

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kajian Penelitian yang Relevan.....	8
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Langkah-Langkah Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	26
A. Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Persuasif	26
1. Pengertian dan Tujuan Komunikasi Persuasif.....	26
2. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif.....	28
3. Metode dan Tahapan Komunikasi Persuasif	31
4. Hambatan-Hambatan Komunikasi Persuasif.....	33
B. Tinjauan Umum Tentang Pembinaan Akhlak	33
1. Pengertian Pembinaan dan Macam-Macam Akhlak.....	33
2. Metode Pembinaan Akhlak	37
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Akhlak.....	39
C. Tinjauan Umum Tentang Santri dan Pondok Pesantren	41
1. Pengertian Santri dan Pondok Pesantren	41
2. Macam-Macam Santri.....	44
3. Akhlak Santri Dalam Menuntut Ilmu	45

4.	Tipologi Pondok Pesantren	47
5.	Unsur-Unsur Pondok Pesantren	48
6.	Tujuan dan Fungsi Pondok Pesantren	50
D.	Teori Perubahan Sikap (attitude change theory) Carl Hovland	51
BAB III HASIL DAN PENELITIAN.....		57
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
1.	Sejarah Pondok Pesantren Al-Majidiyah.....	57
2.	Motto Pondok Pesantren Al-Majidiyah.....	64
3.	Struktur Pondok Pesantren Al-Majidiyah	64
4.	Struktur Kepengurusan HILAL.....	66
B.	Hasil Penelitian	84
1.	Proses komunikasi Persuasif KH Muslim Mubarak dalam Membina Kualitas Akhlak Santri	84
2.	Perubahan Sikap Santri Setelah Pembinaan Kualitas Akhlak Oleh KH Muslim Mubarak.....	94
3.	Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif KH Muslim Mubarak dalam Membina Kualitas Akhlak Santri.....	101
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
1.	Metode <i>Tracking</i> dan <i>Story Telling</i> KH. Muslim Mubarak Dalam Proses Komunikasi Persuasif.....	109
2.	Cara Berkomunikasi KH. Muslim Mubarak Sebagai Suri Tauladan Bagi Santri 121	
3.	Peran Orang tua dan Para Pengajar Menjadi Faktor Penentu Keberhasilan Komunikasi Persuasif.....	128
BAB IV PENUTUP		139
A.	Simpulan	139
B.	Saran	141
C.	Implikasi	143
DAFTAR PUSTAKA		147
LAMPIRAN.....		153