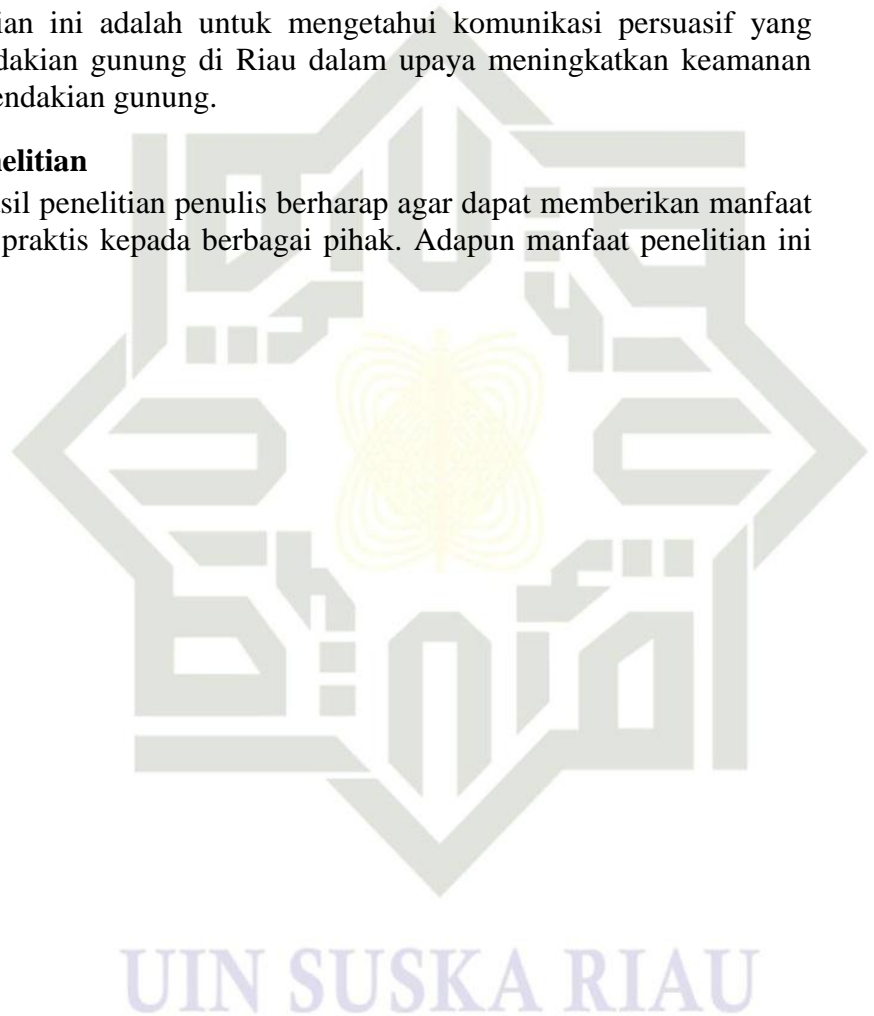
### 4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif yang dilakukan EO pendakian gunung di Riau dalam upaya meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung.

### 5. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian penulis berharap agar dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis kepada berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## 1. Kegunaan Teoritis

Untuk dapat menambah wawasan ataupun pengetahuan dari penulis yang paling utama berkaitan dengan komunikasi, pendakian gunung, dan juga penelitian ini sebagai penerapan dari ilmu yang di terima penulis selama menjadi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

## 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai informasi seberapa efektif komunikasi persuasif yang dilakukan EO pendakian gunung dan antar pendaki gunung, serta dapat dijadikan sebagai masukan bagi pembaca atau pendaki gunung dalam melakukan kegiatan pendakiannya, dan juga bagi penulis dapat sebagai pengalaman.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa Bab yang di bahas dan diuraikan menjadi beberapa bagian :

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang, Penegasan Istilah, Tujuan Penelitian, Rumusan Masalah, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penelitian.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang Kajian Terdahulu, Landasan Teori, Konsep Operasional dan Kerangka Pemikiran

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Desain Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data Penelitian, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validasi Data dan Teknik Analisa Data

### BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini, peneliti mengungkapkan gambaran umum mengenai subyek penelitian yaitu pendakian gunung.

### BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil dari data yang diperoleh dan pembahasannya.

### BAB VI : PENUTUP

Pada bagian penutup terdiri atas kesimpulan dan saran.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperbanyak teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Kepala Sekolah Dalam Mencegah Tawuran Antar Pelajar Menengah Keguruan Al-Washliyah 4 Medan” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi persuasif yang diterapkan Kepala Sekolah dalam mencegah konflik siswa di SMK Al-Washliyah 4 Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis data. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas strategi komunikasi persuasif dalam mencegah konflik siswa. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan untuk meningkatkan strategi yang telah diterapkan dan berkontribusi pada literatur tentang strategi komunikasi persuasif dalam konteks pendidikan. (Nasution & Harahap, 2024)
2. Penelitian dengan judul “Komunikasi Persuasif Orang Tua Dalam Menanamkan Etika Berpakaian Remaja di Desa Belambangan Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif menggunakan Teknik *sampling*. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa, dalam komunikasi persuasif yang dilakukan orang tua pada anak remaja adalah dengan melakukan 5 tahapan yaitu 1. Perhatian (*attention*) pemberian perhatian yang dilakukan orang tua dengan memberikan teguran, peraturan, dan pujian serta memberikan dorongan pada anak remajanya untuk berpakaian menutup aurat 2. Menumbuhkan minat (*interest*) melalui memberi nasihat, arahan, serta memahami situasi dan kondisi anak terlebih dahulu sebelum melakukan komunikasi persuasif kepada anak remajanya 3. Membangkitkan hasrat (*desire*) dilakukan dengan menceritakan pengalaman pribadi yang pernah dialami, memenuhi kebutuhan berpakaian anak untuk berpakaian sopan dan memberikan contoh dalam bentuk tindakan 4. Menimbulkan keputusan (*decision*) tahapan-tahapan yang sebelumnya telah dilakukan orang tua, remaja ingin mengikuti nasihat dan arahan yang telah diberikan. 5. Kegiatan (*action*) tahapan terakhir yang menghasilkan kegiatan. Tidak semua remaja dapat dengan mudah mencapai perubahan, karena adanya komunikasi persuasif yang disampaikan oleh orang tua berpengaruh kepada anak remajanya seperti timbul keinginan untuk berubah berpakaian menutup aurat dan sopan. (Anisa, 2024)
3. Penelitian dengan judul “Peran Influencer Sebagai Komunikasi Persuasif Untuk Pencegahan Covid-19”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan wawancara informan. Hasil penelitian ini bahwa peran influencer memberikan dampak berarti bagi para followers-

4. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nya. Konten yang dibuat influencer dalam upaya pencegahan COVID-19, menggunakan pendekatan yang bersifat bujukan atau ajakan pada setiap kontennya disisipi edukasi dan sosialisasi pencegahan serta konten yang tidak mengandung kontroversial. (Alam, 2020)

4. Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Kebersihan Lingkungan Melalui Media Sosial”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Kelompok Pandawara menerapkan tiga strategi komunikasi persuasif: strategi psikodinamik, strategi sosiokultural, dan strategi konstruksi makna. Meski menghadapi sejumlah tantangan, kelompok ini berhasil menarik perhatian masyarakat dan mendorong partisipasi aktif dalam menjaga lingkungan. Studi ini menyarankan untuk mendorong kolaborasi lintas sektor dalam kampanye lingkungan hidup untuk memperluas dampak dan kualitasnya, dan mengambil contoh dari pendekatan Kelompok Pandawara yang melibatkan generasi muda dalam kegiatan lingkungan hidup. (Setiawan, 2024)

5. Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 Dilingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Melvian L. DeFluer dan Sandra J. Ball-Rocheach. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif metode deskriptif. Hasil penelitian ini yakni strategi komunikasi persuasif dalam sosialisasi pencegahan penyebaran virus covid-19 merupakan strategi pendekatan komunikasi yang efektif dalam upaya sosialisasi pencegahan penularan virus covid-19, dengan melakukan komunikasi yang nyaman, merangkul, stabil, tidak pernah bosan serta berbagai bentuk kegiatan penyampaian di lingkungan terhadap warga. (Amalliah & Yunita, 2020)

6. Penelitian dengan judul “Realitas Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Ramah Lingkungan Melalui Konten Instagram”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik dan strategi komunikasi persuasif, membuat inovasi konten gerakan ramah lingkungan pada Instagram @demibumi.id berhasil mempersuasif *followers* sebagai sistem sosial untuk menjadi adopter inovasi sejak 2020. Meski demikian, terdapat faktor-faktor yang bisa menjadi hambatan komunikasi persuasif dari penyebaran konten. (Zulkarnain, 2023)

7. Penelitian dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pimpinan Dalam Sosialisasi Program K3 Terhadap Keselamatan Karyawan”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pimpinan pool alat terhadap keselamatan karyawan secara simultan dan parsial dengan teori komunikasi unggul dalam organisasi komunikasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan pengujian statistik terhadap dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh dari komunikasi pimpinan dalam sosialisasi program K3 keselamatan kerja karyawan di PT. Pakerin dan



signifikan dengan R sebesar 0,285 yang termasuk kategori lemah. Besarnya nilai pengaruh atau determinasi ( $R^2$ ) ditunjukkan sebesar 8,1%. Dan dari hasil uji F dan Uji T dapat disimpulkan bahwa H1 dapat diterima dengan arti komunikasi kepemimpinan memiliki pengaruh dalam sosialisasi program K3 pada keselamatan karyawan di bagian Heavy Equipment Pool PT. Pakerin Mojokerto. (Baktiar & Sinduwiatmo, 2020)

8. Penelitian dengan judul “Komunikasi Persuasif Pimpinan Dalam Mensosialisasikan Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) Karyawan Pt Sawit Asahan Indah” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, teori yang digunakan pada penelitian yaitu teori retorika Aristoteles. Hasil penelitian ini adalah bahwa komunikasi persuasif yang diterapkan pimpinan dalam mensosialisasikan kesehatan keselamatan kerja (K3) menggunakan sebuah teori retorika dari Aristoteles dengan memperhatikan unsur-unsur komunikasi persuasif dari Hardiyan Maulana dan Gungum Gumelar untuk mengubah perilaku karyawan untuk bekerja secara aman yang biasanya acuh dengan penggunaan alat pelindung diri (APD) sekarang telah menggunakan APD secara lengkap sebelum memulai pekerjaan dan selalu memastikan area atau lingkungan kerja telah aman dan memastikan kesehatan aman melalui pengecekan Ready To Work (RTW) sebelum apel pagi. (Afiah, 2024)

9. Penelitian dengan judul “Jaminan Keamanan dan Keselamatan Pengunjung pada Destinasi Wisata”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Undang-Undang menjamin hak wisatawan mendapat perlindungan, keselamatan dan keamanan. Oleh sebab itu, pengelola pariwisata sudah seharusnya memperhatikan keselamatan pengunjung akibat dari kegiatan yang ditimbulkan. Penerapan Standar Prosedur Operasional (SOP), prosedur mitigasi, sarana-prasarana berfungsi dengan maksimal, melengkapi peralatan safety dan meningkatkan kompetensi petugas. Pemilik obyek wisata harus menjamin keselamatan dan perlindungan hukum bagi pengunjung. Mengingat bahwa mereka memperoleh manfaat dari kehadiran wisatawan. (lie Tjhing, 2024)

10. Penelitian dengan judul “Ketika Sisa Letusan Gunung Api Menjadi Komoditi Wisata: Analisis Risiko Obyek Wisata Lava Tour Merapi Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini bahaya di kawasan Wisata Lava Tour meliputi jalan berbatu dan berpasir, dekat dengan tebing, spot wisata Museum Sisa Hartaku dalam kondisi tidak aman karena pagar tebing dan minimnya rambu peringatan. Penilaian risiko keselamatan di lokasi wisata Lava Tour sebanyak dua risiko ekstrem, lima risiko tinggi, dan dua risiko sedang. Pengendalian yang sudah dilakukan meliputi briefing, rambu, Standard Operation Procedure mengemudi, dan alat pelindung diri, pelatihan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan dan Pertolongan Pertama Gawat Darurat. Risiko masih ditolerir karena kegiatan wisata dibuka berdasarkan status keaktifan Gunung Merapi. Rekomendasi upaya pengendalian adalah pengelola

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu membuat pegangan tangan pada tangga dan pemberian batas jalur masuk-keluar wisatawan, perbaikan pagar tebing, pengalihan jalan bagi jeep wisata, peningkatan pelatihan sumber daya manusia secara rutin, toilet umum dan disediakannya poliklinik.(Agustin, 2022)

## 2. Landasan Teori

Teori adalah sistem konsep yang menunjukkan hubungan antar konsep yang membantu kita memahami suatu fenomena. Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi.(West, 2017)

### 2.2.1 Komunikasi Persuasif

Persuasi berasal dari bahasa latin yaitu persuasio, yang artinya mengajak, membujuk, atau merayu. Proses komunikasi persuasif ini tentu melibatkan komunikator (penyampaian pesan) terhadap komunikan (penerima pesan). Proses komunikasi persuasi dapat dikatakan berhasil apabila komunikator dapat mempengaruhi komunikan dan dampaknya adalah terjadinya perubahan sikap dan perilaku pada diri komunikan. Burgon dan Huffner (2002) menjelaskan tiga pola komunikasi, meliputi:(Maryam & Paryontri, 2020)

1. Komunikasi asertif, yaitu kemampuan komunikasi yang dilakukan tanpa menyinggung perasaan orang lain baik secara verbal maupun nonverbal dan pesan itu disampaikan secara lugas.
2. Komunikasi pasif, yaitu pola komunikasi yang tidak mempunyai umpan balik sehingga bisa dikatakan komunikasi itu tidak efektif.
3. Komunikasi agresif, yaitu pola komunikasi yang disampaikan dengan tegas dan lugas tetapi disertai dengan kekerasan baik verbal maupun nonverbal.

Persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat, dan perilaku seseorang atau orang banyak. Mempengaruhi sikap, sifat, pendapat, dan perilaku dapat dilakukan dengan beberapa cara. Teror, boikot, pemerasan, penyuapan dan sebagainya dapat juga memaksa orang lain bersikap atau berperilaku seperti yang diharapkan. Namun, perusasi tidak melakukan cara demikian untuk mencapai tujuan yang diharapkan, melainkan menggunakan cara komunikasi (pernyataan antar manusia) yang berdasar pada argumentasi dan alasan-alasan psikologis.(Afiah, 2024)

### 2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Unsur dalam komunikasi persuasif tidak jauh beda dengan unsur komunikasi secara umum. Komunikasi Persuasif memiliki beberapa Unsur penting menurut Soleh Soemirat dan Asep Suryana, yaitu : (D. Rahman & Yasya, 2020)

1. Sumber (*Persuader*)

Dalam komunikasi persuasif, sumber atau persuader adalah orang atau kelompok yang menyampaikan pesan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain secara verbal





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maupun nonverbal. Seorang persuader harus memiliki sumber kepercayaan dari komunikan, daya tarik dan kekuatan. Sumber atau persuader ada dua bentuk, yaitu persuader utama dan persuader sekunder. Persuader utama adalah komunikator yang menyampaikan pesan, sementara persuader sekunder adalah sesuatu yang dihubungkan dengan penyampaian pesan tersebut. Presensi persuader benar-benar dipertaruhkan karena kemampuan persuader akan diuji oleh persuadee. Persuader memiliki urgensi ganda, salah satunya adalah usaha menyampaikan pesan yang dapat mengubah sikap persuadee. Menurut larson sumber utama pesan adalah komunikator yang mengoperkan pesan tersebut. Dalam komunikasi persuasif, eksistensi persuader (ethos) benar-benar dipertaruhkan. Seorang persuader akan memiliki ethos yang tinggi apabila memiliki: kesiapan untuk melakukan persuasi, kesungguhan dalam melakukan komunikasi persuasi, ketulusan dalam menyampaikan pesan, kepercayaan diri, ketenangan, keramahan, kesederhanaan.

Menurut effendi dalam melakukan komunikasi persuasif seorang persuader paling tidak harus memiliki lima jenis sikap penting, yakni reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transmisif.

Jika seorang persuader dapat menerima gagasan dari orang lain, maka ia telah memiliki sikap reseptif. Sikap selektif pada seorang persuader digambarkan dalam menerima informasi ia melakukan berbagai saringan terhadap informasi tersebut. Sikap digestif seorang persuader merupakan kemampuan dalam mencerna berbagai gagasan dan informasi yang datang padanya yang akan ia gunakan sebagai bahan berkomunikasi dengan orang lain. Kemampuan seorang persuader untuk mencampurkan gagasan yang diterima dari berbagai sumber informasi dengan pengetahuan yang ia miliki secara sistematis merupakan sikap asimilatif seorang persuader. Kemampuan seorang persuader dalam memilih kata, menyusun kata, memilih waktu dalam berkomunikasi merupakan sikap Transmisif seorang persuader. (Soemirat & Suryana, 2014)

#### 2. Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang diucapkan oleh komunikator melalui kata, gerak tubuh dan nada suara. Didalamnya terdapat disposisi pada saat berbicara, argumentasi dan pertimbangan yang digunakan. (Soemirat & Suryana, 2014) Pesan adalah informasi yang diberikan oleh sumber kepada penerima baik secara verbal maupun nonverbal. Pesan verbal yakni pesan yang dikreasikan dan disampaikan dengan dorongan kata yang diucapkan. Pesan nonverbal yaitu pesan yang dikreasikan dan disampaikan tanpa kata. Dalam menyampaikan pesan komunikasi persuasif dilakukan dengan melihat tujuan untuk menarik perhatian, meyakinkan dan menggerakkan. Dalam komunikasi persuasif, pesan dikelompokkan dalam dua bentuk, yaitu kode dan konten. Kode ialah sistem simbol yang dipakai dalam menyampaikan pesan, seperti lisan, tulisan, foto,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

musik, dan lain-lain. Konten adalah isi media yang menuju pada makna pesan.(Hendri, 2019) Pesan sangat erat kaitanya dengan mekanisme respon-stimulus, stimulus-respon. Pesan dapat dinamis apabila adanya tindakan aktif dari persuader dan persuadee.(Soemirat & Suryana, 2014)

#### 3. Komunikan (Persuadee)

Komunikan atau persuadee adalah orang atau kelompok yang menjadi tujuan pesan disampaikan oleh komunikator baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikan juga identik dengan pendengar, pembaca atau penonton. Untuk membangun komunikasi persuasif yang kondusif, diperlukan dua aspek, yaitu persepsi dan kepribadian persuadee. Persepsi ialah kunci perubahan sikap. Sebelum menentukan sikap, persuadee harus melakukan pengamatan terhadap objek sikap yang dihadapi. Persepsi dipengaruhi oleh faktor pengalaman, proses belajar, dan pengetahuan seorang persuadee. Kepribadian persuadee adalah kondisi psikologis persuadee saat akan, sedang atau setelah menerima pesan yang disampaikan persuader.(Hendri, 2019) Mudah atau tidaknya seorang persuadee untuk di persuasi tergantung pada faktor kepribadian seorang persuadee. Menurut Mar'at faktor yang menentukan mudah atau tidaknya persuadee di persuasi adalah harga diri, intelegensi, dan gaya pertahanan diri. Seorang yang lemah harga dirinya sangat mudah untuk di persuasi karena terdapat ketidaksesuaian sehingga kondisi ini sangat mudah untuk didekati secara persuasif. Sedangkan pada persuadee yang tinggi harga dirinya sangat sulit untuk didekati melalui komunikasi persuasif. Hal ini disebabkan karena tingginya tingkat stabilitas pendirian yang di sertai dengan tidak sugestif.

Intelegensi atau kecerdasan memiliki korelasi dengan pesuasi. Semakin tinggi kecerdasan seseorang semakin sulit untuk melakukan komunikasi persuasif. Sedangkan semakin rendah kecerdasan seseorang maka akan semakin mudah untuk di persuasi. Daya pertahanan diri merupakan komponen lain seorang persuadee yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain.(Soemirat & Suryana, 2014)

#### 4. Saluran

Saluran merupakan perantara yang digunakan ketika seorang persuadee mengoper kembali pesan dari sumber pertama untuk tujuan akhir.(Soemirat & Suryana, 2014) Saluran digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang secara formal maupun nonformal, secara tatap muka ataupun bermedia. Komunikasi tatap muka berlangsung antara persuader dan persuadee dengan berhadapan muka. Keadaan seperti ini memungkinkan persuader untuk melihan langsung tentang diri persuadee. Komunikasi bermedia sering dihubungkan pada peralatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.(Hendri, 2019)





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Wilbur schramm menjelaskan saluran komunikasi terdiri atas saluran primer dan saluran sekunder. Saluran primer merupakan media pokok yang digunakan untuk berkomunikasi seperti radio, televisi, film, dan lain-lain. Saluran sekunder adalah media tambahan yang dapat memberi arti tertentu dalam suatu pembicaraan contohnya intonasi dan bahasa tubuh. Menurut Tubbs saluran komunikasi yang digunakan tergantung pada bentuk komunikasi yang digunakan. Jika berbicara melalui telepon maka saluran komunikasi yang digunakan adalah kabel telepon tersebut. Namun apabila berkomunikasi secara tatap muka maka salurannya adalah alat indra yang kita miliki terutama pendengaran, penglihatan, dan perabaan.(Soemirat & Suryana, 2014)

#### 5. Umpan Balik

Umpan Balik merupakan bentuk reaksi yang datang dari persuaadee setelah menerima pesan dari persuader. Umpan balik berperan penting sebagai evaluasi bagi persuader dan untuk mengukur apakah pesan yang disampaikan dapat diterima atau tidak. Menurut Sastropoetro umpan balik adalah jawaban yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri atas umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal merupakan reaksi komunikator terhadap pesan yang disampaiakannya dalam kata lain umpan internal adalah koreksi atas pesan yang terlanjur di ucapkan. Sedangkan umpan eksternal merupakan reaksi yang datang dari penerima karena pesan yang di sampaikan sumber tidak dipahminya atau tidak sesuai dengan keinginan dan harapanya. Umpan balik eksternal ini bisa bersifat langsung dan bisa pula tertunda.

Dalam konteks komunikasi antar persona umpan balik dapat bermanfaat mempertegas perilaku tertentu dan dapat pula menghilangkan perilaku lainnya. Untuk itu dalam komunikasi persuasif umpan balik memiliki kedudukan yang sangat penting untuk mengoreksi pesan-pesan yang di sampaikan.(Soemirat & Suryana, 2014)

Proses komunikasi persuasif tidak akan berjalan tanpa adanya kelima unsur diatas. Semua unsur yang telah dijelaskan saling berhubungan dan tidak dapat berdiri sendiri. Unsur-unsur tersebut merupakan satu kesatuan dalam komunikasi persuasif, dimana umpan balik dan efek sangat menentukan apakah proses komunikasi persuasif berhasil atau tidak.(Thomas, 2023)

### 2.2.3 Elemen-elemen Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki beberapa elemen untuk dapat mempengaruhi individu atau sekelompok masyarakat, yaitu;(Maryam & Paryontri, 2020)

1. Claim, yaitu pernyataan tujuan persuasi baik yang tersurat maupun tersirat. Misalnya dalam iklan rokok, secara lugas iklan itu mengajak



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terang-terangan untuk membeli rokok kepada masyarakat (eksplisit) tetapi karena iklan rokok tidak boleh terlalu vulgar dalam mengajak masyarakat membeli rokok maka iklan pun dibuat secara tertutup tetapi tidak meninggalkan substansinya mengajak masyarakat dalam membeli rokok (implisit).

2. Warrant, yaitu ajakan yang dibungkus dengan kata-kata yang cenderung tidak memaksa. Misalnya ada sebuah ajakan yang berbunyi, “Mari kita bersama-sama menjaga lingkungan kita”. Kalimat itu secara tidak langsung mengajak dengan cara yang halus tetapi tidak bersifat perintah.
3. Data, yaitu dalam melakukan ajakan terhadap massa, komunikator biasanya menggunakan data-data sebagai pijakan dalam melakukan ajakan.

### 2.2.4 Teknik-teknik Komunikasi Persuasif

Untuk menguasai teknik persuasi, faktor-faktor yang diperlukan antara lain sebagai berikut: (1) Mampu berpikir dalam kerangka acuan yang lebih besar untuk penggunaan teknik yang tepat dalam suatu keadaan tertentu. (2) Mampu menegaskan kredibilitas. (3) Mampu berempati. (4) Mampu menunjukkan perbedaan dengan sasaran. (5) Mampu mengetahui saat-saat tepat untuk menggiring audiensi pada pesan yang diberikan. (6) Mampu mengetahui kapan alat bantu komunikasi digunakan, dan lain-lain. (Maryam & Paryontri, 2020)

Persuasi merupakan tindakan manipulasi simbol untuk menghasilkan perubahan melalui “tingkah laku evaluatif” dan “tingkah laku pendekatan penghindraan” atau “sikap”. William S. Howell menengahkan sepuluh teknik persuasi sebagai berikut :

#### a. *The yes- response technique*

Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengarahkan *persuadee* dalam pembentukan pendapat, sikap, ataupun perilaku tertentu dengan mengemukakan beberapa pertanyaan yang saling berhubungan. Pada teknik ini, *persuader* berusaha untuk membuat sebuah pertanyaan yang berkemungkinan *persuadee* akan menjawab “Ya”

#### b. *Putting it up to you*

Melalui teknik ini, *persuader* berusaha untuk menjalin hubungan secara psikologis dengan *persuadee*. Cara yang dilakukan oleh *persuader* adalah dengan berulang kali menanyakan kesetujuan maupun ketidak setujuan serta kejelasan mengenai pendapat maupun penilaian dari topik yang telah dibicarakan.

#### c. *Simulated disinterest*

Melalui teknik ini, *persuader* berusaha untuk menimbulkan perasaan cemas dan sikap memaksa kepada *persuadee* agar dapat mengikuti keinginannya.

#### d. *Transfer*





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lingkungan yang menjadi lokasi komunikasi persuasif dilakukan, akan berpengaruh terhadap hasil komunikasi persuasif yang telah dilakukan. Apabila lingkungan tersebut positif, maka kondisi itu akan membantu dalam menciptakan warna sebagai hasil dari proses komunikasi persuasif.

e. *Bandwagon technique*

Melalui teknik ini, *persuader* berupaya membentuk keyakinan diri *persuadee* mengenai hal-hal yang disampaikan. Teknik ini juga bertujuan untuk membujuk *persuadee* dengan mengemukakan bahwa orang lain menyetujui mengenai pesan yang disampaikan. Sehingga *persuadee* yakin terhadap pesan tersebut dikarenakan orang lain pun menyetujui hal yang sama.

f. *Say it with flower*

Teknik ini dilakukan dengan cara *persuader* mengambil hati *persuadee* dengan memuji kelebihan, kemampuan, kepandaian mereka. Namun hal tersebut dilakukan secara tidak berlebihan. *Persuader* meyakini bahwa dengan cara seperti ini, *persuadee* akan tertarik dengan proses komunikasi persuasif yang *persuader* lakukan.

g. *Don't ask if which*

Melalui teknik ini, *persuader* menjalin hubungan secara psikologis dengan *persuadee*. Setelah proses persuasi dilakukan, *persuader* yang menggunakan teknik ini tidak membiarkan hubungan yang telah terjalin tersebut, putus begitu saja. *Persuader* dengan teknik ini biasanya akan melakukan kembali proses interaksi baik melalui surat, telepon bahkan juga dapat langsung menemui kembali *persuadee* tersebut.

h. *The swap technique*

Teknik ini memberikan *persuadee* banyak pilihan tentang sesuatu hal. Pesan yang akan disampaikan harus dikemas dengan baik agar *persuadee* dapat memaknai pesan dengan jelas. Penawaran atau pilihan disampaikan secara menarik agar *persuadee* dapat menemukan banyak pilihan dari hal yang telah disampaikan. Melalui teknik ini, penawaran yang tidak apa-apanya harus dihindari

i. *Reassurance*

Teknik ini dilakukan dengan cara barter baik yang berkaitan dengan barang ataupun informasi. Apabila informasi telah diberikan, maka *persuadee* akan merasa memiliki kewajiban untuk menyetujui ide atau gagasan yang telah disampaikan oleh *persuader*. Hal tersebut merupakan tujuan dari teknik ini.

j. *Technique or irritation*

Teknik ini dilakukan dengan cara membujuk *persuadee* agar menyetujui ide atau gagasan yang disampaikan oleh *persuader*. Apabila teknik ini gagal untuk dilakukan, maka *persuader* akan dianggap sebagai tukang paksa. Namun apabila



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pesan disampaikan dengan halus dan menggunakan bahasa yang baik, maka *persuadee* dapat memberikan respons sesuai dengan yang diharapkan oleh *persuader*. Apabila dibandingkan dengan teknik yang lain, teknik ini lebih terkesan memaksa.

Komunikator yang melakukan persuasi harus memperhatikan hal-hal berikut:

1. Spesifikasi tujuan persuasi. Kommunikator yang melakukan persuasi tentu harus memiliki sebuah tujuan yang jelas dan spesifik. Tujuan itu meliputi perilaku, sikap dan keyakinan yang akan dirubah.
2. Identifikasi kategori sasaran. Proses persuasi harus dapat dilakukan dengan menetapkan tujuan yang spesifik dan dapat dipisahkan sendiri-sendiri sesuai kebutuhannya.
3. Perumusan strategi persuasi. Kommunikator tentu harus mampu melakukan strategi persuasi yang jelas sesuai dengan kebutuhan dari apa yang akan dirubah.
4. Pemilihan metode persuasi yang diterapkan. Metode merupakan bagian dari strategi yang dirumuskan. Metode merupakan cara dari komunikator untuk melakukan eksekusi dari yang sudah direncanakan diawal. (Soemirat & Suryana, 2019)

### 2.2.5 Prinsip dalam Komunikasi Persuasif

Prinsip-prinsip dalam komunikasi persuasif dapat digunakan oleh persuader sebagai landasan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan mengajak sasaran persuasi untuk melakukan sesuatu. Adapun empat prinsip utama dalam komunikasi persuasif menurut De Vito (2011:499-502) adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Pemaparan Selektif Prinsip ini menerangkan bahwa pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses meyakinkan sasaran persuasi akan berlangsung, maka pemaparan selektif akan terjadi.
2. Prinsip Partisipasi Khalayak Khalayak merupakan sasaran persuasi. Aktivitas komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Persuasi bersifat transaksional, Dimanapembicara dan pendengar saling terlibat. Suatu proses persuasi dikatakan berhasil apabila khalayak berpartisipasi secara aktif didalamnya.
3. Prinsip Inokulasi Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader dan telah menyiapkan senjata berupa argumen untuk menentangnya. Sehingga pada posisi ini, seorang persuader perlu melakukan persiapan, seperti mempersiapkan argumen, dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Prinsip Besaran Perubahan Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. Semakin besar perubahan yang diinginkan, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan untuk perubahan tersebut. Sehingga, persuasi diarahkan untuk melakukan perubahan kecil atau sedikit demi sedikit terlebih dahulu dan diperlukan untuk periode yang cukup lama. (Septiana, 2018)

### 2.2.6 Hambatan dalam Komunikasi Persuasif

Pada umumnya, hambatan komunikasi dapat diselesaikan oleh dua faktor, yakni faktor mekanistik komunikasi manusia dan faktor psikologis. Selain itu, hambatan tersebut dapat diselesaikan oleh dogmatism, stereotipe, dan pengaruh lingkaran. Kondisi itu pun dapat pula disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat berupa persepsi sosial, posisi sosial, dan proses sosial, sedangkan faktor eksternal dapat disebabkan oleh faktor penguatan (*reinforcement*) dan faktor harapan yang diinginkan. Citra (image) persuader dalam komunikasi persuasif sangat menentukan dalam mengubah, membentuk dan memperkuat sikap, pendapat dan perilaku sasaran sesuai dengan tujuan yang diinginkan. (Soemirat & Suryana, 2019)

Citra persuader berbanding lurus dengan kredibilitasnya. Persuader dalam melakukan komunikasinya, akan dihadapkan pada masalah sikap, nilai dan kepercayaan sasaran yang bertentangan. (Soemirat & Suryana, 2019)

Sasaran yang dihadapi persuader dalam menerima pesannya tidak semata menggunakan pikiran yang logis saja. Mereka kadang-kadang menggunakan perasaan, keinginan, serta pilihan-pilihannya untuk mengambil keputusan. Mereka kadang-kadang bersikap apatis atau skeptis. (Soemirat & Suryana, 2019)

Selain gangguan yang sudah dijelaskan diatas, ada beberapa faktor yang menyebabkan hambatan komunikasi. Faktor-faktor tersebut dijelaskan Onong Uchjana, yaitu: (Sikumbang, 2019)

1. Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi misalnya komunikasi yang masih trauma karena tertimpa musibah bencana alam. Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika proses penyampaian pesan sedang berlangsung, karena situasi amat berpengaruh pada kelancaran proses komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.
2. Hambatan Semantis Jika hambatan sosio-antro-psikologis terdapat pada diri komunikan, maka hambatan semantis ini terdapat pada diri komunikator. Hambatan semantis ini menyangkut bahasa yang digunakan komunikator. Demi kelancaran komunikasinya, seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis ini, sebab jika terjadi salah pengucapan atau salah dalam menulis





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat menimbulkan salah pengertian atau salah tafsir yang pada akhirnya dapat menimbulkan salah komunikasi.

3. Hambatan mekanis ini dijumpai pada media yang digunakan dalam proses komunikasi. Misalnya cetakan huruf pada koran yang buram, suara telepon yang tidak jelas, suara yang hilang timbul pada siaran radio, gambar yang tiba-tiba bermasalah pada siaran televisi, serta gangguan lainnya yang terjadi pada media.
4. Hambatan ekologis ini terjadi disebabkan oleh lingkungan terhadap proses terjadinya komunikasi. Seperti suara kebisingan lalu lintas atau suara riuh orang-orang didekat terjadinya proses komunikasi sedang berlangsung. Hal ini dapat dicegah oleh komunikator, dengan cara menjauhkan proses komunikasi dari tempat yang dianggap dapat mengganggu proses komunikasi tersebut.

### 2.2.7 Keamanan

Keamanan adalah keadaan aman dan tentram (Tarwoto dan Wartonah, 2010). Keamanan tidak hanya mencegah rasa sakit atau cedera, tapi keamanan juga dapat membuat individu aman dalam aktifitasnya, mengurangi stres dan meningkatkan kesehatan umum, sehingga kita bisa menyimpulkan bahwa ketika kita merasa bebas dan tidak dalam keadaan bahaya kita sudah masuk dalam kategori aman. Sedangkan keamanan sendiri adalah sistem dari semua itu yang berarti sesuatu yang membuat kita menjadi aman. Biasanya istilah ini biasa digunakan dengan hubungan dengan kejahatan dan segala bentuk kecelakaan. Keamanan sendiri adalah sesuatu yang sangat penting karena ini sangat menjaga kestabilan contohnya keamanan nasional yang mencegah dari kriminalitas tingkat tinggi seperti terorisme, cracker atau hacker dan keamanan terhadap ekonomi nasional. (Carolos & Kurniati, 2021)

Keamanan di perlukan dalam pendakian gunung, pengetahuan dalam pertolongan pertama dan teknik dalam bertahan hidup (*Survival*). Tidak semua pendaki sudah berpengalaman, ada juga yang tidak mementingkan keamanan diri sendiri maupun kelompok. Untuk dapat mendaki gunung dengan aman dan sampai puncak di perlukan pengetahuan dan ketrampilan dasar-dasar mendaki gunung. (Faizan, 2017)

Kebutuhan keamanan (*Safety*) diperlukan saat melakukan pendakian gunung, terutama bertingkahtaku terhadap lingkungan seperti, tidak membuang sampah sembarangan, tidak merusak lingkungan dan lain-lain. Lingkungan yang bersih dan terbebas dari sampah akan memberikan kenyamanan untuk para pendaki ketika melakukan pendakian sehingga pendaki dapat menikmati perjalanan dan beristirahat dengan nyaman. Gunung merupakan alam terbuka dan wilayahnya didominasi hutan maka kemungkinan besar akan banyak ancaman yang datang karena tidak hanya manusia yang ditemui disana, banyak binatang buas dan makhluk-makhluk tak kasat mata. Karena itu





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendaki harus tetap waspada dan menjaga keamanan diri, agar keamanan tetap terjaga salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh para pendaki adalah dengan cara memperhatikan perilaku dan etika ketika berada di gunung.(Ekasari, 2023)

## 2.2.2. Keselamatan

Menurut Sibarani Mutiara (2012:45) bahwa keselamatan adalah suatu pemikiran dan upaya untuk menjamin keutuhan dan kesempurnaan yang bebas dari resiko kerusakan dan kecelakaan dimana kita bekerja yang mencakup dengan kondisi peralatan, kondisi mesin, dan kondisi pekerja. Secara umum keselamatan adalah suatu keadaan aman secara fisik, finansial, sosial, dan terhindar dari ancaman faktor-faktor yang menyebabkan kerugian ekonomi dan kesehatan.(Persi & Makai, 2024)

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, selamat adalah terhindar dari bencana, aman Sentosa, sejahtera, tidak kurang suatu apa, sehat, tidak mendapat gangguan, dan kerusakan. Keselamatan adalah keadaan dari selamat. Sehingga keselamatan adalah suatu keadaan yang terhindar dari bencana, aman Sentosa, sejahtera, tidak kurang suatu apa, sehat, tidak mendapat gangguan, dan kerusakan.

Keselamatan dalam berkegiatan pendakian gunung menjadi hal yang sangat penting. Sangat disayangkan kurangnya pengetahuan mengenai cara dan teknik-teknik dasar pendakian gunung yang meliputi petolongan pertama (P3K), perlengkapan mendaki gunung, teknik bertahan hidup dan informasi perjalanan. Menjaga kelestarian lingkungan seringkali menjadi hal yang diabaikan bagi para pendaki gunung karena dapat merusak kelestarian lingkungan sekitar. Selain itu informasi mengenai jalur pendakian gunung itu sangat penting di lakukan, agar para pendaki tidak kebingungan arah saat melaksanakan kegiatan pendakian dan dapat mengantisipasi jika terjadi kecelakaan bagi para pendaki.(Faozan, 2017)

## 2.2.3. Pendakian Gunung

Berwisata mendaki gunung menjadi kegiatan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan lokal maupun asing yang berkunjung ke Indonesia (Bhaskara, 2017). Menurut Afifah (2019), pendakian gunung merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk mencapai tempat yang lebih tinggi yang berorientasi pada alam terbuka. Namun, tidak semua kegiatan pendakian gunung hanya menjadikan puncak sebagai tujuan utama. Daya tarik khusus yang ditawarkan mendaki gunung adalah bahaya dan tantangan yang dimilikinya. Bahaya dan tantangan yang ditawarkan pada dasarnya untuk menguji kemampuan yang dimiliki oleh individu ketika hidup di alam bebas (Whardana, 2016). Nawarini & Anggraeni, (2022) melaporkan bahwa pada masa pandemi Covid-19 pendakian gunung Slamet di Jawa Tengah menjadi bagian dari cara



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menghilangkan stress dan dianggap bisa mengembalikan tenaga untuk bekerja.(Novianti, 2022)

Menurut Rahman (2017), pendakian gunung atau mountaineering memiliki tiga jenis, yaitu *hill walking (hiking)*, *scrambling*, dan *climbing*. Hiking adalah aktivitas yang dilakukan dengan berjalan kaki di daerah pegunungan tanpa memerlukan ataupun menggunakan tali atau peralatan khusus lainnya.(F. A. Rahman et al., 2017) Hiking menjadi hobi petualangan yang menawarkan kesempatan untuk mengasah keterampilan dan pengalaman individu untuk melawan tantangan. Scrambling yaitu pendakian yang dilakukan pada tebing batu namun tidak terlalu terjal, tingkat kemiringannya kurang dari 90 derajat dan menggunakan tangan untuk membantu keseimbangan badan. Climbing adalah salah satu bagian dari mendaki gunung yang memerlukan logistik khusus seperti tali, piton, dan lainnya, serta menggunakan teknik-teknik khusus agar bisa melewati tebing batu yang curam. Rock climbing berbeda dengan hiking yang tidak memerlukan peralatan khusus. Pendakian Gunung bukan hanya memerlukan aktivitas fisik namun juga mampu berpikir dengan menggunakan keterampilan agar terhindar dari resiko.(Novianti, 2022)

Mendaki Gunung merupakan suatu olahraga ekstrem yang penuh petualangan dan kegiatan ini membutuhkan keterampilan, kecerdasan, kekuatan, dan daya juang yang tinggi. Bahaya dan tantangan seakan hendak mengungguli merupakan daya Tarik dari kegiatan ini. Pada hakekatnya bahaya dan tantangan tersebut adalah untuk menguji kemampuan diri dan untuk bisa menyatu dengan alam. Keberhasilan suatu pendakian yang sukar berarti keunggulan terhadap rasa takut dan kemenangan terhadap perjuangan melawan diri sendiri.(Abdurrahman, 2015)

Olahraga mendaki gunung mempunyai nilai positif untuk menyalurkan minat dan bakat generasi muda yang senantiasa menginginkan hal-hal baru. Melalui olahraga mendaki gunung ini generasi muda akan berkembang secara spontan dan dapat dipacu untuk memberikan rangsangan kepada jiwa muda yang suka akan tantangan, keuletan dan ketangkasan serta kemampuan untuk menghadapi tantangan melalui kegiatan positif.(Abdurrahman, 2015)

### 2.3 Event Organizer

Menurut Yudhi Megananda (2009;5): “*event organizer* adalah usaha dibidang jasa yang secara resmi ditunjuk oleh klien untuk mengorganisasi rangkaian acara, mulai dari sisi kreatif, persiapan, pelaksanaan hingga selesai, dalam rangka membantu klien menyukseskan dan mewujudkan tujuan yang diharapkannya melalui rangkaian acara”. Jasa *Event Organizer* sendiri adalah jasa penyelenggaraan sebuah acara atau kegiatan yang terdiri dari serangkaian mekanisme yang sistematis dan memerlukan ketekunan, kesungguhan serta kekompakan kerja tim dimana acara tersebut dipadati dengan *deadline*, *target*, *sceduling*, *pressure* dan *teamwork solidity*. Yang



terpenting adalah ide kreatif *Event Organizer* yang muncul di otak yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah konsep. (Risnayanti, 2020)

Dalam pendakian gunung *Event Organizer* (EO) juga memberikan bantuan tambahan dalam memberikan panduan teknis dan berbagai pengalaman secara langsung. Dalam dunia pendakian, komunikasi memiliki arti penting karena menjadi fondasi tercapainya kesamaan makna antara komunikator, yang dalam konteks ini dapat merujuk pada panitia atau pemimpin pendakian, dan komunikan, yaitu anggota tim pendakian. Pentingnya komunikasi ini dapat diperkuat melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif. (Widowati, 2024)

Komunikasi yang efektif menjadi pondasi utama, di mana setiap anggota diharapkan berperan aktif dalam berbagi informasi terkait kondisi perjalanan, medan, dan situasi cuaca. Partisipasi yang tinggi juga bisa membantu dalam membangun komunitas pendakian menjadi lebih kuat. Karena peserta yang aktif dapat membentuk ikatan sosial, memperluas jaringan, dan menciptakan dukungan antar anggota komunitas. Ini dapat berdampak positif pada loyalitas dan partisipasi berulang di masa mendatang. Partisipasi aktif yang baik dari peserta dapat menciptakan citra yang positif bagi penyelenggara EO, peserta yang berbagi pengalaman yang positif mereka dapat menjadi promotor yang kuat, membantu meningkatkan daya tarik EO di kalangan calon peserta baru. (Widowati, 2024)

#### 4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi agar pembahasan tidak melebar dan tetap sesuai dengan tujuan penelitian. Secara substansi, penelitian ini hanya berfokus pada komunikasi persuasif yang dilakukan oleh EO dalam menyampaikan informasi keamanan dan keselamatan kepada pendaki, serta bagaimana komunikasi tersebut memengaruhi pemahaman dan perilaku pendaki. Penelitian tidak mencakup aspek bisnis atau pemasaran EO, seperti strategi promosi atau manajemen komersial.

Secara tempat, penelitian dilaksanakan pada EO pendakian gunung yang beroperasi di Provinsi Riau, dengan fokus pada aktivitas komunikasi yang terjadi sebelum, selama, dan setelah pendakian. Secara waktu, penelitian ini dilaksanakan dalam rentang tahun 2024–2025, mencakup masa wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumentasi. Adapun subjek penelitian meliputi pihak EO (owner, guide) serta para pendaki yang mengikuti kegiatan pendakian. Dari sisi metode, penelitian ini berada dalam ruang lingkup penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi sumber.

Penelitian ini membahas lebih lanjut ataupun mengkaji mengenai Komunikasi Persuasif Eo Pendakian Gunung di Riau Dalam Meningkatkan Keamanan dan Keselamatan Pendakian gunung. Komunikasi persuasif dilakukan oleh *persuader* dengan tujuan untuk mengubah sikap, perilaku, kepercayaan, pandangan *persuadee*. Konsep yang perlu di operasikan dalam penelitian ini adalah elemen komunikasi persuasif, faktor dan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *persuader* untuk mencapai keberhasilan komunikasi persuasif yaitu:

1. Elemen Komunikasi Persuasif (Maryam & Paryontri, 2020)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Warrant, yaitu ajakan yang dibungkus dengan kata-kata yang cenderung tidak memaksa. Berkaitan dengan ajakan keamanan dan keselamatan pendaki gunung. Kalimat itu secara tidak langsung mengajak dengan cara yang halus tetapi tidak bersifat perintah.  
Data, yaitu komunikator menggunakan data-data sebagai pijakan dalam melakukan ajakan. Data yang di sampaikan adalah tentang cuaca, jalur, risiko, SOP pendakian.
2. Faktor Komunikasi Persuasif Dalam Kajian Ini menurut (Maryam & Paryontri, 2020)
  - a. Mampu berpikir dalam kerangka acuan yang lebih besar untuk penggunaan teknik yang tepat dalam suatu keadaan tertentu.  
Kemampuan untuk melihat situasi secara menyeluruh sehingga bisa memutuskan kapan cukup menggunakan pesan singkat (WhatsApp/Instagram) dan kapan harus bicara langsung (tatap muka) demi memastikan pesan keselamatan benar-benar dipahami oleh peserta pendakian.  
Mampu menegaskan kredibilitas.  
Pada point ini maksud dari menegaskan kredibilitas adalah Kualitas atau kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada orang lain, yang di bangun melalui kejujuran, keahlian, konsisten, dan reputasi yang baik sehingga seseorang atau sesuatu dapat diandalkan dan valid dalam menyampaikan informasi.
  - c. Mampu berempati.  
Dalam point ini empati adalah alat yang sangat kuat bagi (persuader) yang berarti persuader memiliki kecerdasan emosional untuk terhubung dengan audiens pada tingkat yang lebih dalam, yang pada akhirnya membuat pesan persuasif lebih maksimal dan dapat diterima.  
Mampu menunjukkan perbedaan dengan sasaran.  
Dalam point ini kemampuan persuader untuk menunjukkan perbedaan antara perilaku aman yang disarankan dengan perilaku berisiko (sasaran) yang biasa dilakukan pendaki, sehingga pendaki terdorong untuk memilih perilaku yang lebih aman.  
Mampu mengetahui saat-saat tepat untuk menggiring audiensi pada pesan yang diberikan.  
Dalam point ini persuader mampu menggunakan kecerdasan situasional dan empati untuk membaca kondisi mental, emosional, atau fisik audiens, lalu memanfaatkan momen tersebut untuk memaksimalkan dampak persuasif dari pesan yang disampaikan.  
Mampu mengetahui kapan alat bantu komunikasi digunakan, dan lain-lain.  
Dalam hal ini kemampuan seorang komunikator yang cerdas untuk melampaui komunikasi verbal dan memanfaatkan beragam media serta strategi lain yang tersedia untuk memastikan pesan persuasif mereka diterima, dipahami, dan ditindaklanjuti secara efektif oleh audiens.
3. Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Kajian Ini Menggunakan Teknik William S. Howell Adalah



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Teknik Respons Ya (*The Yes-Response Technique*)  
Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengarahkan *persuadee* dalam pembentukan pendapat, sikap, ataupun perilaku tertentu dengan mengemukakan beberapa pertanyaan yang saling berhubungan.  
Menyerahkannya KepadaMu (*Putting It Up to You*)  
Melalui teknik ini, persuader berusaha untuk menjalin hubungan secara psikologis dengan *persuadee*.  
Pura-pura Tidak Tertarik/Cuek (*Simulated Disinterest*)  
Melalui teknik ini, *persuader* berusaha untuk menimbulkan perasaan cemas dan sikap memaksa kepada *persuadee* agar dapat mengikuti keinginannya.  
Transfer/Asosiasi (*Transfer*)  
Lingkungan yang menjadi lokasi komunikasi persuasif dilakukan, akan berpengaruh terhadap hasil komunikasi persuasif yang telah dilakukan.
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
a. Teknik Ikut-ikutan/Tren (*Bandwagon Technique*)  
Melalui teknik ini, *persuader* berupaya membentuk keyakinan diri *persuadee* mengenai hal-hal yang disampaikan.
- f. Katakan dengan Bunga/Symbol Menarik (*Say It with Flowers*)  
Teknik ini dilakukan dengan cara persuader mengambil hati *persuadee* dengan memuji kelebihan, kemampuan, kepandaian mereka.
- g. Jangan Tanya 'Jika', Tapi Tanya 'Yang Mana' (*Don't Ask If, Ask Which*)  
*Persuader* dengan teknik ini biasanya akan melakukan kembali proses interaksi baik melalui surat, telepon bahkan juga dapat langsung menemui kembali *persuadee* tersebut.
- h. Teknik Tukar Menukar/Barter (*The Swap Technique*)  
Teknik ini memberikan *persuadee* banyak pilihan tentang sesuatu hal. Pesan yang akan disampaikan harus dikemas dengan baik agar *persuadee* dapat memaknai pesan dengan jelas.  
Jaminan/Meyakinkan Kembali (*Reassurance*)  
Teknik ini dilakukan dengan cara barter baik yang berkaitan dengan barang ataupun informasi. Apabila informasi telah diberikan, maka *persuadee* akan merasa memiliki kewajiban untuk menyetujui ide atau gagasan yang telah disampaikan oleh *persuader*.  
Teknik Desakan atau Teknik Pemuakan (*Technique or irritation*)  
Teknik ini dilakukan dengan cara membujuk *persuadee* agar menyetujui ide atau gagasan yang disampaikan oleh *persuader*. Apabila teknik ini gagal untuk dilakukan, maka persuader akan dianggap sebagai tukang paksa. Namun apabila pesan disampaikan dengan halus dan menggunakan bahasa yang baik, maka *persuadee* dapat memberikan respons sesuai dengan yang diharapkan oleh *persuader*.

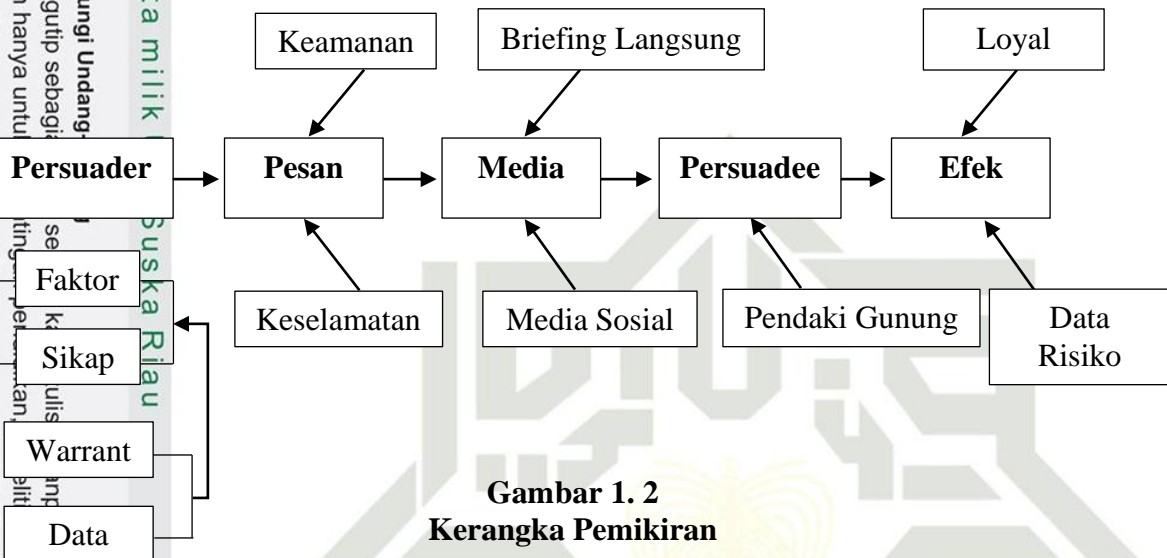
## 2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir digunakan untuk memudahkan penulis dalam mencari jawaban dalam permasalahan yang telah dirumuskan dan perlu penjabaran secara detail. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan elemen-elemen komunikasi persuasif menurut (Maryam & Paryontri, 2020) ada tiga elemen-elemen



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi persuasif, dalam penelitian ini hanya mengambil dua yang terdiri atas Warrant dan Data. Selanjutnya unsur-unsur komunikasi persuasif Soemirat & Suryana (2019) terdiri atas Persuader, Pesan, Persuadee, Saluran, dan Umpan Balik, dengan meliputi teknik komunikasi persuasif menurut Wiliam S. Howell. Konsep yang perlu di operasikan dalam penelitian ini adalah :



**Gambar 1. 2**  
**Kerangka Pemikiran**

### 1. Persuader (Sumber Komunikasi)

Persuader adalah EO (*Leader*) pendakian yang bertindak sebagai komunikator utama dalam penyampaian pesan keselamatan kepada pendaki. *Leader* EO ini memiliki faktor penunjang yang memengaruhi efektivitas komunikasinya, yaitu:

- a. Faktor → pengalaman, kredibilitas, pengetahuan jalur.
- b. Sikap → gaya komunikasi asertif, ramah, tegas.
- c. Warrant → alasan atau dasar logis yang menguatkan pesan.
- d. Data → fakta tentang cuaca, jalur, risiko, SOP pendakian.

Kombinasi faktor tersebut membuat persuader memiliki kemampuan yang kuat dalam memengaruhi pendaki.

### 2. Pesan

Pesan adalah materi komunikasi yang disampaikan oleh EO, terutama terkait:

Keamanan → informasi risiko jalur, potensi bahaya, kondisi cuaca.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Keselamatan → SOP, teknik pendakian, aturan penggunaan perlengkapan.

Pesan ini berisi ajakan untuk melakukan tindakan aman dan meningkatkan kewaspadaan selama pendakian.

### 3. Media

Media merupakan saluran yang digunakan EO untuk menyampaikan pesan keselamatan. Ada dua jenis media:

- a. Briefing langsung → penyampaian tatap muka sebelum pendakian
- b. Media sosial (WhatsApp group, Instagram, dll.) → penyampaian informasi sebelum keberangkatan

Kedua media ini bekerja secara saling melengkapi: informasi awal diberikan melalui media sosial, kemudian dipertegas melalui briefing langsung.

### 4. Persuadee (Penerima Pesan)

Persuadee adalah pendaki gunung yang mengikuti kegiatan EO. Mereka menerima pesan keselamatan melalui briefing dan media digital. Pendaki inilah yang menjadi sasaran perubahan sikap dan perilaku.

### 5. Efek (Hasil Komunikasi)

Efek merujuk pada perubahan yang terjadi pada pendaki setelah menerima pesan. Pada diagram, efek utamanya adalah:

- a. Tingkat Keselamatan dan Keamanan → pendaki menjadi lebih patuh, mengikuti SOP, dan memiliki perilaku keselamatan yang lebih baik.
- b. Loyalitas

Loyal di sini juga dapat diartikan sebagai kepatuhan dan penerimaan pendaki terhadap arahan EO, bukan hanya loyalitas pelanggan. Efek ini menunjukkan keberhasilan komunikasi persuasif dalam meningkatkan keselamatan.

UIN SUSKA RIAU



## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Dimana penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi dan sampling bahkan populasi dan samplingnya sangat terbatas. (Kriyantono, 2014)

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan setting tertentu yang ada di dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya? Artinya riset kualitatif berbasis pada konsep *going exploring* yang melibatkan *in-depth and case-oriented study* atau sejumlah kasus atau kasus tunggal (Chariri, 2009: 9). Sejalan dengan Denzin & Lincoln (1994) penelitian kualitatif merupakan penelitian menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. (Adlini, 2022)

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Pekanbaru Riau, berlangsung sejak April hingga juli 2025.

### 3.3 Sumber Data

Berdasarkan sumber data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun penjelasan lebih rincinya adalah sebagai berikut:

1. **Data Primer** Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Dan menurut Amirin, data primer adalah yang diperoleh dari sumber-sumber primer atau sumber asli yang memuat informasi atau data penelitian. Data ini berupa wawancara dan observasi.
2. **Data Sekunder** Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data diperoleh dengan cara membaca, melihat dan mendengarkan buku-buku maupun informasi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti atau perusahaan yang terkait. (Rahmadi, 2011)

### 3.4 Informan Penelitian

**Tabel 3. 1 Informan Penelitian**

Nama	Posisi	Keterangan
Amad Lutfi Hasan	Owner Vanadventure.id	<i>Key Informan</i> (Wawancara Tanggal 21 Juni 2025)
Abdul razzak	Owner COAR Adventure	Informan pendukung (Wawancara Tanggal 30 Juni 2025)
Sigit Prabowo	Guide COAR Adventure	Informan pendukung (Wawancara Tanggal 30 Juni 2025)
Hamdan Toyiba	Owner KMA Adventure Riau	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 15 Juli 2025)
Ridho Rahmatullah	Owner Victory Adventure	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 10 Juni 2025)
Nove Satria	Guide Victory Adventure	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 10 Juni 2025)
Mei Ardenia Azman	Pendaki Gunung	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 1 Juli 2025)
Nia Wadya Afriani	Pendaki Gunung	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 1 juli 2025)
Jodi Korniawan	Pendaki Gunung	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 30 Mei 2025)
Nofrihan Hakim	Pendaki Gunung	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 30 Mei 2025)
Toto Sasono	Pendaki Gunung	Informan Pendukung (Wawancara Tanggal 11 Juni 2025)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

#### 1. Wawancara

Teknik wawancara merupakan tanya jawab dengan informan untuk memperoleh informasi secara lengkap, adil, dan akurat mengenai sesuatu yang sedang diteliti. (Harahap, 2019) Sebelum melakukan wawancara, pastikan bahwa calon informan adalah orang yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang informasi-informasi yang dibutuhkan. (Pujaastawa, 2016)

Dari teknik inilah, sejumlah pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui komunikasi persuasif EO pendakian gunung di Riau dalam meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara terencana yang dilengkapi dengan *interviewguide* (pedoman wawancara) dalam bentuk sejumlah daftar pertanyaan yang telah disusun.

#### 2. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan memperhatikan objek penelitian dengan seksama dan bertujuan mencatat setiap keadaan yang relevan dengan tujuan penelitian. Observasi pada konsep pengalaman dapat muncul secara tiba-tiba, berdasarkan pada gejala-gejala umum, kejadian atau fenomena sosial yang terjadi serta tipe perilaku tertentu. Observasi dapat digunakan oleh penulis untuk mencari data yang ada dengan melihat langsung kegiatan sehari-hari informan dan dapat mencatat secara bersama adanya kejadian tertentu. (Murdiyanto, 2020)

Tujuan dari observasi berupa deskripsi, melahirkan teori dan hipotesis. Dalam melakukan Teknik observasi harus memperhatikan prinsip etis yaitu, menghormati harkat dan martabat kemanusiaan, privasi dan kerahasiaan subjek, keadilan dan memperhitungkan manfaat dan kerugian yang ditimbulkan. Namun apabila tidak cermat observasi dapat menimbulkan perilaku atau sikap yang berbeda dengan perilaku sehari-hari karena merasa diamati. (Hasanah, 2017)

#### 3. Dokumentasi

Menurut Ulfah, dkk (2022) dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada. Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. (Ulfah, 2022)

Metode dokumentasi ini perlu dilakukan saat sedang penelitian. Dengan dokumentasi, sumber data penelitian dapat digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

### 3.6 Validasi Data

Pada tahap ini data perlu dilakukan untuk pengujian, pemeriksaan dan keabsahan data. Agar data yang digunakan lebih akurat dalam validitas data,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



peneliti menggunakan teknik pemeriksaan data dengan triangulasi. Validitas data pada penelitian riset kualitatif terletak pada proses sewaktu peneliti turun ke lapangan untuk mengumpulkan data dan sewaktu proses analisis-interatif data.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik utama uji kredibilitas data, yaitu membandingkan data dari pemilik EO, guide, dan pendaki untuk memastikan konsistensi informasi terkait proses komunikasi persuasif. Hasilnya, ketiga sumber memberikan informasi yang konsisten terkait proses komunikasi persuasif dalam penyampaian pesankeselamatan.

**Tabel 3. 2**  
**Triangulasi Sumber (Membandingkan Data Dari EO, Guide, Pendaki)**

Sumber Data	Informasi Yang Diberikan	Hasil Perbandingan	Kesimpulan Validitas
Pemilik Event Organizer	Menjelaskan proses komunikasi: briefing keselamatan, penjelasan risiko, aturan wajib, demonstrasi cara berjalan.	Informasi dari EO sesuai dengan penjelasan guide dan diperkuat oleh pengalaman pendaki.	Konsisten→Valid
Guide Pemandu	Menggambarkan teknik penyampaian di lapangan, contoh: praktik, pengarahan saat jalur sulit, penegasan SOP.	Sejalan dengan penjelasan EO, dan dibenarkan pendaki yang merasakan prosesnya secara langsung.	Konsisten→Valid
Pendaki	Menjelaskan bagaimana mereka menerima pesan: memahami risiko, patuh SOP, merasa aman, gaya komunikasi EO jelas dan ramah.	Pengakuan pendaki sesuai dengan apa yang dikatakan EO dan guide. Tidak ada kontradiksi.	Konsisten→Valid

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan setelah pengumpulan data terjadi, dimana data yang terkumpul melalui berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda-beda, seperti observasi, wawancara dan kutipan kemudian data-data tersebut dituliskan dalam catatan lapangan yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, dialami, disaksikan selama melakukan penelitian dan merupakan bahan pengumpulan data untuk tahap selanjutnya. Data kualitatif adalah data yang menggambarkan deskripsi verbal dari kata-kata yang tidak dapat dianalisis dengan angka atau bilangan. Adapun langkah dalam analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

1. **Reduksi Data**  
Data yang tersedia dari lapangan cukup besar sehingga perlu dicatat dengan cermat dan teliti. Maka perlu adanya reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama penelitian hingga laporan akhir penelitian tersusun dan tidak harus menunggu data terkumpul banyak.
2. **Penyajian Data Langkah**  
Setelah reduksi data adalah Penyajian Data. Pada penelitian kualitatif, dapat dapat disajikan berupa uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, flowchart dan lain-lain.
3. **Penarikan Kesimpulan**  
Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Disini kesimpulan awal masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti pendukung yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang ditarik lebih awal didukung oleh bukti yang absah dan konsisten, ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang ditarik merupakan kesimpulan yang teruji. (Miles & Huberman, 1992).

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 4.1 Sejarah Event Organizer (EO) Pendakian Gunung

Event Organizer (EO) pendakian gunung di Indonesia memiliki sejarah yang berakar dari perkembangan komunitas pecinta alam sejak era 1980-an. Pada masa itu, kegiatan pendakian didominasi oleh kelompok mahasiswa pecinta alam (Mapala) dan komunitas-komunitas independen yang mengusung semangat eksplorasi, pendidikan lingkungan, dan petualangan tanpa orientasi komersial. Pendakian dilakukan secara swadaya dan berbasis gotong royong, sehingga belum dikenal jasa EO seperti sekarang. Memasuki tahun 2000-an, pendakian gunung mulai menjadi tren di kalangan anak muda, terutama di kota-kota besar. Bersama dengan itu, muncul forum-forum daring seperti Kaskus yang menjadi wadah berbagi informasi tentang jalur pendakian dan perlengkapan.

Perkembangan ini membuka peluang bisnis di sektor pendakian, terutama dalam bentuk jasa sewa perlengkapan, pemandu (guide), dan logistik. Istilah "open trip" mulai dikenal pada pertengahan 2010-an, seiring dengan menjamurnya EO pendakian yang menawarkan paket-paket pendakian praktis untuk pemula maupun pendaki berpengalaman. EO tersebut biasanya menyediakan transportasi, konsumsi, sewa alat, hingga dokumentasi, dan mulai aktif memasarkan layanannya melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Gunung-gunung populer seperti Semeru, Rinjani, Prau, dan Gede menjadi tujuan utama open trip.

Memasuki era digital pada 2020-an, EO pendakian semakin profesional dengan hadirnya platform reservasi daring serta kolaborasi dengan pengelola taman nasional. Namun, di tengah pertumbuhan ini, tantangan mulai muncul, seperti isu keselamatan, minimnya standar operasional prosedur (SOP), dan dampak negatif terhadap lingkungan akibat overtourism dan sampah. Beberapa EO telah mencoba mengusung konsep pendakian edukatif dan konservatif untuk mengurangi dampak buruk tersebut. Ke depan, keberlanjutan industri EO pendakian akan sangat bergantung pada regulasi pemerintah, kesadaran pelaku usaha, serta peran aktif komunitas dalam menjaga kelestarian alam.

Event Organizer (EO) pendakian gunung di Riau relatif masih baru jika dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia yang memiliki banyak gunung tinggi seperti Jawa atau Sumatera Barat. Namun, perkembangan EO pendakian di Riau mulai terlihat sejak sekitar tahun 2010-an, seiring meningkatnya minat anak muda terhadap aktivitas alam bebas dan petualangan. Awalnya, kegiatan pendakian di Riau lebih banyak dilakukan oleh komunitas pecinta alam, terutama dari kalangan mahasiswa seperti Mapala di berbagai perguruan tinggi di Pekanbaru dan sekitarnya. Mereka sering melakukan ekspedisi ke gunung-gunung di luar Riau, seperti Gunung Marapi, Singgalang, Kerinci, atau bahkan ke wilayah Sumatera Utara dan Aceh.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Karena Riau sendiri tidak memiliki gunung tinggi yang menjadi tujuan utama pendakian, EO pendakian di sini lebih banyak berperan sebagai penyelenggara open trip lintas provinsi, yang membawa peserta dari Riau ke gunung-gunung di luar daerah. Sejak pertengahan 2010-an, mulai bermunculan EO dan travel kecil yang menawarkan paket open trip pendakian, dengan titik kumpul di Pekanbaru atau Dumai, lalu berangkat bersama menuju lokasi pendakian. Paket ini biasanya mencakup transportasi, konsumsi, guide, dan kadang-kadang juga dokumentasi. EO seperti ini banyak bermula dari individu atau komunitas pendakian yang sudah berpengalaman, lalu menjadikan hobinya sebagai peluang usaha.

Kegiatan pendakian yang cukup populer di kalangan pendaki Riau antara lain adalah pendakian ke Gunung Kerinci (Jambi), Gunung Marapi dan Singgalang (Sumatera Barat), serta Gunung Sibayak (Sumatera Utara). Selain itu, beberapa EO juga mulai mengemas kegiatan alam lokal, seperti hiking ke kawasan perbukitan, air terjun, atau kawasan konservasi seperti Cagar Alam Bukit Batu dan Taman Nasional Tesso Nilo, dalam bentuk mini adventure atau one-day trip.

Hingga kini, EO pendakian gunung di Riau terus berkembang, meski jumlahnya tidak sebanyak di daerah dengan potensi gunung yang lebih tinggi. Tantangannya adalah jarak geografis yang cukup jauh ke lokasi pendakian utama, serta kebutuhan akan standarisasi layanan dan keselamatan. Namun, potensi pertumbuhan tetap besar, apalagi jika digabungkan dengan tren ekowisata dan petualangan yang semakin diminati oleh generasi muda.

## 4.2 Struktur Dan Fungsi Event Organizer (EO) Pendakian Gunung

Struktur organisasi (komunitas) adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian dan posisi yang ada pada suatu organisasi (komunitas) dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi dengan jelas sebagai pemisah dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Pada setiap EO pendakian gunung di Riau mereka memiliki sejumlah struktur yang sudah ditetapkan sedemikian rupa, agar dalam menjalani tugas dan tanggung jawab masing-masing komunitas terbagi atas jabatan dan fungsi masing-masing sebagai berikut:

### 1. Navigator

Navigator adalah sebagai petunjuk jalan atau guide. Navigator juga bertugas untuk memeriksa jalur yang berada di depan dan berkoordinasi dengan leader. Navigator berada di barisan paling depan. Menjadi navigator memiliki tanggung jawab yang sangat berat karena semua anggota tim yang berada dibelakang akan mengikuti jejak navigator.

## 2. Leader

Leader memiliki tugas yang paling berat. Sebagai pemimpin dalam suatu kelompok pendakian, semua tindakan dan keputusan yang diambil selama pendakian gunung berada di tangan leader. Namun leader tetap harus berkomunikasi dengan anggota kelompok lainnya, terdapat beberapa hal penting yang perlu dilakukan oleh leader.

a. Memberikan informasi kepada setiap anggota kelompok pendakian tentang gunung yang akan didaki. Informasi ini berupa durasi perjalanan, jalur yang akan ditempuh beserta kondisinya, dan tempat yang berpotensi bahaya. Hal ini dilakukan agar setiap anggota pendakian dapat mempersiapkan diri dengan baik.

b. Menjelaskan peralatan dan perlengkapan kebutuhan selama pendakian. Menjelaskan apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk dilakukan selama pendakian. Hal ini dilakukan agar setiap anggota pendakian memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang aturan tersebut.

c. Memastikan semua anggota selamat sampai kembali ke rumah masing-masing.

## 3. Chef

Chef merupakan orang yang sangat diperlukan dalam satu kelompok pendakian. Orang yang dipilih sebagai chef harus orang yang bisa dengan pandai mengolah logistik yang sudah dibawa dalam kelompok pendakian.

## 4. Logistik

Tugas seorang logistik sangatlah vital. Sebagai logistik, perlu dapat mengatur bahan makanan terutama pada pendakian yang memerlukan sehari-hari. Logistik berperan untuk mengatur bahan makanan sedemikian rupa agar tetap cukup selama pendakian berlangsung. Logistik juga perlu berkoordinasi dengan chef mengenai bahan makanan apa saja yang perlu dibawa selama pendakian.

## 5. Follower

Posisi seorang follower bisa di mana saja dalam barisan pendakian, tetapi harus tetap di depan sweeper dan di belakang navigator dan leader. Follower biasanya merupakan orang yang baru mengenal dunia pendakian, serta tidak mengetahui medan dan pengetahuan tentang dunia pendakian masih sedikit.

## 6. Sweeper

Sweeper berada di paling belakang barisan kelompok pendakian dan bertugas untuk memastikan tidak adanya rombongan yang tertinggal. Jika terdapat anggota kelompok yang kenapa-napa, sweeper bertanggung jawab untuk memberikan informasi kepada leader. Sweeper juga memiliki tugas untuk memastikan seluruhnya dalam keadaan baik, dari segi anggota kelompok pendakian, barang bawaan, dan lain-lain.



### 4.3 Profile Instagram EO Pendakian Gunung

#### 1. Vanadventure

Nama Akun Instagram: @Vanadventure.id

Alamat : Jl. Suka karya, gang saiyo, kota Pekanbaru, Riau  
 Destinasi : Menawarkan paket tour pribadi (*private tour*) ke seluruh destinasi di Indonesia, mulai dari Sabang hingga Merauke.

Jasa yang ditawarkan : Vanadventure.id menawarkan pemandu profesional dan juga porter berpengalaman untuk memastikan keselamatan, kenyamanan, dan kelancaran selama tour.



Gambar 4. 1

Instagram EO Pendakian Gunung Vanadventure

Sumber : (Van Adventure.Id, 2020)

#### 2. Konek Malompek Adventure Riau

Nama Akun Instagram: @kma.adventure\_riau

Alamat : Jl. Air Dingin, Kota Pekanbaru, Riau  
 Destinasi : Menawarkan paket tour di Riau dan Sumatera.

Jasa yang ditawarkan : Perencanaan dan manajemen perjalanan pendakian, penyediaan perlengkapan dan logistik pendakian, pemandu pendakian gunung (*guide*) profesional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. 2

Instagram EO Pendakian Gunung Koncek Malompek Adventure Riau  
Sumber : (Koncek Malompek Adventure Riau, 2015)



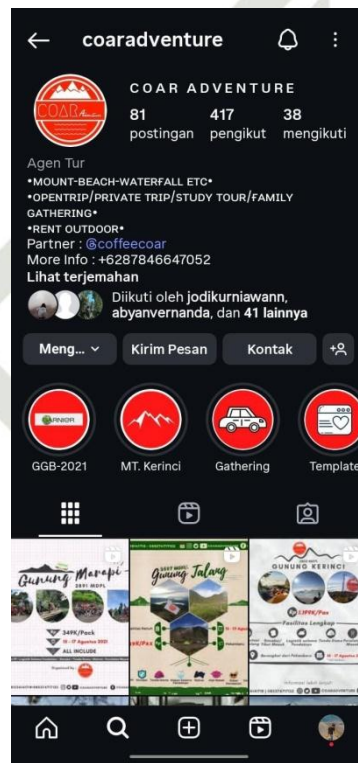
### 3. Coar Adventure

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nama Akun Instagram: @coaradventure  
 Alamat : Jl. Lobak, Kota Pekanbaru, Riau  
 Destinasi : Menawarkan paket tour pribadi (private tour) ke seluruh destinasi di Indonesia.  
 Jasa yang ditawarkan : Transportasi antar-jemput, pengurusan surat izin pendakian dan administrasi resmi, pemandu pendakian gunung profesional, penyediaan perlengkapan dan logistik perjalanan tour, paket open trip dan private trip, dan dokumentasi profesional.



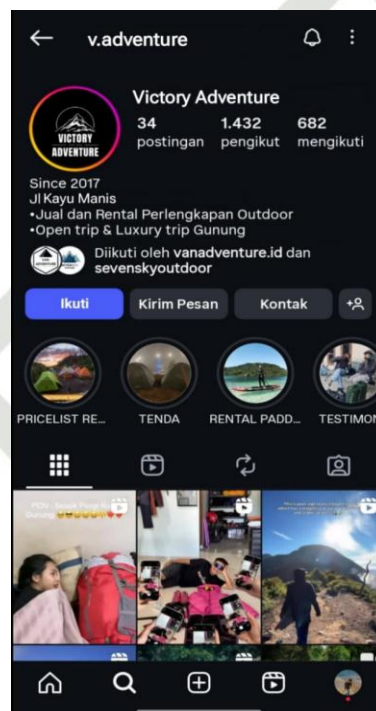
Gambar 4. 3

Instagram EO Pendakian Gunung Coar adventure  
 Sumber : (COARADVENTURE, 2016)



#### 4. Victory Adventure

Nama Akun Instagram: @V.adventure  
 Alamat : Jl. Taman Karya, Kota Pekanbaru, Riau  
 Destinasi : Menawarkan paket tour di Sumatera.  
 Jasa yang ditawarkan : Penyewaan alat pendakian, konsumsi atau logistik selama perjalanan tour, paket open trip, layanan tambahan seperti sertifikat pendakian, peserta mendapatkan fasilitas perlengkapan selama tour dan dokumentasi selama kegiatan pendakian gunung.



Gambar 4. 4

Instagram EO Pendakian Gunung Victory Adventure  
 Sumber : (Victory Adventure, 2017)

#### 4.4 Tujuan Event Organizer (EO)

1. Menyediakan Paket Pendakian yang Aman dan Nyaman.
2. Meningkatkan Pengalaman Pendakian.
3. Meningkatkan Keselamatan Pendakian.
4. Mempromosikan Pariwisata.
5. Meningkatkan Kepuasan Pendakian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB VI PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi persuasif dalam meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung oleh Event Organizer Pendakian Gunung di Riau, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan EO terbukti berjalan secara efektif dan memberi dampak nyata terhadap pemahaman serta perilaku pendaki. EO mampu menyampaikan pesan keselamatan melalui berbagai strategi komunikasi yang terstruktur, mulai dari briefing langsung, penjelasan risiko, demonstrasi praktik, hingga penggunaan media komunikasi digital yang memperkuat penyebaran informasi. Penyampaian ini membuat pendaki lebih memahami kondisi jalur, perlengkapan wajib, serta potensi bahaya yang mungkin terjadi selama pendakian. Gaya komunikasi yang muncul dalam proses penyampaian informasi didominasi oleh komunikasi asertif, dimana EO menjelaskan aturan dan prosedur keselamatan dengan sopan, jelas, dan tegas tanpa menimbulkan tekanan atau rasa takut pada pendaki. Komunikasi asertif ini terlihat dari cara EO memberikan alasan logis terhadap setiap aturan, mengaitkannya dengan pengalaman lapangan, serta memberikan kesempatan bagi pendaki untuk bertanya atau meminta klarifikasi.

Keterbukaan dan kejelasan komunikasi tersebut membuat pendaki merasa lebih dihargai dan lebih mudah menerima serta mematuhi instruksi keselamatan yang diberikan. Komunikasi persuasif yang diterapkan EO terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman, sikap, dan perilaku pendaki. Pendaki menjadi lebih sadar terhadap risiko, lebih disiplin mematuhi SOP, lebih teliti membawa perlengkapan keselamatan, dan lebih berhati-hati saat melewati jalur yang berpotensi membahayakan. Dengan meningkatnya kepatuhan dan kewaspadaan peserta, potensi risiko dan insiden selama pendakian dapat diminimalkan secara optimal. Selain itu, keberhasilan komunikasi persuasif EO juga tidak terlepas dari kredibilitas dan profesionalitas EO sebagai persuader, baik dari pengalaman, kemampuan teknis, maupun sikap komunikasi yang ramah dan informatif. Kredibilitas ini membuat pendaki merasa lebih percaya dan lebih mudah menerima arahan yang diberikan. Secara keseluruhan, komunikasi persuasif yang efektif telah menjadi faktor utama dalam peningkatan keamanan dan keselamatan pendakian gunung yang difasilitasi oleh EO di Riau.

## 6.2. Saran

- Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran dalam penelitian sebagai berikut
1. **Bagi *Even Organizer* (EO)**  
EO disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan pola komunikasi persuasif data penelitian menunjukkan bahwa komunikasi asertif (jelas, sopan, tegas, edukatif) merupakan gaya komunikasi paling berhasil dalam meningkatkan pemahaman dan kepatuhan pendaki. Karena itu, EO harus melatih guide agar tetap menggunakan gaya asertif, tidak berubah menjadi pasif (diam), dan tidak berubah menjadi agresif (memaksa). EO perlu memperbaiki teknik penyampaian agar tetap konsisten.
  2. **Bagi Pendaki Gunung**  
Pendaki disarankan untuk harus ikut aktif dalam briefing karena perilaku aman pendaki terbukti meningkat ketika pendaki memahami dan menerima pesan dari EO, maka pendaki perlu aktif mendengarkan briefing, pendaki harus bertanya jika belum paham, dan pendaki harus mematuhi SOP.
  3. **Bagi Peneliti Berikutnya**  
Peneliti berikutnya dapat memperluas lokasi atau memakai metode lain. Perbesar cakupan wilayah, gunakan metode campuran (mix-method), dan lakukan observasi lebih lama atau lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

1. Hurruman, R. (2015). Profil Vo2max Dan Profil Mental Toughness Pendaki Pamor 14 Peaks Expedition Iv: Analisis Kriteria Ideal Untuk Seorang Pendaki Profesional [Phd Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia]. [Http://Repository.Upi.Edu/Id/Eprint/16063](http://Repository.Upi.Edu/Id/Eprint/16063)
2. Iqini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
3. Irfah, P. F. (2024). Komunikasi Persuasif Pimpinan Dalam Mensosialisasikan Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) Karyawan Pt Sawit Asahan Indah.
4. Irfah, S. (2019). Flow Experience Pada Muslimah Pendaki Gunung. *Psikis : Jurnal Psikologi Islami*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.19109/Psikis.V5i2.4099>
5. Agustini, H., Rifai, M., & Ediyono, S. (2022). Ketika Sisa Letusan Gunung Api Menjadi Komoditi Wisata: Analisis Risiko Obyek Wisata Lava Tour Merapi Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Komunitas (Journal Of Community Health)*, 8(2), 219–228.
6. Alam, S. (2020). Peran Influencer Sebagai Komunikasi Persuasif Untuk Pencegahan Covid-19. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 136–148.
7. Amalliah, A., & Yunita, R. (2020). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus Covid 19 Dilingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(4), 27–42.
8. Amelita, M. (2020). Hubungan Antara Sensation Seeking Dengan Risk Taking Behavior Pada Perempuan Pendaki Gunung Marapi Sumatera Barat [Phd Thesis, Universitas Putra Indonesia Yptk]. [Http://Repository.Upiyptk.Ac.Id/Id/Eprint/6745](http://Repository.Upiyptk.Ac.Id/Id/Eprint/6745)
9. Anisa, I. A. (2024). Komunikasi Persuasif Orang Tua Dalam Menanamkan Etika Berpakaian Remaja Di Desa Belambangan Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan.
10. Bakhtiar, S., & Sinduwiatmo, K. (2020). The Influence Of Leadership Communication In Socialization Of Occupational Health And Safety Program On Employee Safety. *Academia Open*, 3, 10–21070.
11. COARADVENTURE (@Coaradventure) • Instagram Photos And Videos. (2016). <https://www.instagram.com/coaradventure/>
12. Carolos, R., & Kurniati, P. S. (2021). Analisis Faktor Keamanan Lingkungan Dalam Strategi Dinas Perhubungan Guna Mengatasi Pelanggaran Parkir Di Alun-Alun Kota Bandung. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 11(1), 64–77. <https://doi.org/10.34010/Jurisma.V11i1.3706>
13. Ekasari, M. (2023). Fungsi Mitos, Etika Lingkungan Dan Integrasi Pada Aktivitas Mendaki Gunung Lawu. *Indonesian Journal Of Conservation*, 12(2), 149–159.
14. Faozan, M. A. (2017). Aplikasi Panduan Mendaki Gunung Di Malang Raya Berbasis Android. *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.36040/Jati.V1i1.2066>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

© 2024 UIN Suska Riau. All rights reserved. This document is the property of UIN Suska Riau and is not to be distributed without prior written permission.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Goodstats. (2025). Jumlah Kecelakaan Pendakian Di Berbagai Gunung Indonesia 2013-2024. Goodstats. <https://Goodstats.Id/Article/Jumlah-Kecelakaan-Pendakian-Di-Berbagai-Gunung-Indonesia-2013-2024-Movfb>
- Harahap, A. S. (2019). Teknik Wawancara Bagi Reporter Dan Moderator Di Televisi. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(01).
- Harmanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *At-Taqqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163>
- Heandri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Koccek Malompek Adventure Riau (@Kma.Adventure\_Riau) • Instagram Photos And Videos. (2015). [https://www.instagram.com/Kma.Adventure\\_Riau/](https://www.instagram.com/Kma.Adventure_Riau/)
- Kriyantono, R., S. Sos, M. Si. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Lie Tjhhing, M., Rusmini, A., & Lestariningsih, T. (2024). Jaminan Keamanan Dan Keselamatan Pengunjung Pada Destinasi Wisata. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 80–90.
- Maryam, E. W., & Paryontri, R. A. (2020). *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. Umsida Press, 1–124.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*.
- Mustafa, P. S. (2018). Dr. H. Lukman Hakim, M. Pd. Prof. Dr. Hj. Nurul Lailatul Khusniyah, M. Pd. [https://www.researchgate.net/profile/Pinton-Setya-Mustafa-2/publication/389128864\\_Transformasi\\_Pendidikan\\_Melalui\\_Outting\\_Class\\_Teori\\_Praktik\\_Dan\\_Inovasi/links/67d39c437c5b5569dcbb6508/Transformasi-Pendidikan-Melalui-Outting-Class-Teori-Praktik-Dan-Inovasi.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Pinton-Setya-Mustafa-2/publication/389128864_Transformasi_Pendidikan_Melalui_Outting_Class_Teori_Praktik_Dan_Inovasi/links/67d39c437c5b5569dcbb6508/Transformasi-Pendidikan-Melalui-Outting-Class-Teori-Praktik-Dan-Inovasi.pdf)
- Nasution, C. C. H., & Harahap, M. S. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Kepala Sekolah Dalam Mencegah Tawuran Antar Pelajar Menengah Keguruan Al-Washliyah 4 Medan. *Jurnal Psikotes*, 1(1), 19–24.
- Novianti, S., Zamilah, F. F., & Andrianto, T. (2022). Perilaku Pendakian Gunung Di Masa Kenormalan Baru (Analisis Perspektif Pendaki Gunung Di Jawa Barat). *Journal Of Event, Travel And Tour Management*, 2(1), 9–18.
- O'keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory And Research*. Sage Publications.
- Persi, A., & Makai, A. (2024). Kementerian Perhubungan Badan Pencembangan Sem Perhubuncan Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran.
- Prayitno. 2016. (N.D.). Retrieved October 30, 2024, From [https://ppid.sumbarprov.go.id/images/2023/09/File/6\\_Dokumen\\_Renkon\\_Gunung\\_Api.pdf](https://ppid.sumbarprov.go.id/images/2023/09/File/6_Dokumen_Renkon_Gunung_Api.pdf)
- Pujaastawa, I. B. G. (2016). *Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi*. Universitas Udayana, 4.
- Puspita, Sherly. (2019, March 7). Hipotermia Hingga Tersambar Petir, Jenis Kecelakaan Yang Dialami Pendaki Di Indonesia. *Kompas.Com*.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

<https://Travel.Kompas.Com/Read/2019/03/07/130000627/Hipotermia-Hingga-Tersambar-Petir-Jenis-Kecelakaan-Yang-Dialami-Pendaki-Di>

Rahmadi, R. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian.

Rahman, D., & Yasya, W. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24853/Pk.4.1.1-10>

Rahman, F. A., Kristiyanto, A., & Sugiyanto, S. (2017). Motif, Motivasi, Dan Manfaat Aktivitas pendakian Gunung Sebagai Olahraga Rekreasi Masyarakat. *Multilateral : Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Olahraga*, 16(2), Article 2. <https://doi.org/10.20527/Multilateral.V16i2.4251>

Rahner, P. (2023, Desember , 07.00). Terbaru, Inilah Data Korban Meninggal Dunia Erupsi Gunung Marapi. *Goodstats*. <https://goodstats.id/article/terbaru-inilah-data-korban-meninggal-dunia-erupsi-gunung-marapi-zjzid>

Richard West, L. H. T. (2017). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi Buku 2.

Risnayanti, R. (2020). Strategi Event Organizer Pt Kyuu Communcation Dalam Menarik Minat Masyarakat Pekanbaru Terhadap Penyelenggaraan Konser Musik. *Jurnal Daya Saing*, 6(2), 157–166. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.V6i2.501>

Rastha, H. B. (2007). *Mountain Climbing For Everybody: Panduan Mendaki Gunung*. Hikmah.

Septiana, N. (2018). Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren Dalam Melakukan Network Marketing Di Pekanbaru. 5(1).

Setiawan, J. D. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Kebersihan Lingkungan Melalui Media Sosial.

Sikumbang, A. T., Effendy, E., & Husna, U. (2019). Efektifitas Komunikasi Persuasif Penyuluh Agama Islam Dalam Pembinaan Majelis Taklim Kota Langsa. *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.37064/Ab.Jki.V3i1.5748>

Soemirat, S., & Suryana, A. (2014). *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka.

Soemirat, S., & Suryana, A. (2019). *Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.

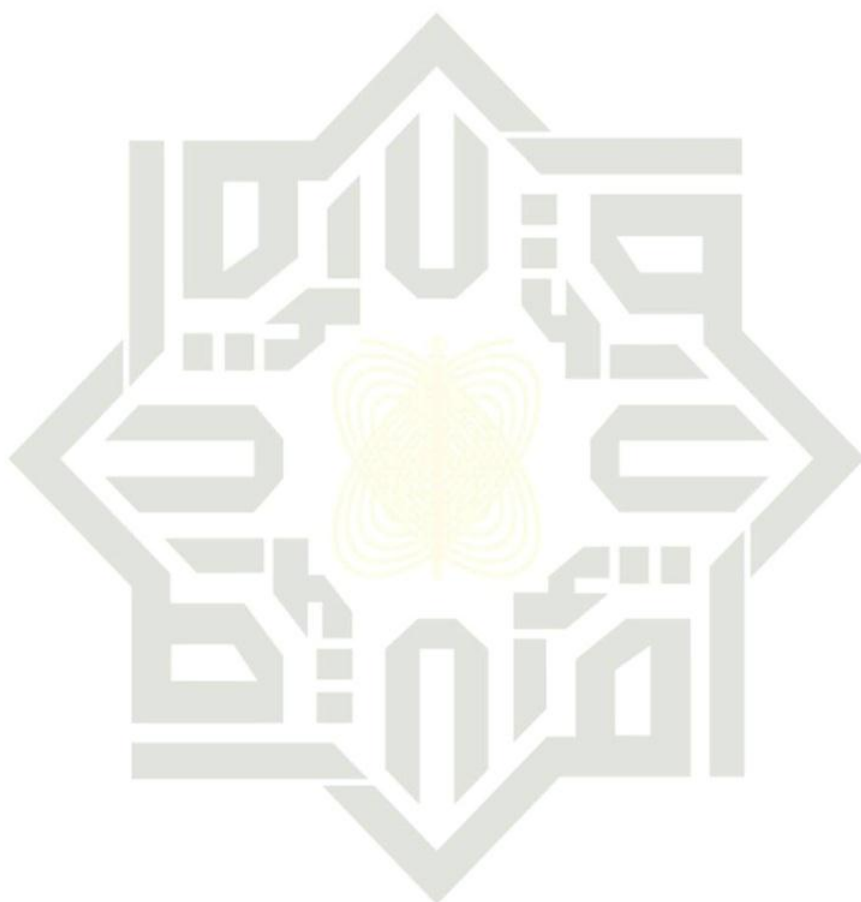
Thomas, J. (2023). *Komunikasi Persuasif Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kepada Masyarakat Dalam Menjaga Kelestarian Alam Wisata Air Terjun Batu Dinding Di Desa Tanjung Belit Kecamatan Kampar Kiri Hulu [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]*. <https://repository.uin-suska.ac.id/75361/>

Ulfah, U., Supriani, Y., & Arifudin, O. (2022). Kepemimpinan Pendidikan Di Era Disrupsi. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 153–161.

Van Adventure.Id (@Vanadventure.Id) • Instagram Photos And Videos. (2020). <https://www.instagram.com/vanadventure.id/>

Victory Adventure (@V.Adventure) • Instagram Photos And Videos. (2017). <https://www.instagram.com/v.adventure/>

- Widowati, L., Hastuti, N. H., & Rizqi, F. M. (2024). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Peserta ( Studi Kasus Open Trip Seduluran Selawase Adventure Dalam Pendakian Gunung Lawu). *Solidaritas*, 8(2). [Htps://Ejurnal.Unisri.Ac.Id/Index.Php/Sldrts/Article/View/11471](https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/11471)
- Sukarnain, P. D., Pratiwi, N. I., Satria, W. I., & Wulandewi, N. M. P. M. (2023). Realitas Komunikasi Persuasif Dalam Gerakan Ramah Lingkungan Melalui Konten Instagram. *Jurnal Sinestesia*, 13(2), 959–975.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## LAMPIRAN

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Lampiran 1. Transkrip Wawancara Pertanyaan untuk EO Pendakian Gunung

1. Apa strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh EO Anda untuk meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung?
2. Bagaimana Anda memilih metode komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi keamanan dan keselamatan kepada klien?
3. Apa peran leader atau pemandu dalam menyampaikan informasi keamanan dan keselamatan kepada klien?
4. Bagaimana Anda menangani situasi darurat atau kecelakaan saat pendakian gunung?
5. Apa yang Anda lakukan untuk memastikan klien memahami dan mengikuti aturan keamanan dan keselamatan?
6. Apa yang Anda lakukan untuk memastikan klien memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk melakukan pendakian gunung?
7. Bagaimana Anda menilai efektivitas pelatihan atau briefing keamanan dan keselamatan yang disampaikan kepada klien?
8. Apa yang Anda lakukan untuk meningkatkan kesadaran klien tentang pentingnya keamanan dan keselamatan pendakian gunung?
9. Bagaimana Anda menangani klien yang tidak mengikuti aturan keamanan dan keselamatan?
10. Apa rencana Anda untuk meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung di masa depan?

### Pertanyaan untuk Klien (Peserta Open Trip) Pendakian Gunung

1. Apa yang Anda ketahui tentang keamanan dan keselamatan pendakian gunung sebelum menggunakan jasa EO?
2. Bagaimana EO menyampaikan informasi keamanan dan keselamatan kepada Anda?

3. Apa yang Anda lakukan jika Anda merasa tidak aman atau tidak nyaman saat pendakian gunung?
4. Bagaimana Anda menilai efektivitas komunikasi keamanan dan keselamatan yang disampaikan oleh EO?
5. Apa saran Anda untuk meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung?

### **Pertanyaan untuk Pemandu atau Leader Pendakian Gunung**

1. Apa strategi komunikasi persuasif yang Anda gunakan untuk menyampaikan informasi keamanan dan keselamatan kepada klien?
2. Bagaimana Anda menangani situasi darurat atau kecelakaan saat pendakian gunung?
3. Apa yang Anda lakukan untuk memastikan klien memahami dan mengikuti aturan keamanan dan keselamatan?
4. Bagaimana Anda menilai efektivitas komunikasi keamanan dan keselamatan yang disampaikan kepada klien?
5. Apa saran Anda untuk meningkatkan keamanan dan keselamatan pendakian gunung?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 2 (Dokumentasi)

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





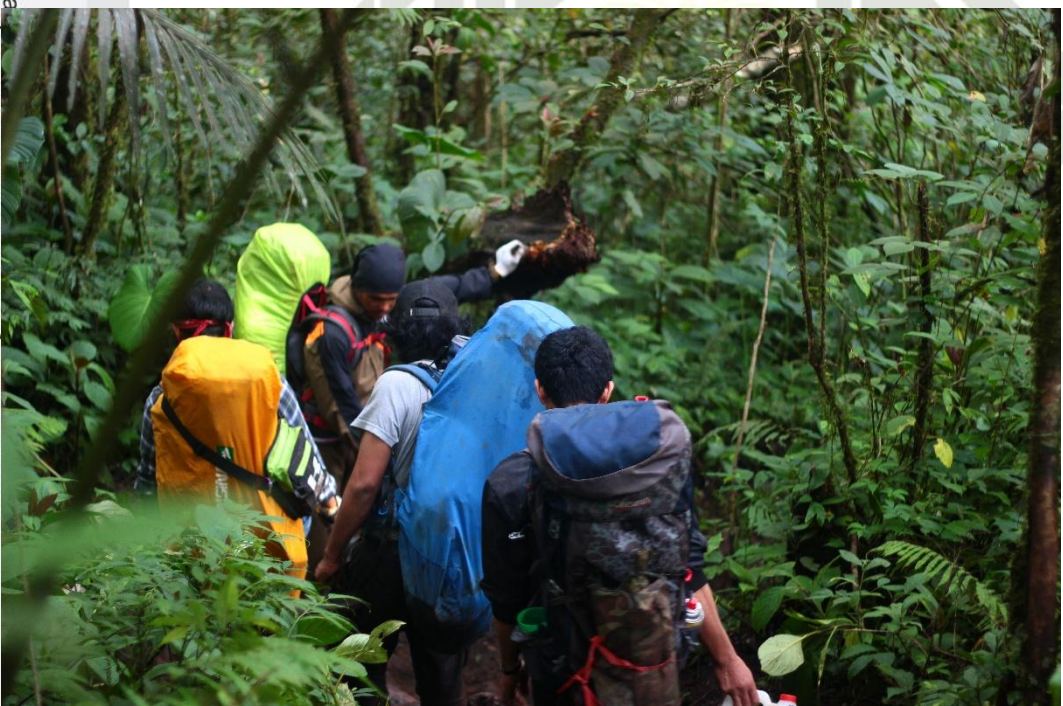
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







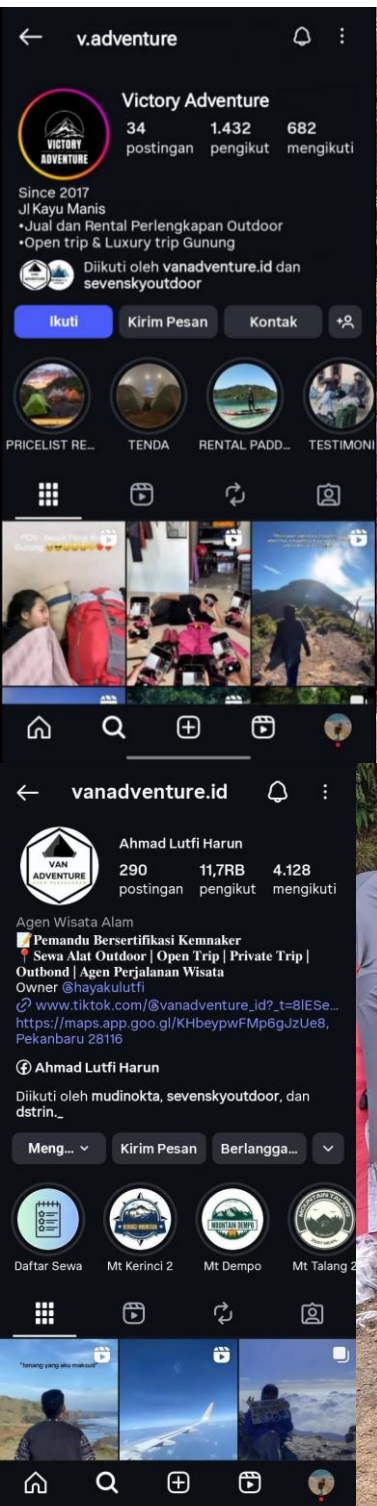
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

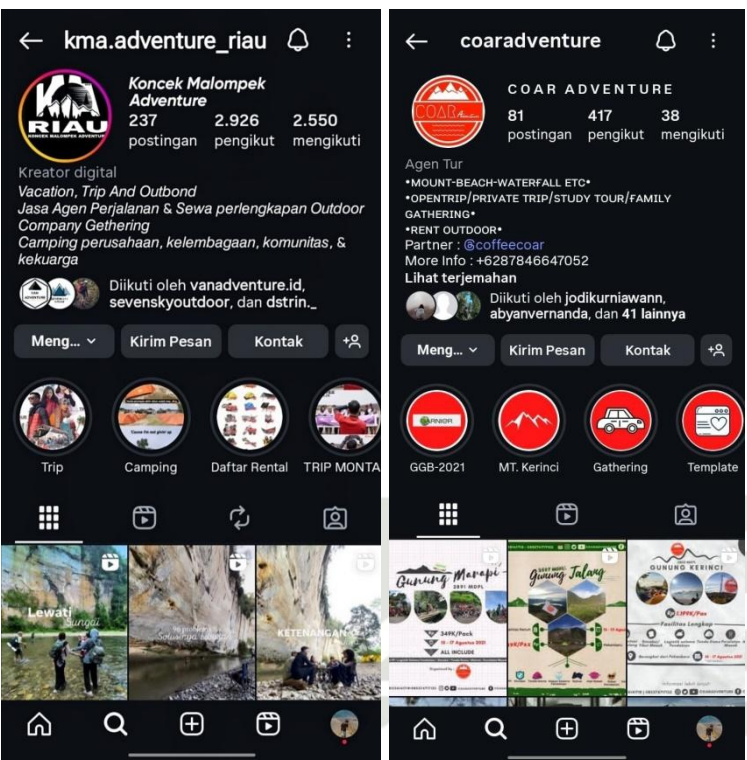
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.