

ABSTRAK

Komunikasi persuasif merupakan bagian yang berperan penting dalam jalannya sebuah komunitas. Tanpa adanya pihak yang saling mempersuasi, maka komunitas akan sulit untuk mempertahankan hubungan antar anggotanya dan eksistensi komunitas itu sendiri. Komunitas merupakan sekumpulan orang yang saling peduli, karena adanya suatu kesamaan baik dari sisi ketertarikan, nilai maupun tujuan. Komunitas tidak akan bertahan jika anggota didalamnya tidak mempertahankan loyalitas yang menjadi bentuk kontribusi anggota kepada komunitas. Loyalitas merupakan suatu sikap kesetiaan serta kepatuhan yang dapat diukur dari komitmen untuk bertahan dan memiliki dampak produktivitas yang lebih baik terhadap suatu komunitas. Untuk mempertahankan loyalitas anggota komunitas, dibutuhkan upaya dalam melibatkan hubungan antara berbagai unsur komunikasi persuasif. Penelitian ini membahas mengenai komunikasi persuasif dalam mempertahankan relawan komunitas sosial Sebung Bandung. Komunitas yang sudah berjalan selama tiga tahun ini, memiliki metode komunikasi persuasif dalam upaya mempertahankan relawan, yang secara rutin menggerakkan aksi berbagi sebungkus nasi kepada tuna wisma dan kaum duafa. Kegiatan tersebut dilakukan setiap satu minggu sekali dihari jum'at malam. Lima teknik dalam metode komunikasi persuasif yang dilakukan pengurus Sebung Bandung terhadap relawannya yaitu *rational persuasion*, *consultation tactics*, *ingratiation tactics*, *personal appeals tactics*, dan *exchange tactics*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi persuasif antara pengurus dan relawan pada komunitas sosial Sebung Bandung. Penelitian ini menerapkan teknik-teknik pengumpulan data dengan observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan tujuh narasumber yaitu satu informan kunci, lima informan utama, dan satu informan ahli. Hasil penelitian menunjukkan kelima teknik komunikasi persuasif diterapkan kepada seluruh rangkaian kegiatan mingguan Sebung yaitu *briefing*, turun ke jalan, *sharing session*, dan acara bebas, yang membentuk *sense of community* pada relawan komunitas, sehingga timbul keinginan untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan Sebung Bandung. Pada akhirnya terbentuklah loyalitas relawan yang ditunjukkan oleh keinginan relawan untuk bertahan dalam komunitas Sebung Bandung.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Komunitas Sosial, Loyalitas Relawan