

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA WEB SERIES DAKWAH
“BICARA CINTA” DI AKUN YOUTUBE UNDERBLACK PICTURES**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh :

Nur Ainun Latifah

1701026027

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2022

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 Bandel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nur Ainun Latifah

NIM : 1701026027

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi: Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Televisi
Dakwah

Judul : Teknik Komunikasi Persuasif Pada Web Series
Dakwah "Bicara Cinta" di Akun YouTube
Underblack Pictures

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 September 2022

Pembimbing,



Asep Dadang Abdullah, M.Ag

NIP. 19730114 200604 1 014

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA WEB SERIES DAKWAH
“BICARA CINTA” DI AKUN YOUTUBE UNDERBLACK PICTURES**

Disusun Oleh:


NUR AINUN LATIFAH

1701026027


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 27 September 2022 dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

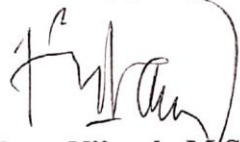
Ketua/ Penguji I


H. M. Alfandi, M. Ag
NIP. 19710830 1997031 003

Sekretaris/ Penguji II


Farida Rachmawati, M.Sos.
NIP. 19910708 201903 2 001

Penguji III


Nilnan Ni'mah, M.S.I.
NIP. 19800202 200901 2 003

Penguji IV


Alifa Nur Fitri, M.I.Kom
NIP. 19890730 201903 2 017

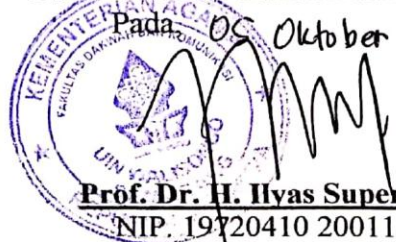
Pembimbing


Asep Dadang Abdullah, M.Ag.
NIP. 19730114 200604 1 014

Disahkan oleh

Dekan-Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada 08 Oktober 2022


Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Ainun Latifah
NIM : 1701026027
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Konsentrasi : Televisi Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 14 September 2022

Peneliti,



Nur Ainun Latifah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul; “Teknik Komunikasi Persuasif pada Web Series Dakwah “Bicara Cinta” Di Akun YouTube Underblack Pictures”. Solawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu menjadi panutan kita semua. Penulis sadar dan yakin, tanpa do’a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan. Untuk itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prof. Dr. H. Ilyas Supena M.Ag.
3. Ketua dan Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, H. M. Alfandi, M.Ag serta ibu Nilnan Nikmah, M.S.I.
4. Dosen pembimbing Bapak Asep Dadang Abdullah, M.Ag, terima kasih atas segala waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan pengetahuan dan bantuan selama melakukan studi.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sutarji dan Ibu Nurul MS, adik tercinta Ummu Nur Habibah, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan do’a dan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman yang telah memberi dukungan dan do’a, yaitu Adelia Ananda, Indah Irmawati, Fataya Muthi Ahadini, Endah Wahyu, Ria Rahma, Dian Nafi’ati, Rahmita, Syahda, dan banyak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, senang dan susah, serta selalu memeberi *support* kepada penulis.

8. Teman-teman seperjuangan KPI 2017 terutama kelas KPI-A 2017, terima kasih telah menemani dan menyemangati penulis dalam menjalani perkuliahan.
9. Keluarga SKM Amanat, Keluarga Mahasiswa Pelajar Lampung (Kamapala) Semarang, dan RGM One. Terima kasih sudah menjadi bagian kecil dari hidup saya untuk mencari ilmu, menambah relasi, dan pengalaman berharga yang mungkin tidak bisa saya dapatkan di bangku perkuliahan.
10. Kos Pak Aris yang telah menjadi tempat tinggal yang nyaman dan aman selama penulis melakukan studi di Semarang
11. Teman-teman saya dan seluruh pihak yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini

Semoga Allah SWT memberi balasan yang setimpal dan senantiasa diberikan kesehatan, keselamatan, dan perlindungan atas segala bantuan yang telah diberikan penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan baik dari materi, gaya bahasa, cara penulisan dan sebagainya. Oleh karena itu penulis sangat mengharap kritik dan saran untuk ke depannya. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 14 September 2022



Nur Ainun Latifah

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sutarji dan Ibu Nurul MS yang selalu memberikan kasih sayang, do'a yang tidak pernah putus, dan dukungan tidak kunjung henti. Terima kasih sudah merawat dan mendidik sepenuh hati, sehingga saya dapat sekuat ini. Dan untuk adik saya Ummu Nur Habibah, terima kasih sudah menjadi adik yang kuat, sabar, dan turut mengiringi do'a untuk saya. Do'a ku juga selalu menyertaimu.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya,...”

~ QS. Al-Baqarah: 286 ~

ABSTRAK

Nur Ainun Latifah (1701026027) “Teknik Komunikasi Persuasif pada Web Series Dakwah “Bicara Cinta” di Akun YouTube Underblack Pictures”. Skripsi Program Strata (S.1), Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Komunikasi dengan cara mempengaruhi sikap disebut “membujuk” (persuasi). Hal yang sama dengan dakwah, sesuai dengan makna dasarnya dakwah berisi ajakan. Proses mempengaruhi yang biasa dilakukan melalui ceramah, pidato, atau melalui seminar motivasi. Adanya media massa, dakwah mampu memanfaatkannya sedemikian rupa, menginovasikan ke dalam media yang jangkauannya lebih luas sehingga dakwah Islam lebih terarah. Salah satunya melalui web series yang mampu menyelipkan pesan persuasif. Web series yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah web series dakwah “Bicara Cinta” dengan format film seri. Menceritakan tentang seorang muslim yang menyikapi cinta dengan cara yang mulia dan sesuai aturan agama.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif yang diterapkan pada web series dakwah “Bicara Cinta” di Akun YouTube Underblack Pictures. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan analisis isi deskriptif. Data diperoleh dari dokumentasi berupa video audiovisual, dengan unit analisis berupa potongan dari gambar, dialog, dan suara pada adegan yang mengandung teknik komunikasi persuasif. Dalam menganalisis penelitian ini menggunakan teknik analisis isi dengan mengacu teknik komunikasi persuasif yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy.

Berdasarkan data yang telah diteliti, hasil penelitian menunjukkan dalam web series dakwah “Bicara Cinta” menerapkan teknik asosiasi dengan menyampaikan pesan yang berhubungan dengan topik atau sub-judul yang diangkat. Teknik Integrasi diterapkan dengan cara *dubbing*, instrumen musik yang melow, dan penyatuan *scene* yang singkat dan mengganti kata ‘saya’ dengan kata ‘kita’ sehingga menarik dan guna menyatukan diri antara komunikator dan komunikan. Teknik Ganjaran diterapkan dengan menyelipkan iming-iming ganjaran dengan nada bicara yang sedikit menekan dan meyakinkan sehingga isi pesan tersebut mampu mempengaruhi komunikan. Teknik tataan disusun secara sistematis oleh komunikator didukung dengan ekspresi dan instrumen musik yang *melow* sehingga pesan yang disampaikan mampu dimengerti dengan baik oleh komunikan. Terakhir, teknik *red-herring* (pengalihan perhatian) diterapkan komunikator untuk menyangkal argumen dengan nada bicara yang menekan dan visual yang meyakinkan komunikan dengan mengalihkan pembicaraan yang dikuasai komunikator.

Kata kunci: Teknik Komunikasi, Persuasif, Web Series, Cinta

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, WEB SERIES, dan CINTA PRESPEKTIF ISLAM	15
A. Teknik Komunikasi Persuasif	15
1. Teknik.....	15
2. Komunikasi.....	15
3. Komuniasi Persuasif	21
B. Web Series	25
1. Web Series Sebagai Media Dakwah.....	26
C. Cinta Prespektif Islam	28
BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG WEB SERIES “BICARA CINTA”	33

A.	Deskripsi Web Series “Bicara Cinta”	33
1.	Profil Web Series “Bicara Cinta”	33
2.	Sinopsis.....	34
3.	Tokoh dan Penokohan	36
4.	Tim Produksi	40
B.	Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Web Series “Bicara Cinta”	41
BAB IV ANALISIS ISI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA WEB SERIES “BICARA CINTA”		46
A.	Analisis Teknik Komunikasi Persuasif pada Web Series Dakwah “Bicara Cinta” di Akun YouTube Underblack Pictures.....	46
1.	Teknik Asosiasi	46
2.	Teknik Integrasi	52
3.	Teknik Ganjaran	58
4.	Teknik Tataan	61
5.	Teknik Red-Herring.....	64
BAB V PENUTUP		70
A.	Kesimpulan	70
B.	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		77

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1. 1</i>	12
<i>Tabel 4. 1</i>	47
<i>Tabel 4. 2</i>	50
<i>Tabel 4. 3</i>	53
<i>Tabel 4. 4</i>	55
<i>Tabel 4. 5</i>	58
<i>Tabel 4. 6</i>	62
<i>Tabel 4. 7</i>	64
<i>Tabel 4. 8</i>	68

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1</i>	2
<i>Gambar 3. 1</i>	36
<i>Gambar 3. 2</i>	37
<i>Gambar 3. 3</i>	37
<i>Gambar 3. 4</i>	38
<i>Gambar 3. 5</i>	38
<i>Gambar 3. 6</i>	39
<i>Gambar 3. 7</i>	40

BAB I

PENDAHULUAN

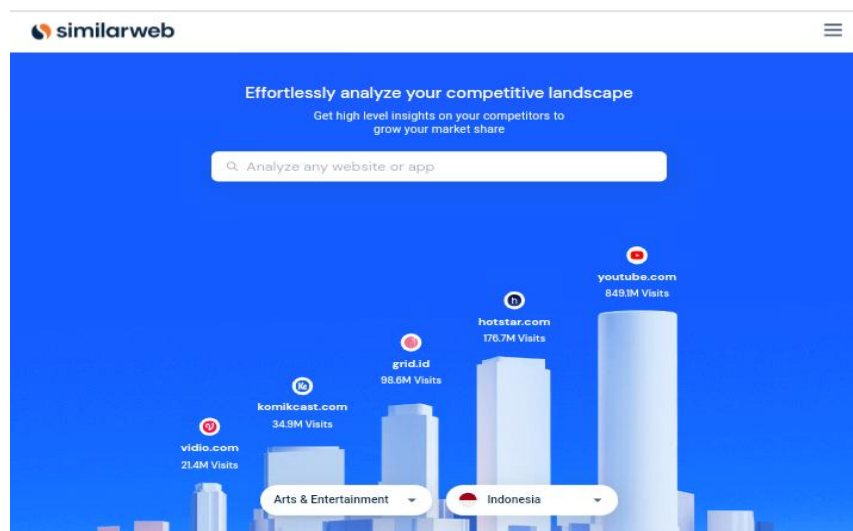
A. Latar Belakang Masalah

Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagai keadaan, kita berusaha memengaruhi sikap orang lain, dan berusaha membuat orang lain memahami apa yang kita katakan. Metode yang terlibat dengan mengubah dan membentuk kembali sikap, atau pengaruh sikap (*attitude influence*) adakalanya berlangsung sepanjang hidup (Tubbs & Moss, 2001: 25). Pada bidang komunikasi proses mempengaruhi sikap disebut “membujuk” (persuasi). Hal itu disebabkan oleh kenyataan bahwa beberapa kegiatan penyampaian informasi tersebut menyimpan unsur persuasif (Nida, 2014: 78). Unsur persuasif yang dimaksud adalah pesan dan tujuan yang berisi ajakan hingga memberikan efek kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang. Komunikasi persuasif dalam kerangka Islam adalah komunikasi yang meninjau pada bagian psikologis *mad'u* untuk membangkitkan perhatian mereka sehingga mengakui dan melaksanakan pelajaran Islam (Masruroh, 2020: 12).

Masyarakat telah menggunakan komunikasi persuasif sejak dahulu. Bettinghaus (dalam Hendri, 2019: 10) menyebut persuasi sebagai usaha memengaruhi pemikiran dan perbuatan seseorang dengan berusaha memengaruhi tingkah laku. Dalam sejarah penyebaran Islam kegiatan persuasif lebih dulu hadir melalui pendekatan para Nabi untuk mengubah tatanan masyarakat Arab dari zaman jahiliyah menjadi beradab (Hendri, 2019: 30). Penerapan dakwah yang bersifat persuasif artinya proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan masyarakat Arab zaman dulu menggunakan cara halus sehingga menumbuhkan sentuhan kesadaran dan mengakui kebenaran ajaran Islam. Sedangkan Simons (1976) menjelaskan bahwa studi tentang persuasif berasal dari zaman Yunani Kuno. Pada saat itu, persuasi telah digunakan untuk berbagai tujuan dan kepentingan, misalnya

menyampaikan pidato pada upacara-upacara khusus, untuk melaporkan masalah-masalah yang dihadapi masyarakat di ruang pengadilan, serta untuk perdebatan. Kini, penggunaan persuasi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia dengan memanfaatkan berbagai layanan media baru (Soemirat & Suryana, <http://repository.ut.ac.id/4495/1/SKOM4326-M1.pdf>).

Media merupakan salah satu unsur penting dalam komunikasi. Salah satunya media massa yang sering dimanfaatkan untuk kegiatan komunikasi adalah YouTube. YouTube menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk *download* dan *upload* video dengan durasi tanpa batas. Semakin banyak pengguna internet, semakin banyak yang terpicu untuk membuat video dan mengunggahnya ke YouTube dengan berbagai kepentingan.



Gambar 1. 1 (sumber: similarweb.com)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa YouTube tercatat sebagai situs hiburan yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Total kunjungan tersebut mencapai 849,1 juta kunjungan per-Juni 2022 ([similarweb.com](https://www.similarweb.com)).

Pakar ilmu dakwah menyebutkan media bukan unsur penting dalam dakwah, melainkan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah (Aziz, 2004: 345). Dakwah saat ini tidak hanya cukup memanfaatkan media konvensional, seperti melalui ceramah dan pengajian dari masjid ke masjid. Adanya media massa dakwah mampu memanfaatkannya sedemikian rupa, sehingga dakwah

Islam lebih terarah. Dengan adanya fasilitas media massa YouTube memicu semua kalangan memuat suatu aktivitas dengan mengunggah video dan memunculkan saluran-saluran mandiri ataupun *production house* (rumah produksi). Materi yang ditampilkan masing-masing pengguna ini juga beragam, mulai dari tayangan daily vlog, animasi, musik, short movie, web series, dsb. Bentuk video yang akhir-akhir ini populer adalah serial web atau *web series*. *Web series* atau bisa disebut juga film pendek juga salah satu media komunikasi massa (Alfajri, Irfansyah, & Isdianto, 2014: 28).

Desain *web series* saat ini telah menjadi hiburan pilihan untuk pengguna internet. Konfigurasi film cerita sekuel memiliki kemiripan dengan serial televisi atau sinetron yang pertama kali menjadi mainstream di program-program TV (Alfajri, Irfansyah, & Isdianto, 2014: 28). Dengan adanya media baru, web series bisa menjadi salah satu sarana dakwah kreatif yang dipilih untuk memudahkan pengguna atau komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan yang tersirat pada sebuah tayangan .

Salah satunya pada kanal YouTube Underblack Pictures yang memproduksi sebuah web series yang berjudul “Bicara Cinta”. Web series “Bicara Cinta” menceritakan tentang cara menyikapi cinta dengan cara yang mulia dan menjunjung ketaatan kepada Sang Pencipta. Web series ini memiliki 5 episode. Pada setiap episodanya, series ini menampilkan sub judul yang berbeda-beda dengan total penayangan 1.206.481 per Maret 2022 sejak tayang Juli 2015 di akun YouTube Underblack Pictures. Web series “Bicara Cinta” pernah memenangkan penghargaan sebagai Web Series Positif di YouTube pada Film Maker Muslim (FMM) Awards 2016.

Cinta menjadi topik utama pada web series ini. Cinta dan manusia merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, tak terkecuali dalam kisah percintaan remaja. Hal tersebut sengkali kita dengar dengan kata “pacaran” yang seolah telah menjadi budaya. Pacaran menjadi nuansa bagi mereka untuk menuangkan rasa kasih, cinta, dan rindu ingin bertemu pada sang kekasih. Hal itu menyebabkan seseorang yang belum mempunyai kekasih merasa iri sehingga timbul rasa ingin pacaran juga. Cinta itu fitrah, tapi

terkadang buta. Apa yang harus dilakukan dalam Islam jika laki-laki dan perempuan saling jatuh hati? Solusi terbaik dari segala jawaban adalah menghalalkan atau menikah. Namun jika belum mampu maka sabar dan berpuasa, hingga Allah mempertemukan pasangan yang jauh lebih baik untukmu (Ramli, 2020: 62).

Problematika di atas menjadi jawaban yang dalam konteks kekinian hendaknya tidak hanya disampaikan oleh para kyai, ustadz, dan mubalig saja. Akan tetapi semua orang mampu berkontribusi dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah (Alamsyah, 2012: 199). Keadaan seperti ini mampu dimanfaatkan masyarakat umum untuk menyebarkan pesan dakwah melalui film, sinetron, atau web series untuk diambil sebuah pengajarannya. Menurut Rahmat (dalam Alamsyah, 2012: 207) film adalah media yang sangat strategis dalam mempengaruhi standar perilaku di berbagai lapisan, karena memiliki pesan yang akan disampaikan kepada sejumlah besar orang. Menurut Jay Weinstein (pada Tubbs & Moss, 2005: 218-219), direktur komunikasi di *Havard School of Public Health*, percaya bahwa menyematkan pesan ke dalam tayangan seperti film atau sinetron lebih persuasif dan efektif daripada menggunakan pengumuman layanan publik seperti ceramah. Dakwah melalui film lebih komunikatif dan persuasif mengingat materi dakwah dapat digambarkan dalam suatu skenario film yang menarik dan menyentuh kondisi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Web series “Bicara Cinta” dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian karena web series tersebut terdapat beberapa dialog yang disampaikan dengan cara mempengaruhi pemikiran dan pendapat tentang bagaimana menyikapi cinta sesuai aturan agama. Proses mempengaruhi yang biasa dilakukan melalui ceramah, pidato, atau melalui seminar motivasi, membuat peneliti tertarik untuk meneliti sebuah web series dengan format film seri yang dirasa bagian dari media yang mampu memberikan pengaruh bagi masyarakat umum. Penonton film seringkali terpengaruh dan cenderung mengikuti seperti halnya peran dan pesan yang ada pada film tersebut. Hal ini dapat menjadi peluang baik bagi pelaku dakwah yang biasanya melakukan dakwah secara

monoton sehingga mampu menyelipkan pesan persuasif pada film tersebut dengan konten-konten keislaman. Oleh karena itu, menarik untuk dapat mengetahui teknik-teknik komunikasi persuasif apa saja yang diterapkan pada web series *Bicara Cinta*. Peneliti ingin mengkajinya dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul; “Teknik Komunikasi Persuasif pada Web Series Dakwah “*Bicara Cinta*” di Akun YouTube Underblack Pictures”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana teknik komunikasi persuasif yang diterapkan pada web series dakwah “*Bicara Cinta*” di akun YouTube Underblack Pictures?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana teknik komunikasi persuasif yang diterapkan pada web series dakwah “*Bicara Cinta*” di akun YouTube Underblack Pictures.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu dan wawasan tentang teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan komunikasi pada media sosial khususnya melalui web series.

b. Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membuat mahasiswa maupun masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi terutama pada bidang komunikasi persuasif.

D. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Qotriah (2019) dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau.” Penelitian yang berupa skripsi ini bertujuan untuk mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif dalam novel Islami Anak Rantau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis isi (content analysis). Hasil temuan penelitian ini yaitu terdapat beberapa kalimat dalam novel Anak Rantau yang sesuai dengan teknik komunikasi persuasif yaitu, teknik asosiasi, teknik *fear arousing*, teknik *pay of idea*, teknik *icing device*, dan teknik *cognitive dissonance*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu menganalisis teknik komunikasi persuasif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada lokus penelitiannya. Penelitian dari Lailatul Qotriah yang dikaji berupa media cetak yaitu novel, sedangkan pada penelitian ini mengkaji sebuah media baru yaitu tayangan web series pada salah satu akun youtube.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Riza Ahmad Zaini (2018) dengan judul “Pesan Dakwah dalam Web Series Pulang-pulang Ganteng Episode 3-5 di Youtube.” Tujuan dari penelitian tersebut adalah mengetahui pesan dakwah dalam web series Pulang Pulang Ganteng episode 3-5 edisi pertama 2016. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan analisis isi deskriptif. Hasil temuan pada penelitian ini adalah Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di Youtube mengandung tiga kategori isi pesan dakwah, diantaranya yaitu pesan aqidah (tentang masalah keimanan), pesan akhlak (tentang masalah budi pekerti), dan pesan syariah (tentang keislaman). Sedangkan berdasarkan pengolahan data secara analisis isi, frekuensi yang muncul masing-masing kategori pesan dakwah diatas sebanyak 22,2 % untuk pesan aqidah yang berjumlah 2 pesan. 66,6 % untuk pesan akhlak yang berjumlah 6 pesan, dan untuk pesan syariah yang berjumlah 1 pesan dengan presentase sebanyak 11,2

%. Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan media baru, yaitu sebuah tayangan web series pada salah satu akun youtube. Sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, penulis meneliti teknik komunikasi persuasif apa yang digunakan. Sedangkan pada penelitian Riza Ahmad Zaini meneliti pesan dakwah yang ada dalam web series tersebut.

3. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Sapriandi (2020) dengan judul “Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja di Lingkungan Kampung Baru Tirondo Kelurahan Sulewang Kecamatan Pulewali Kabupaten Pulewali Mandar.” Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui akhlak remaja di lingkungan tersebut, mengetahui bentuk-bentuk komunikasi persuasif yang digunakan terhadap pembinaan akhlak remaja di lingkungan tersebut, dan mengetahui urgensi komunikasi persuasif terhadap pembinaan akhlak remaja di lingkungan tersebut. metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan diantaranya: remaja yang tinggal disekitar lingkungan tersebut memiliki sifat yang berbeda dan faktor lingkungan bisa mempengaruhi tingkah laku remaja tersebut. Bentuk-bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan berupa sosialisasi, penyuluhan, dan dakwah. Dan yang terakhir komunikasi persuasif adalah salah satu bentuk komunikasi yang sangat urgen untuk diterapkan pada lingkungan tersebut, karena komunikator memiliki peran penting dalam membina untuk menentukan keberhasilan dalam mempengaruhi remaja kepada hal yang baik. Persamaan penelitian Sapriandi dengan penelitian saya terdapat pada objek yang diteliti yaitu komunikasi persuasif. Namun, penelitian ini tidak fokus terhadap teknik komunikasi persuasif yang digunakan melainkan urgensi komunikasi persuasif.
4. Skripsi dari Rokhmad Joko Santoso (2020) dengan judul “Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah pada *Chanel* Youtube CakNun.com”. Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui penerapan teknik komunikasi persuasif yang sering digunakan Caknun dalam

penyampaian dakwah pada *channel* youtube CakNun.com. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Hasil dari penelitian yang dilakukan Santoso adalah pada *content* video Mocopat Syafaat yang berjudul “Kiai Sapu Jagad” dan *content* video Jurnal Caknun yang berjudul “Temukan Yang Allah Nasibkan Pada Dirimu” ditemukan teknik komunikasi persuasif yang lebih dominan yaitu teknik integrasi dan tataan. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu meneliti teknik komunikasi pada tayangan YouTube. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini objek yang digunakan berupa tayangan ceramah pada akun YouTube CakNun.com, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah tayangan web series pada akun youtube Underblack Pictures.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Maya Sofiya Dimiyati (2022) dengan judul “Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Ferdunand De-Saussure pada Akun Instagram @qurandansenja)”. Tujuan pada penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis apa saja teknik persuasi yang digunakan dalam akun instagram @qurandansenja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika ferdunand de-saussure. Penelitian ini menghasilkan tiga teknik persuasif meliputi; teknik asosiasi, teknik ganjaran, dan teknik tataan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati adalah pada teknik persuasif yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokus penelitian. Aspek media yang digunakan pada penelitian ini, yaitu menggunakan media massa instagram, sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan media web series dengan format film series pada tayangan youtube.

Berdasarkan pemaparan kelima penelitian yang dijadikan sebagai tinjauan pustaka, peneliti mengakui adanya sejumlah perbedaan dan persamaan. Komunikasi persuasif biasanya digunakan untuk suatu kegiatan seperti iklan, motivasi, ceramah, dll. Dalam penelitian ini

komunikasi persuasif dikemas dalam bentuk web series dengan memilih web series “Bicara Cinta” dengan format film series sebagai objek penelitian untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif apa saja yang diterapkan. Hal tersebut dipilih oleh peneliti dikarenakan beberapa penelitian terdahulu belum ada yang mengkaji teknik komunikasi persuasif dengan objek web series. Selain itu peneliti mengambil fokus pada lima teknik komunikasi persuasif yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy pada buku *Dinamika Komunikasi*. lima teknik komunikasi tersebut diantaranya, teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan *red-herring* (pengalihan perhatian).

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sukmadinata (dalam Rukajat, 2018: 10) "Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menganalisis dan mendeskripsikan suatu peristiwa, fenomena, keadaan sosial, sikap, keyakinan, pandangan orang secara individual maupun kelompok." Sedangkan menurut Creswell (dalam Rukajat, 2018: 5) pendekatan kualitatif adalah cara untuk membangun pernyataan dilandasi pengetahuan berdasarkan sudut pandang-konstruktif (contohnya, makna-makna yang sumbernya dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau hipotesis tertentu), atau berdasarkan sudut pandang partisipatif misalnya: orientasi terhadap isu, politik, kolaborasi, atau perubahan), atau keduanya. Dengan penelitian kualitatif, peneliti akan menganalisis penerapan teknik komunikasi persuasif pada suatu media baru dengan menggunakan kata-kata, gambar, dan bukan menunjukkan angka-angka statistik pada hasil penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan analisis isi deskriptif. Harold D. Lasswell adalah pelopor dari analisis isi. Menurut

Barelson (dalam Eriyanto, 2011: 15), analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, valid, reliable, sistematis dan deskripsi kualitatif dari isi komunikasi yang tampak (manifest), mengetahui gambaran karakteristik isi, menarik simpulan dari isi. Sedangkan analisis isi deskriptif sendiri adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu (Eriyanto, 2011: 47). Analisis isi pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan secara mendalam hasil dari penelitian, yaitu teknik komunikasi persuasif yang diterapkan pada web series dakwah “Bicara Cinta” di akun YouTube Underblack Pictures.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini berfokus pada teknik komunikasi persuasif, web series, dan cinta.

a) Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif adalah proses menyampaikan pesan kepada orang lain dengan cara membujuk atau mempengaruhi secara halus, tanpa paksaan, dan kerelaan dengan tujuan mengubah perilaku, sikap, pendapat, ataupun keyakinan tanpa adanya paksaan atau ancaman.

Penelitian ini mengacu pada lima teknik komunikasi persuasif yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy pada buku *Dinamika Komunikasi*. Peneliti menganalisis web series “Bicara Cinta” yang memuat beberapa dialog yang bersifat membujuk atau mengajak serta mengandung pesan dan tujuan. Lima teknik komunikasi Onong Uchjana Effendy diantaranya; teknik asosiasi, yaitu penyampaian pesan yang sedang hangat/ ramai dibicarakan pada suatu cerita. Teknik integrasi, adalah pesan yang disampaikan tidak hanya merujuk pada diri sendiri, tapi juga orang lain. Teknik ganjaran, yaitu mengubah pola pikir dengan memberikan iming-iming ganjaran terhadap perbuatan baik. Teknik tatahan, yaitu pesan yang disusun secara sistematis agar isi pesan tersebut menarik untuk dilakukan oleh

penerima pesan. Dan teknik *red-herring*, yaitu penyampaian pesan dengan menyangkal argumen yang salah mengartikan sebuah hadist.

b) Web Series

Web series adalah serangkaian video skrip atau non-skrip, dengan durasi waktu penayangan yang pendek, episodik, dan diakses dengan menggunakan Internet (Vera, 2014: 91). Dalam kasus ini, peneliti memilih web series berjudul “Bicara Cinta” web series sebagai bagian dari format film pendek berseri. Berjumlah lima episode, series tersebut memuat pesan-pesan keagamaan, disampaikan secara halus dengan mempengaruhi pendapat, ide, sikap, atau tingkah laku seseorang, dan bersinggungan dengan realitas kehidupan nyata masyarakat.

Web series dakwah “Bicara Cinta” terdapat beberapa adegan yang mengandung teknik komunikasi persuasif. Unit analisis berfokus pada audiovisual kemudian dihubungkan dengan konteks sosial sehingga peneliti mampu menganalisis isi dan menginterpretasikan data berdasarkan teori yang sesuai.

c) Cinta

Cinta adalah perasaan yang ditunjang oleh nalar (Shihab, 2019: 17). Cinta dilandasi dengan perasaan sayang, kasih, rindu yang tulus kepada apapun dan siapapun karena Allah SWT. Islam tidak pernah mengharamkan cinta, namun melarang keras bentuk interaksi cinya yang tidak halal. Islam memiliki aturan guna memuliakan manusia dan mencegah terjadinya kerusakan pada manusia. Namun seiring berkembangnya zaman, dalam lingkungan masyarakat maupun media sosial sebagian besar salah kiprah dalam memahami cinta. Dalam kasus ini, peneliti memilih web series berjudul “Bicara Cinta” yang membahas tentang bagaimana cara menyikapi cinta secara mulia sesuai aturan agama Islam.

3. Sumber Data

Pada penelitian ini, peneliti mengambil sumber data berupa video web series “Bicara Cinta” yang terdiri dari lima episode. Video ini selanjutnya akan dicari setiap adegan yang mengandung teknik komunikasi persuasif dalam setiap episodenya.

Berikut keterangan lima episode yang akan diteliti dari web series “Bicara Cinta” unggahan akun YouTube Underblack Pictures:

Tabel 1. 1

No.	Episode	Sub Judul	Durasi	Upload
1.	Episode 1	Cowok Baik Itu...	5.24 menit	19 Juni 2015
2.	Episode 2	Calon Istri yang Baik Itu...	6.35 menit	26 Juni 2015
3.	Episode 3	Jatuh Cinta Itu...	5.56 menit	4 Juli 2015
4.	Episode 4	Cinta Karena Allah Itu...	7.53 menit	12 Juli 2015
5.	Episode 5	Jodoh Itu...	13.02 menit	16 Juli 2015

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling dibutuhkan dalam penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan dokumen berupa video audiovisual web series “Bicara Cinta” di *chanel* Underblck Pictures.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (dalam Siyoto & Sodik, 2015: 120), Analisis data kualitatif adalah analisis yang dilakukan dengan mengolah data, menyusun data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, dipadukan, dicari dan ditemukan polanya, kemudian menemukan apa yang penting, apa yang dipelajari, sehingga dapat memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Untuk analisis data penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Alasan peneliti menggunakan teknik analisis isi yaitu untuk menemukan,

mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis keseluruhan dialog, visual serta verbal atau gambar dan suara yang terdapat dalam web seris “Bicara Cinta” untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif apa saja yang diterapkan di dalamnya. Keseluruhan data yang diperoleh dan dikumpulkan akan dianalisis berdasarkan kategori yang sudah peneliti tentukan. Keseluruhan data tersebut akan dideskripsikan dan diinterpretasikan sehingga menghasilkan suatu pembahasan yang bersifat deskriptif.

Adapun menurut Eriyanto (2011: 61) secara umum dalam analisis isi terdapat tiga bagian besar yaitu unit sampel, unit pencatatan (*recording units*), dan konteks (*context units*). Berdasarkan hal tersebut, tahapan analisis isi yang akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Menentukan unit yang akan dianalisis. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, paragraf, *scene* (potongan adegan) (Eriyanto, 2021: 59) dan audiovisual.
- 2) Menyusun kategori-kategori teknik komunikasi persuasif, beserta indikatornya.
- 3) Melaksanakan penelitian dengan cara menonton web seris “Bicara Cinta”, kemudian menyeleksi adegan-adegan dalam series dan mengelompokan berdasarkan kategori-kategori yang telah ditentukan kedalam unit pencatatan (*recording units*).
- 4) Penerapan teknik komunikasi persuasif yang telah didapat berdasarkan unit konteks (*context units*) dengan melihat isi video dan dialog antar pemain sehingga peneliti dapat menginterpretasikan berdasarkan teori yang sesuai agar bisa dijadikan dasar argumentasi.
- 5) Membuat kesimpulan berdasarkan pembahasan hasil penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dan pembahasan dalam proposal ini agar menjadi runtut, maka penulis memberikan sistematika penjelasan secara garis besar.

Bab I. Pendahuluan Bab ini merupakan bagian pendahuluan dengan sistematika penulisan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II. Bab ini membahas landasan teori mengenai teknik komunikasi persuasif, web series, dan cinta prespektif Islam.

Bab III. Gambaran Umum Tentang Web Series “Bicara Cinta”. Bab ini merupakan penjelasan mengenai deskripsi web series “Bicara Cinta”, (meliputi profil, sinopsis, tokoh dan karakter, dan tim produksi) dan teknik komunikasi persuasif dalam web series “Bicara Cinta”.

Bab IV. Analisis Isi Teknik Komunikasi Persuasif pada Web Series “Bicara Cinta”. Bab ini membahas tentang temuan data dan analisis data tentang penerapan teknik komunikasi persuasif web series “Bicara Cinta” melalui pendekatan analisis isi deskriptif.

Bab V. Penutup Bab ini merupakan kesimpulan, saran-saran untuk penelitian ini dan penutup.

BAB II

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, WEB SERIES, dan CINTA

PRESEPTIF ISLAM

A. Teknik Komunikasi Persuasif

1. Teknik

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan teknik adalah pengetahuan dan kepandaian membuat sesuatu yang berkenaan dengan hasil industri (bangunan, mesin), cara (kepandaian dan sebagainya) membuat atau melakukan sesuatu yang berhubungan dengan seni, dan atau metode atau sistem mengerjakan sesuatu. Sedangkan menurut Effendy (2020: 48), kata teknik asal mulanya dari bahasa Yunani yaitu *tebnikos* yang memiliki arti keterampilan atau kecakapan.

Menurut Sanjaya (dalam bukunya Aziz, 2004: 307) teknik adalah serangkaian cara yang dilakukan seseorang dalam rangka melaksanakan suatu metode. Sedangkan menurut Aziz (2004: 297) sendiri, teknik yaitu cara untuk mencapai tujuan dengan lebih spesifik dan lebih operasional. Jadi, teknik adalah penerapan suatu kegiatan berdasarkan pengetahuan dengan cara atau metode tertentu untuk menyelesaikan permasalahan.

2. Komunikasi

a) Pengertian

Secara etimologi komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Kata “bersama-sama” memiliki arti, pemahaman, dan pemaknaan terhadap satu objek atau pesan yang digagas. Istilah komunikasi atau dikenal dalam bahasa Inggris dan Prancis *communication*, berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio*

yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama (Wiryanto, 2004: 5)

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Menurut George A. Miller dalam buku Prihanti (2017), komunikasi adalah suatu proses informasi yang disampaikan dari satu tempat tertentu ke tempat yang lain (melalui telepon, berita di televisi, email, dll).
- 2) Menurut Clevenger yang dikutip Prihanti (2017), komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang dinamis (Komunikator dan komunikan terlibat dalam proses berbagi informasi).
- 3) Cherry dalam buku Prihanti (2017) mengemukakan, komunikasi adalah berbagi elemen-elemen perilaku dengan kesepakatan yang ditetapkan bersama (memerlukan seperangkat aturan atau kesepakatan misal menggunakan bahasa medis atau bahasa profesional tertentu agar kedua pihak saling mengerti atau penggunaan gaya bahasa tertentu untuk dua kelompok yang berasal dari kelas sosial berbeda).
- 4) Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (dalam Wiryanto, 2004) mendefinisikan komunikasi demikian: "*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel* " (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)
- 5) Hoveland (dikutip Wiryanto, 2004) mendefinisikan komunikasi, demikian: "*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behaviour of other individu*". (Komunikasi adalah proses di mana individu men-

transmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain.)

- 6) Gode sebagaimana dalam buku Wiryanto (2004) memberi pengertian mengenai komunikasi, "*It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some*". (Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang)
- 7) Raymond S. Ross yang tertulis pada buku Wiryanto (2004) mengartikan komunikasi sebagai suatu proses memilih, menyortir, dan mengirimkan simbol-simbol dengan berbagai cara, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons yang serupa dengan yang komunikator.

Mengemukakan definisi pokok dari komunikasi sangat sulit dilakukan, hal itu dikarenakan kata komunikasi merupakan suatu aktivitas manusia dan menjadi istilah yang populer di kalangan masyarakat.

b) Unsur Komunikasi

Unsur merupakan bagian penting dalam sebuah proses tertentu. Unsur komunikasi adalah bagian-bagian penting dalam sebuah proses komunikasi agar mendapatkan informasi yang diinginkan. Menurut Aristoteles (dalam Koesomowidjojo, 2021: 9), terdapat tiga unsur komunikasi, yaitu: siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkannya. Selain pengirim pesan, penerima pesan, dan isi pesan, Charles Osgood Gerald Miller dan Melvin L. De Luer (dalam Koesomowidjojo, 2021: 10), mengemukakan bahwa dibutuhkan efek dan umpan balik sebagai unsur-unsur komunikasi. Penambahan efek dan umpan balik dalam unsur komunikasi dinilai akan lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi yang terjadi antar pribadi

atau massa. Sedangkan Harold D Laswell (dalam Effendy, 2019: 10) memperkenalkan lima formula komunikasi yaitu:

- *Who*, yaitu siapa yang mengatakan.
- *Says What*, yaitu apa yang dikatakan.
- *In Which Channel*, yaitu komunikasi dilakukan melalui saluran/ media apa.
- *To Whom*, yaitu kepada siapa pesan disampaikan.
- *Whith What Efek*, yaitu setelah terjalinnya komunikasi akibat/ pengaruh apa yang ditimbulkan.

Secara umum berikut beberapa unsur komunikasi:

1) Komunikator

Komunikator ialah orang yang mengirim atau menyampaikan informasi, pesan, dan pemikiran yang dimilikinya. Istilah lainnya adalah *sender*, *encoder* atau pengirim pesan yaitu baik berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai penyampai atau pengirim pesan (Oktarina & Abdullah, 2017: 12).

2) Komunikan

Komunikan disebut sebagai *decoder*, *receiver* merupakan pihak penerima pesan. Komunikan ini juga dapat berupa perorang atau individu dan dapat juga berbentuk kelompok, partai, massa, lembaga dan negara (Oktarina & Abdullah, 2017: 19-20). Berkonsentrasi untuk menerima pesan dengan baik dan mampu memberikan umpan balik kepada pengirim adalah bagian dari tanggung jawab seorang komunikan (Prihanti, 2017: 40). Peran komunikator dan komunikan dapat sewaktu-waktu bergantian selama proses komunikasi berlangsung.

3) Pesan

Pesan juga merupakan bagian dari proses komunikasi yang sangat penting. Maksud dari pesan disini adalah isi dari

pembicaraan atau percakapan antar komunikator dan komunikan yang dilakukan selama komunikasi berlangsung. Pesan dapat berupa verbal maupun nonverbal.

Pesan secara verbal yang tertulis contohnya surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, ekspresi muka, nada suara, dan gerakan badan (Silviani, 2020: 40).

4) Media

Media atau channel merupakan alat sarana komunikasi sebagai saluran, atau wadah dalam menyampaikan informasi dan pesan yang ditunjukkan kepada komunikan baik individu, kelompok, atau massa (Oktarina & Abdullah, 2017: 18-19). Media tersebut dapat dikategorikan dalam dua bagian yaitu:

- (a) Media umum, ialah media yang digunakan oleh semua proses komunikasi seperti telephone, faximile, dan sebagainya.
- (b) Media massa, ialah media yang digunakan untuk kepentingan massal seperti surat kabar, radio, televisi, film, media online (Internet), dsb.

5) *Feedback*

Feedback atau umpan balik merupakan salah satu bentuk pengaruh atau tanggapan arus balik yang berasal dari komunikan kepada komunikator, dapat berupa apa saja dan merupakan hasil dari komunikasi (Oktarina & Abdullah, 2017: 23). *Feedback* dalam proses komunikasi ini dapat berbentuk positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana cara pola pikir/perspektif komunikan mengartikan pesan yang diterimanya. Umpan Balik yang paling sering didengar yaitu, umpan balik langsung dan tidak langsung. Langsung yaitu

proses seseorang yang menyampaikan pesan kemudian diterima dengan anggukan kepala atau umpan balik yang dimengerti oleh komunikan. Sedangkan umpan balik tidak langsung adalah umpan balik dengan perantara, contohnya seseorang menyampaikan kritik pada siaran dari TV (program acara Tukul, Bukan Empat Mata dan Parto, Overa Van Java, dsb) (Oktarina & Abdullah, 2017: 24).

c) Teknik Komunikasi

Komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, memerlukan teknik-teknik tertentu untuk mengasilkan komunikasi yang diinginkan. Menurut Effendy, teknik komunikasi memiliki beberapa tujuan atau fungsi, diantaranya untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). Sebagai pakar komunikasi, Onong Uchjana Effendy membagi teknik komunikasi menjadi empat, yaitu komunikasi informatif, komunikasi persuasif, komunikasi instruktif dan hubungan manusiawi (Effendy, 2019: 8) Penjelasan masing-masing adalah sebagai berikut:

Pertama, komunikasi informatif yaitu suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau kelompok dengan tujuan mengetahui sesuatu sesuai dengan apa yang sumber bicarakan. Teknik ini dapat berdampak kognitif (Silviani, 2020: 48).

Kedua, komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang bertujuan untuk mengubah pendapat, sikap, atau perilaku komunikan. Salah satu dampak dari teknik ini adalah afektif, artinya komunikan tahu dan tergerak hatinya dengan mempengaruhi perasaan dan emosi tertentu.

Ketiga, komunikasi instruktif yaitu bentuknya perintah. Contoh teknik komunikasi seperti ini bersifat *fear arousing* yaitu menakut-nakuti atau menimbulkan akibat yang buruk dan sifat

red-berring yaitu kepentingan untuk meraih kemenangan dalam suatu perdebatan dengan menyangkal argumentasi yang lemah sehingga dijadikan untuk menyerang lawan bicara) (Silviani, 2020: 49).

Keempat, hubungan manusiawi atau *human relations*, yaitu komunikasi yang dilakukan dengan cara mempertimbangkan nilai-nilai kemanusiaan. Pendekatan dari teknik ini yaitu pendekatan emosional (*emotional approach*) dan pendekatan sosial budaya (*socio-cultural approach*) (Silviani, 2020: 49).

3. Komuniasi Persuasif

a) Pengertian

Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber pada perkataan Latin *persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu (Effendy, 2018: 21). Simon (dalam Hendri, 2019: 9) memaparkan persuasi merupakan proses komunikasi manusia yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain dengan melakukan perubahan tentang apa yang mereka percayai sehingga mengubah tingkah laku mereka. Bettinghaus (dalam Hendri, 2019: 10) menguatkan pendapat ini, ia menyebut persuasi sebagai hubungan aktivitas antara pembicara yang berusaha memengaruhi perbuatan dan pemikiran seseorang atau pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan. Kegiatan persuasif dilakukan secara halus, luwes, dan mengandung sifat-sifat manusiawi hingga memberikan efek kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang (Effendy, 2018: 22).

Menurut K.Andeerson (Mulyana, 2011: 79), komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Tujuan dalam komunikasi persuasif adalah perubahan perilaku,

keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri.

Secara garis besar komunikasi persuasif adalah proses komunikasi penyampaian pesan kepada orang lain dengan cara membujuk atau mempengaruhi untuk mengubah perilaku, sikap, pendapat, ataupun keyakinan tanpa adanya paksaan atau ancaman. Unsur komunikasi persuasif meliputi, persuader (komunikator), persuadee (komunikan), pesan, saluran, efek, umpan balik, dan lingkungan (Hendri, 2019:7). Pada prinsipnya istilah tersebut maknanya sama dengan unsur umum pada komunikasi, hanya beda istilah saja.

b) Teknik Komunikasi Persuasif

Seperti yang telah dipaparkan pada pengertian komunikasi persuasif di atas, tujuan dari komunikasi persuasif tidak hanya memberi tahu, tapi juga mengubah sikap, pendapat, atau perilaku sesuai keinginan penyampai pesan/ persuader melalui serangkaian proses tertentu. Oleh karena itu, untuk tercapainya tujuan tersebut diperlukan kriteria yang membuat suatu komunikasi telah memenuhi syarat persuasif dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi persuasif.

Wener J. Severin dan James W Tankard (dalam Hendri, 2019: 274) yang mengemukakan tiga teknik. Pertama, *Appeals to humor*, yaitu penerapan humor pada komunikasi untuk membentuk relaksasi bagi persuader maupun persuadee. Kedua, *Appeals to sex*, yaitu teknik yang menggunakan model seksi dan imbauan seksual lain. Teknik ini biasanya digunakan dalam periklanan. dan *Effect of repetition*, yaitu strategi pengulangan yang biasa digunakan dalam iklan. Dari penjelasan tersebut teknik yang dikemukakan oleh Wener J. Severin dan James W Tankard

lebih cocok untuk meneliti suatu iklan, bukan series dengan format film.

Onong Uchjana Effendy menuliskan pada bukunya (2018) terdapat lima teknik komunikasi persuasif. Teknik tersebut memungkinkan persuder (komunikator) lebih mampu mengubah sikap dan perilaku memiliki unsur yang kuat serta berhubungan dengan beberapa dialog pada web series yang akan peneliti kaji. Berikut teknik-teknik komunikasi persuasif menurut Effendy (2018: 22-24), yaitu:

1) Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi adalah metode persuader (komunikator) dalam menyajikan dan menyampaikan pesan komunikasi kepada persuadee (komunikand) dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian dan minat banyak orang/masyarakat.

2) Teknik Integrasi

Teknik integrasi adalah kemampuan persuader (komunikator) yang dilakukan secara verbal maupun non-verbal untuk menyatukan diri dengan persuadee (komunikand) dengan cara komunikatif atau mudah dipahami, guna menjadi satu atau dalam arti kebersamaan dan perasaan senasib dengan persuadee. Hal ini menggambarkan bagaimana proses komunikasi tersebut bukan untuk kepentingan diri persuader saja, melainkan juga kepentingan persuadee.

3) Teknik Ganjaran (*Pay-off Technique*)

Pay-off technique adalah kegiatan komunikasi dengan tujuan mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi ganjaran yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.

4) Teknik Tataan

Teknik tataan biasanya dikenal dengan *icing technique* yaitu berasal dari perkataan *to ice*, yang berarti menata kue yang baru dikeluarkan dari pembakaran dengan lapisan gula warna-warni. Dalam komunikasi persuasif, teknik ini memiliki arti upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa dengan imbauan emosional (*emotional appeal*), sehingga enak didengar atau dibaca, menarik, serta menjadi memotivasi persuade (komunikasikan) untuk melakukan sebagaimana yang disarankan oleh isi pesan yang disampaikan persuader (komunikator).

5) Teknik *Red-herring* (Pengalihan Perhatian)

Istilah *red-herring* dalam bahasa Indonesia memiliki arti pengalihan perhatian. Menurut Suhardi (2021: 177), *red-herring* memiliki arti pengalihan pikir untuk pengaruh perhatian. Namun asalnya nama *red-herring* sendiri adalah nama seekor ikan yang hidup di Samudra Atlantik Utara. Jenis ikan ini terkenal karena kecenderungannya untuk membuat aksi menipu saat diburu oleh makhluk laut yang lain atau manusia. Jika dihubungkan dengan komunikasi persuasif, teknik *red-herring* adalah seni persuader (komunikator) untuk meraih kemenangan sedikit demi sedikit dalam berpendapat dengan menyangkal argumentasi yang lemah untuk mengalihkan pada topik pembicaraan yang dikuasainya guna menyerang lawan bicaranya. Jika diperhatikan dari efek yang ditimbulkan, teknik *red-herring* ini tidak termasuk dari kegiatan persuasif, melainkan kegiatan koersif. Hal itu dikarenakan teknik ini bertujuan untuk menyerang persuade (komunikasikan) sebagai lawan bicara. Namun, teknik ini juga memungkinkan digunakan dalam kegiatan persuasif yaitu

ketika komunikator berada dalam posisi terdesak (Effendy, 2018: 24).

B. Web Series

Web series adalah serangkaian video skrip atau non-skrip, dengan durasi waktu penayangan yang pendek, episodik, dan diakses dengan menggunakan Internet. Web series juga bagian dari media komunikasi massa. Hal tersebut dikarenakan komunikasi yang terjalin memanfaatkan saluran (media) untuk menghubungkan komunikator dan komunikan sekaligus, dalam jumlah yang besar, menyebar ke mana-mana dan memberikan akibat tertentu (Vera, 2014: 91).

Serial video berbasis web dikenal sebagai bagian dari web TV, yang sebelumnya muncul di akhir 1990-an dan menjadi lebih mencolok pada pertengahan 2000-an (dekade). Web series pertama kali dibawakan oleh Bullseye Craftmanship pada tahun 1995 dengan materi serial animasi pendek. Beberapa judul yang cukup terkenal adalah 'Miss Muffy and the Muf Mob' dan 'Space Dog'. Sementara itu di Indonesia, web series mulai berkembang sekitar tahun 2012 melalui berdirinya Komunitas Web Series Indonesia (KWSI) atau '*Indonesian Web Series Community*' yang dipopulerkan oleh Dennis Adhiswara, seorang entertainer dan sutradara terkemuka di Indonesia. KWSI merupakan wadah berkumpulnya para pembuat video online di Indonesia yang terdiri dari produser film pendek, musisi, vlogger (video blogger), dan lain-lain. Salah satu web series Dennis Adhiswara yang berdurasi lima menit itu kemudian diunggah ke YouTube melalui saluran Layaria miliknya dan telah ditonton oleh lebih dari 10 ribu *viewers* (Alfajri, Irfansyah, dan Isdianto, 2014: 29).

Sebagai salah satu media baru, web series muncul bersamaan dengan koneksi web yang lebih cepat, semakin murah harga kamera perekam video yang bagus, dan semakin sederhana program pengeditan yang digunakan oleh orang awam. Web series pada

awalnya dikenal sebagai program televisi reguler yaitu yang bersifat serial. Namun, penggunaan kata 'televisi' menjadi rancu karena rekaman tidak ditayangkan di stasiun televisi. Demikian pula, serial web tidak terpaku pada aturan penyiaran di mana program terdiri dari beberapa episode dengan durasi yang lebih singkat. Di Amerika Serikat, serial web telah berkembang pesat dan mulai menyaingi program televisi biasa. Perbandingan web series dengan program televisi biasa secara keseluruhan ada pada materinya, yaitu fiksi dan non-fiksi (Alfajri, Irfansyah, dan Isdianto, 2014: 30).

1. Web Series Sebagai Media Dakwah

Berkembangnya web series di Indonesia menjadi angin segar bagi dunia industri kreatif Indonesia sehingga mampu menyajikan tontonan bermutu dan berkualitas bagi masyarakat (www.epic-creativehouse.com/2017/01/perkembangan-web-series-indonesia.html?m=0). Dilansir dari kumparan.com, pakar perfilman Universitas Airlangga (Unair) Liestianingsih Dwi Dayanti mengatakan, web series menjadi fenomena yang menarik di masyarakat. Setelah era digital kebiasaan menonton film melalui televisi dan bioskop tersebut bisa diakses melalui satu perangkat gawai sehingga memudahkan dalam mengakses film di manapun dan kapanpun. Hal itu menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki web series. Jenis kontennya pun beragam diantaranya berupa film seri, vlog, talkshow, reality show, tutorial, dll. Dengan penyajian isi konten yang tersedia bermacam-macam mengandung pesan, informasi, sindiran, hiburan, dll. (Alfajri, Irfansyah, & Indianto, 2014: 33).

Konten berupa film seri yang memiliki daya tarik tersendiri. Menurut Efendi (2019: 31), film merupakan media komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk pendidikan, menyampaikan informasi, dan mempengaruhi.

Menurut Enjang AS (yang dikutip Wahyuningsih, 2019: 8) menonton film bisa mempengaruhi psikologis seseorang. Hal tersebut dikarenakan memahami dan merasakan apa yang dialami oleh pemeran sehingga seolah-olah mereka menyamakan, meniru, dan ikut mengalami adegan dalam film tersebut. Sehingga sangat memungkinkan film sebagai alat yang mentransmisikan rangsangan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk menyampaikan syiar Islam kepada masyarakat luas.

Menurut Wahyuningsih (2019: 9), film sebagai media komunikasi yang berisi pesan-pesan keagamaan, inilah yang kemudian dikenal dengan istilah film dakwah. Ahmad Satori Ismail (dalam Muftisany, 2021: 20) ketua Ikatan Da'i Indonesia (Ikadi) mengatakan film adalah media paling efektif untuk menyampaikan risalah Islam. Karena dawah bisa memanfaatkan berbagai macam media dan cara. Tidak hanya dakwah *bil lisan* (ceramah atau khutbah), dakwah *bil kitabah* (melalui tulisan), dakwah *bil qudwah* (memberikan tauladan yang baik), dan dakwah *bil hal* (dengan perbuatan). Melalui hiburan, dakwah melalui media film bisa menyampaikan syiar Islam, pemahaman agama yang benar, serta memberikan contoh yang baik tentang keindahan akhlak Islam.

Dalam konteks web series pada konten film seri, web series dapat menyuguhkan unsur dakwah di dalamnya dengan memuat pesan-pesan keagamaan tertentu kemudian menggabungkannya dengan hiburan, ceramah bersifat tidak langsung yang kemudian dimuat ke dalam cerita, mengandung nilai-nilai syari'at Islam sehingga memuat imajinasi yang berperan efektif dalam menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan perlu secara halus, bersinggungan dengan realitas kehidupan nyata, sehingga mampu memberi pengaruh pada jiwa penonton (Wahyuningsih, 2019: 9).

Keunikan web series dengan format film seri sebagai media dakwah antara lain (Aziz, 2004: 364):

- 1) Secara psikologis, menyajikan gambar yang bergerak dan tampak hingga menambahkan efek *animation* memiliki keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal abstrak, samar-samar dan pesan tersirat yang dapat disajikan kepada orang banyak dengan lebih baik dan efektif dengan media ini.
- 2) Media film memperkenalkan pesan langsung dapat mengurangi ketidakpastian yang disuguhkan, sehingga lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.
- 3) Web series berbeda dengan Sinetron (Sinema Elektronik). umumnya web series berbentuk episodik atau berseries dimana setiap episode biasanya berdurasi lima hingga 15 menit. Sedangkan sinetron merupakan tayangan televisi dan membutuhkan beberapa seri atau episode yang panjang untuk sampai pada akhir cerita.
- 4) Penonton web series dapat menikmati tayangan melalui internet dengan menggunakan komputer, laptop, atau telepon seluler (Hamzah, 2018: 364-365).

C. Cinta Perspektif Islam

1. Pengertian

kamus bahasa Arab, cinta diartikan dengan kata حُب (*hubb*). Al-Jahizh dalam bukunya *An-Nisa' (perempuan)* (dikutip Shihab, 2019: 17) memaknai cinta sebagai perasaan yang ditunjang oleh nalar. Pakar kosa kata Al-Qur'an Er-Raghib al-Asfahani (dalam Shihab, 2019: 19) mengartikan cinta sebagai sikap yang mengandung kesedihan mendahulukan yang dicintai atas diri sendiri. Menurutnya, cinta adalah “*kehendak berbuat yang dianggap baik tapi bukan sekedar kehendak.*” Sedangkan Ibn Hamz dalam bukunya *Thauq al-Hamamah* (dikutip

Shihab, 2019: 17) menuliskan, *“cinta pada awalnya permainan pada akhirnya kesungguhan. Ia tidak dapat dilukiskan tetapi harus dialami agar diketahui. Agama tidak menolaknya dan syariat pun tidak melarangnya, karena hati di tangan Tuhan, Dia yang membolak-balikinya.”*

2. Bentuk-Bentuk Cinta

a) Cinta kepada Allah SWT

Kedudukan cinta yang paling tinggi tentu saja cinta kepada Sang Pencipta seluruh alam semesta Allah *Azza wa Jalla*. Karena Allah-lah yang menciptakan kita manusia, memberikan kehidupan dan nikmat di dunia ini, serta senantiasa menjaga seluruh makhlukNya. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban dan hal yang mutlak bagi setiap umat Islam untuk mencintai Allah SWT. Kenikmatan ketika meraih hakikat cinta yang sejati digambarkan dalam sebuah hadis:

“Sungguh, apabila Allah Ta’ala mencintai seorang hamba, Allah memanggil Jibril dan berkata ‘Wahai Jibril, sungguh Aku mencintai Fulan, maka cintailah dia.’ Jibril pun mencintai si Fulan. Kemudian Jibril menyeru kepada penduduk langit. “sungguh Allah mencintai Fulan, maka cintailah dia.” Penduduk langit pun mencintainya. Kemudian diletakkanlan penerima (rasa cita) penghuni bumi kepada si Fulan.” (HR. Imam Bukhari dan Muslim)

Begitu luar biasa cinta yang Allah berikan kepada hambaNya yang mencintai Allah dengan sepenuhnya tanpa batas. Balasanya seluruh alam semesta dan para makhluk-Nya turut mencintanya. Seperti kisah Rabi’ah Al-Adawiyah yang dialami semasa hidupnya. Ketika Rabi’ah mengalami kesulitan, penderitaan, hatinya tetap ingat kepada Allah SWT. Setiap kata, kalimat-kalimat yang diucapnya mengingatkan dirinya terhadap Allah. Di sinilah letak hakikat cinta yang sesungguhnya, yaitu cinta yang datangnya dari Sang Maha Pencipta, Sang Maha Cinta dan tiada yang memiliki batasannya dalam mencintai seorang hamba (Abi, 2020: 65-66).

b) Cinta kepada Manusia

1) Cinta kepada Rasulullah SAW

Sebagai Nabi dan Rosul terakhir di Bumi, Nabi Muhammad SAW adalah manusia paling mulia sehingga dalam Al-Qur'an seringkali Allah SWT menyanggikan diri-Nya dengan beliau. Cinta kepada Rasul ini diimplementasikan dalam bentuk mengerjakan semua amalan-amalan sunnah serta meninggalkan segala larangan-Nya sebagaimana yang diajarkan Rosulullah. Sebagaimana salah satu perintah Allah SWT untuk mencintai Nabi Muhammad SAW:

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحِبُّكُمْ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Jika kamu mencintai Allah, ikutilah aku, niscaya Allah akan mencintaimu dan mengampuni dosa-dosamu.” Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Q.S. Ali Imran: 31).

Mengamalkan sunnah Rosulullah dilandasi dengan hati nurani, akal sehat, kesungguhan, dan keikhlasan bukan dilandasi hawa nafsu. Jika dilakukan dengan nafsu maka yang muncul cenderung kelicikan dan mempermainkan agama bukan rasa kecintaan yang tulus terhadap Rasulullah SAW (Muhibbuddin, 2020: 75-76).

2) Cinta kepada Orang Beriman

Cinta kepada seorang mukmin akan sempurna jika tidak saling menyakiti, saling membantu, dan saling memberi manfaat dalam hal kebaikan. Hal ini dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya saling behubungan baik antar tetangga, saling tolong menolong, dll. Maksud cinta kepada mukmin manakala kehadirannya terhadap orang lain yang se-agama maupun tidak, serta binatang maupun tumbuhan disekitarnya merasa aman, nyaman, dan damai (Muhibbuddin, 2020: 77-78).

3) Cinta antara Lawan Jenis

Islam tidak melarang umatnya untuk saling mencintai antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qu'an:

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً
وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

"Dan di antara tanda-tanda kekuasaanNya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikanNya diantaramu rasa kasih dan sayang. sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir." (Q.S Ar-Rum :21).

Keutamaan cinta dalam Islam sendiri memberi batasan dimana cinta terutama kepada lawan jenis memiliki batasan ketika ikatan belum sah dan mencari cara bagaimana memperjuangkan cinta dalam Islam.

(a) Ekpresikan Cinta dengan Ikatan Pernikahan

Islam mengatur cinta dengan melarang keras untuk menjauhi zina sebagaimana Q.S. Al-Isra': 32, dan *berkhalwat* (berdua-duaan). Untuk menghindari itu maka dianjurkan untuk mengekspresikan cinta dengan cara menikah, bukan dengan istilah pacaran yang bisa mengarah kepada mendekati zina, *berkhalwat*, dan terjerumus pada kemaksiatan. Menikah merupakan sunnah Rasulullah SAW dan bagian dari menyempurnakan Agama.

(b) Bila Belum Mampu dan Siap, Maka Sabar dan Persiapkan Diri

Jodoh bagian takdir yang telah Allah rencanakan dan tertulis dalam *lauhul mahfudz*. Ketika perasaan cinta kepada lawan jenis telah tumbuh, menyerahkan, mengiklaskan, dan bersabar adalah usaha yang diambil ketika belum mampu menghalalkan persaan cinta dengan menikah.

c) Cinta Kepada Lingkungan dan Makhluk Hidup Lain

Menjaga lingkungan hidup serta melestarikan makhluk hidup lainnya merupakan penentu keseimbangan alam. Allah menciptakan bumi pertama kali dengan memberikan semua fasilitas terbaik untuk jabatan kehidupan setiap penghuni bumi. Diciptakannya lautan dan daratan yang begitu luas dengan menyimpan banyak kekayaan di dalamnya. Memperlengkap bumi dengan menciptakan hewan, tumbuhan, angin, awan, air hujan, dan semuanya untuk memberikan keindahan yang luar biasa untuk menyeimbangkan keberadaan (Mangunjaya, 2005: 13).

Cinta kepada lingkungan dan makhluk hidup lainnya telah Allah serukan dalam Q.S Al-A'raf: 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا

إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

"Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah Allah memperbaikinya dan berdoalah kepadaNya dengan rasa takut tidak akan diterima dan harapan akan dikabulkan. sesungguhnya Rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik."

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG WEB SERIES “BICARA CINTA”

A. Deskripsi Web Series “Bicara Cinta”

1. Profil Web Series “Bicara Cinta”

Bicara Cinta merupakan tayangan series bergendre drama, religi, dan romance yang menceritakan seorang muslim bernama Nurul dan Fadhil yang tak kenal satu sama lain, namun sama-sama ingin menyikapi cinta dengan cara yang mulia dan sesuai aturan Sang Pencipta. Series ini diproduksi oleh Underblack Pictures dengan menyuguhkan tayangan berjumlah 5 episode dengan menampilkan sub judul yang berbeda-beda dan tersajikan *subtitel* bahasa Inggris.

Episode pertama diunggah pada 19 Juni 2015, durasi penayangan 5.24 menit, dengan jumlah 281.165 *viewers* per 07 Maret 2022. Episode kedua tayang pada 26 Juni 2015 berdurasi 6.35 menit, dengan jumlah *viewers* 196.179 per 07 Maret 2022. Episode ketiga diupload pada 4 Juli 2015 berdurasi 5.56 menit, dengan jumlah 187.821 *viewers* per 07 Maret 2022. Episode keempat diunggah pada 12 Juli 2015 dengan durasi penayangan 7.53 menit, dengan jumlah *viewers* 196.573 per 07 Maret 2022. Dan episode terakhir diunggah pada 16 Juli 2015 dengan durasi penayangan terlama dari episode-episode sebelumnya yaitu 13.02 menit, jumlah *viewers* 344.743 per 07 Maret 2022. Pada 2016, web series ini memenangkan penghargaan pada Film Maker Muslim (FMM) Awards 2016 kategori Web Series Positif di Youtube. Selain itu, web series “Bicara Cinta” juga telah diadaptasikan menjadi sebuah novel dengan judul yang sama yang terbit pada bulan Maret 2017.

2. Sinopsis

Web series “Bicara Cinta” ini berjumlah 5 episode. Pada setiap episodenya, series ini menampilkan sub judul yang berbeda-beda sesuai apa yang dibahas. Episode satu memiliki sub judul “Cowok Baik itu...”. Seperti sub judul yang ditulis, pada episode ini membahas tentang Naya (teman Nurul) yang baru saja putus dari pacarnya karena selingkuh, dan Husna (teman Nurul juga) memandang cowok baik itu tidak seperti mantan Naya namun yang baik akhlaknya seperti pacarnya Husna yang saling mengingatkan salat. Sebagai teman Nurul menasihati seperti apa cowok baik itu.

Episode dua, dengan sub judul “Calon Istri yang Baik Itu” menceritakan tentang keinginan Ipul (teman Fadhil) untuk menikah karena ia tahu bahwa Islam melarang untuk pacaran. Tapi keinginannya untuk menikah membuat Fadhil heran, karena wanita yang ingin dinikahi Ipul non-muslim. Fadhil memberi nasihat kepada Ipul dengan merubah cara pikirnya tentang betapa beruntungnya jika menikahi wanita yang seagama.

Episode tiga, sub judul yang tertulis “Jatuh Cinta itu...” tersebut menceritakan pertemuan yang tak sengaja antara Nurul dan Fadhil. Dua orang yang tak saling mengenal satu sama lain. Saat Nurul ingin meninggalkan kafe, ternyata terjadi masalah dengan sepeda Nurul. Fadhil dan Ipul membantu Nurul dengan mengantarkannya ke tambal ban terdekat. Dari pertemuan tersebut, mereka berdua seperti memiliki ketertarikan satu sama lain. Namun Nurul tetap menjaga pandangannya, dan tetap ingin nyikapi cinta dengan cara yang mulia. Sesampai di tempat tambal ban, Fadhil dan Ipul pamit. Nurul berterima kasih kepada Fadhil dan temannya dengan memberi roti karakter. Mereka terpisah disana tanpa saling mengenal nama satu sama lain.

Episode empat, tertulis “Cinta Karena Allah itu...” pada sub judulnya. Episode ini menceritakan keingintahuan Nurul mengapa Indah (Mbak Ipar Nurul) memilih Rayhan (Kakak Nurul) untuk menjadi

suaminya. Salin itu, ia juga ingin mengetahui makna mencintai karena Allah itu bagaimana, karena banyak orang bilang seperti itu namun Nurul belum paham maksudnya seperti apa. Pada episode ini juga Nurul mendapat ajakan ta'aruf dari Arham. Pada *scene* Fadhil di episode ini ia kembali ke kafe berharap bertemu kembali dengan Nurul. Sudah cukup lama Fadhil dan Ipul menunggu. Ipul mengingatkan Fadhil bahwa jika terlalu lama berdiam di sini mereka akan ketinggalan kereta ke Jakarta, Ipul juga berkata jangan terlalu berharap kepada wanita yang ditemui mereka kemarin, karena siapa tahu perempuan itu sudah memiliki suami.

Episode lima dengan sub judul “Jodoh itu...”. Episode yang berlatar dua tahun kemudian ini menceritakan tentang ta'aruf yang terjalin antara Nurul dan Arham tak berujung ke pelaminan. Indah menyayangkan hal tersebut, namun Rayhan mengingatkan bahwa itu bagian dari takdir yang sudah ditentukan oleh Allah. Setelah itu Indah teringat perkataan suaminya yang pernah berkata bahwa ia memiliki adik kelas untuk diajak kerjasama dengan bisnis yang dijalani Indah dan suami. Indah meminta kepada suaminya untuk mencoba menjodohkan mereka berdua. Rayhan pun setuju, dan saat itu juga ia langsung menghubungi adik kelasnya tersebut. Beberapa hari kemudian, adik kelas Rayhan datang ke rumahnya di Jogja. Ternyata adik kelas Rayhan tersebut adalah Fadhil. Mereka berbincang-bincang selayaknya orang yang baru pertama kali bertemu. Disela perbincangan Fadhil melihat roti berkarakter yang tersuguh di meja. Ia seketika teringat perempuan yang ia temui dua tahun lalu. Rayhan menjelaskan bisnis yang ia rintis dari awal bersama istrinya yaitu roti karakter, dan Rayhan ingin mengajak Fadhil untuk bekerjasama sebagai orang yang manajemen keuangan di perusahaannya. Rayhan memanggil istrinya untuk membawakan teh kepada tamunya. Ekspresi wajah Fadhil terlihat cemas dan khawatir karena mengira bahwa istri Rayhan adalah orang yang sama dengan wanita yang ia temui dua lalu. Benar saja wanita yang keluar dari rumah adalah Nurul, Fadhil memasang wajah kecewa karena menganggap ia adalah istri Rayhan. Namun

ternyata pikiran Fadhil salah. Rayhan memperkenalkan kepada Fadhil bahwa wanita itu adalah adik Rayhan bernama Nurul. Seketika ekspresi wajah Fadhil berubah menjadi senang.

3. Tokoh dan Penokohan

Web series ini menampilkan beberapa tokoh dalam cerita, baik peran tokoh utama, peran figuran yang hanya sesekali dua kali muncul dalam cerita tersebut. Penokohan dalam web series ini, penulis menggambarkan secara langsung maupun tidak langsung. Berikut penjelasan tokoh dalam web series “Bicara Cinta” :

a) Nurul

Gambar 3. 1



Nurul yang diperankan oleh Fairiza Insani Zatika merupakan tokoh utama perempuan yang ada di web series ini. Nurul hidup bersama kakak laki-lakinya dan ipar perempuannya di daerah Jogjakarta. Kegiatan sehari-harinya adalah membantu usaha kakaknya yaitu mengantarkan roti dari toko ke toko lainnya menggunakan sepeda. Ia adalah seorang muslim yang taat, suka menolong, dan sering mengingatkan orang lain dalam hal kebaikan. Prinsipnya tidak mau pacaran, namun ia memiliki sesuatu kebingungan dalam hal menyikapi cinta.

b) Fadhil

Gambar 3. 2



Fadhil yang diperankan oleh Hasan Ainul merupakan tokoh utama laki-laki yang ada di web series ini. Ia lulusan magister ekonomi islam di salah satu universitas di Jakarta, dan hobi *traveling*. Fadhil merupakan seorang muslim yang taat, suka menolong, dan paham tentang agama. Selain itu ia juga orang teguh pada pendiriannya, dan selalu mengatasi masalah dengan menghubungkannya pada gama agar tidak melenceng dari aturan Allah SWT dan ajaran Rosul.

c) Husna

Gambar 3. 3



Husna yang diperankan oleh Sofia Ayu merupakan pemeran pendukung sebagai teman Nurul. Ia memiliki pendirian yang bertentangan dengan Nurul. Walau ia memandang sesuatu dengan

berdasarkan agama, contohnya pandangan laki-laki yang baik menurut Rosul, ia tetap menjalani hubungan yang ia sebut pacaran syar'i dengan laki-laki yang dianggapnya saleh.

d) Naya

Gambar 3. 4



Naya yang diperankan oleh Riana Septianti merupakan pemeran pendukung sebagai teman Nurul dan Husna. Naya digambarkan sebagai sosok yang melow dan tidak banyak tahu tentang syariat agama yang sebenarnya. Ia salah satu teman Nurul yang menganggap pacaran adalah hal wajar, hingga akhirnya ia diselingkuhin dan membuatnya sedih dan galau.

e) Ipul

Gambar 3. 5



Ipul diperankan oleh Arista Gunawan merupakan pemeran pendukung sebagai teman Fadhil. Sebagai teman Fadhil dari universitas yang sama dan lulus sarjana dengan bersamaan, Ipul memiliki hobi yang sama yaitu *traveling*. Ia digambarkan dengan sosok yang ceria, namun mudah mengeluh, dan terkadang memahami sesuatu secara tidak utuh.

f) Indah

Gambar 3. 6



Indah yang diperankan oleh Asa Gupita Lizadi merupakan kakak ipar Nurul. Ia hidup bersama suaminya di rumah sederhana di Jogjakarta. Hasil pernikahannya dengan Kakak Nurul yaitu Rayhan telah dikaruniai satu anak laki-laki bernama Alif. Indah digambarkan sebagai sosok yang sabar, sayang kepada keluarga, perhatian, dan pemberi nasihat yang baik.

g) Rayhan

Gambar 3. 7



Rayhan yang diperankan oleh Zia Ul Haq merupakan kakak kandung dari Nurul. Rayhan memiliki bisnis rati karakter yang ia rintis bersama istrinya (Indah). Ia digambarkan sebagai sosok yang taat pada agama, sayang dengan keluarga, dan selalu ingin menjaga adik perempuan satu-satunya.

4. Tim Produksi

- *Producer* : Niti Nurdaelan
- *Director* : Fuadh Naim
- *Director of Photography* : Ardianta Jati
- *Art Director* : Norton Handri
- *Soud Director* : Surya Sudarmaji
- *As Director* : Sofia Ayu
- *Camera Person* : Wipti Aga Pramasepta
- *Art Team* : Raden Sutejo dan Hilman Wicaksono
- *Sound Man* : Wisnu P. Aditama
- *Coordinator Talent* : Aditya N Putra
- *Make Up* : Sofhy Pratiwi Adha dan Riana Septiani
- *Wardrobe* : Ena Atikawati
- *Script Continuity Report* : Tsis Sakti Alrasyid
- *Clapper* : Adi Rosidi Pandega

B. Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Web Series “Bicara Cinta”

1. Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi yang penulis temukan dalam web series “Bicara Cinta” terdapat pada episode 2 dan episode 5. Teknik asosiasi pada episode 2 terdapat pada menit ke 01.00 menyampaikan pesan suatu pembahasan yang sering dibicarakan di masyarakat dan remaja yaitu tentang jodoh. Pada episode 5 terdapat pada menit ke 01.21 menyampaikan pesan dari suatu peristiwa yang harusnya terjadi pada masa lalu sehingga memberikan kesimpulan bahwa sebagai manusia kita harus menerima takdir yang telah ditentukan Allah.

a) Episode 2 adegan menit ke 01.00

Fadhil dan Ipul, dua orang sahabat yang sedang menghabiskan masa liburannya setelah wisuda dengan naik gunung di salah satu daerah di Yogyakarta. Namun, Ipul merasa sedih belum sempat jalan-jalan ke tempat yang lain di Yogyakarta karena masa liburan itu telah berakhir dan mengharuskan mereka pulang ke Jakarta.

Fadhil: “ya seumpama jodoh... *Insyaa* Allah kok kita bakal balik ke Jogja lagi”

Fadhil mengingatkan kembali bahwa tiket kereta menuju Jakarta jam lima sore.

Fadhil: “Eh, bentar... kereta besok berangkat jam lima (sore) lho...”

Namun Ipul teringat pembicaraan Fadhil yang sebelumnya

Ipul: “Benta-bentar... lu barusan ngomongin jodoh kan? Nih ya... lu kan tau agama nih... ya kan?”

Fadhil menghela napas panjang dan menganggukkan kepalanya

Ipul: “Dalam Islam, itukan enggak dibolehin pacaran nih. Ya kan?”

Fadhil mengangguk lagi

Ipul: “Kalau gue mau nikah aja Di!”

Fadhil: “Ha.. (dengan ekspresi kaget) Nikah? Mau nikah sama siapa Pul?”

Ipul: “Christine.”

Ipul: “Iya. (dengan ekspresi percaya diri) kenapa? Enggak pantas nikah gue?”

Fadhil: “Hahahaha...(tertawa kecil), *afwan* (bahasa arabnya maaf) Pul. Engga-engga... gini-gini, *ane* (saya) kaget aja. Ya secara kan Christine kan non-muslim Pul.”

Ipul: “Ya tapi kenapa? Di Islam itu, yang diwajibkan muslim adalah yang cowok Dihil, yang cewek itu boleh dari Ahli Kitab.”

Fadhil: “Iya sih.”

Ipul: “Nah, lu tau... kenapa kaget gitu bro?”

Fadhil: “Tapikan seenggaknya itu se-agama Pul!”

b) Episode 5 adegan menit ke 01.21

Indah: “Alif itu ya, harusnya sekarang udah punya temen...”

Rayhan: “Udah punya temen? Maksud bunda?” (dengan ekspresi tersenyum)

Indah: “Engga gitu maksudnya...”(sambil memukul manja Rayhan)

Rayhan: “Maksudnya gimana?”

Indah: “Maksudnya si Nurul. Coba... dulu Nurul jadi nikah sama si Arham...”

Rayhan: “Ssshhh (menyela pembicaraan dengan menjulurkan telunjuk tangannya di depan mulut Indah). Enggak boleh gitu bunda. Yang namanya *Qodlo* dan *Qodar* itu sudah ditentukan sama Allah. Kita sebagai seorang mukmin, itu harus menerimanya. Ya yang namanya kalau bukan jodoh ya mau gimana lagi.”

2. Teknik Integrasi

Penulis menemukan teknik integrasi dalam web series ini yaitu komunikasi menyatukan perasaan dengan menceritakan sesuatu yang menyentuh kepada persude (komunikasikan). Pembahasan tentang *Qodlo* dan *Qodar* cinta dan cara menyikapi cinta sesuai aturan agama.

a) Episode 3 adegan menit ke 02.37

Nurul (Dubing): “Cinta itu *Qodar* dari Yang Kuasa. Bertemu dengan yang memubuatmu jatuh cinta itu *Qodlo* dari Yang Esa. Tapi, bagaimana menyikapi cinta itu adalah *mukhoyyar* pilihan kita sendiri, yang akan kita pertanggung jawabkan nanti saat bertemu Ilahi.”

b) Episode 5 adegan menit ke 08.55

Nurul (Dubing): “Cinta itu anugrah. Merasakannya adalah fitrah. Menjaganya adalah ibadah. Karena jatuh cinta adalah mubah, namun menyikapinya bisa menjadi pahala berlimpah atau malah menjatuhkan kita dalam dosa dan musibah. Karena cinta itu anugrah luar biasa, aku memilih memuliakan cinta. Menjauhkannya dari cara-cara nista dan meletakkannya sesuai aturan Sang Pencipta.

3. Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran pada web series ini yaitu menyampaikan pesan tentang balasan/ganjaran seseorang jika memilih pasangan yang se-agama.

a) Episode 2 menit ke 01.26

Fadhil dan Ipul membahas tentang tidak diperbolehkannya pacaran dalam Islam. Hal tersebut membuat Ipul pun memiliki tekad untuk langsung menikah saja dengan wanita pilihannya, bernama Christine. Namun wanita pilihan Ipul tersebut non-muslim.

Fadhil: “Christine?”

Ipul: “Iya. (dengan ekspresi percaya diri) kenapa? Enggak pantas nikah gue?”

Fadhil: “Hahahaha...(tertawa kecil), *afwan* (bahasa arabnya maaf) Pul. Engga-engga... gini-gini, *ane* (saya) kaget aja. Ya secarakan Christine kan non-muslim Pul.”

Ipul: “Ya tapi kenapa? Di Islam itu, yang diwajibkan muslim adalah yang cowok Dhil, yang cewek itu boleh dari Ahli Kitab.”

Fadhil: “Iya sih.”

Ipul: “Nah, lu tau... kenapa kaget gitu bro?”

Fadhil: “Tapikan seenggaknya itu se-agama Pul!”

Ipul: “Nih ya, Christine itu udah cewek yang paling *perfect* bagi gue Dhil. Dia udah cantik, tajir, dan lu tau gak? Anaknya pejabat *man*. Nah tinggal gua aja nih, bisa ngebimbing dia gak. Kalau bisa, dia bakal masuk muslim Dhil. Kalau enggak bisa, yaudah anggep aja keluarga pancasila dan Bhineka Tunggal Ika.”

Fadhil: “Pul, *ane* (saya) bilangin. Jangan memahami hadist Nabi itu, cuma setengah-setengah. Ibaratkan gini, kalau *ente* (kamu) menikahi cewek yang agamanya baik, itu ibarat ente dapet angka satu. Kalau seumpama dia kaya, tinggal tambahin nol aja di belakangnya (10). Kalau seumpama dia baik, tambahin nol aja di belakangnya (100). Kalau seumpama dia berkedudukan tinggi, tambahin nol lagi di belakangnya (1000). Jadi intinya apa, kalau ente menikahi cewek yang sempurna, ibarat ente dapet angka 1000. Ya kalau seumpama dia penyayang, dia baik, dia anak pejabat tinggal tambahin nol, nol, nol aja di belakangnya (1000000...)”

4. Teknik Tataan

Penulis menemukan teknik tataan atau *icing technique* pada web series “Bicara Cinta” yaitu menyusun suatu pesan dalam komunikasi secara sistematis sehingga isi pesan tersebut mampu mempengaruhi komunikan. Pesan pada teknik ini adalah mencintai karena Allah.

a) Episode 4 adegan menit ke 03.02

Nurul: “Maksudnya cinta karena Allah itu gimana sih mbak? Banyak yang bilang gitu, cuma Nurul belum ngerti.”

Mbak Indah: “Pertama, cintai dia karena kita mencintai Allah. Maka kita akan terus mencari apa saja hak dan kewajiban kita sebagai istri yang dapat membuat Allah semakin cinta dengan kita. Yang kedua, cintai dia karena dia mencintai Allah. Selama dia cinta, taat, dan patuh pada Allah maka kita akan terus mencintainya. Insyaa Allah cinta kita akan terus bersemi dunia dan akhirat.”

5. Teknik *Red-Herring*

Teknik *red-herring* pada web series yaitu komunikasi untuk meraih kemenangan dalam berpendapat dengan menyangkal argumentasi yang lemah. Teknik ini terdapat pada episode 1 menit ke 02.08 yang membahas tentang laki-laki yang baik itu seperti apa, dan pada episode 2 menit ke 03.34 yang membahas tentang keuntungan menikahi pasangan se-agama

a) Episode 1 adegan menit ke 02.07

Naya: “Emang, cowok yang baik-baik itu yang kayak gimana sih?”

Husna: “Cowok yang baik-baik itu ya cowok yang baik agamanya lah. Kan kata Rosul juga gitu. Ganteng boleh, kaya boleh, tapi yang paling utama tetep agamanya. Bondan kan selingkuh karena dia gak ngerti agama, padahal selingkuh itu kan dosa.

Naya: “Berati cowok baik-baik itu cowok yang sering ke masjid sama yang sering ngaji ya?”

Husna: “Hmmm... iya. Nih kayak aku sama Bang Iryad. Kita pacarannya, pacaran syar’i. Kita engga pernah ketemuan, tapi kita saling ngingetin sholat. Pokoknya calon suami yang baik banget.”

Naya: “Iya deh...”

Nurul menyela percakapan dengan melepas *earphon* karena percakapan antara Naya dan Husna terdengar.

Nurul: “kalo cowok baik itu cowok yang baik agamanya, berarti yang takut sama Tuhannya?”

Percakapan itu berhenti sejak, Nurul mengambil paksa laptop Husna dan langsung mengalihkan pembicaraan chat antara Husna dan Irsyad tentang meminta kepastian Irsyad yang dianggap Husna lelaki baik untuk melamarnya.

Nurul: “Sayangnya, cowok baik itu engga ada yang pacaran. Tapi langsung ke pelaminan.”

Mendengar perkataan Nurul, seketika Naya dan Husna pun terdiam.

b) Episode 1 menit ke 3.34

Ipul tetap berusaha meyakinkan kepada Fadhil bahwa Christine adalah cewek yang sempurna bagi dia. Fadhil kembali berusaha menjabarkan kembali satu persatu kepada Ipul tentang memilih pasangan yang se-iman itu jauh lebih baik.

Ipul: “Kan *gue* udah dapet cantiknya si Christine, ya gak! Dia juga udah tajir, ya kan! Dia juga berkedudukan baik kan! Kurang apa coba dia...?”

Fadhil: “Tadikan *ane* bilang, kalau seumpama dia kaya, *ente* dapet angka berapa?”

Ipul: “Nol.”

Fadhil: “Kalau seumpama dia berkedudukan tinggi, dapet angka berapa?”

Ipul: “Dapet nol juga.”

Fadhil: “Kalau seumpama dia anak pejabat, dia penyayang, dia keibuan, dapet angka berapa?”

Ipul: “Nol, nol, dan nol.”

Fadhil: “Iya. Kalau di jumlahin?”

Ipul: “Nol.”

Fadhil: “Nah itu tau... Karena apa? Karena angka satunya (agama) engga ada.”

Ipul terdiam dan mencerna kembali nasihat dari Fadhil.

BAB IV

ANALISIS ISI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA WEB SERIES

“BICARA CINTA”

A. Analisis Teknik Komunikasi Persuasif pada Web Series Dakwah “Bicara Cinta” di Akun YouTube Underblack Pictures

Pada bab ini, penulis akan menganalisis web series “Bicara Cinta” dengan menggunakan analisis isi deskriptif untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan pada web series tersebut. Adapun teknik komunikasi persuasif yang digunakan peneliti yaitu mengacu pada lima teknik komunikasi persuasif yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy pada buku *Dinamika Komunikasi* diantaranya, teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan *red-herring*.

1. Teknik Asosiasi

a) Episode 2 adegan menit ke 01.05



Gambar 1



Gambar 2

Shot	Medium Long Shot, Medium Close Up
Visual	Fadhil dan Ipul
Episode/waktu	2 / 00.59 – 02.06
Set	Kafe
Audio	Suara perbincangan Fadhil dan Ipul

Tabel 4. 1

Fadhil dan Ipul, dua orang sahabat yang sedang menghabiskan masa liburannya setelah wisuda dengan naik gunung di salah satu daerah di Yogyakarta. Namun, Ipul merasa sedih belum sempat jalan-jalan ketempat yang lain di Yogyakarta karena masa liburan itu telah berakhir dan mengharuskan mereka pulang ke Jakarta.

Ipul: “Benta-bentar... lu barusan ngomongin jodoh kan? Nih ya... lu kan tau agama nih... ya kan?”

Fadhil menghela napas panjang dan mengangguk kepalanya

Ipul: “Dalam Islam, itukan enggak dibolehin pacaran nih. Ya kan?”

Fadhil mengangguk lagi

Ipul: “Kalau gue mau nikah aja Dil.”

Fadhil: “Ha.. (dengan ekspresi kaget) Nikah? Mau nikah sama siapa Pul?”

Ipul: “Christine.”

Ipul: “Iya. (dengan ekspresi percaya diri) kenapa? Enggak pantas nikah gue?”

Fadhil: “Hahahaha...(tertawa kecil), *afwan* (bahasa arabnya maaf) Pul. Engga-engga... gini-gini, *ane* (saya) kaget aja. Ya secarakan Christine kan non-muslim Pul.”

Ipul: “Ya tapi kenapa? Di Islam itu, yang diwajibkan muslim adalah yang cowok Dhil, yang cewek itu boleh dari Ahli Kitab.”

Fadhil: “Iya sih.”

Ipul: “Nah, lu tau... kenapa kaget gitu bro?”

Fadhil: “Tapikan seenggaknya itu se-agama Pul!”

Analisis episode 2 adegan menit ke 01.05

Pada dialog di atas, divisualkan dengan pengambilan gambar *medium long shot* yang menampilkan Ipul dan Fadhil sedang santai selepas makan. Ipul mengenakan baju kaos merah dan dengan luaran kemeja kotak dengan tampilan ransel *backpack* di kanannya. Sedangkan Fadhil mengenakan kaos oblong putih dengan ransel *backpack* yang disandarkan pada kaki meja bagian kirinya, yang menunjukkan bahwa Ipul dan Fadhil telah selesai menjalani *traveling*. Pada adegan ini awal mulanya Ipul dengan ekspresi wajah sedih berbicara tentang keinginannya untuk jalan-jalan ketempat yang lain di Yogyakarta, namun sangat disayangkan mereka harus segera pulang ke Jakarta. Setelah itu Fadhil mengatakan jika berjodoh pasti akan kembali lagi ke kota ini (Yogyakarta). Selanjutnya *medium close up* Ipul yang mulai tertarik dengan pembahasan jodoh langsung ia menyampaikan keinginannya untuk menikah dengan wanita non-muslim. Pada adegan ini suara yang ditunjukkan oleh Ipul terdengar tegas dengan penuh penekanan yang menandakan yakin atas pilihannya. Fadhil langsung merespon ucapan Ipul dengan ekspresi kaget didukung dengan *backsound* teka-teki yang seolah mendukung rasa tidak percaya apa yang dikatakan Ipul. Setelah tahu yang ingin ia nikahi adalah wanita non-muslim, Fadhil langsung menyampaikan pesan bahwa dalam memilih pasangan lebih baik yang se-agama (Islam).

Pada episode dua ini *producer* mengangkat tema “Calon Istri yang Baik itu..” melalui Fadhil, pembuat film ingin menjelaskan maksud dari calon istri yang baik itu seperti apa. Teknik asosiasi diterapkan Fadhil ketika menjelaskan tentang calon istri yang baik itu dengan memanfaatkan tema pada episode dua ini yang berhubungan dengan realita kehidupan di masyarakat. Masih banyak kasus di masyarakat yang menikah beda agama, pembuat series memanfaatkan peristiwa tersebut dengan menumpangkannya pada pesan dakwah yang

disampaikan melalui Fadhil. Fadhil menyampaikan pesan tentang memilih pasangan atau calon istri setidaknya dari latar belakang agama yang sama. Hal itu disampaikan kepada Ipul sebagai komunikasi dengan harapan tertarik untuk mendengarkan dan memahami calon istri yang baik itu bukan hanya sekedar baik sikapnya saja, melainkan baik dari segi agamanya juga. Sebagaimana hadist berikut (pada Al-Asqalani, 2010: 399):

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
تُنْكَحُ الْمَرْأَةُ لِأَرْبَعٍ: لِمَالِهَا، وَلِحَسَبِهَا، وَجَمَالِهَا، وَوَلَدِهَا. فَاطْفُرْ بِذَاتِ الدِّينِ تَرَبَّتْ يَدَاكَ

“Dari Abu Hurairah Radiallahu ‘anhu, dari Nabi SAW, beliau bersabda: “Wanita itu dinikahi karena empat hal, karena hartanya, karena keturunannya, karena kecantikannya, dan karena agamanya. Maka pilihlah karena agamanya, niscaya kamu akan beruntung.”(HR. Imam Bukhari, No.4700).

Berdasarkan hadist di atas, kesalehan dan ketakwaan seorang wanita hendaknya menjadi hal penting bagi seorang laki-laki muslim dalam memilih calon istri. Hal yang demikian, diperbolehkan memilih calon istri dengan mempertimbangkan aspek kekayaan, rupa, dll. Namun menurut ajaran Islam, memilih calon istri hendaknya didasarkan dari agama yang baik, keturunan yang baik, serta dari keluarga yang saleh. Jangan sampai memilih yang lebih rupawan namun tidak agamis (taat kepada ajaran Islam) (Asy-Syahawi, 2005: 28).

b) Episode 5 adegan menit ke 01.21



Gambar 1



Gambar 2

Shot	<i>Medium Close Up, Long Shot</i>
Visual	Indah dan Rayhan
Episode/waktu	5 / 01.21 – 01.56
Set	Halaman belakang rumah
Audio	Suara perbincangan Indah dan Rayhan

Tabel 4. 2

Indah: “Alif itu ya, harusnya sekarang udah punya temen...”

Rayhan: “Udah punya temen? Maksud bunda?” (dengan ekspresi tersenyum)

Indah: “Engga gitu maksudnya...”(sambil memukul manja Rayhan)

Rayhan: “Maksudnya gimana?”

Indah: “Maksudnya si Nurul. Coba... dulu Nurul jadi nikah sama si Arham...”

Rayhan: “Ssshhh (menyela pembicaraan dengan menjulurkan telunjuk tangannya di depan mulut Indah). Enggak boleh gitu bunda. Yang namanya *Qodlo* dan *Qodar*, itu sudah di tentukan sama Allah. Kita sebagai seorang mukmin, itu harus menerimanya. Ya yang namanya kalau bukan jodoh ya mau gimana lagi.”

Analisis episode 5 adegan menit ke 01.21

Pada *scene* ini objek ditunjukkan yaitu dengan pengambilan gambar *long shot* Rayhan dan Indah yang sedang bersantai di sofa halaman belakang rumahnya sambil mengemasi roti ke dalam plastik. Pada adegan Indah berbicara kepada Rayhan gambar diambil secara *medium close up* guna memperlihatkan jelas raut wajah kecewa Indah terhadap apa yang terjadi pada masa lalu Nurul (Adik Rayhan) yaitu tidak jadi menikah dengan Arham. Namun Rayhan dengan metode pengambilan gambar yang sama, langsung menjulurkan tangan kanan dan jari telunjuk di depan mulut Indah sebagai tanda menghentikan pembicaraan Indah. Hal itu mengartikan bahwa Indah tidak boleh mengungkit lagi perihal yang sudah terjadi di masa lampau. Rayhan merespon dengan menyampaikan pesan jangan menyalahkan takdir yang telah ditetapkan Allah. Berjodoh dengan siapa Nurul nantinya itu merupakan takdir. Jodoh merupakan bagian *Qodlo* dan *Qodar* yang telah ditentukan oleh Allah, sebagai manusia kita harus menerima takdir tersebut.

Sesuai teknik asosiasi yang dipopulerkan oleh Effendy (2018: 22) yang mana Rayhan sebagai komunikator menyajikan dan menyampaikan pesan komunikasi kepada Indah (komunikatif) dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang menarik perhatian masyarakat. Teknik asosiasi pada adegan di atas, ditunjukkan ketika Rayhan yang menyampaikan pesan ‘jangan menyalahkan takdir jodoh’ yang banyak dibicarakan dan bersinggungan dengan keadaan masyarakat sekitar. Perihal jodoh, masyarakat sering kali menyinggungnya ketika ada seorang laki-laki atau perempuan yang belum menikah di umur 25 tahun keatas. Masyarakat menganggap ketika orang sudah melebihi umur tersebut namun belum menikah

mereka akan ditanya “kapan menikah?”. Atau jika ada kejadian yang akan menikah namun batal, masyarakat juga ikut penasaran dan bertanya-tanya apa yang menyebabkan tidak jadi menikah. Hal tersebut selaras yang diterapkan oleh Rayhan yang menyampaikan bahwa berjodoh dengan siapa seseorang itu nantinya itu merupakan takdir. Mendapatkan jodoh itu tidak bisa diukur dari segi umur atau waktu kapan menemukan jodohnya. Karena jodoh merupakan bagian Qodlo dan Qodar yang telah ditentukan oleh Allah, sebagai manusia kita harus menerima takdir tersebut.

2. Teknik Integrasi

a) Episode 3 adegan menit ke 02.37



Gambar 1



Gambar 2

<i>Shot</i>	<i>Medium Close Up, Long Shot, Full Shot</i>
Visual	Nurul, Fadhil, dan Ipul
Episode/waktu	3 / 02.37 – 03.03
Set	Pinggir jalan dekat pepohonan rindang dan tempat tambal ban
Audio	Suara <i>dubing</i> Nurul

Tabel 4. 3

Nurul (*Dubing*): “Cinta itu *Qodar* dari Yang Kuasa. Bertemu dengan yang membuatmu jatuh cinta itu *Qodlo* dari Yang Esa. Tapi, bagaimana menyikapi cinta itu adalah *mukhooyar* pilihan kita sendiri, yang akan kita pertanggung jawabkan nanti saat bertemu Ilahi.”

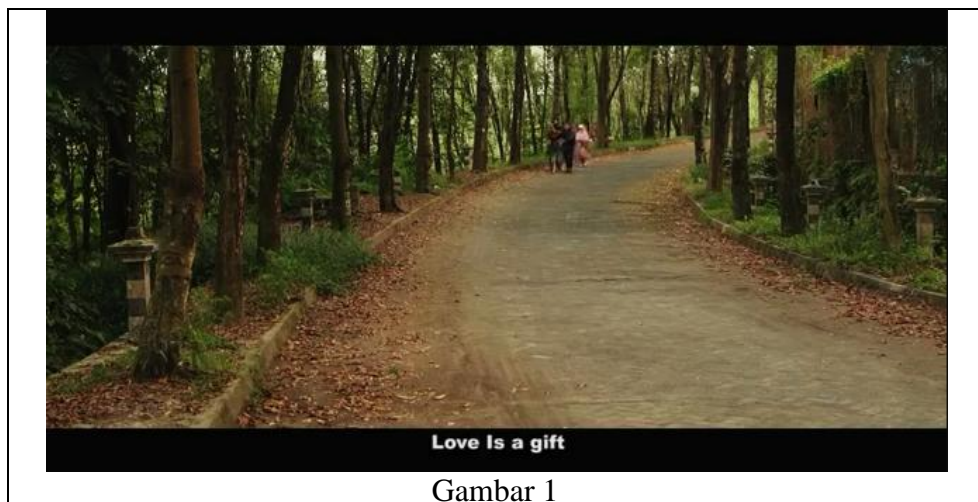
Analisis episode 3 adegan menit ke 02.37

Visual yang ditunjukkan pada adegan di atas yaitu bermula saat Nurul ingin beranjak pergi dari kafe, namun ternyata sepeda yang ia tumpangi bannya kempes. Secara kebetulan Fadhil dan Ipul juga beranjak pergi dari kafe. Mereka berdua menghampiri wanita yang sedang kebingungan karena sepedanya rusak. Fadhil menawarkan diri untuk membantu. Mulanya Nurul menolak karena ia tidak mengenal dua orang pria yang tiba-tiba menawarkan bantuan. Namun pada saat Nurul ingin menuntun sendiri sepedanya, tiba-tiba sepedanya terjatuh lalu secara spontan Fadhil membantu mengantarkan ke tempat tambal ban terdekat. Sepanjang perjalanan Nurul berjalan di belakang dua orang laki-laki yang ia tidak kenal dan tidak tahu namanya sambil menundukkan kepalanya. Nurul merasa tersentuh karena ditolong oleh sosok laki-laki yang baik, hal tersebut ditunjukkan dengan pengambilan gambar *medium close up* ekspresi sedikit tersenyum dari Nurul yang sesekali melirik ke arah laki-laki yang ada di depannya. Kemudian ia berbicara pada dirinya sendiri dengan cara *dubbing* tentang perasaannya dalam menghadapi rasa cinta. Intonasi suara Nurul terdengar lemah dan lembut yang menandakan ia terbawa suasana hatinya yang seolah sedang merasakan cinta. Didukung dengan instrumen musik yang

melow, Nurul berbicara seolah bukan hanya untuk dirinya. Hal tersebut ditunjukkan pada kalimat “*Bertemu dengan yang membuatmu jatuh cinta itu Qodlo dari Yang Esa. Tapi, bagaimana menyikapi cinta itu adalah mukhoyyar pilihan kita sendiri, yang akan kita pertanggung jawabkan nanti saat bertemu Ilahi.*” Kata yang digarisbawahi tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan Nurul tidak hanya untuk dirinya sendiri melainkan ditujukan kepada komunikan. dimana komunikan di sini adalah *viewers* yang menyaksikan dan medengarkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut teknik integrasi yang peneliti temukan ditunjukkan ketika Nurul menceritakan tentang perasaannya dalam menghadapi rasa cinta dengan cara *dubbing* sehingga dramatisasi pesan yang disampaikan yang menarik, membuat *viewers* tersentuh perasaannya, karena pesan yang disampaikan seolah bukan untuk dirinya sendiri melainkan juga komunikan (*viewers*). Hal ini menggambarkan bagaimana proses koununikasi tersebut bukan untuk kepentingan diri komunikator saja, melainkan juga kepentingan komunikan (Effendy, 2018: 23).

b) Episode 5 adegan menit ke 08.55



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3

Shot	<i>Full Shot, Long Shot, Medium Shot, Cloce Up</i>
Visual	memori pertemuan antara Nurul dan Fadhil
Episode/waktu	5 / 08.55 – 09.35
Set	Pinggir jalan dekat pepohonan rindang dan tempat tambal ban (adegan episode 3)
Audio	Suara <i>dubing</i> Nurul

Tabel 4. 4

Nurul (Dubing): “Cinta itu anugrah. Merasakannya adalah fitrah. Menjaganya adalah ibadah. Karena jatuh cinta adalah mubah, namun menyikapinya bisa menjadi pahala berlimpah atau malah menjatuhkan kita dalam dosa dan musibah. Karena cinta itu anugrah luar biasa, aku memilih memuliakan cinta. Menjauhkannya dari cara-cara nista dan meletakkannya sesuai aturan Sang Pencipta.

Analisis episode 5 adegan menit ke 08.55

Visual yang digambarkan pada adegan di atas adalah memori pertemuan antara Nurul dan Fadhil dua tahun lalu. Kumpulan *scence* dari episode 1 sampai episode 4 yaitu pertemuan antara Fadhil dan Nurul ditayangkan dalam waktu yang singkat yaitu 02.50 menit. *Flashback* yang digambarkan Fadhil yang ingin pergi ke kasir, secara tidak sengaja berpapasan dengan wanita yang memakai jilbab merah muda (Nurul). Langkah Fadhil tiba-tiba terhenti, wajahnya tersenyum, hatinya tiba-tiba bergetar seolah merasakan cinta pandangan pertama pada wanita tersebut. keesokan harinya Fadhil kembali ke kafe dengan harapan bertemu kembali dengan wanita yang ia temui kemarin. Membutuhkan waktu yang lama Fadhil menunggu di kafe, namun wanita tersebut tidak juga muncul. Karena hal tersebut, ia dan Ipul memutuskan untuk pergi. Pada adegan *flashback* Nurul, di hari yang sama ketika Fadhil menunggu ia di kafe, divisualkan Nurul sebenarnya datang kembali ke kafe tersebut untuk mengantarkan roti jualan kakaknya. Namun takdir tidak mempertemukan mereka bertemu kembali pada saat itu. Dua tahun berlalu, Nurul diceritakan gagal menjalani ta'aruf dengan lelaki bernama Arham. Kakak Nurul (Rayhan) berniat untuk menjodohkannya dengan junior semasa ia kuliah. Ternyata laki-laki tersebut adalah Fadhil, sehingga mereka secara tidak sengaja bertemu kembali setelah dua tahun lalu. Pertemuan tersebut secara tidak langsung ibaratkan takdir yang tepat untuk mereka bertemu, sehingga membuat Fadhil maupun Nurul senang. Hal tersebut terlihat pada ekspresi Fadhil yang mencuri pandangan untuk melihat Nurul sambil tersenyum tipis. Sehingga Nurul berbicara pada dirinya sendiri tentang caranya selama ini menyikapi cinta yang ia rasakan sejak dua tahun lalu pada laki-laki yang tidak ia ketahui namanya.

Teknik intergrasi diterapkan ketika Nurul menyampaikan pesan secara *dubbing* diselingkan dengan audio lagu bertajuk 'Jodoh Berdua – Hafiz Hamidun' membuat teknik Integrasi lebih menarik, membuat

yang mendengarnya (*viewers*) tersentuh perasaannya. Pesan yang disampaikan Nurul ditujukan bukan hanya untuk dirinya. Terlihat pada kalimat “*Karena jatuh cinta adalah mubah, namun menyikapinya bisa menjadi pahala berlimpah atau malah menjatuhkan kita dalam dosa dan musibah.*” Nurul menyampaikan pesan tersebut, beliau secara tidak langsung mengajak mad’u (dalam hal ini *viewers*) agar menyikapi cinta dengan cara yang benar yaitu menjauhkan cara-cara nista dan meletakkannya sesuai aturan Sang Pencipta.

Maksud dari menyikapi cinta dengan cara-cara nista yang disampaikan Nurul salah satunya seperti pergaulan bebas. Indonesia berada dalam kondisi yang mengawatirkan tentang hal tersebut. Kondisi lingkungan yang tidak baik dan gaya hidup masyarakat yang cenderung hedonisme memicu terjadinya pergaulan bebas khususnya dikalangan remaja. Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Hasto Wardoyo mengatakan besaran persentase anak yang sudah melakukan hubungan seks pada usia 11-14 tahun mencapai enam persen, hal tersebut disebabkan oleh pergaulan bebas yang tidak hanya terjadi di perkotaan tetapi juga di desa (Shanti, 2022).

Berdasarkan kasus di atas, Nurul dalam menyampaikan pesan tentang menyikapi cinta dengan cara yang benar yaitu menjauhkan cara-cara nista dan meletakkannya sesuai aturan Sang Pencipta. Walau cinta itu anugrah, merasakannya adalah sebuah fitrah, sehingga kita harus menjaganya persaan cinta itu agar tidak terjerumus dalam dosa dan musibah seperti hamil di luar nikah. Dengan menggunakan teknik integrasi secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwah, pesan yang disampaikan akan mudah diterima dan dilaksanakan oleh mad’u (*viewers*). Komunikasikan akan menjalankan pesan dakwah tersebut didasarkan kerelaan dan merasa tidak terpaksa, karena pesan dakwah yang dikemas dengan teknik integrasi menjadikan tidak ada jarak antara komunikator dan komunikan (Dia & Wahyuni, 2021: 77).

3. Teknik Ganjaran

a) Episode 2 menit ke 01.26



Gambar 1



Gambar 2

Shot	Medium Close Up
Visual	Fadhil dan Ipul
Episode/waktu	2 / 01.26 – 03.32
Set	Kafe
Audio	Suara percakapan Fadhil dan Ipul

Tabel 4. 5

Ipul mengungkit tentang tidak diperbolehkannya pacaran dalam Islam. Hal tersebut membuat Ipul pun memiliki tekad untuk langsung menikah saja dengan wanita pilihannya, bernama Christine. Namun wanita pilihan Ipul tersebut non-muslim.

Fadhil: “Christine?”

Ipul: “Iya. (dengan ekspresi percaya diri) kenapa? Enggak pantas nikah gue?”

Fadhil: “Hahahaha...(tertawa kecil), *afwan* (bahasa arabnya maaf) Pul. Engga-engaa... gini-gini, *ane* (saya) kaget aja. Ya secarakan Christine kan non-muslim Pul.”

Ipul: “Ya tapi kenapa? Di Islam itu, yang diwajibkan muslim adalah yang cowok Dhil, yang cewek itu boleh dari Ahli Kitab.”

Fadhil: “Iya sih.”

Ipul: “Nah, lu tau... kenapa kaget gitu bro?”

Fadhil: “Tapikan seenggaknya itu se-agama Pul!”

Ipul: “Nih ya, Christine itu udah cewek yang paling *perfect* bagi gue Dhil. Dia udah cantik, tajir, dan lu tau gak? Anaknya pejabat *man*. Nah tinggal gua aja nih, bisa ngebimbing dia gak. Kalau bisa, dia bakal masuk muslim Dhil. Kalau enggak bisa, yaudah anggep aja keluarga pancasila dan Bhineka Tunggal Ika.”

Fadhil: “Pul, *ane* (saya) bilangin. Jangan memahami hadist Nabi itu, Cuma setengah-setengah. Ibaratkan gini, kalau *ente* (kamu) menikahi cewek yang agamanya baik, itu ibarat ente dapet angka satu. Kalau seumpama dia kaya, tinggal tambahin nol aja di belakangnya (10). Kalau seumpama dia baik, tambahin nol aja di belakangnya (100). Kalau seumpama dia berkedudukan tinggi, tambahin nol lagi di belakangnya (1000). Jadi intinya apa, kalau ente menikahi cewek yang sempurna, ibarat ente dapet angka 1000. Ya kalau seumpama dia penyayang, dia baik, dia anak pejabat tinggal tambahin nol, nol, nol aja di belakangnya (1000000...)”

Analisis episode 2 menit ke 01.26

Tanda visual yang ditunjukkan dalam *scene* ini adalah Ipul dan Fadhil yang sedang duduk santai di kafe selepas makan. Hal tersebut ditunjukkan dengan meja yang singgahi Ipul dan Fadhil hanya tersisa minum di gelas yang sudah berkurang dan hanya menyisakan piring yang sudah tidak ada makanan yang tersisa. Ditengah perbincangan Ipul menyampaikan keinginannya untuk menikah dengan wanita non-muslim. Pada adegan ini suara yang ditunjukkan oleh Ipul terdengar tegas dengan penuh penekanan yang menandakan yakin atas pilihannya. Hal tersebut didasarkan oleh pemikiran Ipul bahwa seorang muslim dapat menikahi perempuan dari Ahli Kitab. Pada *scene* ini Fadhil langsung menanggapi perkataan Ipul bahwa jangan memahami salah mengartikan sebuah hadist. Kemudian Fadhil dengan intonasi suara santai, ia menjelaskan suatu pesan tentang keuntungan seorang muslim

memilih pasangan untuk dinikahi karena agamanya. Penyampaian pesan dakwah tersebut dikemas dengan memberikan harapan, iming-iming, sesuatu yang diinginkan.

Fadhil dalam menyampaikan pesan dakwahnya dengan menggunakan teknik ganjaran adalah cara yang digunakan pembuat *series* dalam mempengaruhi Ipul sebagai komunikan dengan mengiming-iming hal yang menguntungkan (memberi manfaat) atau menjanjikan adanya harapan. Dalam pesan tersebut terdapat ganjaran yang disampaikan oleh Fadhil bagi laki-laki yang menikahi wanita karena agamanya akan keuntungan. Keuntungan yang disampaikan oleh Fadil tersebut, didasarkan sebuah hadist berikut (pada Al-Asqalani, 2010: 399):

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
تُنكَحُ الْمَرْأَةُ لِأَرْبَعٍ: لِمَالِهَا، وَلِحَسَبِهَا، وَجَمَالِهَا، وَلِدِينِهَا. فَاظْفَرِ بِذَاتِ الدِّينِ تَرَبُّثٌ يَدَاكَ

“Dari Abu Hurairah Radiallahu ‘anhu, dari Nabi SAW, beliau bersabda: “Wanita itu dinikahi karena empat hal, karena hartanya, karena keturunannya, karena kecantikannya, dan karena agamanya. Maka pilihlah karena agamanya, niscaya kamu akan beruntung.”(HR. Imam Bukhari, No.4700).

Kata “beruntung” berdasarkan Hadist di atas, dapat dilihat pada dialog ketika Fadhil menyusun pesannya dengan mengibaratkan memilih pasangan berdasarkan agamanya terlebih dahulu maka seperti mendapat angka satu dan jika pasangan tersebut memiliki kelebihan dari segi rupa, kekayaan, keturunan, dll maka diibarkan seperti angka nol. Saat Fadhil mengatakan *“Ya kalau seumpama dia penyayang, dia baik, dia anak pejabat”* gerakan tangan Fadhil pun seolah berbicara dengan mendekte satu per-satu jarinya dari kelingking sampai tengah kiri dengan menggunakan telunjuk kanan dengan nada yang sedikit menekan pada kalimat *“tinggal tambahin nol, nol, nol aja di belakangnya (1000000...)”* Yang mendukung teknik ganjaran sehingga

memiliki arti sangat besar ganjaran yang didapat jika memilih wanita se-muslim. Sehingga keberuntungan itu akan didapat jika kita memilih berdasarkan agamanya baru kemudian berdasarkan aspek lainnya seperti mendapat nilai 10000...dst.

4. Teknik Tataan

a) Episode 4 adegan menit ke 03.02



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3

Shot	<i>Medium Shot, Medium Close Up, Over Shoulder, Medium Long Shot</i>
Visual	Indah dan Nurul
Episode/waktu	4 / 03.02 – 03.50
Set	Dapur dan pinggir jalan dekat sawah
Audio	Suara pertanyaan Nurul dan <i>dubing</i> Indah

Tabel 4. 6

Nurul: “Maksudnya cinta karena Allah itu gimana sih mbak? Banyak yang bilang gitu, cuma Nurul belum ngerti.”

Mbak Indah: “Pertama, cintai dia karena kita mencintai Allah. Maka kita akan terus mencari apa saja hak dan kewajiban kita sebagai istri yang dapat membuat Allah semakin cinta dengan kita. Yang kedua, cintai dia karena dia mencintai Allah. Selama dia cinta, taat, dan patuh pada Allah maka kita akan terus mencintainya. Insyaa Allah cinta kita akan terus bersemi dunia dan akhirat.”

Analisis episode 4 adegan menit ke 03.02

Visual yang ditunjukkan dalam adegan ini adalah Indah yang sedang meracik adonan roti sambil berdiri. Setelah itu Nurul mendatangi Indah dengan mengatakan bahwa ia mendapat telfon dari suaminya (Rayhan) yang mengabari bahwa akan pulang telat malam ini. Setelah telfon tertutup Nurul duduk di meja makan. Nurul dengan intonasi nada bicara yang penasaran ia bertanya kepada Indah kenapa mau menikah dengan kakaknya yang secara fisik menurutnya tidak begitu tampan. Indah langsung ikut duduk bersama Nurul, kemudian

Indah mengatakan dengan nada yang lembut namun tegas bahwa ia mencintai kakanya karena Allah SWT. Mendengar hal tersebut Nurul dengan ekspresi wajah dan intonasi bicara yang penasaran langsung bertanya kepada Indah bagaimana maksud mencintai karena Allah SWT. Indah tersenyum lalu menjawab pertanyaan Nurul. Indah menyampaikan bahwa segala apapun yang kita cintai jika disandarkan karena Allah maka cinta kita akan terus bersemi dunia dan akhirat. Jawaban yang diberikan Indah diterapkan dengan menggunakan teknik tataan yang mana pesan yang disampaikan disusun secara sistematis dengan menggunakan kata '*pertama, kedua*' sehingga pesan yang disampaikan menarik dan mampu dimengerti oleh Nurul. Hal tersebut sesuai dengan makna teknik tataan dari Effendy (2018: 24) yaitu upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, menarik, serta menjadi memotivasi persuade (komunikasikan) untuk melakukan sebagaimana yang disarankan oleh isi pesan yang disampaikan persuader (komunikator).

Ketika Indah berbicara, Nurul digambarkan oleh *producer* yaitu seolah-olah mencerna dan merenungi apa yang dikatakan Indah pada dialog di atas. Didukung dengan instrumen musik *melow* Nurul divisualkan dengan pengambilan gambar *medium shot* yang menunjukkan ia menaiki sepeda di jalan dengan tatapan serius dan seolah pesan yang disampaikan Indah menarik kemudian ia mencerna isi pesan dari Indah yang menggunakan teknik tataan.

5. Teknik Red-Herring

a) Episode 1 adegan menit ke 02.07



Gambar 1



Gambar 2

Shot	<i>Medium shot, Medium Close Up, Over Shoulder Shot</i>
Visual	Naya, Husna, Nurul, dan <i>chat online</i> Irsyad
Episode/waktu	1 / 02.07 – 03.30
Set	Kafe
Audio	Suara percakapan Naya, Husna, dan Nurul

Tabel 4. 7

Naya: “Emang, cowok yang baik-baik itu yang kayak gimana sih?”

Husna: “Cowok yang baik-baik itu ya cowok yang baik agamanya lah. Kan kata Rosul juga gitu. Ganteng boleh, kaya boleh, tapi yang paling utama tetep agamanya. Bondan kan selingkuh karena dia gak ngerti agama, padahal selingkuh itu kan dosa.

Naya: “Berati cowok baik-baik itu cowok yang sering ke masjid sama yang sering ngaji ya?”

Husna: “Hmmm... iya. Nih kayak aku sama Bang Iryad. Kita pacarannya, pacaran syar’i. Kita engga pernah ketemuan, tapi kita saling ngingetin sholat. Pokoknya calon suami yang baik banget.”

Naya: “Iya deh...”

Nurul menyela percakapan dengan melepas *earphon* karena percakapan antara Naya dan Husna terdengar.

Nurul: “Kalo cowok baik itu cowok yang baik agamanya, berarti yang takut sama Tuhannya?”

Percakapan itu berhenti sejak, Nurul mengambil paksa laptop Husna dan langsung mengalihkan pembicaraan chat antara Husna dan Irsyad tentang meminta kepastian Irsyad yang dianggap Husna lelaki baik untuk melamarnya.

Nurul: “Sayangnya, cowok baik itu engga ada yang pacaran. Tapi langsung ke pelaminan.”

Mendengar perkataan Nurul, seketika Naya dan Husna pun terdiam.

Analisis episode 1 adegan menit ke 02.07

Adegan di atas divisualkan dengan Nurul dan Husna yang sedang duduk di ruang *outdoor* kafe. Dalam percakapan di atas Nurul di visualkan sedang membaca buku “Udah Putusin Aja” sambil memakai *earphon* terlihat saat pengambilan gambar *over shoulder shot* dengan posisi kamera di belakang Husna. Sedangkan Husna digambarkan sedang *chattingan* dengan seseorang bernama Irsyad terlihat pada video menampilkan percakapan antara Husna dan Irsyad. Mereka berdua sedang menunggu Naya, hal tersebut ditunjukkan dengan Nurul yang menanyakan kepada Husna kenapa Naya tak kunjung datang. Tak lama dari Nurul menanyakan hal tersebut, Naya datang dengan berlari kecil dan langsung memanggil nama Husna lalu memeluk Husna. Nurul yang melihat dan mendengar hal tersebut langsung menegur Naya untuk memberi salam dulu. Naya kemudian meminta maaf dan langsung mengucapkan salam sambil duduk ke kursi yang kosong. Nurul memakai *earphonnya* kembali. Naya yang baru datang dengan mata sembab, ekspresi wajah yang kecewa, dan intonasi suara sedih langsung cerita kepada Husna bahwa dirinya baru saja putus dari pacarnya. Husna langsung merespon dengan intonasi suara yang agak tinggi dan menekan serta gestur tangan yang menunjuk Naya, dengan mengatakan bahwa pacarnya buka lelaki yang baik karna ia selingkuh. Husna

mengatakan bahwa lelaki yang baik adalah yang baik agamanya juga, seperti lelaki yang sedang menjalin hubungan kasih dengan dia yang ia sebut pacaran syar'i. Nurul menyela percakapan dengan melepas *earphon* karena percakapan antara Naya dan Husna terdengar, kemudian ia menanyakan jika lelaki yang baik adalah lelaki baik agamanya, berarti yang takut dengan tuhan? Naya dan Husna tidak menjawab pertanyaan tersebut. Nurul langsung mengambil paksa laptop Husna. Kemudian pengambilan gambar *medium close up* Nurul melanjutkan percakapan Husna dengan pacarnya dengan meminta kepastian dari Irsyad (pacar Husna) kapan melamar Husna.

Teknik *red-herring* di atas ditunjukkan ketika Nurul menyangkal argumen dari Husna. Husna mengatakan bahwa lelaki yang baik adalah yang baik agamanya juga, seperti lelaki yang sedang menjalin hubungan kasih dengan dia yang ia sebut pacaran syar'i. Mendengar hal tersebut Nurul menyangkal argumen Husna dengan intonasi suara yang tinggi dan menekan yang mengartikan ketegasan didukung dengan *backsoud* musik seperti *men-skakmat* argumen Husna. Nurul mengatakan lelaki yang baik adalah lelaki yang takut dengan tuhan dan tidak berpacaran. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Isra': 32,

وَلَا تَقْرُبُوا الزَّوْجَ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

“Dan janganlah kamu mendekati zina; (zina) itu sungguh suatu perbuatan keji, dan suatu jalan yang buruk.”

Jika dari arti ayat di atas memang tidak ditemukan kata-kata langsung bahwa pacaran itu tidak boleh. Ayat tersebut menjelaskan tentang larangan mendekati zina. Jika kita telaah kegiatan yang disebut pacaran adalah hal yang mendekati zina, seperti jalan-jalan berdua, *chattingan*, menjalin kasih yang belum ada ikatan halal diantaranya, dll. Hal itu dapat merugikan bagi diri sendiri bahkan juga merugikan keimanan, ketaatan, dan akhlak. Jika lelaki baik itu yang baik agamanya juga, maka ia patuh dan taat terhadap aturan dan larangan

Allah. Termasuk tidak menjalin hubungan yang belum sah di mata agama.

Dalam Islam, taaruf adalah metode yang tepat untuk melakukan perkenalan dengan serius melangkah ke jenjang pernikahan. Taaruf adalah metode untuk saling mengenal melalui oleh seorang perantara, guna membangun keyakinan dalam jangka waktu yang sudah disepakati bersama, hingga seseorang dapat memutuskan untuk ke jenjang serius (lamaran dan menikah) atau tidak. Taaruf bukan pacaran Islami, selama masa taaruf berjalan sesuatu yang masih diharamkan tidak boleh dilakukan oleh kedua belah pihak. Dimata orang awam mungkin taaruf dirasa tidak memerikan kebebasan, tidak ada kesenangannya sama sekali. Namun, kita sebagai manusia harus yakin bahwa semua yang diatur oleh Allah akan memberi kebaikan kepada manusia (Jayana, 2017: 50).

b) Episode 2 menit ke 3.34



Gambar 2	
<i>Shot</i>	<i>Medium Shot, Medium Long Shot</i>
Visual	Ipul da Fadhil
Episode/waktu	2 / 03.34 – 04.14
Set	Kafe
Audio	Suara percakapan Ipul dan Fadhil

Tabel 4. 8

Ipul tetap berusaha meyakinkan kepada Fadhil bahwa Christine adalah cewek yang sempurna bagi dia. Fadhil kembali berusaha menjabarkan kembali satu persatu kepada Ipul tentang memilih pasangan yang se-iman itu jauh lebih baik.

Ipul: “Kan *gue* udah dapet cantiknya si Christine, ya gak! Dia juga udah tajir, ya kan! Dia juga berkedudukan baik kan! Kurang apa coba dia...?”

Fadhil: “Tadikan *ane* bilang, kalau seumpama dia kaya, *ente* dapet angka berapa?”

Ipul: “Nol.”

Fadhil: “Kalau seumpama dia berkedudukan tinggi, dapet angka berapa?”

Ipul: “Dapet nol juga.”

Fadhil: “Kalau seumpama dia anak pejabat, dia penyayang, dia keibuan, dapet angka berapa?”

Ipul: “Nol, nol, dan nol.”

Fadhil: “Iya. Kalau di jumlahin?”

Ipul: “Nol.”

Fadhil: “Nah itu tau... Karena apa? Karena angka satunya (agama) engga ada.”

Ipul terdiam dan mencerna kembali nasihat dari Fadhil.

Analisis episode 2 menit ke 3.34

Teknik *red-herring* pada dialog di atas ditunjukkan ketika Fadhil menyangkal argumen Ipul. Ipul mengatakan bahwa ia tidak ingin pacaran dan ingin langsung menikah. Namun wanita yang ingin ia nikahi memiliki keyakinan agama yang berbeda dengan Ipul. Fadhil telah memberikan pengibaratan bagaimana beruntungnya memilih pasangan yang se-agama. Namun Ipul bersikeras dengan pendapatnya bahwa Christine adalah wanita yang sempurna bagi dia walau tidak se-agama dengannya. Hal itu membuat Fadhil menyangkal argumen Ipul dengan mengatakan jumlah yang akan didapat oleh Ipul jika memilih

pasangan tidak di dasarkan pada agamanya terlebih dahulu itu ibarat mendapat angka 0 (nol), karena angka satu (agamanya) tidak ada.

Teknik *red-herring* pada uraian di atas, pembuat film secara tidak langsung menjadi da'i melalui perantaraan Fadhil yang menyampaikan pesan dengan cara menyangkal argumen dari Ipul sebagai komunikator. Hal tersebut dilakukan Fadhil sebagai komunikator yang berada dalam posisi terdesak.

Pada *scene* ini, dengan pengambilan gambar *medium shot* visual terlihat pada Ipul yang mengekspresikan wajah serius dan meyakinkan Fadhil bahwa wanita pilihannya tidak memiliki kekurangan. Namun Fadhil tetap berusaha meyakinkan Ipul dengan argumennya. Caranya dengan nada yang sedikit tegas bersamaan dengan melontarkan pertanyaan kepada Ipul dan ia sendiri yang menjawabnya. Sehingga hal itu ditunjukkan kembali oleh ekspresi Ipul pada menit 04.20 yang berpikir hasil yang ia dapat ketika ia tetap memilih wanita non-muslim.

Indonesian Conference On Religion and Peace (ICRP) mencatat sejak 2005 sudah ada 1.425 pasangan menikah dengan berkeyakinan agama yang beda. Selain itu banyak *public figure* yang melakukan pernikahan beda agama, seolah memberi contoh kepada masyarakat apa yang mereka lakukan adalah bukan hal yang salah. Padahal di Indonesia sendiri pernikahan beda agama telah diatur dalam Undang-Undang No 1 Tahun 1991 tentang Komplikasi Hukum Islam, pasal 4 (Komplikasi Hukum Islam, 2006: 11) sebagai berikut:

“perkawinan adalah sah, apabila dilakukan menurut hukum Islam sesuai dengan pasal 2 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang perkawinan.”

Hal tersebut merupakan penerapan dari teknik *red-herring* yang mana Fadhil mengalihkan perhatian pada pembicaraan yang ia kuasai bukan hanya sekadar argumen saja, melainkan berdasarkan ilmu dan pengetahuan yang berasal dari perintah agama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti menganalisis teknik komunikasi persuasif pada web series dakwah “Bicara Cinta” yang berjumlah lima episode. Peneliti mengambil kesimpulan bahwa ditemukan kalimat, dialog, dan audiovisual yang menunjukkan bahwa web series “Bicara Cinta” dalam mengelola pesan sesuai dengan kelima teknik komunikasi persuasif yang diutarakan oleh Onong Uchjana Effendy pada buku *Dinamika Komunikasi* yaitu, teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan *red-herring* (pengalihan perhatian). Maka dari itu dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Teknik asosiasi diterapkan dalam menyampaikan pesan dengan pembahasan yang menarik berdasarkan permasalahan yang terjadi pada komunikan dan berhubungan sub judul. Seperti pada temuan data ditemukan bahwa pesan untuk menikahi wanita yang se-agama pada episode kedua, dan pada episode kelima mengandung pesan jangan menyalahkan takdir yang telah ditetapkan Allah.
2. Teknik integrasi dapat dilihat dari pesan yang disampaikan dengan cara *dubbing* dan mengganti kata ‘saya’ dengan kata ‘kita’ guna meyatukan diri antara komunikator dan komunikan. Didukung dengan instrumen musik yang *melow*, dan penyatuan *scene* yang singkat sehingga menarik. Hal tersebut, menubuhkan kesetaraan dengan komunikan sehingga pesan yang diterima lebih mudah diterima, membuat yang mendengarnya (*viewers*) tersentuh perasaannya, dan seolah-olah merasakan kejadian yang sama dengan cerita tersebut.
3. Teknik ganjaran nampak ketika pesan disampaikan dengan cara mengiming-imingi ganjaran didukung juga dengan nada bicara komunikator yang sedikit menekan dan meyakinkan, sehingga isi pesan tersebut mampu mempengaruhi komunikan.

4. Penggunaan teknik tataan terlihat ketika jawaban tentang bagaimana mencintai karena Allah dengan menggunakan kalimat '*pertama, kedua*' kemudian disusun secara sistematis sehingga pesan yang disampaikan mampu dimengerti dengan baik oleh komunikan. Selain itu penjelasan tentang keuntungan menikahi wanita se-agama disusun secara sistematis, didukung dengan instrmen musik melow juga sehingga lebih mampu dimengerti lawan bicara.
5. Teknik *red-herring* (pengalihan perhatian), persuader (komunikator) menggunakan teknik ini dalam posisi terdesak yaitu dengan menyangkal argumen komunikan dengan mengalihkan pembicaraan yang dikuasai komunikator. Seperti pada temuan data ditemukan bahwa komunikator berusaha menyangkal argumen komunikan dengan memiliki dasar yang berhubungan dengan hukum Islam. Hal tersebut didukung juga dengan ekspresi dan nada bicara komunikator yang menekan seperti meyakinkan, serta *backsoud* musik seperti *men-skakmat*.

B. Saran

1. Bagi Akademis, penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat dan wawasan bagi mahasiswa, khususnya prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk dijadikan sumber referensi, atau ilmu tambahan dibidang komunikasi dan dakwah. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya menyadari bahwa berbagai macam media dapat digunakan sebagai media dakwah dalam menyampaikan teknik komunikasi persuasif. Selain itu, diharapkan mampu menggunakan, menemukan, atau mengembangkan teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh tokoh selain Onong Uchjana Effendy, sehingga dapat menjadi bahan tambahan lebih luas untuk dijadikan referensi dasar dalam penelitian selanjutnya.
2. Bagi pembuat web series, karya dalam YouTube Underblack Pictures ini sudah sangat baik dengan mengangkat teman-tema yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, penyampaian pesan yang baik, tersirat, dan mudah dimengerti. Hijab Alila hendaknya selalu konsisten dalam

menyajikan konten-konten berdakwah agar lebih menginspirasi penikmat konten tersebut.

3. Bagi penikmat web series diharapkan dapat mengambil pengajaran yang baik dari web series dakwah “Bicara Cinta”, yaitu menyikapi cinta dengan cara yang mulia dan sesuai dengan ketentuan dan larangan Agama. Sehingga tidak meyalahartikan atau menyalahgunakan perasaan cinta untuk memenuhi nafsu manusiawi saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, A. (2020). *Pesan-Pesan Cinta Rabbiah Al Adawiyah*. Yogyakarta: Araska.
- Alamsyah. (2012). Perspektif Dakwah Melalui Film. *Jurnal Dakwah Tabligh* , Vol. 13, No. 1.
- Al-Asqalani, I. H. (2010). *Bulughul Maram*, diterjemahkan oleh Irfan Maulana Hakim. Jakarta: Mizan Pustaka.
- Alfajri, I., Irfansyah, & Isdianto, B. (2014). Analisis Web Series dalam Format Film Pendek (Studi Kasus Web Series ‘Malam Minggu Miko Episode Nissa’). *Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia* , Vol. 6, No. 1.
- al-Far, M. A. (2011). *al-Ridha bi al-Qadr*, diterjemahkan oleh Ahmad Anis. Jakarta: Zaman.
- an-Nawawi, M. A. (2021). *Syarah Hadits Shahih Arba'in Nawawi*, diterjemahkan oleh M. Abd. Rouf. Yogyakarta: DIVA Press.
- Asy-Syahawi, M. M., & Al-Aththa, A. A. (2005). *Tuhfatul 'Arus, Az-Zawaj As-Sa'id fi Al-Islam*, diterjemahkan oleh Ahmad Zubaidi. Solo: Pustaka Arafah.
- Atabik, A. (2014). Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Perspektif Al-Qur'an. *AT-TABSYIR* , Vol. 2, No. 2.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azizah, M. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Pola Komunikasi Mahasiswa UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG (UMM). *Jurnal Sosiologi Nusantara* , Vol 6, No. 01.
- Caroline, A. (2018). Komunikasi Persuasif Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru. *JOM FISIP* , Vol. 5, No. 1.
- Dia, K., & Wahyuni, S. (2021). Teknik Komunikasi Buya Yahya Pada Ceramah "Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?". *STID Al-Hadid*, Vol 19, No 1.
- Effendy, O. U. (2018). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Prektek)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Gymnastiar, A. (2014). *Cintai Allah Sepenuh Hati*. Bandung: Emqies Publishing.
- Hadzami, M. S. (2010). *Taudhilul Adillah (Buku 6)*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Hamid, F., & Budianto, H. (2011). *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tentang Masa Depan*. Jakarta: Kencana.
- Hamzah, R. E. (2018). Web Series Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka. *Jurnal Pusaka Komunikasi* , Vol. 1, No.2.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Rosda Karya.
- Jayana, T. A. (2017). *Jangan-Jangan Dia Jodohmu?* Yogyakarta: Saufa.
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Komplikasi Hukum Islam*. (2006). Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Lilweri, A. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana.
- Mangunjaya, F. M. (2005). *Konservasi Alam dalam Islam*. Jakarta: Yayasan Pusaka Obor Indonesia.
- Masruroh, L. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Muftisany, H. (2021). *Dakwah Lewat Film*. Yogyakarta: Cv. Intera.
- Muhibbuddin, M. (2020). *Pesan-Pesan Cinta Ulama Klasik Dunia*. Yogyakarta: Araska.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antar Budaya: di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (CYBERMEDIA)*. Jakarta: Kencana.

- Nida, F. L. (2014). Persuasi dalam Media Massa. *AT-TABSYIR*, Vol. 2, No. 2.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nuraeni, S. (2019). *Nothing Impossible! Cause I Have Allah*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Sleman: Deepublish.
- Prihanti, G. S. (2017). *Empati dan Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Putri, F. I., Lukmanto, T., Dwiningtyas, H., & Gono, J. N. (2015). Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Rakhmawati, Y. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara.
- Ramli, M. (2020). *Menjadi Pemuda Secerdas Rasulullah*. Semarang: Elex Media Komputindo.
- Reysyahri, M. (2014). *al-Mahabbah fi al-Kitab wa al-Sunnah*, diterjemahkan oleh Tholib Anis dan Ali Yahya. Jakarta: Nur Al-Huda.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Sleman: Deepublish.
- Rusdianto. (2016). *Mengapa Hartaku Selalu Berkah dan Berlimpah?* Yogyakarta: Saufa.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sleman: Deepublisher.
- Shihab, M. Q. (2019). *Jawabannya Adalah Cinta*. Tangerang: PT. Lentera Hati.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suhardi. (2021). *Risalah Filsafat Ilmu*. Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya.

Tubbs, S. L., & Moss, S. (2001). *Human Communication Prinsip Prinsip Dasar (Buku Pertama)*, diterjemahkan oleh Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .

Tubbs, S. L., & Moss, S. (2005). *Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar (Buku Kedua)*, diterjemahkan oleh Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Wahyuningsih, S. (2019). *Film dan Dakwah*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Internet:

<https://www.youtube.com/c/UnderblackPictures> diakses pada 7 Maret 2022, pukul 13.46 WIB

<https://unires.ums.ac.id/mengenal-web-series/> diakses pada 9 Februari 2021, pukul 11.00 WIB

www.epic-creativehouse.com/2017/01/perkembangan-web-series-indonesia.html?m=0 diakses pada 10 Februari 2021, pukul 11.30 WIB

<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/konner-indonesia/mengenal-webseries-sebagai-strategi-perangkul-generasi-kekinian> diakses pada 10 Februari 2021, pukul 11.32 WIB

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Seri_web diakses pada 10 Februari 2021, pukul 11.53 WIB

<http://repository.ut.ac.id/4495/1/SKOM4326-M1.pdf> diakses pada 16 Juli 2021, pukul 14.30 WIB

<https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SKOM432603-M1.pdf> diakses pada 16 Juli 2021, pukul 16.24 WIB

similarweb.com diakses pada 14 Juni 2022, pukul 16.32 WIB

<https://kumparan.com/amp/pakar-perfilman-ungkap-alasan-web-series-lebih-diminati-saat-pandemi> diakses pada 14 Juni 2022, pukul 18.53 WIB

m.antaranews.com diakses pada 1 Oktober 2022, pukul 11.21 WIB

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama : Nur Ainun Latifah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bangun Rejo, 20 Januari 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Kewarganegaraan : Indonesia
5. Agama : Islam
6. Alamat : Lingkungan VII, Rt 002/ Rw 010,
kelurahan Bukit Kemuning, Kecamatan
Bukit Kemuning, Lampung Utara,
Lampung.
7. Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
8. Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
9. Nomor HP : 082375226169
10. E-mail : ainunlathief@gmail.com

B. Pendidikan Formal

1. SD N 3 Bukit Kemuning : 2005-2011
2. MTs Miftahul Ulum : 2011-2014
3. MAN 2 Kota Madiun : 2014-2017

C. Media Sosial

1. Instagram : @ai.nuuuun
2. Facebook : Nur Ainun L

D. Riwayat Organisasi

1. UKM Surat Kabar Mahasiswa Amanat angkatan 2017
2. Keluarga Mahasiswa dan Pelajar Lampung (Kamapala) Semarang angkatan 2017
3. UKM RGM One angkatan 2017

Semarang, 14 September 2022

Peneliti



Nur Ainun Latifah