

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS HIPNOTIS JOGJA
(KHJ) DALAM MENARIK MINAT ANGGOTA
(Studi Deskriptif Kualitatif Di Komunitas Hipnotis Jogja)**

Oleh :
WILLIAM PRAYOGA
18072245
williamprayoga3@gmail.com

ABSTRAK

Beragam persepsi masyarakat di Indonesia mengenai perihal ilmu hipnotis. Komunitas Hipnotis Jogja (KHJ) yang berada di Kota Yogyakarta mempunyai tujuan untuk meluruskan persepsi masyarakat Indonesia yang masih mempunyai pemikiran yang menganggap hipnotis berkaitan dengan ilmu gaib atau mistis dengan demikian akan berpengaruh pada kurang minatnya masyarakat pada komunitas hipnotis, maka dari itu Komunitas Hipnotis Jogja melakukan komunikasi persuasif yakni dengan melakukan menarik minat anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif Komunitas Hipnotis Jogja dalam menarik minat anggota. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk menganalisis yakni teori strategi komunikasi persuasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan pengurus Komunitas Hipnotis Jogja yakni Strategi Psikodinamika, Strategi Sosiokultural, dan Strategi The Meaning Construction yang dikemukakan Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Roeach. Persuasif yang dilakukan dengan cara merubah pandangan anggota, memberikan pengetahuan dan menyentuh bagian emosionalnya. Serta memfasilitasi keterampilan dengan memberi kebebasan berekspresi seperti menunjukkan skill-skill yang anggota miliki kemudian menciptakan lingkungan di komunitas dan lingkungan berpengaruh di kehidupan anggota seperti keluarga, kelompok, dan lingkungan sosial juga berpengaruh.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Persuasif, Komunitas Hipnotis Jogja, Minat Anggota.

**THE PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGY OF JOGJA HYPNOSIS
COMMUNITY (KHJ) IN ATTRACTING MEMBERS' INTEREST.
(The Study Of Qualitative Descriptive In Jogja Hypnosis Community)**

By :
WILLIAM PRAYOGA
18072245
williamprayoga3@gmail.com

ABSTRACT

There are various perceptions of society in Indonesian people regarding the science of hypnosis. The Jogja Hypnosis Community (KHJ), which is located in the city of Yogyakarta, aims to straighten the perceptions of the Indonesian people who still have thoughts that think hypnosis is related to occult or mystical science and thus will affect the lack of public interest in the hypnosis community, therefore the Jogja Hypnosis Community dis persuasive communication, namely by attracting members' interest. This study aims to determine how the persuasive communication strategy of the Jogja Hypnosis Community in attracting members' interest. This study used a qualitative descriptive method by producing descriptive data in the form of written words, spoken words from people and observed behavior. The data were collected by literature study, interviews, observation, and documentation techniques. The theory used to analyze was the theory of persuasion communication strategies. The results of this study indicated that the persuasive strategies used by the administrators of the Jogja Hypnosis Community were the Psychodynamic Strategy, the Sociocultural Strategy, and The Meaning Construction Strategy proposed by Melvin L. De Fleur and Sandra J. Ball-Roeach. Persuasive which were done by changing the views of members, providing knowledge, and touching the emotional part. As well as facilitating skills by giving freedom of expression such as showing the members' skills then creating an environment in the community and an influential environment in the lives of members such as family, groups, and the social environment was also influential.

Keywords : The Persuasive Communication Strategy, Jogja Hypnosis Community, Interest Of Member.

