

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF LEMBAGA ADAT PETALANGAN DALAM MENGATUR KEHIDUPAN SOSIAL MASYARAKAT PETALANGAN DI KECAMATAN BANDAR PETALANGAN KABUPATEN PELALAWAN

By : Alkharis Saddam
Supervisor : Prof. Dr. Walder Elfrianus Tinambunan, MS.,

The purpose of this study was to determine how the Strategy Institute Custom Petalangan in regulating social life in the Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan and Knowing the extent of the role of community leaders in organizing social life in the Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan.

This research uses descriptive qualitative research methods and techniques of data collection using observation , interviews , documentation . Informants in this study is the LAP administrators , opinion leaders and the community . The informant obtained through snowball sampling approach with key informants is the Vice Chairman of the High Council of Indigenous Petalangan .

Strategic of Indigenous Institute Petalangan for Public Adjusting Social Life in Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan has not been fully effective , it is basically an event by Indigenous Institute Petalangan got a very good response from the community and supported by the community , but in this activity just some people who are touched by the Institute of Indigenous Petalangan . Then this will impact the limited dissemination of indigenous knowledge and society at large . The purpose of socialization activity were made by Indigenous Institute Petalangan that this activity continues and does not stop on the level of Kecamatan , but this event will be followed by opinion leaders and traditional leaders and religious leaders to convey to the public . But has not been fully carried out by the opinion leaders due to several factors among which there are economic factors , age and other things .

Keyword : Persuasive Communication, Persuasive Communication Strategy, Community Petalangan.

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi canggih seperti saat ini, menjadi komponen yang terpenting dalam kehidupan sosial masyarakat. Dalam menyampaikan informasi berupa pesan, komunikator akan mempunyai tujuan dan sasaran. Pengaruh globalisasi yang semakin hari semakin berkembang, tentunya membawa dampak yang besar bagi tatanan kehidupan sosial masyarakat, mulai perkotaan sampai ke desa. Penyebaran informasi secara global yang berdampak ditinggalkannya nilai kebudayaan dan nilai adat istiadat bagi masyarakat Indonesia secara global, walaupun masih ada nilai kebudayaan dan adat-istiadat tetap terjaga dengan utuh.

Ditambah dengan kemajuan arus transportasi yang semakin maju dan mudah, maka berakibat pula pada transmigrasi untuk berpindah dari suatu wilayah ke wilayah lain khususnya ke daerah Kabupaten Pelalawan yang tentunya membawa perubahan sistem sosial masyarakat petalangan. Satu hal yang tidak bisa ditinggalkan adalah bahwa masyarakat petalangan bersifat terbuka dan menerima dengan senang hati masyarakat yang datang dari luar wilayah petalangan untuk tinggal dan menetap di wilayah petalangan.

Keterbatasan komunikasi pemangku adat yang kurang untuk mengkomunikasikan dan mensosialisasikan nilai-nilai adat kepada masyarakat, yang berakibat lemahnya pengetahuan tentang adat istiadat petalangan yang menimbulkan dampak lain seperti : ketidakpercayaan masyarakat adat pada pemimpinnya, ditambah dengan kebebasan pers dan media komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan yang terkadang bertentangan dengan nilai-nilai adat itu sendiri, seperti: menghujat pemimpin dan tindakan anarkis yang sering ditayangkan ke media televisi dan itu sangat berpengaruh pada kehidupan sosial masyarakat petalangan.

Strategi komunikasi persuasif pada saat ini menjadi salah satu solusi untuk menangkal lajunya pengaruh globalisasi yang masuk melalui media informasi dan teknologi. Hal inilah yang menjadi tugas bagi Lembaga Adat Petalangan sebagai media untuk mensosialisasikan, mengkomunikasikan, menghidupkan kembali nilai-nilai adat istiadat yang hampir hilang di dalam kehidupan masyarakat melayu petalangan, khususnya masyarakat petalangan yang berada di wilayah Kabupaten Pelalawan yang kurang dalam pemahaman dan pengetahuan tentang adat istiadat petalangan.

Dari perkembangan zaman yang maju, maka masyarakat petalangan juga berubah menjadi maju dan berkembang. Tetapi akibat yang ditimbulkan dari perkembangan zaman yang maju ini, maka berakibat pula pada pola kehidupan sosial masyarakat petalangan itu sendiri. Masyarakat petalangan terbawa arus globalisasi yang sering mencontoh budaya yang tidak bermanfaat bagi nilai sosial, nilai pendidikan, adat istiadat, moral, perilaku yang cenderung mengarah ke arah yang tidak baik, dan ini bisa dilihat dari fenomena-fenomena yang paling mendasar dan yang paling memperhatikan dalam kehidupan masyarakat petalangan ditinjau dari beberapa aspek kehidupan masyarakat petalangan diantaranya adalah :

1. Mulai ditinggalkannya adat istiadat petalangan oleh masyarakat adat petalangan itu sendiri dan bisa dilihat dari perubahan kehidupan sosial masyarakat seperti:
 - Tentang cara berkomunikasi, kurangnya adab sopan santun dan etika kepada teman sebaya, kepada orang yang lebih tua, kepada orang tua sendiri.
 - Dari segi hubungan sosial masyarakat yang hilang yang dahulunya sangat terjaga dan sangat kuat dalam kehidupan sosial masyarakat petalangan, misalkan gotong royong dalam semua kegiatan yang membutuhkan kerja yang banyak.
 - Acara pernikahan yang mulai menghilangkan adat istiadat budaya asli petalangan seperti kesenian silat, dan lebih menyukai kesenian budaya lain.
2. Masyarakat telah mengingkari ketentuan hukum adat petalangan. Misalkan seseorang tidak mau membayar hukum adat terhadap pelanggaran hukum adat yang dilakukannya.
3. Dangkalnya pengetahuan masyarakat petalangan tentang hukum adat yang mengakibatkan banyaknya permasalahan sosial yang terjadi di kehidupan sosial masyarakat petalangan seperti:
 - Banyaknya pelanggaran hukum adat yang dilakukan masyarakat petalangan. Contoh : Banyaknya pernikahan sesuku (sama suku antara laki-laki dan perempuan) dan ini menunjukkan lemahnya adat dimata masyarakat petalangan yang seharusnya tidak boleh terjadi. Padahal dahulunya pernikahan sesuku merupakan aib yang sangat besar bagi siapapun yang melakukannya dan menjadi aib bagi keluarga dan orang kampung didalamnya.
 - Kurangnya minat para generasi muda pada masyarakat petalangan untuk mempelajari tentang adat istiadat dan sangat acuh terhadap adat istiadat petalangan, yang akibatnya sekarang adalah perubahan pola pikir dan prilaku para generasi muda yang lebih cenderung kearah perbuatan dan pemikiran-pemikiran negatif seperti menghina, menghujat, melecehkan nilai-nilai luhur agama, budaya, norma-norma sosial dan menganggap adat istiadat petalangan itu kuno pada saat sekarang ini. Fenomena ini terlihat seperti ada acara keagamaan dan seni dan budaya, dimana masyarakat sangat tidak tertarik pada acara tersebut, bahkan acuh tak acuh pada kegiatan tersebut. Akan tetapi bisa dibandingkan ketika ada acara hiburan, seperti festival band, acara pesta rakyat atau acara yang berhubungan dengan kesenangan, maka masyarakat berlomba-lomba untuk menghadirinya bahkan rela berdesak-desakan untuk melihat acara tersebut dibandingkan melihat acara keagamaan, acara budaya, acara seminar adat yang sangat bermanfaat bagi kehidupan sosial baik untuk dunia maupun dikehidupan akhirat.

Dari fenomena-fenomena diatas, menjadi sesuatu yang sangat mengkhawatirkan bagi pengurus Lembaga Adat Petalangan dan masyarakat yang

peduli terhadap adat istiadat petalangan dan berupaya untuk bisa menjaga dan melastarikan adat petalangan itu kembali agar tidak hilang karna pengaruh globalisasi. Masyarakat dan Lembaga Adat Petalangan menganggap ini sudah masalah yang serius, dan wajib untuk melakukan upaya melakukan sosialisasi yang bertujuan menghidupkan kembali nilai-nilai adat istiadat petalangan dengan cara datang ke daerah-daerah yang ada di wilayah Kabupaten Pelalawan melalui seminar, sosialisasi adat yang dilakukan oleh Lembaga Adat Petalangan yang didukung oleh lembaga pemerintahan seperti pihak Kepolisian, Camat dan tak kala pentingnya didukung oleh media masa lokal.

Tentunya dengan tujuan merubah pola pikir masyarakat dan menghidupkan kembali nilai-nilai adat istiadat petalangan dan menjaga, melastarikan dan menerapkan kembali sistem dan hukum adat istiadat petalangan yang dahulunya sangat tinggi kedudukannya di mata masyarakat dan pemerintah.

Berdasarkan pada fenomena dan masalah diatas, maka peneliti sangat tertarik dan mencoba mengangkat permasalahan ini untuk di teliti lebih lanjut dengan judul penelitian **"Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Adat Petalangan Dalam Mengatur Kehidupan Sosial Masyarakat Petalangan Di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan"**.

Tinjauan Pustaka

Strategi merupakan rencana terpilih yang bersifat teliti dan hati-hati atau serangkaian manuver yang telah dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi persuasif merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas, dan harus dicapai. Sebab itu setiap kegiatan persuasi perlu dilandasi oleh strategi tertentu demi keberhasilan untuk mencapai tujuan yang ditentukan.

Strategi komunikasi persuasif adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yaitu mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang/audiens. Strategi yang digunakan harus dapat mencerminkan operasional taktis seperti siapa sasarannya, apa pesan yang disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian pesan, serta apakah waktu yang digunakan sudah tepat (dalam Soemirat, 2008:1.30). Sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi yang digunakan, perlu memperhatikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Spesifikasi tujuan persuasi, Menurut Paul Edward Nelson dan Judy Cornelia Pearson, komunikasi persuasif sedikitnya memiliki tiga tujuan yaitu membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan. Dari ketiga tujuan tersebut terdapat upaya-upaya untuk membentuk, menguatkan dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku, sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.
2. Identifikasi katagori sasaran, Secara umum, sasaran persuasi dapat diidentifikasi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, keanggotaan dalam kelompok primer, dan minat khusus mereka.
3. Perumusan strategi persuasif Komunikasi persuasif dapat berjalan sesuai harapan apabila strategi yang digunakan tepat sasaran. Langkah-langkah dalam perumusan strategi persuasif antara lain, pengumpulan dan analisis data, analisis dan evaluasi fakta, identifikasi masalah, pemilihan masalah yang ingin

disampaikan dan dipecahkan, perumusan tujuan atau sasaran-sasaran, perumusan alternatif pemecahan masalah, penetapan cara mencapai tujuan, evaluasi hasil kegiatan dan reconsiderasi (Soemirat, 2008: 8.27).

Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball –Roceach mengemukakan beberapa strategi komunikasi persuasif (dalam Soemirat, 2008:8.29-8.40), antara lain :

“1. Strategi psikodinamika strategi ini dipusatkan pada faktor emosional dan atau faktor kognitif dengan pesan persuasi. Dalam hal ini menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, selain itu dapat pula menghubungkan pembangkit emosional dengan bentuk-bentuk perilaku tertentu. Salah satu asumsinya adalah bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Oleh karena itu, apabila faktor-faktor kognitif dapat diubah, maka perilakupun dapat diubah pula. Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Dalam penekanan ini memungkinkan menggunakan media massa untuk mengubah struktur tersebut seperti perubahan perilaku. Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasif adalah pesan yang efektif mampu mengubah psikologis individual dengan berbagai cara sehingga mereka akan merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan persuader. Asumsi ini akan mengubah struktur internal psikologis individu seperti kebutuhan, rasa takut, sikap dan lain-lain yang hasilnya akan tampak pada perilaku yang nyata.

2. Strategi persuasi sosiokultural asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Esensi strategi ini adalah bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan consensus bersama. Oleh karena itu, pesan seharusnya ditunjukkan dan didukung oleh kelompok yang relevan. Strategi ini sering sekali digunakan bersama dengan tekanan antarpersona untuk kompromi yang maksudnya kombinasi antarpersona melalui media dan individu dapat dipertukarkan.

3. Strategi *the meaning construction* asumsi utama strategi ini bahwa pengetahuan dapat mengubah perilaku. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan oleh “belajar-berbuat” (learn-do)”.

Tiap masyarakat mempunyai sistem. Kepentingan akan sistem itu adalah mutlak. Sebab, jika suatu sistem masyarakat tidak terbentuk, maka akan timbul perbenturan tugas dan kepentingan antar sesama warga masyarakat. Tidak dapat dibayangkan bagaimana suatu masyarakat jika tidak mempunyai sistem, maka dengan sistem yang ada, pola hubungan antara warga masyarakat dapat diatur dalam struktur atau susunan sosial. Dalam konsep serupa kita juga bisa melihat bagaimana sistem masyarakat petalangan. Pada masa dahulu daerah petalangan berada dalam naungan Kerajaan Pelalawan (dalam Hamidy. 2005: 29).

Hampir tidak mungkin rasanya membicarakan mengenai sistem nilai sosial, tanpa melibatkan dengan sistem nilai yang berlaku dalam setiap masyarakat. Sebab itulah, karna antara sistem sosial dengan sistem nilai saling berkaitan. Sistem nilai dapat dikatakan sebagai suatu jaringan yang terdiri dari norma-norma, kaidah-kaidah yang berfungsi sebagai mengatur pola hubungan dan sekaligus tata kedudukan para warga masyarakat, karena dengan seperangkat nilai tersebut bisa menjadi pegangan dan alat untuk mengukur tiap pribadi

masyarakat. Sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat berfungsi sebagai pengendali kehidupan, sedangkan yang berperan dalam pelaksanaannya adalah sistem sosial (dalam Hamidy. 2005: 30).

Sejajar dengan pandangan masyarakat petalangan yang memandang sistem sosial sebagai suatu bentuk keluarga. Dahulunya Kerajaan Pelalawan mempunyai wewenang untuk mengatur seluruh aspek kehidupan sosial masyarakat. Melalui Batin pola kehidupan masyarakat itu dibentuk dan memberikan penyesuaian kehidupan pada tiap masyarakat. Batin pada dahulunya adalah pembantu raja yang menggemban tugas sebagai orang yang bertanggung jawab terhadap nilai dan sistem sosial dalam wilayah yang dipimpinnya dan batin mempunyai kedudukan yang kokoh dalam mengatur kehidupan masyarakat yang dipimpinnya.

Dalam membangun pola hubungan yang baik, maka masyarakat petalangan menempatkan juga ulama sebagai salah satu kedudukan yang terpenting pula dalam masyarakat. Ini tidak mengherankan, dalam masyarakat petalangan, meskipun adat telah mengatur tata hubungan antara sesama manusia agar bisa harmonis, namun tata nilai itu masih dipandang tidak sempurna. Segala perbuatan manusia pada hakikatnya tidaklah selalu benar, sebab apa yang dibuat dan diatur oleh manusia tidaklah kekal. Para pemimpin adat sadar hanya nilai agama dan firman Allah SWT yang abadi dalam kebenarannya. Adat dan agama islam telah menjadi nilai yang saling berkaitan dalam kehidupan masyarakat petalangan (dalam Hamidy. 2005: 38)

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berusaha memberikan gambaran terhadap keadaan yang terjadi, di kenal dengan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memberikan gambaran secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 2004:25). Secara umum penelitian ini untuk menggambarkan dan memahami permasalahan secara keseluruhan. Dalam hal ini, peneliti berusaha menggambarkan keadaan yang sesungguhnya bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Adat Petalangan Dalam Mengatur Kehidupan Sosial Masyarakat Petalangan Di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan dengan cara mengumpulkan data dan informasi dilapangan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Pengumpulan data yang dilakukan agar dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah sekaligus mempermudah penyusunan penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini adalah Lembaga Adat Petalangan yang terdiri dari pengurus dan anggota, tokoh masyarakat. Informan tersebut didapat melalui pendekatan *snowball sampling* dengan informan kunci adalah Wakil Ketua Majelis Tinggi Hukum Adat Petalangan.

Proses analisis dapat dilakukan semenjak data dikumpulkan. Pengolahan dan analisa data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan kemudian akan ditarik kesimpulan dan disertai dengan saran-saran yang dianggap perlu. Data yang diperoleh akan dikumpulkan, dikategorikan dan disesuaikan polanya terhadap permasalahan yang ada, data

yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk uraian deskripsi yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Adat Petalangan Dalam Mengatur Kehidupan Sosial Masyarakat Petalangan di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan.

A. Strategi Sosialisasi dan Seminar Adat

Pada saat ini, pengurus LAP telah melakukan upaya bagaimana kelestarian adat istiadat petalangan tetap terjaga diantaranya adalah membenahi kembali organisasi seluruh penghulu setingkat batin yang ada di wilayah petalangan. Setelah organisasi terbenahi dengan baik, maka salah satu strategi Lembaga Adat Petalangan selanjutnya adalah merumuskan sebuah buku yang bertuliskan tentang pedoman hidup dalam adat istiadat petalangan serta tunjuk ajar dalam bentuk hukum adat di wilayah petalangan.

Kegiatan ini adalah bentuk nyata dari program Lembaga Adat Petalangan untuk melestarikan, menghidupkan kembali nilai-nilai adat istiadat petalangan untuk kedepannya, kegiatan pembuatan buku tentang adat istiadat ini adalah bukan membuat peraturan adat baru, melainkan mencatat dan menulis dan mengumpulkan semua hukum adat istiadat petalangan yang tidak tertulis dan pada umumnya memang hukum adat tidak tertulis. Serta menjelaskan secara terperinci setiap pasal dalam buku hukum adat tersebut. Maka setelah buku ini selesai dibuat serta dirumuskan serta dicetak dan tahap selanjutnya adalah melakukan seminar dan sosialisasi kepada seluruh pengurus, tokoh masyarakat, pemangku adat, dan seluruh batin, yang mana program ini akan menitik beratkan kepada pemangku adat, batin dan tokoh masyarakat yang ada di masing-masing wilayah.

Kegiatan ini merupakan terobosan sekaligus strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Lembaga Adat Petalangan untuk memberikan pengetahuan kepada tokoh masyarakat, tokoh adat untuk bisa mensosialisasikan pengetahuan adat secara mendalam kepada masyarakat petalangan.

Strategi ini sejalan dengan pernyataan ketua LAP dan tokoh pemuda yang menyatakan bahwa kegiatan yang kami lakukan saat ini adalah kegiatan yang berkelanjutan yang kami buat, mulai dari merumuskan adat istiadat yang sudah lama dan hampir terlupakan, kemudian setelah selesai membuat buku tentang adat istiadat tersebut, maka kami akan bersidang kepada seluruh pemangku adat yang ada di kabupaten pelalawan, tujuannya adalah agar buku ini menjadi petunjuk dan pedoman bagi seluruh pemangku adat dan para batin, dan kedepannya wajib disosialisasikan kepada masyarakat luas. Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pengurus LAP pada saat ini mempunyai terobosan dalam strategi komunikasi persuasif untuk melakukan sosialisasi kepada seluruh pemangku adat dan batin dan masyarakat di masing-masing wilayah yang ada di petalangan, hasilnya adalah mendapatkan respon nilai positif dari semua lapisan, mulai dari Tokoh Masyarakat, Pemangku Adat, Para Batin, Kepala Desa, Tokoh Pemuda juga ikut merespon dengan baik dengan apa yang sudah dilakukan oleh Lembaga Adat Petalangan.

Hal ini diperkuat oleh salah seorang tokoh pemuda sekaligus Anggota LAP yang hadir pada saat sosialisasi dan seminar adat yang dilakukan oleh Lembaga Adat Petalangan yaitu dengan Bapak Zulkarnedi Zola yang mengatakan saya sangat senang dan berterimah kasih kepada pengurus LAP yang sudah membuat buku pedoman tentang adat istiadat dan hukum adat petalangan dan sekaligus mensosialisasikan kepada seluruh pemangku adat, batin, tokoh masyarakat dan sekaligus perwakilan masyarakat yang hadir sehingga saya sangat banyak mendapat manfaat ketika hadir pada saat sosialisasi tersebut. saya berharap kepada semua yang hadir juga merasakan nilai manfaat dan bisa merubah pola pikirnya kembali, bagaimana kedepannya adat istiadat dan hukum adat bisa dipahami dan ditegakkan di tengah masyarakat.

B. Strategi Psikodinamika

Strategi ini adalah bagian dari salah satu strategi pendukung dalam penelitian ini. Dewasa ini dalam mengatur kehidupan masyarakat pada saat ini bukan hal yang mudah, sehingga dibutuhkan suatu strategi yang dapat meyakinkan dan merubah pola pikir masyarakat. Salah satu strategi pokok dan yang utama digunakan pengurus Lembaga Adat Petalangan disaat melakukan sosialisasi pada masyarakat petalangan yaitu melalui pendekatan secara emosional maupun melalui faktor-faktor kognitif. Para narasumber dalam sosialisasi sebagai *persuade* harus dapat mengutarakan pesan persuasi baik secara rasional maupun menyentuh aspek emosional pada masyarakat yang hadir. Dengan cara rasional komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Bahwa dengan melakukan strategi komunikasi persuasif dengan cara melakukan pendekatan melalui emosional dan kognitif dapat lebih menggugah dan meyakinkan khalayak dan masyarakat sehingga terjadinya perubahan pola pikir dan perilaku pada khalayak. Disini pengurus lembaga/narasumber sebagai *persuade* harus mampu memegang kendali komunikasi yang terjadi sehingga adanya perubahan pada diri khalayak, yang tadinya tertutup menjadi terbuka dikarenakan adanya komunikasi dua arah antara narasumber dengan khalayak dan masyarakat.

C. Strategi Persuasif Sosiokultural

Strategi ini menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan pengurus Lembaga Adat Petalangan dalam mengatur kehidupan masyarakatnya agar lebih baik lagi. Perilaku dari masyarakat dipengaruhi juga oleh faktor lingkungan seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan kerja. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa faktor eksternal dalam komunikasi persuasif sangat bisa mempengaruhi pola pikir khalayak sasaran dan masyarakat dalam menerima informasi khususnya dalam kegiatan Sosialisasi adat yang dilakukan oleh Lembaga Adat Petalangan.

D. Strategi *the meaning construction*

Asumsi dari strategi ini adalah bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Pada strategi ini para narasumber berupaya memanipulasi suatu makna atau arti supaya lebih dapat memberikan pengertian kepada khalayak dan masyarakat. narasumber memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari substansi dari pengertian itu sendiri. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa memang strategi *the meaning construction* atau memberikan pengetahuan dan dapat mempengaruhi khalayak dengan memanipulasi suatu makna dengan tujuan memberikan ketertarikan khalayak dengan menggunakan bahasa dan kata perumpamaan.

1. Peran Tokoh Masyarakat Dalam Mengatur Kehidupan Sosial Masyarakat Petalangan Di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan.

A. Kurangnya Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Para Tokoh Masyarakat Kepada Masyarakat.

Kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh tokoh masyarakat pada beberapa tahun belakangan ini menyebabkan masyarakat banyak yang tidak tau dengan adat istiadat dan bahkan tidak mau tau, ini sangat membahayakan bagi kelastarian adat istiadat dan hukum adat petalangan, rutinitas komunikasi seharusnya adalah hal terpenting bagi tokoh masyarakat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat petalangan mulai meninggalkan adat istiadat dan tidak tau dengan adat istiadat dan sangat dangkal tentang hukum adat yang dibuat oleh para leluhur dahulu dikarenakan kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh para tokoh masyarakat, dan juga para batin dan penghulu kepada masyarakat, ini dikarenakan oleh banyak faktor, bisa dari sumber daya manusia pemangku adat, kemampuan komunikasi yang sangat kurang dan masalah ekonomi keluarga juga sangat mempengaruhi dalam mensosialisasikan adat istiadat kepada keluarga dan masyarakat.

B. Kurangnya Komunikasi Antara Lembaga Adat Petalangan Dengan Tokoh Masyarakat.

Pada saat ini komunikasi merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan manusia, baik antara individu dengan individu dan individu dengan kelompok ataupun organisasi. Komunikasi sangat diperlukan karena dengan komunikasi manusia bisa berinteraksi dengan manusia lainnya. Ketika kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh individu-individu mengakibatkan kurangnya informasi dan mengakibatkan manusia sangat sulit untuk berinteraksi dan berkembang. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa banyaknya permasalahan sosial dan adat istiadat yang terjadi karena diantara salah satunya adalah kurangnya komunikasi antara lembaga/organisasi kepada masyarakat dan tokoh masyarakat yang berakibat pada masyarakat itu sendiri karena ketidaktahuan informasi dan pengetahuan tentang adat istiadat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Adapun strategi komunikasi persuasif Lembaga Adat Petalangan dalam mengatur kehidupan sosial masyarakat petalangan di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan yaitu menggunakan strategi sosialisasi adat dan seminar adat merupakan strategi yang dilakukan oleh Lembaga Adat Petalangan yang merupakan salah satu strategi untuk mensosialisasikan adat, menghidupkan nilai adat dan hukum adat. Selain itu strategi pendukungnya adalah psikodinamika, strategi yang dilakukan yaitu strategi persuasif sosiokultural dimana faktor keluarga dan lingkungan juga sangat mempengaruhi khalayak dan masyarakat untuk ikut serta didalam menjaga adat istiadat dan budaya petalangan. Selanjutnya strategi *the meaning Construction* dimana melalui strategi ini dipusatkan bahwa pengetahuan dapat mengubah perilaku, melalui perumpamaan-perumpamaan dalam menjelaskan tentang sesuatu hal yang intinya lebih mempermudah khalayak untuk memahami makna yang sesungguhnya. Strategi komunikasi persuasif Lembaga Adat Petalangan sangat direspon baik oleh masyarakat petalangan dan mendukung strategi Lembaga Adat Petalangan dalam menghidupkan kembali hukum adat dan nilai adat dalam mempertahankan dan melestarikan adat istiadat petalangan.
2. Peran Tokoh Masyarakat dalam mengatur kehidupan sosial masyarakat petalangan di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan. Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa peran tokoh masyarakat di Kecamatan Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan masih kurang dalam segi sosialisasi dan bersifat juga masih kaku, dan hanya sebagian masyarakat saja yang benar-benar tau tentang adat istiadat petalangan, tentunya dalam peran tokoh masyarakat dalam menyampaikan informasi dan pesan adat dan nilai adat kepada keluarga dan masyarakat umum. Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan peran tokoh masyarakat berperan ketika masalah muncul ditengah-tengah masyarakat dan belum ada upaya dan inisiatif untuk mencegahnya pada saat ini.

SARAN

Adapun saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil dan pembahasan yaitu:

1. Dalam hal ini, pengurus Lembaga Adat Petalangan dan tokoh masyarakat harus mampu membuat strategi yang lebih baik lagi agar pesan komunikasi persuasif dapat dipahami, ditaati dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan dilestarikan oleh setiap generasi mendatang. Dan diharapkan jangan sampai hilang budaya dan adat istiadat petalangan ditengah petalangan sendiri karna pengaruh kemajuan zaman, kemajuan arus informasi dan pengaruh globalisasi dan pengaruh budaya luar.
2. Pengurus Lembaga Adat Petalangan dan tokoh masyarakat sekaligus seluruh Kepala Desa diharapkan lebih aktif dan sering untuk mengikuti dan

membuat seminar, sosialisasi di masing-masing desa yang mereka pimpin, bukan hanya terfokus pada kegiatan sosialisasi adat yang dilakukan pada tingkat Kecamatan saja.

3. Melakukan komunikasi persuasif langsung ke sekolah-sekolah yang ada di wilayah petalangan atau wilayah petalangan dengan bekerja sama dengan Dinas Pendidikan Kabupaten Pelalawan untuk memasukkan kurikulum mata pelajaran tentang kebudayaan dan seni adat istiadat petalangan agar anak-anak mulai dari usia dini sampai jenjang perguruan tinggi tau tentang adat istiadat petalangan dan kebudayaan lokal.
4. Membuat sebuah lembaga khusus dibidang seni agar kesenian dan kebudayaan dan kearifan lokal petalangan bisa dihidupkan kembali ditengah-tengah kehidupan masyarakat petalangan.
5. Melantik Para Tokoh Masyarakat, Tokoh Adat di masing-masing Desa agar Lembaga Adat Petalangan bisa berkoordinasi dengan baik apabila ada permasalahan terjadi, dan memudahkan masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan ditingkat Desa terlebih dahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2003. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Hamidy, U.U. 2005. *Rimba Kepungan Sialang*. Pangkalan Kerinci: Lembaga Adat Melayu Kabupaten Pelalawan.
- Jalaludin, Rakhmat dan Deddy Mulyana. 2003. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Kriyantono, Rachmat, S. Sos., M. Si. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong J, Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2005. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purnawan. 2002. *Dynamic Persuasion : Persuasi Efektif Dengan Bahasa Hipnosis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purwasito, Andrik. 2003. *Komunikasi Multikultural*: Muhammadiyah University Press.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Retorika Modern dan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosadi. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi Cetakan II*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh. 2004. *Materi Pokok Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka, Jakarta
- _____. 2007. *Materi Pokok Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- _____. 2008. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Study*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.

Sumber Lain

Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. (2008). *Teori Sosiologi, Dari Teori sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Post modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Syamsi. (2012). *Pusako Lamo Hukum Adat Petalangan. Bandar Petalangan: Lembaga Adat Petalangan (LAP) Kabupaten Pelalawan.*

Monografi Kabupaten Pelalawan Kecamatan Bandar Petalangan.