

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTAZAH HANEEN
AKIRA DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH PADA KANAL
YOUTUBE**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi Televisi Dakwah

Disusun Oleh:

Kintan Ayuning Pramesti

1901026125

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2023

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
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 : Kintan Ayuning Pramesti
NIM : 1901026125
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Televisi Dakwah
Judul : Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Haneen Akira Dalam Menyampaikan Dakwah Pada Kanal YouTube

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 31 Maret 2023

Pembimbing,



Adeni M.A.

NIP. 19910120 201903 1 006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH

SKRIPSI

**Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Haneen Akira Dalam
Menyampaikan Dakwah Pada Kanal YouTube**

Disusun Oleh:


Kintan Ayuning Pramesti

1901026125


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 13 April 2023 dan
dinyatakan **LULUS** Ujian Munaqosah

Susunan Dewan Penguji


Ketua Sidang


H. M. Alifandi, M.Ag
NIP. 19710830 199703 1 003


Penguji I


Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001


Sekretaris Sidang


Adeni, S.Kom. I. M.A
NIP. 19910120 201903 1 006

Penguji II


Dr. H. Najahan Musyafak, M.A
NIP. 19701020 199503 1 001

Mengetahui, Pembimbing


Adeni, S.Kom. I. M.A
NIP. 19910120 201903 1 006

Disahkan oleh Dekan Fakultas
Dakwah dan Komunikasi


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



PERNYATAAN

PERNYATAAN

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

Semarang, 5 April 2023



Kintan Ayuning Pramesti

NIM 1901026125

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur atas kenikmatan yang telah Allah SWT limpahkan kepada kami, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW.

Setelah melewati proses yang cukup lama, akhirnya penulisan skripsi "Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Haneen Akira Dalam Menyampaikan Dakwah Pada Kanal YouTube" dapat terselesaikan. Keberhasilan penulisan ini tentu tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk kalangan masa kini maupun masa depan. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. H. M. Alfandi, M.Ag selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Nilnan Nikmah, M.SI selaku sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Adeni, S.Kom, M.A selaku wali dosen sekaligus dosen pembimbing yang telah memberi banyak arahan dan motivasi, menyempatkan waktu luang untuk membimbing selama berkuliah di UIN Walisongo Semarang khususnya pada saat penyusunan skripsi. Terimakasih atas kebaikan bapak, sehingga peneliti bisa sampai tahap yang sekarang dan telah memberikan dampak positif saat dan setelah bimbingan serta membantu membuka pikiran peneliti saat berada dimasa-masa sulit penelitian.
6. Segenap Civitas Akademika UIN Walisongo Semarang terkhusus Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

7. Bunda Dewi Agustina terimakasih atas kasih sayang, do'a, support yang telah bunda berikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan sesuai dengan harapan Almh. Mama & Alm. Papa.
8. Mamade Nur Atikah yang telah merawat peneliti dari kecil – sekarang. Terimakasih atas kasih sayang, do'a dan supoort sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan sesuai dengan harapan Alm. Mama dan Almh. Papa
9. Adik tersayang Keyla Kirani Ayu Murti yang selalu memberikan support kepada peneliti.
10. Keluarga kecil Mba Nila dan Mas Doni yang telah membantu dan peduli kepada peneliti.
11. Keluarga Besar Alm. Bapak Waridi Samyah dan Bapak Kasmudi yang selalu memberikan support kepada peneliti untuk menyelesaikan pendidikan.
12. Muhammad Varrel Arsy yang selalu mendukung peneliti dan memberi semangat serta arahan kepada peneliti.
13. Mba Shinta tersayang yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan dan masukkan pada peneliti khususnya pada penyusunan skripsi ini.
14. Sahabat SMP dan SMA tersayang khususnya Ayul, Lin, Juwita, Rima, Indah, Lidya, Grup Kepuy yang selalu memberi support dan yang selalu menghibur peneliti.
15. Keluarga Besar KPI D 2019 wadah peneliti belajar selama masa perkuliahan.
16. Keluarga Besar HMJ KPI, DSC, WTV yang merupakan wadah peneliti untuk berkembang dalam dunia kampus.
17. Kelompok 2 KKN Mandiri Pengakuan 2022 yang telah bekerja sama mengabdikan untuk kampus & masyarakat.

Kepada seluruh pihak tersebut, peneliti mengucapkan terimakasih atas segala kebaikannya. Peneliti berharap skripsi ini bermanfaat untuk pembaca. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan pada penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Semarang, 16 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line at the bottom, representing the name Kintan Ayuning Pramesti.

Kintan Ayuning Pramesti

NIM 1901026125

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan sebagai tanda cinta dan pembuktian untuk kedua orang tua peneliti di surga

Mama Almh. Samroh Tul Janah dan Papa Alm. Yani Irawan

Alhamdulillah, keinginan mama papa untuk anaknya menyanggah gelar sarjana akan segera terwujud. Terimakasih atas segala dedikasi, cinta dan kasih sayang yang mama papa beri kepada kintan. Semoga mama dan papa turut bahagia dan bangga walaupun hanya bisa melihat dari atas sana.

With Love, Kintan Ayuning Pramesti

MOTTO

Terbentur, Terbentur, Terbentur, Terbentuk.

(Tan Malaka)

ABSTRAK

Kintan Ayuning Pramesti, 1901026125, Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Haneen Akira Dalam Menyampaikan Dakwah Pada Kanal YouTube.

Sebuah dakwah membutuhkan teknik penyampaian pesan tepatnya teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif adalah upaya dalam mengubah sikap pada seseorang dengan menyusun pendapat, pikiran, ide melalui pesan komunikasi. Begitu juga dengan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah pada kanal YouTube nya.

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Ustazah Haneen di dalam kanal YouTube. Untuk menganalisis permasalahan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dengan yaitu mencari data yang berkaitan dengan penyampaian dakwah yang terdapat teknik komunikasi persuasif dari dokumen video Ustazah Haneen Akira. Penelitian ini mengambil dua video dengan *engagement (likes dan viewers)* yang paling tinggi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah pada kanal YouTube mampu menghubungkan dakwah dengan realita sosial (teknik asosiasi) yang dikemas dengan kalimat-kalimat yang indah dan menarik (teknik tataan), diperkuat dengan pengalaman pribadi (teknik integrasi), dan didukung dengan adanya rewards (teknik ganjaran) tapi tidak dapat mengelakkan argumentasi yang lemah dan tidak menggambarkan adanya sebuah perdebatan (teknik *red-herring*). Padahal jika menggunakan kelima teknik komunikasi persuasif tersebut dalam dakwah membuat narasi dakwah lebih dinamis dan tidak monoton.

.Kata Kunci: Teknik, Komunikasi Persuasif, Dakwah, YouTube

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metodologi Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II.....	17
TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH, YOUTUBE.....	17
A. Teknik Komunikasi Persuasif	17
1. Teknik.....	17
2. Komunikasi	18

3. Teknik Komunikasi	20
4. Teknik Komunikasi Persuasif.....	21
B. Dakwah	23
1. Pengertian Dakwah.....	23
2. Tujuan Dakwah	24
3. Unsur-Unsur Dakwah.....	25
4. Teknik Dakwah	30
C. Berdakwah Via YouTube.....	32
1. Pengertian YouTube	32
2. Karakteristik YouTube	33
3. YouTube sebagai Media Dakwah	34
BAB III	36
KANAL YOUTUBE USTAZAH HANEEN AKIRA.....	36
A. Deskripsi Kanal YouTube Ustazah Haneen Akira.....	36
B. Unit Sampling Video Dakwah “Aku Hampir Menyerah”	40
C. Unit Sampling Video Dakwah “Self Worth”	48
BAB IV	52
ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTAZAH HANEEN AKIRA DALAM DAKWAH PADA KANAL YOUTUBE	52
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3.1 Kanal YouTube Ustazah Haneen Akira</i>	37
<i>Gambar 3.2 Playlist Sharing Ladiest Day</i>	39
<i>Gambar 3.3 Video Dakwah Aku Hampir Menyerah</i>	39
<i>Gambar 3.4 Video Dakwah Self Worth</i>	40

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3.1</i>	37
<i>Tabel 3.2</i>	40
<i>Tabel 3.3</i>	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia media sosial berkembang semakin pesat. Dikutip dari dataindonesia.id, berdasarkan hasil riset dari *We Are Social*, pada Januari 2022 di Indonesia jumlah pengguna media sosial yang aktif 191 juta orang. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 170 juta orang, tahun ini meningkat 12,35%. Meskipun demikian, peningkatannya mengalami instabilitas sejak 2014-2022.

Perkembangan media sosial menyebabkan perubahan terhadap penyampaian dakwah dalam era globalisasi sekarang ini. Dengan adanya teknologi informasi yang mengalami perkembangan secara pesat, menyebabkan dakwah harus menyesuaikan diri dan dari sinilah tantangan dakwah dimulai. Dakwah dapat diartikan suatu kegiatan dengan tujuan taat dan beriman pada Allah SWT sesuai dengan akhlak Islam, syariah dan akidah yang sifatnya mengajak, menyeru, dan memanggil (Ma'arif, 2010: 22). Sebelum adanya perkembangan media sosial sekarang ini, berdakwah dilaksanakan dalam forum konvensional saja yaitu seperti pengajian dalam majelis taklim, ceramah di atas mimbar, serta forum konvensional lainnya. Arbi, (2003:9) mengatakan bahwa dakwah seperti komunikasi yang terjadi di segala konteks, saluran dan komunikator. Sedangkan jangkauan wilayah khalayak yang beragam dan luas yang paling penting untuk diperhatikan. Dari sinilah dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perkembangan teknologi sekarang ini, penyampaian dakwah dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan media sosial. Dakwah di media sosial juga dituntut untuk dikemas dalam konten yang menarik (Arbi, 2003: 9).

Salah satu pendakwah wanita yang memanfaatkan media baru yang berinovasi dalam dunia dakwah sekarang ini adalah Ustazah Haneen Akira. Dia dapat melihat bahwa media sosial menjadi sarana media dakwah yang cocok untuk menyampaikan ajakan di zaman sekarang yaitu anak-anak

muda khususnya para perempuan muda. Salah satunya dia memanfaatkan media sosial YouTube. Ustazah Haneen Akira memiliki 169.000 *subscriber* dan 223 video dengan tema-tema menarik yang berkaitan dengan zaman sekarang pada kanal YouTube yang beralamat di <https://youtube.com/c/HaneenAkira>. Dia membuat konten dakwah berisi tema-tema yang dibutuhkan anak muda khususnya perempuan yaitu mengenai fiqih wanita secara umum, kajian Keislaman dan motivasi hidup. Dalam YouTube Ustazah Haneen Akira terdapat beberapa *playlist*, diantaranya: *Daily Life, Ummi dan Abang Yahya, Murottal, Sharing Ladies Day, dan One Minute Booster*.

Dakwah dengan memanfaatkan media YouTube ini yang termasuk perkembangan dalam dunia dakwah membuat penelitian ini menarik dilakukan. Dengan adanya hal tersebut, apapun media dakwah yang digunakan yang menjadi pokok utama ialah gaya berkomunikasi dalam dai menyampaikan materi dakwah yaitu mengajak atau menyeru yang memberi pemahaman yang baik sehingga dapat diterima oleh *mad'u*. Pengaruh besar kecilnya respons *mad'u* pada dakwah yang disampaikan oleh dai, tergantung dengan kecakapan dai dalam menggunakan teknik komunikasi yang benar. Komunikasi berjalan efektif jika teknik komunikasi yang digunakan benar. Maka dari itu, dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi sekarang ini, dalam menyampaikan dakwah agar komunikan (*mad'u*) mudah menerima pesan komunikasi, maka dakwah membutuhkan teknik pada penyampaian pesan tepatnya teknik komunikasi persuasif.

Terdapat unsur-unsur dalam dakwah yaitu menyampaikan, ajakan dari komunikator (dai) ke komunikan (*mad'u*) sehingga hal tersebut membuktikan jika prosedur dakwah sesuai dengan komunikasi persuasif. Tujuan komunikasi persuasif dalam konteks dakwah yaitu mengajak *mad'u* supaya berkenan melakukan perintah Allah melalui perubahan perasaan, pikiran, serta tingkah lakunya (Sari & Nur Aida, 2021: 131). Sebagai agama *rahmatan lil alamin* kepada seluruh umat manusia, dalam mengamalkan

ajaran Islam pada proses dakwah terdapat unsur-unsur, meliputi: subjek dakwah (dai), objek dakwah (*mad'u*), metode dakwah, materi dakwah, dan media dakwah dalam mencapai tujuan dakwah untuk mencapai tujuan Agama Islam yaitu memperoleh hidup yang bahagia di dunia dan akhirat (Saputra, 2012: 3).

Penyampaian dakwah sendiri perlu disampaikan dengan persuasif, yaitu masyarakat merasa sebagai *mad'u* yang didakwahi dan dengan cara berpikir, supaya mereka dapat mematuhi dan menerima seruan dai, dan mereka merasa sedang melakukan keinginannya sendiri bukan atas keterpaksaan atau kehendak orang lain. Teknik komunikasi persuasif itu sendiri dapat diartikan salah satu teknik komunikasi yang dilaksanakan komunikator sehingga komunikan dapat menerima suatu keyakinan maupun pengertian, melaksanakan suatu tindakan atau perbuatan. Teknik komunikasi persuasif terjadi dengan kontak pribadi (*personal contact*) dengan komunikator memungkinkan dapat menguasai, mengerti; (1) *frame of reference* atau kerangka acuan komunikan sepenuhnya, (2) kondisi mental dan fisik komunikan selengkapnyanya, (3) kondisi suasana saat terjadi komunikasi, serta (4) ulasan langsung komunikasi (Effendy, 2004: 42).

Dalam Malik & Yola (1994: 5), Bettinghous mengemukakan persuasi ialah

“Komunikasi manusia yang disusun guna mempengaruhi orang lain melalui upaya mengubah sikap, sikap dan nilai mereka”.

Adanya kalimat tersebut yaitu seiring dengan tujuan dakwah yang sama dengan Al-Qur'an dan Hadist adalah menjadikan akhlak manusia supaya lebih baik. Maka dari itu, dapat disimpulkan teknik komunikasi persuasif dibutuhkan dalam berdakwah

Dalam Rakhmat (1998: 13), menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, komunikasi dikatakan efektif bila dapat melakukan minimal lima hal dan salah satu diantara itu mempengaruhi atau membujuk pada perilaku seseorang (bersifat *persuasive*). Komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan dalam menyampaikan informasi kepada

seseorang dengan cara membujuk, tujuannya untuk mempengaruhi perilaku emosional persuasif. Sama halnya tujuan komunikasi persuasif dalam dakwah, yaitu dai mampu untuk mempengaruhi perilaku, pendapat dan sikap dari *mad'u*. Dalam menggapai tujuan tersebut maka teknik komunikasi harus didukung dengan teknik komunikasi persuasif yang benar (Rakhmat, 1998: 13).

Maka dari itu, peneliti tertarik mengkaji teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah di media YouTube. Penelitian ini menggunakan lima teori teknik komunikasi persuasif yang dijabarkan Onong Uchjana Effendy yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tatahan dan teknik *red-herring*. Contohnya di dalam dua video Ustazah Haneen Akira yang berjudul “Aku Hampir Menyerah” yang diunggah pada 04 Juli 2022. Dalam *scene* 45.58 video tersebut, dia mengatakan “*Yang harus kita pegang adalah Allah tidak akan pernah menyempitkan hambanya, kecuali Allah sedang menyiapkan yang lapang. Allah tidak akan membuat hambanya meneteskan air mata, kecuali Allah sudah menyiapkan hadiah terindah yang akan membuat kita tersenyum. Jadi, temen-temen harus yakin, iman, sadar bahwa kita sedang disiapkan yang terbaik oleh Allah SWT.*” Dalam kalimat tersebut, terdapat salah satu bentuk teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yaitu teknik ganjaran karena Ustazah Haneen Akira mempengaruhi *mad'u* agar tetap tenang dan yakin saat sedang mendapat ujian atau kesedihan karena Allah tidak akan membuat hambanya meneteskan air mata kecuali Allah sudah menyiapkan hadiah terindah. Video selanjutnya yaitu berjudul “*Self Worth*” yang diunggah pada 26 September 2022. Dalam *scene* 08.40 video tersebut, dia mengatakan “*Omongan orang pasti kita denger ya tentang diri kita. Apapun itu. Misalnya kita engga asik, kita engga oke, kita engga bisa ramah. Bukan berarti kita ngga ramah ya. Itu mungkin tipe kita bukan cuap-cuap. Mungkin kita bukan tipe yang cicicuit. Yaudah jangan pernah menyamakan diri kita dengan orang lain*”. Dalam kalimat tersebut,

terdapat salah satu bentuk teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yaitu teknik integrasi, karena Ustazah Haneen Akira menceritakan kesamaan yang dialaminya dengan *mad'u* mengenai omongan-omongan orang yang akan terus didengar.

Dalam beberapa video yang lain pun mempunyai keunikan yaitu, tema-tema yang menarik khususnya untuk perempuan muda agar belajar menjadi yang lebih baik lagi dengan suara yang khas dan kalimat yang mudah dipahami sehingga terdapat beberapa teknik komunikasi persuasif didalamnya. Cara ceramah dia pun dapat dibilang tidak menggurui, namun seperti sedang bercerita kepada temannya. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengkaji lebih dalam mengenai bentuk-bentuk teknik komunikasi persuasif yang digunakan Ustazah Haneen Akira dalam dakwahnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini peneliti beri judul “Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Haneen Akira Dalam Menyampaikan Dakwah Pada Kanal YouTube”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ustazah Haneen Akira pada kanal YouTube?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan berdasarkan dengan permasalahan yang telah dijelaskan diatas adalah untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Ustazah Haneen Akira di dalam kanal YouTube.

Pada penelitian ini memiliki manfaat yang terbagi atas manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan pada hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan pengetahuan mengenai komunikasi persuasif dalam bermedia khususnya media massa yang meneliti bagaimana berdakwah melalui YouTube.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan pada hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman pengaplikasian teknik komunikasi persuasif yang baik dalam berdakwah bagi seorang dai, terutama mahasiswa dan diharapkan menjadi salah satu wacana dalam mengembangkan eksistensi dakwah khususnya pada media massa.

D. Tinjauan Pustaka

Setelah peneliti meninjau beberapa penelitian sebelumnya, maka terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini diantaranya:

Pertama, skripsi Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Muhammad Nur Maulana Dalam Acara “Islam Itu Indah” di Trans Tv oleh Muirodah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang Tahun 2015. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Ustadz Muhammad Nur Maulana pada program acara “Islam Itu Indah” Trans Tv. Penelitian tersebut dengan metode kualitatif dan spesifikasi deskriptif yang mengacu pada analisis data yang induktif. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa Ustadz Muhammad Nur Maulana melakukan dakwah pada program acara “Islam Itu Indah” di Trans Tv menggunakan lima jenis teknik komunikasi persuasif, diantaranya: teknik integrasi, teknik asosiasi, teknik icing, teknik *pay-off*, dan teknik *fear-arrausing*.

Penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yaitu fokus dalam teknik komunikasi persuasif tetapi yang membedakan ialah objek penelitiannya. Muirodah pada penelitiannya meneliti Ustadz

Muhammad Nur Maulana dalam program acara Islam Itu Indah di Trans Tv sedangkan penelitian ini meneliti Ustazah Haneen Akira pada kanal YouTube nya. Persamaan penelitian yang dilakukan Muirodah dan penelitian ini yaitu jenis penelitian menggunakan kualitatif dan teknik analisis deskriptif, sumber data primer menggunakan dokumentasi. *Novelty* dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dai dalam media baru yaitu YouTube sedangkan pada penelitian tersebut masih menggunakan media konvensional yaitu televisi.

Kedua, skripsi Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau oleh Lailatul Qotriah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang Tahun 2019. Tujuan penelitian tersebut yaitu untuk mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif dalam Novel Islami Anak Rantau. Pada penelitian tersebut metode yang digunakan yaitu kualitatif dan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Teknik pengumpulan data penelitian tersebut yaitu dokumentasi yaitu data utama dicari dari teks dalam novel tersebut. Hasil dari penelitian tersebut yaitu ditemukan lima teknik dalam Novel Islami Anak Rantau, yaitu: teknik *icing device*, teknik asosiasi, teknik *fear arousing*, teknik *cognitive dissonance* dan teknik *pay of idea*.

Penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian ini karena memiliki persamaan yaitu membahas mengenai teknik komunikasi persuasif. Namun, terdapat perbedaan yaitu objek yang diteliti dalam penelitian tersebut yang diteliti Novel Islami Anak Rantau karya Ahmad Fuaidi. Sedangkan penelitian ini meneliti Ustazah Haneen Akira dalam kanal YouTube. *Novelty* dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dai pada media baru sedangkan pada media penelitian tersebut masih menggunakan media cetak.

Ketiga, skripsi Teknik Komunikasi Persuasif Wirda Mansur Dalam Berdakwah Melalui YouTube Di Era Milenial oleh Dian Lestari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

Walisongo Semarang Tahun 2020. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam dakwah Wirda Mansur di media YouTube pada era milenial. Pendekatan penelitian tersebut kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi dengan langkah mengunitan, menyederhanakan data, mengambil simpulan dengan menentukan kategori yang sudah diklasifikasikan, lalu data dianalisis. Hasil dari penelitian tersebut yaitu ditemukan beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam video dalam kanal YouTube Wirda Mansur, diantaranya teknik ganjaran (*pay-of-technique*), teknik asosiasi, teknik *red-herring* dan teknik tataan.

Penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian ini karena memiliki persamaan fokus yang diteliti yaitu teknik komunikasi persuasif. Namun, terdapat perbedaan yang diteliti yaitu jika penelitian Dian Lestari meneliti Wirda Mansur, sedangkan penelitian ini meneliti Ustazah Haneen Akira. Dengan menggunakan teknik analisis data yang berbeda. Novelty pada penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu belum ada yang meneliti teknik komunikasi persuasif Ustazah Haneen Akira dari dakwahnya yang merupakan motivasi hidup.

Keempat, skripsi Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz “Gapleh” Berbasis Youtube oleh Alvia Umairoch Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin Tahun 2021. Tujuan penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui komunikasi dakwah persuasif Ustadz Gapleh dan respons *mad’u* dalam YouTube. Pendekatan penelitian tersebut menggunakan jenis kualitatif dengan jenis penelitian riset kepustakaan atau literatur. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian tersebut dilakukan dengan mengambil 10 video yang menjadi sampel penelitian dari 34 unggahan video dakwah pada media YouTube ustadz Gapleh. Dalam skripsi tersebut terdapat komunikasi dakwah persuasif yang dilakukan Ustadz Gapleh karena pada unggahan video

dakwah Ustadz Gapleh memiliki dua bentuk konsep dakwah persuasif yaitu Ustadz Gapleh sebagai komunikator dengan pesan yang disampaikan (isi dakwahnya). Jumlah respons yaitu 375 komentar berupa 3 bentuk yaitu; respons golongan simpati aktif, pasif dan antipasti. Respons tersebut terbagi dalam 3 golongan yaitu golongan simpati aktif 195 komentar, golongan pasif 63 komentar, dan golongan antipati 117 komentar.

Penelitian tersebut berhubungan dengan penelitian ini karena memiliki persamaan fokus dalam komunikasi persuasif. Namun terdapat beberapa perbedaan yaitu teknik pengumpulan data, jika penelitian ini menggunakan hanya dokumentasi, sedangkan penelitian tersebut menggunakan observasi, dokumentasi. Rumusan masalah juga berbeda, penelitian tersebut tidak hanya ingin mengetahui komunikasi dakwah persuasif saja tetapi juga ingin mengetahui respons mad'u pada komunikasi dakwah persuasif ustadz "Gapleh" di media YouTube. Novelty penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu pada penelitian ini meneliti teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ustazah Haneen Akira.

Kelima, skripsi Retorika Pendakwah Haneen Akira Pada Generasi Z Di YouTube oleh Nazhifa Silviana Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Tahun 2022. Tujuan penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui retorika serta Inventio yang diterapkan oleh Ustazah Haneen Akira pada generasi z di YouTube. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif berisi kutipan-kutipan kalimat dan cenderung menggunakan analisis. Serta menggunakan konsep retorika dan *public speaking* oleh Stephen E. Lucas. Hasil dari penelitian tersebut adalah ditemukan retorika Haneen Akira pada generasi z di YouTube menggunakan metode *Speaking Extemporaneously*, dia juga menerapkan tiga unsur persuasi yaitu ethos, phatos, dan logos.

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini karena objek penelitiannya ialah Ustazah Haneen Akira dengan media kanal YouTube. Namun terdapat perbedaan yaitu, jika penelitian tersebut meneliti mengenai

penerapan retorika dan *Inventio* dengan menggunakan konsep retorika dan *public speaking* oleh Stephen E. Lucas. Serta terdapat unsur persuasi yang dikemukakan oleh Aristoteles. Lucas. Sedangkan pada penelitian ini memaparkan teknik komunikasi persuasif Ustazah Haneen Akira dengan menggunakan teori teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy. *Novelty* pada penelitian ini yaitu menemukan unsur baru yaitu teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah pada Kanal YouTube.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis pada penelitian ini adalah kualitatif dimana penelitian ini berarti untuk meneliti suatu peristiwa mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian contohnya adalah tindakan, motivasi dan perilaku (Moleong, 2002: 6).

Sementara itu, pendekatan pada penelitian ini yaitu analisis isi deskriptif. Harold D. Lasswell merupakan penggagas dari analisis isi. Menurut Barelson dikutip dari (Eriyanto, 2011: 15) analisis isi merupakan 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 merupakan 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 Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah pada kanal YouTube milik Ustazah Haneen Akira dengan langkah-langkah menentukan yaitu unit sampel, unit pencatatan (*recording units*), konteks (*context units*).

2. Definisi Konseptual

Sebuah penelitian membutuhkan konsep yang jelas bagi unsur-unsur masalah yang akan diteliti, agar tidak ada perbedaan pemahaman antara peneliti dengan pembaca. Sama seperti penelitian ini sehingga terjadi persepsi peneliti dengan pembaca yang sama, maka dibutuhkan definisi konseptual. Definisi konseptual penelitian ini berfokus pada teknik komunikasi persuasif, dakwah, YouTube.

a. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif adalah usaha komunikator dalam menyampaikan pesan komunikasi agar komunikan terpengaruh dan melaksanakan apa yang disampaikan komunikator. Dalam penelitian ini teknik komunikasi persuasif menggunakan teknik komunikasi persuasif yang telah dijabarkan oleh Effendy, (1986:28) yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring*. Konsep teknik asosiasi mengaitkan pernyataan dengan menumpangkan pada fenomena yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Teknik integrasi merupakan usaha komunikator untuk menyatukan diri dengan komunikan saat mengalami hal atau pengalaman yang serupa biasanya dengan menggunakan kata “kita”. Teknik ganjaran biasanya saat komunikator mempengaruhi komunikan dengan menjanjikan suatu harapan sehingga komunikan dapat terpengaruh oleh komunikator. Teknik tataan dimana komunikator menyusun pesan komunikasi semenarik mungkin dengan menyelipkan kalimat-kalimat yang menarik dan didalamnya terdapat makna. Yang terakhir yaitu teknik *red-herring* dimana merupakan sebuah teknik untuk meraih kemenangan didalam sebuah perdebatan dimana dalam teknik ini dipakai jika dalam keadaan mendesak.

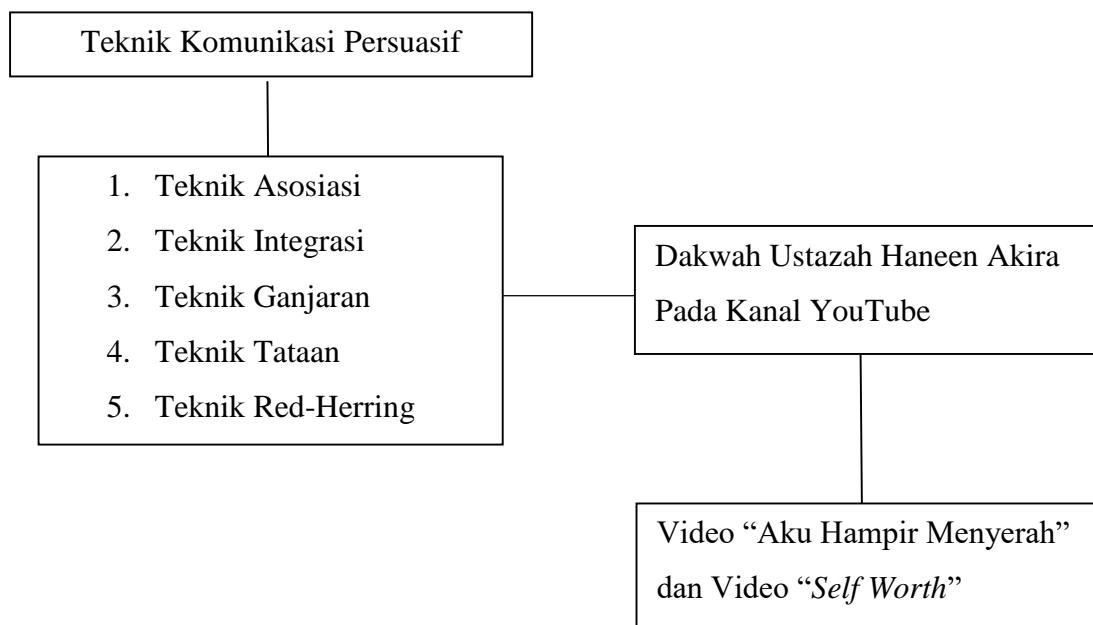
b. Dakwah

Dakwah merupakan sebuah bentuk ajakan maupun seruan untuk mengubah manusia menjadi lebih baik dan kembali pada

jalan yang benar. Penelitian ini mengacu pada dakwah yang disampaikan Ustazah Haneen Akira.

c. YouTube

YouTube adalah salah satu media sosial yang populer untuk berbagi video yang sekarang ini digandrungi oleh semua kalangan. Konten di dalam YouTube biasanya seperti film, tv, vlog, video klip. Penelitian ini mengacu pada konten YouTube dakwah Ustazah Haneen Akira dalam kanal YouTube nya dengan judul Aku Hampir Menyerah dan *Self Worth*.



Teknik komunikasi persuasif di atas di analisis dalam dua kajian Ustazah Haneen Akira yang telah dipilih dengan topik yang paling menarik di zaman sekarang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu *non probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yaitu lebih tepatnya dengan

menggunakan *purposive sampling*. Dalam Sugiyono (2012: 54), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini contohnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. Alasan penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti.

Oleh karena itu, peneliti memilih *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan pada penelitian ini. Adapun kriteria *sampling* yang ditentukan peneliti sebagai berikut:

1. Video memiliki range *engagement* (*likes* dan *viewers*) tertinggi
2. Video memiliki durasi 20 menit -1 jam
3. Video masuk dalam kategori playlist “*Sharing Ladies Day*”
4. Tema yang dibahas terkait masalah perempuan saat ini.

Untuk mendapat sampel guna penelitian, ada beberapa cara pemilihan yang dilakukan peneliti yaitu:

1. Mengurutkan video dengan *engagement* 2 tertinggi.
 2. Memilih video yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.
4. Sumber dan Jenis Data

Adapun untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu data yang didapat dari dokumen video pada kanal Ustazah Haneen Akira dengan mengambil video yang sudah tayang. Seperti yang sudah dijelaskan pada teknik pengambilan sampel, penelitian ini memilih video dengan *engagement* (*likes* dan *viewers*) yang paling tinggi serta masalah yang sedang banyak dialami kaum muda saat ini dan didalamnya terdapat teknik komunikasi persuasif yang telah diunggah dalam Playlist *Sharing Ladies Day* dengan judul:

- a. Aku Hampir Menyerah yang diunggah pada 04 Juli 2022 dengan durasi 01:02:09 jumlah penayangan 40.000 dan 2000 suka.
- b. Self Worth yang diunggah 26 September 2022 dengan durasi 28:26, jumlah penayangan 8.500 dan 466 suka.

5. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data pada penelitian ini berupa video, yang artinya data didokumentasikan. Dalam melakukan penelitian teknik pengumpulan data merupakan tahap pertama, karena melakukan penelitian tujuan yang terpenting ialah untuk mendapat data. Jika peneliti tidak mengerti teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar yang telah ditentukan (Sugiyono, 2016:308). Maka dari itu, teknik dalam pengumpulan data ialah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dapat diartikan instrumen pengumpulan data dan sering digunakan pada penelitian dalam metodologi penelitian bagian teknik pengumpulan data.

Adapun tahapan pada teknik dokumentasi yaitu dokumentasi berawal dari mengumpulkan beberapa dokumen, lalu mencatat dan menafsir serta menghubungkan dengan fenomena-fenomena yang lain (Bachtiar, 1997: 77). Untuk mencari data utama dalam penelitian ini dengan teknik dokumentasi yaitu mencari data yang berkaitan dengan penyampaian dakwah yang terdapat teknik komunikasi persuasif dari dokumen video Ustazah Haneen Akira.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses secara sistematis dengan mencari lalu menyusun data yang didapat dari hasil teknik dokumentasi, selanjutnya data diorganisasikan ke dalam kategori,

menggolongkan ke dalam unit, melakukan sintesa, menyusun menjadi pola, melakukan pemilihan yang penting dan yang dipelajari, lalu menarik kesimpulan sehingga peneliti maupun pembaca mudah memahami (Sugiyono, 2016: 244).

Analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan analisis isi. Secara kualitatif, analisis isi dapat melibatkan suatu analisis dimana komunikasi seperti percakapan, teks tertulis, wawancara, fotografi, dapat dikategorikan dan diklarifikasi (Emzir, 2012).

Dalam Eriyanto (2011:61) pada analisis isi secara umum terdapat tiga bagian utama yaitu unit sampel, unit pencatatan (*recording units*), konteks (*context units*). Berdasarkan hal tersebut, langkah-langkah analisis isi pada penelitian ini yaitu:

- a. Menentukan unit yang akan dianalisis. Bagian dari isi ini berisi kata, scene (potongan adegan), kalimat, paragraf, foto, dan audiovisual (Eriyanto, 2011:59).
- b. Melakukan penelitian dengan cara menonton video ceramah Ustazah Haneen Akira pada kanal YouTubenya, menentukan unit sampel
- c. Kemudian memilih dan mengelompokkan berdasarkan kategori teknik komunikasi persuasif yang telah ditentukan ke dalam unit pencatatan (*recording units*).
- d. Penerapan teknik komunikasi persuasif yang telah didapat berdasarkan unit konteks (*context units*) dengan melihat isi video sehingga peneliti dapat menginterpretasikan berdasarkan teori yang sesuai agar dapat dijadikan argumentasi.
- e. Membuat kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam proposal penelitian ini guna memudahkan penulisan dan pembahasan supaya menjadi urut, maka sistematik yang digunakan peneliti secara garis besar.

- BAB 1 Pendahuluan**
- Pada bab pertama ini yaitu pendahuluan dengan sistematika penulisan berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika an skripsi.
- BAB II Teknik Komunikasi Persuasif, Dakwah, YouTube**
- Pada bab kedua ini akan membahas mengenai landasan teori yang mendukung dalam penyusunan penelitian. Seperti materi-materi yang dibutuhkan yakni teknik komunikasi persuasif, dakwah, dan YouTube yang didalamnya terdapat sub bab yang saling berkaitan.
- BAB III Kanal YouTube Ustazah Haneen Akira**
- Pada bab ketiga ini menjelaskan tentang deskripsi umum biografi Ustazah Haneen Akira serta sekilas isi dari kanal YouTube Ustazah Haneen Akira dan unit sampling video “Aku Hampir Menyerah” dan “Self Worth”
- BAB IV Analisis Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Haneen Akira Dalam Dakwah Pada Kanal YouTube**
- Pada bab keempat ini berisi penjabaran analisis data yaitu teknik komunikasi persuasif yang ada dalam video kanal YouTube Ustazah Haneen Akira.
- BAB V Penutup**
- Pada bab kelima ini merupakan tahap akhir skripsi yaitu penutup, dimana berisi kesimpulan yaitu jawaban dari pokok masalah yang telah dibahas sebelumnya dan saran-saran untuk penelitian ini.

BAB II

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH, YOUTUBE

A. Teknik Komunikasi Persuasif

1. Teknik

Kata teknik berasal dari bahasa Inggris *technique* yang artinya cara. Menurut Sanjaya dalam Aziz (2004:358) teknik ialah upaya yang dilaksanakan manusia ketika menerapkan suatu metode. Jadi dapat disimpulkan bahwa teknik ialah langkah-langkah yang dilakukan dalam menggapai tujuan yang diharapkan. Menurut Effendy (2000:5), kata teknik berasal dari Bahasa Yunani *technikos* artinya ketrampilan. Jadi, teknik adalah dalam rangka menggapai tujuan yang diharapkan, terdapat langkah-langkah yang harus dilaksanakan.

Teknik didefinisikan oleh Wina Sanjaya dalam bukunya yang dikutip oleh Moh. Ali Aziz (2009:357-358), teknik merupakan suatu cara yang dilakukan seseorang dalam menerapkan suatu metode. Teknik pada hakikatnya yaitu operasionalisme metode yang dijalankan dalam menggapai tujuan yang diinginkan. Terdapat teknik dakwah pada dakwah yang dibutuhkan sesuai dengan metode yang digunakan. Oleh karena itu dapat dipilih bagaimana teknik pelaksanaannya.

Implementasi teknik berkaitan dengan keberadaan media dakwah yang termasuk salah satu aspek dakwah yang dibutuhkan untuk kegiatan dakwah. Media dakwah pada dasarnya dakwah merupakan setiap alat komunikasi yang digunakan untuk membangun relasi dengan orang lain, maka pada suatu kegiatan dakwah ada dakwah yang bermedia atau tidak bermedia. Maka dari itu, teknik merupakan tindak lanjut operasionalisasi dakwah yang dibutuhkan untuk tercapainya tujuan dakwah (Ghazali, 1997: 26).

2. Komunikasi

1) Definisi Komunikasi

Asal istilah atau kata komunikasi (*communication*) dari Bahasa Latin “*communication*” atau “*communicates*” yang artinya jadi milik bersama atau berbagi. Maka menurut kamus bahasa kata komunikasi merujuk pada usaha yang dibangun dalam menggapai suatu tujuan (Riswandi, 2013:1).

Menurut Ilaihi (2010:4), diantara pihak yang terlibat, komunikasi minimal harus berisi “makna yang sama”. Maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi dilakukan harus menggunakan bahasa yang dapat dipahami antara satu sama lain yaitu komunikator dengan komunikan, dengan seperti itu komunikasi akan berjalan efektif.

Secara terminologi, definisi komunikasi dikemukakan oleh beberapa ahli, diantaranya:

- 1) Liliweri (2011:31) mengemukakan, kata “*communicate*” atau berkomunikasi mempunyai konsep yang asalnya dari kata “*common*” memiliki arti mengirimkan, mengalihkan menghubungkan, menulis maka dari itu komunikasi merupakan sebagai proses dan tindakan (Liliweri, 2011:31).
- 2) Harold D. Laswell, dikutip oleh Effendy (2015:10), dalam karyanya Laswell mengemukakan bahwa *the structure and function of communication in society*, langkah yang benar untuk menerangkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*who says what in which channel to whom with what effect.*” (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek apa) (Effendy, 2015:10).
- 3) Neil Anderson, dalam kutipan Ma’arif (2015:37), komunikasi sebagai sebuah proses mengirim gagasan dari pengirim (sumber)

ke penerima, makhluk yang berkehendak, dan untuk mengubah perilaku penerima. Jadi, menurut Ma'arif (2015:35), komunikasi berusaha untuk menyampaikan pesan dengan sadar dari komunikator atau pengirim pesan kepada komunikan atau penerima pesan dalam mempengaruhi, mengubah serta meyakinkan sikap sesuai yang dikehendaki oleh komunikator (Ma'arif, 2015:35).

Dari penjelasan diatas, komunikasi dapat disimpulkan bahwa suatu proses dalam penyampaian pesan dari pengirim untuk penerima pesan yang menghasilkan efek tertentu dengan melalui sebuah media.

2) Penyusunan Pesan Komunikasi

Menyusun pesan yang sesuai dengan maksud dan tujuan mereka, dimana komunikator benar-benar menyusun pesan dalam situasi yang sedang mereka hadapi. Terdapat 2 model dalam penyusunan pesan yaitu pesan yang bersifat informatif dan persuasif. Penyusunan pesan yang bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada wawasan dan kesadaran khalayak, misalnya dengan melihat kondisi tempat atau ruang, penyusunan pesan berdasarkan waktu, penyusunan pesan bersifat umum ke khusus, misalnya penyusunan GBHN, penyusunan pesan bersifat khusus ke umum. Model penyusunan pesan bersifat informatif biasanya banyak digunakan oleh wartawan dalam menulis berita. Sedangkan penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap khalayak.

Ada beberapa cara yang digunakan yang digunakan dalam penyusunan pesan dengan memakai teknik persuasif, yaitu metode penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan pada khalayak (*fear appeal*), cara penyampaian pesan dengan menawarkan janji pada khalayak (*reward appeal*), cara penyampaian

pesan yang disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga sehingga mereka dapat mengikuti pesan tersebut (motivational appeal), serta cara penyampaian pesan yang disertai dengan humor, sehingga ketika komunikan mendapatkan pesan tidak merasa bosan (Musyafak & Usfiyatul, 2020: 105-106).

3. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi merupakan sebuah metode yang diterapkan dalam proses penyampaian pesan dengan menggunakan suatu media dari pengirim (komunikator) pesan kepada penerima (komunikan) pesan. Dengan kehadiran teknik komunikasi diharapkan semua orang agar dapat membangun komunikasi yang efektif.

Effendy (2015:10) mengemukakan bentuk-bentuk teknik komunikasi yaitu:

1) **Komunikasi informatif**

Komunikasi informatif ialah proses seseorang dalam menyampaikan pesan guna memberitahukan sesuatu. Pada jenis teknik komunikasi ini komunikator tidak mengharapkan efek apapun karena hanya memberi tahu sesuatu kepada komunikan saja.

2) **Komunikasi persuasif**

Komunikasi persuasif dapat diartikan suatu proses dari komunikator kepada komunikan dalam menyampaikan pesan agar sikap, perilaku, pendapat berubah dengan kesadaran diri sendiri. Asal kata “persuasi” dari bahasa latin “persuasion”. Dengan kata kerja “persuadere” yang memiliki arti merayu atau membujuk.

3) **Komunikasi instruktif / koersif**

Komunikasi instruktif / koersif ialah suatu proses dari komunikator kepada komunikan dalam menyampaikan pesan dengan sanksi atau ancaman untuk mengubah perilaku.

4) Hubungan manusiawi

Hubungan manusiawi ialah komunikasi persuasif manusia yang artinya dalam penyampaian pesan, pengirim pesan menunjukkan rasa empati yang mendalam.

Onong Uchajana Effendy mengungkapkan bahwa sebuah komunikasi bersifat informatif supaya orang lain memahami, dan sifatnya persuasif supaya orang lain mau menerima suatu keyakinan atau paham, melaksanakan suatu perbuatan atau keyakinan (Effendy, 2015:10).

4. Teknik Komunikasi Persuasif

Effendy (1986:27) mengemukakan bahwa asal persuasi dari bahasa latin yaitu *persuasion*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang memiliki arti merayu, mengajak maupun membujuk (Effendy, 1986:27). Kegiatan merayu, mengajak, membujuk yang dimaksud ialah mempengaruhi manusia untuk melakukan sesuatu dengan atas dasar kemauan sendiri (Sastropoetro, 1988:246).

Komunikasi termasuk dalam bagian dari kegiatan mempengaruhi yang dapat menggunakan teknik persuasif. Pada penelitian ini, teknik komunikasi yang digunakan ialah teknik komunikasi persuasif yang mempunyai tujuan untuk mengubah pendapat, sikap atau perilaku mad'u (Ilaihi, 2010: 125).

Jenis teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Effendy (1986:28), meliputi:

1) Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi merupakan pesan komunikasi disajikan dengan cara menumpangkan dalam sebuah peristiwa maupun objek yang sedang membuat masyarakat tertarik.

2) Teknik Integrasi

Teknik integrasi merupakan kecakapan pengirim pesan dalam menyamakan diri secara komunikatif dengan penerima pesan. Maksudnya, melalui kalimat non-verbal maupun verbal, pengirim pesan menggambarkan bahwa dia “senasib” atau memiliki pengalaman yang sama. Maka dari itu menjadi sama dengan yang dialami komunikan. Contoh dari teknik integrasi ialah yang digunakan kata “kita”, bukan kata “saya” atau “kami”. “Kita” yang artinya saya dengan anda (pengirim pesan bersama penerima pesan), maksudnya yang komunikator memperjuangkan bukan untuk diri sendiri tetapi juga untuk kepentingan komunikan.

3) Teknik ganjaran atau *Pay-off Technique*

Teknik ganjaran atau *pay-off technique* merupakan sebuah teknik komunikasi persuasif dimana dengan tujuan yaitu mempengaruhi seseorang menggunakan cara menjanjikan hal yang berisi harapan, menguntungkan atau mendapat ganjaran (*reward*).

4) Teknik Tataan atau *Icing*

Teknik *icing* merupakan usaha dalam menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga saat komunikator berbicara komunikan merasakan nyaman untuk mendengarkan, lalu komunikan termotivasi untuk melaksanakan apa yang disarankan oleh komunikator.

Asal kata *icing* dari kata *to ice*, artinya merapikan kue yang baru diambil dari tempat pembakaran dengan lapisan gula warna-warni. Kue tersebut awalnya tidak menarik itu menjadi menarik,

sehingga orang-orang yang melihat menjadi tertarik. Teknik tataan atau *icing* pada sebuah persuasif adalah seni menyusun pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) semenarik mungkin, sehingga komunikasi menjadi tertarik.

Sama halnya dengan kue yang tadi, tataan atau *icing* hanya membuat lebih menarik, tanpa mengubah kue itu sendiri. Sama dengan dalam persuasif. Usaha memperlihatkan imbauan emosional yang dimaksud supaya menarik hati komunikasi. Komunikator tidak membuat fakta pesan menjadi kurang lengkap. Fakta pesan sendiri tetap utuh. Dalam hal ini komunikator mempertaruhkan kehormatannya sebagai pusat kepercayaan (*source of credibility*). Jika dalam usaha menyusun imbauan emosional itu membuat fakta pesannya menjadi kurang lengkap, maka ia dapat kehilangan kepercayaan yang susah dibangun kembali.

5) Teknik *Red-herring*

Saat meraih kemenangan dalam perdebatan, komunikator membutuhkan teknik *red-herring* dengan cara mengelelakan argumen yang lemah untuk menggeserkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya untuk digunakan sebagai senjata ampuh dalam melakukan penyerangan pada lawan. Jadi, pada saat komunikator dalam keadaan mendesak, komunikator dapat menerapkan teknik *red-herring* (Effendy, 1986:28).

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

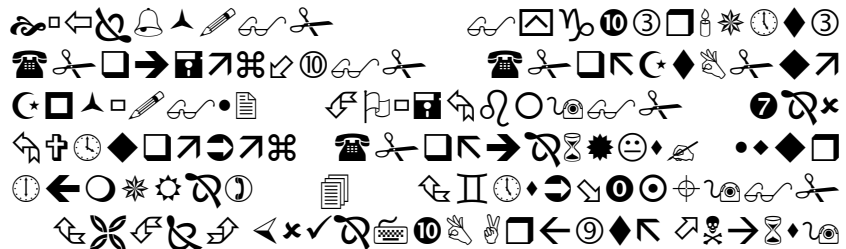
Dalam bahasa, dakwah berasal dari Bahasa Arab *da'wah* (bentuk *mashdar*) dari kata kerja (*fi'il*) *da'a yad'u da'watan* yang berarti memanggil, mengajak, menyeru (Syukir, 1983:1).

Adapun secara terminologi, pengertian dakwah menurut beberapa ahli yaitu sebagai berikut:

- 1) Syaikh Ali Mahfudz mengemukakan dakwah memotivasi seseorang untuk memrintahkan kebaikan, mengikuti petunjuk dan mencegah kemungkaran atau keburukan supaya dapat hidup yang bahagia di dunia dan akhirat (Amin, 2009: 1-3).
- 2) Prof. Dr. Abu Bakar Aceh mengatakan bahwa dakwah merupakan perintah untuk melaksanakan ajakan ke semua umat guna hidup dan kembali kepada ajaran Agama Islam yang penuh dengan nasihat yang baik dan kebenaran (Aziz, 2004: 14).
- 3) Abu Bakar Dzakaria mengemukakan definisi dakwah yaitu aktivitas para tokoh agama untuk menjelaskan kepada manusia apa yang baik untuk mereka sesuai dengan kemampuan mereka, yaitu dunia dan akhirat (Ilaihi, 2010:16).
- 4) Syukir (1983: 20) mengartikan dakwah merupakan bentuk ajakan atau seruan untuk semua manusia atau upaya untuk mengubah ke kondisi lebih baik, kepada diri sendiri ataupun orang lain.

2. Tujuan Dakwah

Dakwah bertujuan untuk merealisasikan ajaran Islam dalam menghadapi tantangan secara komprehensif dengan metode dan langkah yang benar. Terdapat dalam Q.S Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi:



“Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.” (Quran Kemenag, 2022)

Berdasarkan pada ayat ini, tujuan dakwah adalah melaksanakan masyarakat Islam dengan tawakal kepada Allah SWT dalam semua sisi kehidupan. Dakwah berupaya melaksanakan manusia yang beriman (*mu'min*) secara sempurna dan utuh, bukan manusia *munafiq* atau manusia *mu'min* yang tidak seutuhnya (Supena, 2013: 95).

3. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam fikih disebut dengan rukun dakwah, tetapi dalam istilah komunikasi disebut dengan unsur-unsur dakwah, memiliki arti jika tidak seutuhnya maka kegiatan dakwah sendiri tidak dapat berjalan, hukumnya harus terpenuhi atau wajib. Dengan demikian, adanya dasar tersebut, maka dalam proses kegiatan dakwah dapat disimpulkan bahwa semua unsur-unsur dakwah harus saling berkaitan (Sukayat, 2015: 22).

Unsur-unsur dakwah terdiri dari:

1) Dai (Subjek atau Pelaku Dakwah)

Asal kata dai yaitu dari Bahasa Arab yang artinya orang yang mengajak. Supena mengemukakan bahwa dai disebut juga sebagai subjek dakwah yang berarti orang yang mempunyai tugas untuk meluaskan ajaran agama Islam ke sesama manusia dengan adanya perkembangan pengetahuan agama (Supena, 2013:93). Sedangkan menurut Sukayat, bahwa dai yaitu orang yang menerapkan dakwah secara lisan, perbuatan maupun tulisan yang pelaksanaannya dapat secara perorangan, organisasi, lembaga dan kelompok (Sukayat, 2015: 24).

2) *Mad'u* (Objek atau Penerima Dakwah)

Mad'u merupakan masyarakat yang menerima dakwah yaitu dituntun ke ajaran yang benar supaya selamat dunia dan akhirat. Jenis *mad'u* atau objek dakwah bermacam-macam atau heterogen, contohnya adalah orang yang bekerja sebagai pedagang, nelayan, pegawai, artis, petani, pejabat dan lainnya.

Tempat tinggal masyarakat tersebut pun berbeda-beda jika dilihat dari segi geografis. Tempat tinggal mereka pun berbeda, contohnya di desa, pesisir, pegunungan, kota, bahkan di pedalaman. Terdapat jenis *mad'u* yang mukmin/muslim, musyrik, munafik, dan lainnya jika ditinjau dari segi agama (Saputra, 2012: 8).

Munir & Ilaihi, (2006: 23-24) menjelaskan golongan dari *mad'u* diantaranya, golongan awam adalah golongan *mad'u* yang belum berpikir kritis (mendalam). Yang kedua golongan cerdas, yaitu golongan orang cerdas dengan berpikir mengenai dakwah dengan kritis dan mendalam. Lalu terdapat golongan yang beda dari yang telah disebutkan, yaitu golongan yang bahagia dalam membahas sesuatu, tidak sanggup mendalami benar, tetapi hanya dalam batas tertentu.

3) *Maddah* Dakwah (Materi Dakwah)

Maddah dakwah adalah pesan dakwah yang mengandung ajaran-ajaran Agama Islam yaitu pada Al-Qur'an serta Sunah Rasulullah yang harus diberikan oleh dai kepada *mad'u* (Sukayat, 2015: 25-26).

Pada dasarnya, jika ditinjau dari segi konseptual *maddah* dakwah tergantung dengan tujuan yang akan dicapai. Menurut Ilaihi (2010: 20) secara umum materi dakwah terbagi menjadi:

- a) Pesan Akidah yaitu Beriman kepada Allah SWT, Malaikat, Kitab-Kitab, Qadha dan Qadhar.
- b) Pesan Syariah, yaitu ibadah thaharah, puasa, zakat, shalat, mu'amalah, dan haji.
- c) Pesan akhlak, yaitu akhlak kepada Allah SWT, akhlak pada semua makhluk. Contohnya: akhlak pada diri sendiri, tetangga dan semua manusia. Selanjutnya yaitu akhlak pada makhluk hidup yang bukan manusia, yaitu fauna, flora, dan lainnya (Ilaihi, 2010: 20).

4) *Wasilah* Dakwah (Media Dakwah)

Wasilah atau media dakwah, merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian materi dakwah kepada *mad'u* (Amin, 2009: 13).

Dalam Ilaihi (2010: 20), jenis *wasilah* dakwah menurut Hamzah Ya'qub terbagi menjadi lima yaitu:

- a) Lisan, yaitu *wasilah* dakwah paling sederhana dalam bentuk pidato, ceramah, penyuluhan maupun bimbingan.
- b) Tulisan, yaitu *wasilah* dakwah berbasis media cetak maupun tulis. Contohnya majalah, buku dan surat kabar.
- c) Lukisan, yaitu berisi karikatur, gambar.
- d) Audio visual, yaitu *wasilah* dakwah yang dapat dilihat atau didengar oleh indera pendengaran maupun penglihatan. Contohnya, radio, televisi.
- e) Akhlak, yaitu perilaku aktual yang mencontohkan ajaran Agama Islam yang dapat dilihat maupun dicerna oleh *mad'u*.

5) *Ushlub* Dakwah (Metode Dakwah)

Metode dakwah ialah dai menggunakan suatu cara dai dalam penyampaian dakwah kepada *mad'u*, menggunakan metode yang dipilih sehingga *mad'u* dapat mengamalkan serta dapat memahaminya. Supena (2013:96) mengemukakan bahwa metode dakwah wajib mencocokkan diri dengan objek material serta dianggap sebagai suatu hal yang menarik untuk diselesaikan dengan cara yang dapat dipertanggung jawabkan.

Terdapat ayat yang menunjukkan mengenai bagaimana metode dakwah dilaksanakan, yaitu Q.S An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:



searah dari dai kepada mad'u nya, walaupun seringkali ditutup komunikasi dua arah dengan diskusi tanya dan jawab, tapi pesan tetap dapat tersampaikan kepada mad'u. dalam metode ceramah ini biasanya pesan dakwah yang informatif, tidak mendatangkan pertengkaran dan ringan.

c) Metode Pemberdayaan Masyarakat

Metode ini yaitu dakwah berupa usaha untuk mendirikan pemberdayaan, berusaha untuk mengembangkan dengan didasari proses kemandirian serta menggunakan metode memotivasi, menumbuhkan kesadaran, mendorong potensi yang ada.

d) Metode Konseling

Dalam metode konseling berupa wawancara secara dengan konselor secara individual. Untuk menghadapi masalah *klien*, konselor bertugas sebagai subjek dakwah dan *klien* sebagai objek dakwah. Adapun bercerita pengalaman, cerita yang diakhiri dengan konselor memberi dukungan kepada *klien*.

e) Metode Karya Tulis

Metode karya tulis adalah hasil pembaruan dalam penyampaian dakwah. Karya tulis ini bukan hanya menghasilkan sebuah tulisan, tetapi gambar maupun lukisan yang berisi pesan dakwah.

f) Metode Kelembagaan

Metode kelembagaan berupa kelestarian dan pembentukan norma dala sebuah wadah lembaga atau organisasi sebagai salah satu instrumen dakwah. Guna mengubah tingkah laku dan kepribadian anggotanya bersama lembaga, dai harus melalui proses pada fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, serta pengendalian (Aziz, 2004: 359-381).

4. Teknik Dakwah

Teknik dakwah dibutuhkan dalam sebuah kegiatan dakwah sesuai dengan metode yang digunakan. Dalam teknik dakwah juga berisi dakwah dengan bermedia atau non media. Metode apa yang digunakan dalam melakukan dakwah merupakan hal yang harus diperhatikan agar dapat diproses bagaimana teknik pelaksanaannya. Dapat disimpulkan bahwa dalam mencapai tujuan dakwah, teknik dakwah merupakan operasionalisasi kegiatan dakwah yang dibutuhkan (Ghazali, 1997:26).

Teknik dakwah secara umum dapat dilaksanakan dengan tulisan, lisan, penampilan atau pertunjukan, lukisan serta yang lain sesuai dengan perkembangan masa (Z, 2005: 49).

1) *Tabsyir*

Secara bahasa, asal kata *tabsyir* dari kata *basyara* yang berarti merasa bahagia. Quraish Shihab mendefinisikan *basyara* yaitu suatu yang terlihat baik (Shihab, 1996:279). Dalam istilah dakwah *tabsyir* berarti dakwah yang berupa kabar yang membuat *mad'u* gembira dalam menerima dakwah (Yaqub, 1997: 50).

Menurut penulis terminologi, *tabsyir* dalam dakwah yaitu berita yang indah serta baik yang dapat membuat orang senang atau merasa bahagia dalam memperkokoh keimanan serta menjadi motivasi dalam melakukan ibadah dan sebagai suatu harapan.

Adapun tujuan-tujuan *tabsyir* antara lain;

- a) Menumbuhkan semangat untuk melakukan amal
- b) Memberikan harapan
- c) Memperkokoh keimanan

d) Menghilangkan sifat-sifat keraguan (Suparta dan Harjani, 2003:259).

2) *Tandzir*

Tandzir menurut istilah dakwah merupakan dakwah yang berisi peringatan pada manusia mengenai kehidupan di akhirat beserta semua konsekuensinya (Yaqub, 1997:49).

Hasjmy (1994:225) dalam buku dustur dakwah menjelaskan bahwa menurut Al-Qur'an bentuk-bentuk *tandzir* mengutip pendapat Muhammad Al-Ghazali yaitu:

a) Penyebutan Nama Allah

Dalam konsep ini dibagikan pada manusia yang kecanduan dengan kebahagiaan yang terlarang, dia biasa melaksanakan hal-hal mengandung dosa yang dianggap sebagai sebuah kebahagiaan yang utuh padahal sesungguhnya kesenangan tersebut hanya sementara yang sekedar menuruti hawa nafsunya. Tapi pada dasarnya manusia tersebut masih punya keimanan, maka karena itu mereka kadang dapat ditakuti dengan menyebut nama-nama Allah Yang Maha Kuasa.

b) Menunjukkan Keburukan

Walaupun seseorang kadang melakukan hal buruk, terkadang masih berupaya menutupi serta tidak ingin orang lain tahu. Secara umum hal tersebut sudah menjadi tabiat manusia bahwa seseorang tidak ingin orang lain jika perilaku buruk diketahuinya.

Salah satu cara dapat menyadarkan manusia guna merujuk pada hal yang benar yaitu dengan pengungkapan keburukan. Lalu orang tersebut akan sadar jika sebenarnya perbuatan maksiat membuat rugi dirinya sendiri.

c) Pengungkapan Bahaya

Melakukan pengungkapan bahayanya dosa pada manusia sehingga mereka takut lalu tidak berbuat yang mengandung dosa. Sebab kemaksiatan ialah utusan kekafiran dan penerimaannya merupakan satu kejahatan yang menandakan hatinya mati. Sebagai dai harus dapat menerangkan perbuatan dosa akan menimbulkan bahaya, misalnya dosa akan menjauhkan seseorang dari Tuhan, dosa akan menyebabkan seseorang hidupnya tidak tenang. Maka dari itu, saat seseorang melakukan hal yang mengandung dosa harus segera melakukan taubat kepada Allah, yaitu kembali ke jalan Allah SWT.

d) Penegasan Segera Adanya Bencana

Menjelaskan adanya bencana yang akan membuat celaka tubuh seseorang, keluarga, bahkan jabatan akan Mmembuat takut seseorang supaya tidak melaksanakan hal kedzaliman dan criminal. Maka dari itu, seseorang akan menjaga jarak dari segala bentuk keburukan sebab mereka takut bencana yang akan menghampiri.

e) Penyebutan Peristiwa Akhirat

Agar manusia dapat meninggalkan perbuatan yang mengandung keburukan dan melakukan perbuatan yang mengandung kebaikan dai dapat menjelaskan azab di neraka dan berbagai peristiwa di akhirat lainnya (Suparta dan Harjani, 2006: 265-269).

C. Berdakwah Via YouTube

1. Pengertian YouTube

YouTube adalah media sosial yang populer untuk berbagi video. Yang digandrungi oleh semua kalangan yang para pengguna (*user*) dapat menonton video secara gratis. Dapat diartikan juga YouTube merupakan sebuah aplikasi baru yang berfungsi untuk

menonton postingan video yang dibagikan oleh seseorang. Konten di dalam YouTube biasanya seperti film, tv, vlog, video klip, dan video oleh pengguna YouTube (Tamburaka, 2013:83).

Saat ini YouTube salah satu media sosial yang berbasis video dan mayoritas dipakai dengan menduduki 43% pasar di Amerika Serikat bahkan dunia. Dapat diperkirakan durasi video 20 jam yang dikirim ke YouTube setiap menitnya dengan sehari dengan total 6 miliar *viewers* (Tjanatjantia. Widika, 2013).

Sekarang ini, YouTube juga dipakai oleh para dai untuk menyampaikan dakwah berbasis video. Isi dari YouTube merupakan unggahan video yang digolongkan sebagai media visual yang berisi gambar dan suara serta dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Sehingga informasi dakwah dapat mudah dimengerti oleh masyarakat luas dan menjadi efektif (Ilaihi, 2013:122).

2. Karakteristik YouTube

YouTube mempunyai beberapa karakteristik yang membuat penggunanya merasa nyaman saat menggunakannya.

- 1) Sistem keamanan yang terpercaya, YouTube membatasi keamanan yaitu video yang berisi unsur ilegal, sara dengan tidak diizinkan untuk diunggah, serta YouTube memberikan pertanyaan terkait konfirmasi sebelum pengguna mengirim video.
- 2) YouTube mempunyai karakteristik baru untuk para penggunanya untuk melihat video secara *offline*. Sistem ini akan meringankan pengguna karena dapat diputar dalam kondisi *offline* atau data seluler mati tetapi video yang akan ditonton wajib diunduh.
- 3) Terdapat fitur edit. Jika akan mengunggah video pada langkah awal, pengguna akan diberikan tawaran untuk mengedit video. Tawaran untuk mengedit yaitu dengan memberikan *filter* warna, memotong video, dan memberikan efek perpindahan video.

- 4) Dalam mengirim video, YouTube tidak memberikan batas durasi dalam mengirim video. Hal ini merupakan perbedaan YouTube dengan aplikasi lain yang memiliki batas dalam pengiriman video.
- 5) Saat ini sedang populer jika YouTube memberikan apresiasi dalam bentuk honorarium kepada penggunanya ketika unggahan video yang dicapai dengan minimal 1000 viewers (Faiqah, 2016: 260-261).

3. YouTube sebagai Media Dakwah

Zaman yang berkembang mendorong kemajuan teknologi, teknologi komunikasi merupakan sarana penghubung masyarakat. Dalam mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia, teknologi komunikasi yang canggih ikut serta termasuk pada kegiatan dakwah. Salah satu kegiatan komunikasi keagamaan yaitu dakwah perlu adaptasi dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Bahwa dakwah memiliki arti harus ditata dengan media komunikasi sesuai dengan *mad'u* yang dihadapi. Dakwah lebih efektif dan efisien yaitu dakwah yang menggunakan media komunikasi (Ghazali, 1997: 33).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi akan menguntungkan jika digunakan dengan baik dan bijak oleh pendakwah. Salah satu media sosial berbasis video yang berkembang yaitu, YouTube. YouTube digolongkan sebagai media audio visual. Maka dari itu, jika YouTube dimanfaatkan sebagai media dakwah di zaman saat ini akan memberi informasi yang efisien dan efektif karena masyarakat akan mudah menerima. Menjadikan YouTube sebagai media dakwah yaitu salah satu aspek terpenting yang sangat erat kaitannya dengan posisi YouTube sebagai platform media sosial yang saat ini unggul dan banyak yang tertarik. YouTube sebagai media dakwah yaitu hasil dari adanya penerapan serta pemanfaatan teknologi

modern. Selain itu, menggunakannya untuk media dakwah termasuk dari bagian dari kulturasi dakwah, yaitu dakwah yang cenderung kultural di masyarakat dan mempertimbangkan potensi yang ada (Abdullah, 2018:161). Jadi, memanfaatkan dan menerapkan YouTube sebagai salah satu media dakwah diharapkan dapat menggapai sasaran dakwah yang lebih baik.

BAB III

KANAL YOUTUBE USTAZAH HANEEN AKIRA

A. Deskripsi Kanal YouTube Ustazah Haneen Akira

1. Biografi Ustazah Haneen Akira

Ustazah Haneen Akira atau Teh Haneen adalah istri dari salah satu pendakwah yang populer di Indonesia yaitu Ustaz Hanan Attaki yang juga merupakan pendiri Shift Pemuda Hijrah. Sama seperti suaminya, Ustazah Haneen Akira merupakan pendakwah sekaligus motivator. Ustazah Haneen Akira lahir pada 31 Desember 1881. Dia sering mengisi kajian dalam acara keakhwatan. Cara ceramahnya yang menarik dan mudah dipahami oleh *mad'u*. Konsep ceramahnya pun menarik, tidak hanya materi dakwah yang disampaikan tetapi menyelipkan pengalaman-pengalaman pribadi. Gaya dakwahnya santai dan bahasanya kekinian. Maka dari itu, banyak kaum remaja yang tertarik dengan dakwah Ustazah Haneen Akira.

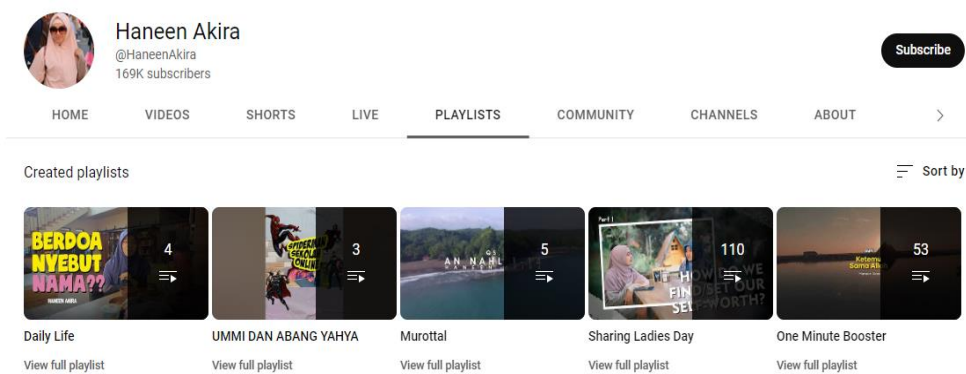
Ustazah Haneen Akira bersekolah di salah satu MA di Kota Malang. Dia melanjutkan pendidikan ke Universitas Al Azhar lalu pada saat kuliah dia bertemu dengan Ustaz Hanan Attaki kemudian dia menikah dengan Ustaz Hanan Attaki saat keduanya sedang menempuh pendidikan di Universitas Al Azhar. Saat ini pasangan tersebut memiliki empat anak, yaitu Maryam, Aisyah, Yahya dan Ertugul.

Ustazah Haneen Akira sendiri aktif dalam komunitas Shift Pemuda Hijrah dengan sering mengisi self reminder atau motivasi dalam akun Instagram Shift Pemuda Hijrah. Ustazah Haneen Akira juga aktif dalam komunitas D'Pesan_trend dan Pendidikan Sekolah Rimba Indonesia mengikuti jejak sang suami. Sebelum adanya covid-19, Ustazah Haneen Akira sering mengadakan kajian keakhwatan atau Sharing Ladies Day secara offline, tetapi semenjak adanya pandemi Ustazah Haneen Akira juga mengembangkan Sharing Ladies Day di media sosial yaitu YouTube.

2. YouTube Ustazah Haneen Akira

Ustazah Haneen Akira mulai membuat Kanal YouTube pada 8 April 2017. Sampai saat ini jumlah subscriber nya yaitu 169.000 dan jumlah videonya yaitu 223. Terdapat beberapa playlist dalam kanal YouTube Ustazah Haneen Akira diantaranya Daily Life, Ummi dan Abang Yahya, Murottal, *Sharing Ladies Day*, dan *One Minute Booster*. Dari beberapa playlist tersebut terdapat 175 video yang telah diunggah Ustazah Haneen Akira. *Playlist* tersebut memudahkan penonton dalam mencari jenis video.

Gambar 3.1 Kanal YouTube Ustazah Haneen Akira



Adapun rincian *playlist* dalam Kanal YouTube Ustazah Haneen Akira yaitu:

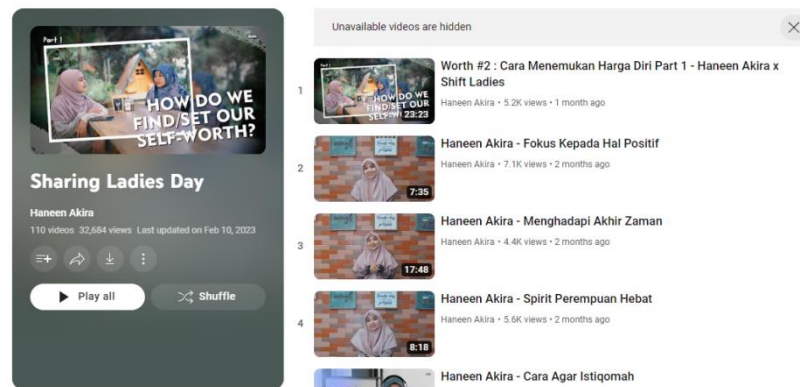
Tabel 3.1

No	Nama	Keterangan	Jumlah Video
1.	<i>Daily Life</i>	<i>Playlist</i> ini berisi video-video pada kegiatan sehari-hari Ustazah Haneen Akira	4

2.	Ummi dan Abang Yahya	<i>Playlist</i> ini berisi kegiatan salah satu anak dari Ustazah Haneen Akira yaitu Yahya yaitu hafalan-hafalan Al-Qur'an dan Hadist.	3
3.	Murottal	<i>Playlist</i> ini berisi ayat-ayat Al-Qur'an yang dibacakan Ustazah Haneen Akira.	5
4.	<i>Sharing Ladies Day</i>	<i>Playlist</i> ini berisi kajian keakhwatan. Memiliki tema yang dibutuhkan oleh kaum muda dan dikemas dengan bahasa kekinian. Dalam <i>playlist</i> ini Ustazah Haneen Akira paling banyak mengunggah video daripada <i>playlist</i> yang lain.	110
5.	<i>One Minute Booster</i>	<i>Playlist</i> ini berisi video-video singkat dengan tujuan memberi motivasi untuk semua kalangan khususnya anak muda.	53

Dari semua *playlist* pada YouTube Ustazah Haneen Akira penelitian ini memilih salah satu *playlist* guna menjadi bahan penelitian dan *playlist* tersebut berisi paling banyak video yang diunggah oleh Ustazah Haneen Akira yaitu *Sharing Ladies Day*. *Sharing Ladies Day* merupakan *playlist* berisi 110 video dengan tema-tema yang menarik dan berbagi cerita khususnya yang untuk perempuan yang dibahas dengan mengaitkan peristiwa-peristiwa yang dialami perempuan muda saat ini.

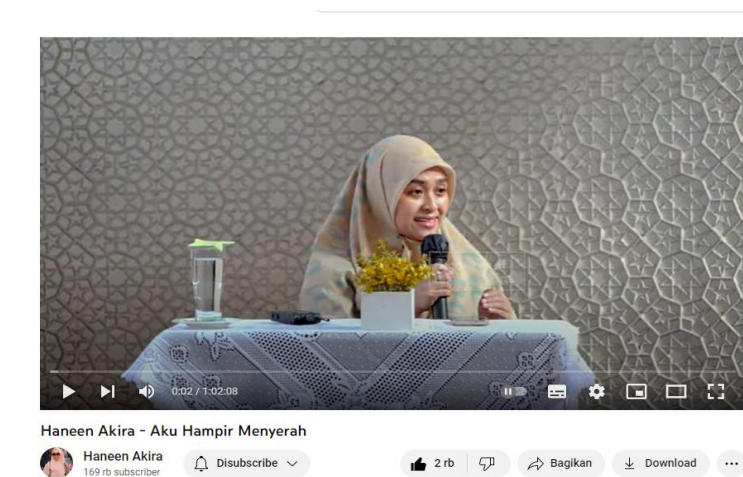
Gambar 3.2 Playlist Sharing Ladies Day



Dari *playlist* tersebut, penelitian ini memilih dua video yang paling banyak ditonton yaitu video yang berjudul Aku Hampir Menyerah dan Self Worth.

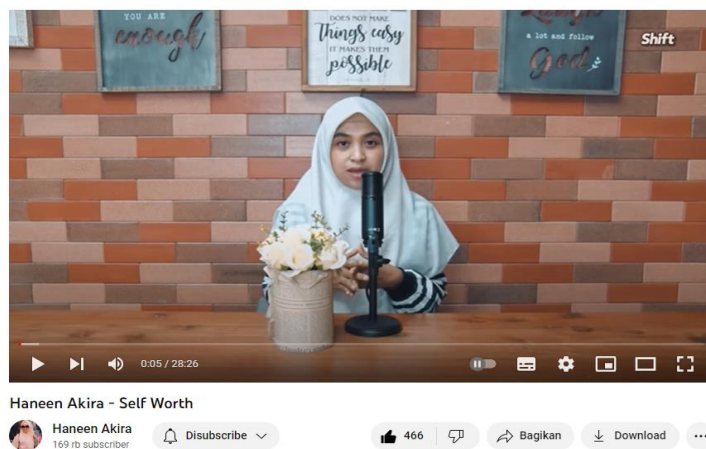
Video dengan judul “Aku Hampir Menyerah” yang diunggah pada 04 Juli 2022 dengan durasi 01:02:09 jumlah penayangan 40.000 dan 2000 suka. Video tersebut merupakan video Ustazah Haneen Akira yang memiliki tujuan untuk membangkitkan semangat dan memotivasi mad’u khususnya para perempuan muda yang tengah mengalami ujian hidup.

Gambar 3.3 Video Dakwah Aku Hampir Menyerah



Video kedua yang dipilih yaitu dengan judul “*Self Worth*” yang diunggah 26 September 2022 dengan durasi 28:26, jumlah penayangan 8.500 dan 466 suka. Video tersebut merupakan video dakwah Ustazah Haneen Akira yang memiliki tujuan untuk membangkitkan mad’u khususnya perempuan muda dalam menghadapi *insecure* baik mengenai fisik maupun non fisik.

Gambar 3.4 Video Dakwah *Self Worth*



B. Unit Sampling Video Dakwah “Aku Hampir Menyerah”

Dibawah ini merupakan unit sampling pada video dakwah Ustazah Haneen Akira yang berjudul “Aku Hampir Menyerah”:

Tabel 3.2

No	Teknik Persuasif	Kutipan atau Sampling	Keterangan
1.	Asosiasi	b. Pada menit ke 12.37 dia mengatakan “Kadang-kadang ada yang komen ‘kamu sibuk apa neng?’ iya nih sibuk di rumah terus, ngasuh anak. ‘kamu hanya ibu rumah tangga ya? Ga penting banget sih kamu, pendidikan kamu kan tinggi kenapa kamu ngga kerja?, kenapa kamu ngga	a. Ungkapan Ustazah Haneen Akira tersebut merupakan teknik asosiasi tampak menceritakan peristiwa yang sedang membuat khalayak tertarik ketika banyak yang menghakimi seorang

		berkarir?, kenapa kamu hanya dirumah aja?’ maka jatuhlah nilai diri kita seakan-akan martabat diri kita hancur dan kita akan bersedih.	ibu rumah tangga dengan pendidikan yang tinggi yang seakan-akan menjatuhkan diri seseorang.
2.	Integrasi	<p>a. Pada menit ke 10.38 ketika dia mengatakan “Jadi seakan-akan kita ini dihadapan fulan atau dihadapan fulanah ntah orang yang dekat dengan kita atau orang yang terjauh selalu ada orang yang devalue. Arti devalue yaitu mengecilkan nilai kita. ‘muka kamu kusam’ terus kita merasa devalue rendah nilai kita. ‘kamu kurang tinggi’ lalu rendah rasa kita. ‘Kamu kurang cerdas’ rendah rasa hati kita. Itu namanya devalue selalu ada komen-komen yang membuat kita merasa iya juga ya kenapa aku menjadi manusia yang kurang beruntung.”</p> <p>b. Pada menit ke 23.45 dia mengatakan “Temen-temen yang dirahmati Allah, aku kelempar dari kuda. Alhamdulillah secara umum aman tapi ditangan ada kerusakan kulit lumayan dalam dan sampai sekarang masih ada dan aku berusaha untuk tidak trauma. Mendekati kuda takut ‘aduh, nanti aku nanti aku kelempar lagi, tapi bismillah karena aku ingin membangun kekuatan, membangun keberanian, membangun lagi keinginan. Kenapa aku kemarin kelempar? Aku latihan. Kenapa aku latihan? Karena aku ingin</p>	<p>a. Ungkapan tersebut merupakan teknik integrasi Ustazah Haneen Akira berupaya menyatukan diri dengan mad’u atau penonton dengan menggunakan kata “kita” karena banyak sekali orang-orang yang berusaha merendahkan nilai seseorang.</p> <p>b. Ungkapan Ustazah Haneen Akira tersebut merupakan teknik integrasi karena dia nampak membagikan pengalaman ketika mendapat sebuah ujian hidup kepada mad’u yaitu ketika ingin mempunyai sebuah skill dengan berkuda namun ketika sedang berlatih kemudian dia terlempar dari kuda. Lalu dengan adanya ujian tersebut Ustazah Haneen Akira tidak menyerah dan berlatih.</p>

		<p>punya skill, kalau sekarang takut berarti aku ga akan bisa punya skill. Jadi aku terus latihan.’ Yang kita butuhkan adalah skill karena ketika kita sudah punya skill, misalnya tentang mengendarai kuda. Kuda adalah kendali. Yang aku rasakan kuda sama persis seperti perasaan kita. Antara perasaan dengan mind. Kuda adalah perasaan dan mind adalah kita. Kalau kita lemah tanpa ilmu tanpa iman maka kita akan dikendalikan oleh perasaan.</p>	
3.	Tataan	<p>a. Pada menit 08.30 ketika dia mengatakan “Wa annahu huwa agna wa aqna, dialah yang akan membuatmu cukup merasa kamu enough dan kamu akan menyingkirkan semua perasaan-perasaan tidak cukup. Karena cukup atau tidak cukup itu hanya sebuah rasa. Karena cukup atau tidak cukup itu hanya sebuah mindset. Ketika temen-temen bilang i am enough with Allah, bersama Allah aku cukup. Maka temen-temen akan menjadi manusia paling kaya, temen-temen akan menjadi manusia paling kenyang, akan menjadi manusia yang paling memiliki keberuntungan.”</p>	<p>a. Ungkapan Ustazah Haneen Akira tersebut menggunakan teknik komunikasi jenis tataan karena dia berupaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa terlihat pada saat Ustazah Haneen Akira mengucapkan “ketika temen-temen bilang i am enough with Allah, bersama Allah aku cukup. Maka temen-temen akan menjadi manusia paling kaya...” Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi menjadi menarik memotivasi agar mad’u atau penonton untuk selalu bersyukur sehingga dapat merasa cukup.</p>

		<p>b. Pada menit ke 14.00 dia mengatakan “Selalu ada orang yang devalue kita, merendahkan kemampuan skill kita, merendahkan kemampuan kita, merendahkan habit kita merendahkan hobi kita. Itu selalu akan kita dengarkan. Maka yang harus kita level up yaitu ilmu, skill kita tetapi juga pertemuan kita dengan Al Muiz. tuizzumantasyaa, Allah engkau yang mennggikan manusia, engkau yang muliakan manusia. tuizzumantasyaa, engkau memuliakan para nabimu. Tuizzumantasyaa engkau memuliakan para orang-orang sholeh, tuizzumantasyaa, engkau memuliakan orang-orang yang bertakwa. Nah jadi standar kemuliaan dan kehebatan adalah standar yang dimiliki oleh Allah SWT bukan standar manusia yang sering devalue atau mengecilkan nilai.”</p> <p>c. Pada menit ke 16.00 dia mengatakan “Allah meninggikan manusia, begitu juga Allah merendahkan derajat manusia. Ketika derajat kita sedang mulia, maka kemuliaan itu hanya milik Allah. Namun ketika kita sedang dibanting, ketika kita sedang dipatahkan, ketika kita sedang dihancurkan ‘tulillumantasyaa’ Allah yang punya izin untuk semua ini terjadi.tentu saja dengan hikmah. ‘kenapa aku dibanting Ya</p>	<p>b. Ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis tataan karena dia berusaha menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa terlihat pada saat Ustazah Haneen Akira mengucapkan “Nah jadi standar kemuliaan dan kehebatan adalah standar yang dimiliki oleh Allah SWT bukan standar manusia yang sering devalue atau mengecilkan nilai.” Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi menjadi menarik memotivasi agar membuat mad’u atau penonton untuk tidak terlalu mendengarkan perkataan jelek dari orang lain karena sejatinya standar kemuliaan oleh Allah bukan berdasarkan manusia.</p> <p>c. Ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira tampak menggunakan teknik komunikasi</p>
--	--	---	--

		<p>Allah?’ oleh teman ku sendiri. ‘kenapa aku di banting YaAllah? Oleh orang yang aku cintai. Aku tidak dihargai, aku menemukan disrespect behavior, aku menemukan banyak perilaku-perilaku yang disrespect, perlakuan-perilaku yang tidak menghargai, tidak menghormati diri aku. Kenapa Ya Allah?. Maka itu bil hikmah, maka kita harus bisa membaca hikmah. Kenapa aku dibanting?. Oh mungkin biar aku menjadi strongest, lebih kuat lagi dengan berbagai bentuk bantingan. Kenapa aku dipatahkan Ya Allah? Mungkin aku diberi kesempatan untuk belajar berjalan lagi. Karena kalau ada orang yang habis dibanting mentalnya, dibanting perasaannya. Itu biasanya dia akan belajar untuk jalan meskipun jalannya pelan-pelan tapi terus berjalan dan menemukan hikmah kenapa ini terjadi.”</p> <p>d. Pada menit ke 41.15 dia mengatakan “Insya Allah dukamu akan mengecil dan bahagiamu akan membesar. Ini hanya tentang ketika kita mengikuti duka atau mengikuti jalan cahaya. Ketika kita mengikuti duka, duka akan melahirkan duka atau luka. Sedih akan melahirkan kesedihan. Sebaliknya, ketika kita mengikuti 1 saja kebahagiaan maka bahagia akan memunculkan kebahagiaan yang lain. Jadi kita harus memilih apa yang kita ikuti, kegelapan atau</p>	<p>persuasif jenis tataan karena menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa terlihat pada saat Ustazah Haneen Akira mengucapkan “Itu biasanya dia akan belajar untuk jalan meskipun jalannya pelan-pelan tapi terus berjalan dan menemukan hikmah kenapa ini terjadi.” Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi menjadi menarik memotivasi agar mad’u atau penonton dapat mengambil hikmah dari segala ujian hidup yang Allah beri.</p> <p>d. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis tataan yaitu dengan menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa terlihat pada saat Ustazah Haneen Akira mengucapkan “..Sebaliknya, ketika kita mengikuti 1 saja kebahagiaan maka bahagia akan</p>
--	--	---	--

		<p>cahaya, duka atau kebahagiaan. Dua-duanya ada di semua sisi kehidupan kita.”</p>	<p>memunculkan kebahagiaan yang lain” Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi menjadi menarik memotivasi agar mad’u atau penonton mengikuti jalan cahaya yaitu kebahagiaan karena dari 1 kebahagiaan akan mendatangkan kebahagiaan yang lain.</p>
4.	Ganjaran	<p>a. Pada menit ke 19.00 dia mengatakan “Kita hidup di dunia sekian tahun hanya punya 3 hari. Hari kemarin udah selesai, jangan diungkit lagi, jangan bawa-bawa depresi dan kesedihan hapus semua yang tidak sehat. Yang kedua yaitu hari ini, dan hari ini just temporary itu ngga selamanya. Yang kita rasai hari ini, kesedihan hari ini, kegagalan hari ini hanya berjangka atau temporary engga selamanya. Next, kita punya masa depan dan masa depan itu hanya Allah yang tau. Bahkan Rasulullah SAW pernah bersabda ‘Aku pun tidak tau masa depanku akan terjadi apa, kebahagiaan ka atau keburukan. Musibah kah atau nikmat. Lapang kah atau sempit. Beratkah atau ringan. Tapi kita bersama Allah’ tapi ketika kita bersama Allah, walk with Allah, bareng sama Allah, dengan kekuatan Allah,</p>	<p>a. Dalam ungkapan tersebut nampak Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena mengiming-iming mad’u atau penonton agar tidak bersedih secara terus menerus karena kesedihan dan kegagalan hanyalah berjangka. Karena jika tetap berjalan menghadapi kegagalan itu Allah yang akan menuntun ke masa depan.</p> <p>b. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena</p>

		<p>dengan pertolongan Allah, dengan support Allah. Temen-temen InsyaAllah akan bisa menjalani dan berjalan meskipun teman-teman berada di hari yang penuh badai, temen-temen harus berusaha berjalan, keep walk terus berjalan lagi, maka Allah akan tuntun ke masa depan.”</p> <p>b. Pada menit ke 22.00 dia mengatakan “Insya Allah ini janji Allah, barang siapa yang bertemu dengan Allah maka semua urusannya akan dilindungi dan dijamin, Inna walii-yiyallahul-ladzii nazzalal kitaaba wahuwa yatawallash-shaalihiiin. Wali ku, pelindungku, supporterku adalah Allah. Nazzalal kitaab yang menurunkan kitab semua kondisi apapun ada petunjuknya. Wahuwa yatawallash-shaalihiiin dan Allah akan langsung memonitoring, mengawasi semua. Allah langsung yatawallash-shalmenjamin semua urusan orang shalih. Shalih itu artinya orang-orang yang konstrutif. Konstrutif itu adalah orang-orang yang mau membangun. Membangun pikiran positif, membangun mental positif, membangun perasaan positif, membangun reaksi positif. Ini namanya konstruktor assolikh iru baik dan memperbaiki. Yes, kita patah tapi kita bankit lagi. Yes, kita hancur tapi kita building lagi. Yes kita luka, tapi kita menyembuhkan lagi.”</p>	<p>Ustazah Haneen Akira mengiming-imingi kepada mad’u dengan bertemu Allah maka semua urusannya akan dilindungi dann dijamin oleh Allah SWT.</p> <p>c. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena mengiming-imingi mad’u bahwa banyak luka-luka ataupun kegagalan akan menjadi indah dan bahagia. Bahwa Ustazah Haneen Akira menggambarkan suasana di surga kelak ketika duka-duka di</p>
--	--	--	--

	<p>c. Pada menit ke 37.35 dia mengatakan “Banyak sekali luka-luka itu menjadi indah. Banyak sekali duka-duka menjadi signature, signature ini maksudnya tanda keindahan. Bahkan nanti di surga kelak, para ahli surga mereka punya 1 bentuk hiburan. Hiburan yang unik sekali, salah satunya adalah mereka berkumpul bersama kemudian ngobrol bareng dan obrolan mereka adalah ketika mereka saling menceritakan luka, duka, kesulitan. Itu menjadi hiburan mereka. Dan mereka berucap alhamdu lillaahil laziii azhaba 'annal hazan, puji syukur bagi Allah yang telah menghapus luka. Ini ucapan para ahli surga. Alhamdulillah alhamdu lillaahil laziii azhaba 'annal hazan. Temen-temen sebelum ke surga temen-temen harus bisa ngrasain experience ini, pengalaman ini ketika kita mengucap Alhamdulillah luka ku sudah sembuh. Seperti yang aku katakan tadi, luka itu temporary, terbatas gak selamanya luka itu stay disini atau bisa jadi hilang.”</p> <p>d. Pada menit ke 45.58 dia mengatakan “Yang harus kita pegang adalah Allah tidak akan pernah menyempitkan hambanya, kecuali Allah sedang menyiapkan yang lapang. Allah tidak akan membuat hambanya meneteskan air mata, kecuali Allah sudah menyiapkan hadiah terindah yang</p>	<p>dunia akan menjadi hiburan di surga kelak</p> <p>d. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena mengiming mad'u harus selalu berpegang teguh pada Allah dan percaya dibalik ujian-ujian yang Allah berikan aka nada hadiah yang telah Allah siapkan.</p>
--	---	---

		akan membuat kita tersenyum. Jadi, temen-temen harus yakin, iman, sadar bahwa kita sedang disiapkan yang terbaik oleh Allah SWT.”	
--	--	---	--

C. Unit Sampling Video Dakwah “Self Worth”

Dibawah ini merupakan unit sampling pada video dakwah Ustazah Haneen Akira yang berjudul “*Self Worth*”:

Tabel 3.3

No	Teknik Persuasif	Kutipan Atau Sampling	Keterangan
1.	Asosiasi	a. Pada menit ke 0.30 dia mengatakan “Berbagai ketidaksukaan itu membuat kita kadang-kadang insecure itu kadang muncul dar pikiran kita sendiri dan kadang-kadang muncul dari banyaknya judgement. Judgement itu kaya orang ngomong mana si kriting? Akhirnya membuat kita ga pede dengan kekritingan kita. Jadi orang menyebut kita dengan kekurangan kita. Dan itu bukan hanya kita rasakan di lingkungan keluarga dan bisa jadi di lingkungan kerja.	a. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis asosiasi karena seringkali di kehidupan mad’u terjadi kejadian judgement (menghakimi) seseorang oleh orang lain baik mengenai fisik maupun non fisik.
2.	Integrasi	a. Pada menit ke 1.20 dia mengatakan “Hal-hal kayak gitu kadang kita dengarkan karena kebanyakan orang fokus kepada kekurangan. Mungkin di lingkungan kerja, bukan hanya fisiknya misalnya tentang	a. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis integrasi karena Ustazah Haneen Akira

		<p>ekonomi. Misalnya, ada temen yang udah berhasil kredit mobil sedangkan yang lain hanya sanggup kredit motor. Ada yang sanggup kredit rumah, yang lain hanya sanggup kredit panci. Padahal itu satu angkatan.”</p> <p>b. Pada menit ke 04.00 dia mengatakan “Semua manusia punya positif dan negatif masing-masing. Misalnya saya pribadi, harus bisa mengenali kekuatan aku apa, kemudian positive side aku apa aja, mulai dari karakter, akhlak, cara berpikir. Kita harus ngerti kelebihan kita apa. Setelah kita mengetahui kelebihan, biar seimbang kita harus menyeimbangkan diri dengan mengetahui kekurangan kita. Kekurangan saya banyak banget dan itu jadi bikin kita pesimis. Jangan bikin kita ga pede, toh dari kekurangan ini ada banyak kelebihan.</p> <p>c. Pada menit ke 08.40 dia mengatakan “Omongan orang pasti kita denger ya tentang diri kita. Apapun itu. Misalnya kita engga asik, kita engga oke, kita engga bisa ramah. Bukan berarti kita ngga ramah ya. Itu mungkin tipe kita bukan cuap-cuap. Mungkin kita bukan tipe yang cicicuit. Yaudah jangan pernah menyamakan diri kita dengan orang lain”.</p>	<p>berupaya menyatukan diri dengan mad’u yaitu dengan penyebutan ‘kita’ dan mengenai omongan-omongan orang yang akan terus didengar tentang kekurangan pada diri seseorang.</p> <p>b. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis integrasi karena dia bercerita pengalaman yang sama mengenai semua manusia pasti mempunyai baik sisi positif dan sisi negative masing-masing.</p> <p>c. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis integrasi dimana dia berupaya menyatukan diri dengan mad’u mengenai omongan-omongan orang yang akan terus didengar baik mengenai kekurangan maupun kelebihan.</p>
3.	Tataan	a. Pada menit ke 02.45 dia mengatakan “Sehingga dia tidak	a. Dalam ungkapan tersebut Ustazah

		<p>bisa menerima diri sendiri, menghargai diri sendiri dan ini sebenarnya sebuah penyakit mental ketika kita lebih suka kehidupan orang dari pada diri sendiri. Padahal idealnya yang harus kita cintai setelah Allah, Rasulullah yaitu diri sendiri.”</p> <p>b. Pada menit ke 05.00 dia mengatakan “Allah selalu memberikan kelebihan kepada setiap manusia. Karena setiap manusia itu unik. Unik itu beda. Kelebihannya itu berbeda, daya tariknya itu berbeda, kecerdasannya itu berbeda, kehebatannya itu berbeda. Setiap manusia, saya dan semua yang hadir disini so unique.”</p>	<p>Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis tataan dengan menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa terlihat pada saat Ustazah Haneen Akira mengucapkan “Padahal idealnya yang harus kita cintai setelah Allah, Rasulullah yaitu diri sendiri.” Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi menjadi menarik memotivasi agar mad’u atau penonton belajar untuk mencintai diri sendiri setelah mencintai Allah dan Rasulullah.</p> <p>b. Dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira nampak menggunakan teknik komunikasi jenis tataan dengan menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa terlihat pada saat Ustazah Haneen Akira mengucapkan “Allah selalu memberikan kelebihan kepada setiap manusia. Karena setiap manusia itu unik.” Dalam ungkapan</p>
--	--	---	--

			tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi menjadi menarik memotivasi agar mad'u atau penonton lebih percaya diri dengan keunikan yang Allah beri kepada setiap manusia.
--	--	--	---

Berdasarkan pengolahan data diatas, ditemukan ada beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan Ustazah Haneen Akira yaitu seperti teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran. Nampaknya Ustazah Haneen Akira dalam video yang menjadi bahan penelitian tidak menggunakan teknik red-herring karena dalam dua video yang di kategorikan dalam *unit sampling* tidak terlihat adanya perdebatan antara dai dengan *mad'u* sementara definisi teknik red-herring yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Efendy yaitu teknik yang digunakan komunikator dalam perdebatan, dengan cara mengelelakkan argumen yang lemah untuk menggeserkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya untuk digunakan sebagai senjata ampuh dalam melakukan penyerangan pada lawan. Pada saat komunikator dalam keadaan mendesak, komunikator dapat menerapkan teknik red-herring tetapi dalam dua video yang menjadi bahan penelitian tidak terlihat adanya teknik red-herring. (Effendy, 1986:28).

BAB IV

ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTAZAH HANEEN AKIRA DALAM DAKWAH PADA KANAL YOUTUBE

Pada bab ini, peneliti akan menganalisis video dakwah Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah pada kanal YouTube dengan menggunakan analisis isi deskriptif untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan dalam video dakwah tersebut. Adapun teknik komunikasi persuasif yang digunakan peneliti yaitu mengacu pada teknik komunikasi persuasif yang telah dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy (1986:27).

1. Teknik Asosiasi

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik asosiasi dalam dakwahnya yaitu:

1. Video “Aku Hampir Menyerah”

- a. Dalam data unit sampling nomor 1a, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik asosiasi saat mengatakan begitu banyak ibu-ibu rumah tangga dengan pendidikan tinggi yang direndahkan oleh orang lain karena pekerjaannya hanya dirumah saja. Dari pernyataan tersebut menumpangkan dengan peristiwa yang banyak dialami beberapa masyarakat yang membuat masyarakat lain tertarik. Yaitu adanya peristiwa banyaknya ibu rumah tangga dengan berpendidikan tinggi yang diberi komentar dan direndahkan oleh orang lain karena tugas nya hanya mengurus keluarga dan rumah. Maka dari itu peristiwa yang disampaikan berkaitan dengan realita sosial dikehidupan masyarakat.

Dalam konteks ini maka Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik asosiasi karena dia mengasosiasikan pikiran dia tentang harga diri seorang perempuan dengan fenomena-fenomena yang hangat dan berkembang sekarang ini. Banyaknya yang menganggap pekerjaan ibu rumah tangga yaitu pekerjaan yang tidak penting dari pada seorang

wanita yang berkarir yang menghabiskan hari di kantor. Padahal, dalam Islam pekerjaan rumah tangga ibarat seorang ratu, ia yang memimpin di rumah suaminya. Hal itu merupakan pekerjaan yang mulia dan terberat dari pada pekerjaan yang ada. Ganjarannya juga besar yaitu surga, sesuatu yang paling baik dari dunia dan isinya. (<https://thisisgender.com/sarjana-ibu-rumah-tangga/>)

Pada video “Aku Hampir Menyerah” Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik asosiasi bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad’u agar membangun optimisme pada perempuan khususnya ibu-ibu rumah tangga dengan pendidikan tinggi bahwasannya pekerjaan ibu rumah tangga adalah pekerjaan yang mulia sehingga mad’u tidak mendengarkan komentar-komentar negatif dari orang lain.

2. Video “*Self Worth*”

- a. Dalam data unit sampling nomor 1a, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik asosiasi saat menjelaskan peristiwa yang banyak dialami beberapa masyarakat yang membuat masyarakat lain tertarik dengan adanya peristiwa tersebut. Saat Ustazah Haneen Akira menambahkan statement bahwa banyaknya omongan orang lain tentang kekurangan dan menjadi sebuah bentuk ejekan sehingga membuat seseorang tidak percaya diri dengan menumpangkan dengan peristiwa yang saat ini sedang hangat yaitu banyaknya kasus pembullying atau penghakiman baik secara fisik maupun non fisik pada lingkungan sekitar yang akhirnya orang-orang memanggil seseorang tidak dengan nama seseorang melainkan kekurangan seseorang. Dalam hal ini termasuk kategori *bullying* atau perundungan yang sekarang kerap banyak terjadi sehingga menarik perhatian masyarakat.

Padahal bullyan tersebut berpengaruh terhadap mental dan kepercayaan diri seseorang. Bahkan banyak orang yang merasakan hal

tersebut. Maka dari itu, peristiwa yang disampaikan berkaitan dengan realita di kehidupan masyarakat dan Ustazah Haneen Akira sendiri yaitu memanfaatkan peristiwa tersebut dengan menumpangkannya pada pesan dakwah pada video tersebut.

Dalam konteks ini maka Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik asosiasi karena dia mengasosiasikan pikiran dia tentang perundungan terhadap seseorang di lingkungan sekitar khususnya perempuan dengan fenomena-fenomena yang hangat dan berkembang seperti sekarang ini bertujuan membangun rasa percaya diri pada *mad'u* dan menutupi kekurangan tersebut dengan kelebihan.

Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik asosiasi dalam video dakwah “Aku Hampir Menyerah” dan “*Self Worth*” dimana terdapat pernyataan atau pesan yang dihubungkan dan ditumpangkan pada peristiwa yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat sehingga penerima pesan atau *mad'u* akan merasa tertarik dengan apa yang disampaikan oleh *da'i*. Pesan dakwah yang baik yaitu pesan dakwah yang merujuk kepada kehidupan sosial. Dengan menggunakan teknik asosiasi secara benar dalam menyampaikan dakwah kepada *mad'u*, pesan dakwah akan mudah dipahami, jelas, dan tujuan komunikasi dakwah akan tercapai. Jika dai menyampaikan pesan dakwah yang dikemas tidak cukup menarik perhatian *mad'u*, maka *mad'u* akan tidak konsentrasi dan tidak fokus karena merasa bosan karena dakwah tersebut monoton dan tidak adanya keunikan. Jika *mad'u* tidak konsentrasi, maka *mad'u* tidak akan mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan oleh dai sehingga tujuan komunikasi dakwah tidak tercapai (Dia & Wahyuni, 2021: 76-77).

Dakwah sejatinya menjadi penopang utama dalam komunikasi agama sebab melalui dakwah pesan-pesan agama dapat tersampaikan. Dakwah disampaikan dengan cara yang bijaksana, simpatik, dan lebih humanis. Konsep dakwah melalui pendekatan sosial dan budaya yang diterima oleh masyarakat luas, memperhatikan ruang dan waktu, topik-topik aktual, menyentuh

kebutuhan dasar *mad'u*, dan isu-isu terkini dalam masyarakat (Rubawati, 2018: 129).

2. Teknik Integrasi

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik integrasi dalam dakwahnya yaitu:

1. Video “Aku Hampir Menyerah”

- a. Dalam data unit sampling nomor 2a, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik integrasi pada bagian ketika berhadapan dengan orang yang terdekat maupun terjauh, akan selalu ada orang yang *devalue* atau mengecilkan nilai seseorang maka dengan memposisikan diri dengan *mad'u* terlihat jelas saat Ustazah Haneen Akira menerapkan kata “kita” yang artinya Ustazah Haneen dan penonton bahkan sebaliknya berada di posisi yang sama ada kesetaraan berbeda dengan ketika menggunakan kata anda dan saya yang artinya terdapat ketidaksetaraan. Dia menggunakan teknik integrasi karena berhubungan dengan *devalue*. Yaitu saat sedang berhadapan dengan orang-orang terdekat bahkan orang jauh pun banyak merasakan *devalue*. Yang dimaksud *devalue* yaitu dalam suatu keadaan dimana orang-orang merasakan tidak bernilai dan mengecilkan nilai seseorang yang akhirnya membuat seseorang tersebut tidak percaya diri dan insecure. Ketika membicarakan konteks ini lebih tepat menggunakan teknik integrasi karena dengan menggunakan kata “kita” membuat penonton lebih nyaman untuk mendengarkan karena merasa tidak digurui.
- b. Dalam data unit sampling nomor 2b, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik integrasi yaitu ketika berbicara saat mendapat ujian terjatuh dari kuda yang menimbulkan luka pada bagian tubuhnya dengan memposisikan diri sama dengan *mad'u* terlihat jelas saat Ustazah Haneen Akira menerapkan kata “kita” yang artinya Ustazah Haneen dan penonton bahkan sebaliknya. Pada saat membagikan

pengalaman saat berkuda lalu jatuh pun termasuk suatu ujian. Dari kata-kata yang digunakan Ustazah Haneen nampak berusaha menyatukan diri dengan *mad'u* karena ujian hidup tidak hanya dirasakan *mad'u* tetapi dia juga merasakan maka dari itu Ustazah Haneen Akira memposisikan keadaan yang sama dengan *mad'u*

Ustazah Haneen Akira membagikan pengalaman berlatih berkuda lalu jatuh pun termasuk suatu ujian. Karena pada dasarnya ujian ada berbagai macam bentuk. Ustazah Haneen memposisikan bahwa semua sama sama pernah mendapat ujian hidup bukan hanya *mad'u* atau penonton saja tetapi Ustazah Haneen Akira juga merasakan hal yang sama walaupun porsi dan kategori ujian nya yang berbeda sehingga *mad'u* lebih sabar dan tidak menyerah ketika menghadapi ujian. Maka dari itu, Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik Integrasi pada video “Aku Hampir Menyerah” karena untuk menyampaikan pesan dakwah yaitu memotivasi agar *mad'u* tidak menyerah dan dapat *survive* dalam menjalani ujian-ujian hidup yang ada harus dilakukan dengan teknik integrasi supaya *mad'u* juga merasakan bahwa semua orang mendapat ujian hidup dan merasakan nyaman ketika mendengarkan Ustazah Haneen berbicara karena dengan teknik integrasi *mad'u* merasa tidak digurui.

2. Video “Self Worth”

- a. Dalam data unit sampling nomor 2a, Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik integrasi ketika saat dia berbicara kebanyakan orang fokus pada kekurangan dalam pencapaian seseorang yaitu dengan membanding-bandingkan pencapaian orang lain dalam ungkapan tersebut dia menekankan kata “kita” didalamnya yaitu saat yang lain sudah lebih bisa mencapai atau membeli sesuatu sehingga *mad'u* pun merasakan bagian dari diri Ustazah Haneen Akira memposisikan diri dengan *mad'u* saat sama-sama merasakan orang lain dapat mendapat bahkan mencapai sesuatu yang lebih maka

muncul rasa *insecure* merasa tertinggal lalu membanding-bandingkan hidup dengan orang lain yang membuat rasa insecure itu muncul dan yang ditakutkan rasa iri itu muncul.

Maka dari itu hal ini dalam Islam bisa tidak boleh dan bisa diperbolehkan bahkan dianjurkan. Sedangkan yang tidak diperbolehkan yaitu ketika rasa membandingkan dengan orang lain lalu muncul dalam diri rasa iri atau dengki sehingga tidak bersyukur atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan. Ketika membicarakan konteks ini lebih tepat menggunakan teknik integrasi karena dengan menggunakan kata “kita” membuat penonton lebih nyaman untuk mendengarkan.

- b. Dalam data unit sampling nomor 2b, Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik integrasi ketika dia berbicara bahwa semua manusia mempunyai positif dan negatif masing-masing maka dia menekankan teknik integrasi dimana dalam memposisikan semua manusia itu sama sama memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Teknik integrasi dilakukan karena berhubungan dengan semua manusia pasti mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam hal itu maksudnya tidak ada manusia yang sempurna. Yang artinya bukan hanya mad'u, tetapi Ustazah Haneen Akira juga merasakan dan berada diposisi yang sama bahkan sebaliknya. Terlihat jelas ketika dia menjelaskan semua orang harus mengenali dan menggali sisi kelebihan dari diri sendiri agar bisa menyeimbangkan dengan kekurangan yang ada sehingga dapat mengurangi perasaan *insecure*.
- c. Dalam data unit sampling nomor 2c, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik integrasi yaitu yaitu kemampuan untuk menyatukan diri dengan mad'u dengan menggunakan kata “kita”, seperti yang sudah peneliti jelaskan bahwa dalam pemilihan kata

“kita” itu mengartikan kedekatan yang lebih antara dai dengan mad’u. Berbeda dengan ketika menggunakan kata saya, anda atau kami. Yang mana dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira sama-sama mengalami omongan-omongan orang yang selalu akan didengar. Maka dari itu menggambarkan mengenai proses komunikasi tersebut bukan untuk kepentingan diri komunikator atau dai melainkan kepentingan komunikan atau mad’u juga (Effendy, 1986:23).

Dia menggunakan teknik integrasi karena berhubungan dengan banyaknya omongan-omongan orang yang akan terus didengarkan. Omongan orang-orang disini maksudnya mengenai omongan-omongan orang yang berusaha menjatuhkan nilai dan membuat kepercayaan diri berkurang. Dalam pesan dakwah ini tujuan teknik integrasi sendiri untuk membuat ma’u tidak mendengarkan perkataan-perkataan kurang baik dari orang yang akan membuat rasa tidak percaya diri.

Maka dari itu, Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik integrasi pada video “Self Worth” karena untuk menyampaikan pesan dakwah yaitu memotivasi agar mad’u tidak mendengarkan omongan-omongan orang lain mengenai kekurangan karena bahwasanya semua orang mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik integrasi dalam video “Aku Hampir Menyerah” dan “Self Worth” dengan cara memposisikan sama dirinya dengan mad’u. Hal ini sesuai dengan dakwah yang baik adalah tidak memisahkan diri dengan mad’u, dai mencoba menjadi bagian dari mad’u jadi terkesan tidak menggurui. Mad’u sendiri merupakan penerima dakwah. Tidak bisa dielakan bahwa mad’u mempunyai harapan-harapan saat mendengarkan materi dakwah yang disampaikan. Menurut Ismail dan Prio, pusat kepentingan dakwah yaitu pada apa yang dibutuhkan mad’u bukan kepada apa yang dikehendaki dai. Dakwah harus berorientasi pada kepentingan mad’u, bukan kepentingan dai (Ismail & Prio, 155: 2011). Gagasan dakwah yang

menempatkan mad'u sebagai pusat menghendaki strategi dakwah yang empatik, simpatik, dan humanistik. Empatik dan simpatik dalam dakwah menghendaki sikap memposisikan yang sama antara dai dan mad'u. Dakwah humanis menghendaki pengakuan terhadap kemanusiaan mad'u secara keseluruhan (kejiwaannya, pemikirannya dan problematikanya) (Hariyanto, 2018: 71-72).

Dengan menerapkan teknik integrasi yang benar pada saat berdakwah, pesan dakwah yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan dilaksanakan oleh mad'u atau penonton. Mad'u akan melaksanakan pesan dakwah yang telah disampaikan berdasarkan atas kemauan sendiri tanpa adanya paksaan, karena pesan dakwah yang dikemas dengan teknik integrasi menjadikan tidak ada jarak antara dai dengan mad'u (Dia & Wahyuni, 2021: 77).

3. Teknik Tataan

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik tataan dalam dakwahnya yaitu:

1. Video “Aku Hampir Menyerah

- a. Dalam data unit sampling nomor 3a, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik tataan saat merangkai kata-kata sehingga menjadi kalimat yang indah pada bagian ketika dia mengucapkan “*i am enough with Allah, bersama Allah aku cukup*” merupakan sebuah bentuk afirmasi kepada diri sendiri sehingga mad'u dapat menerapkan kepada diri sendiri serta ungkapan tersebut tampak lebih mendalam dengan dia menyelipkan satu ayat yang berkaitan dengan rasa bersyukur.

Pada saat dia menyampaikan bahwa jika merasa cukup maka akan menjadikan manusia yang kenyang dan tidak lapar. Dalam hal ini teknik tataan berhubungan dengan rasa bersyukur. Bersyukur disini yang dimaksud agar merasa cukup dan menyingkirkan perasaan-perasaan tidak cukup.

Ustazah Haneen Akira menyampaikan pesan komunikasi dengan menggunakan kalimat-kalimat yang indah sehingga membuat

mad'u menjadi lebih bisa bersyukur dan merasa cukup atas apa yang telah Allah berikan serta Ustazah Haneen Akira menambahkan ayat yang berkaitan dengan rasa bersyukur yaitu Surat An-Najm 48:

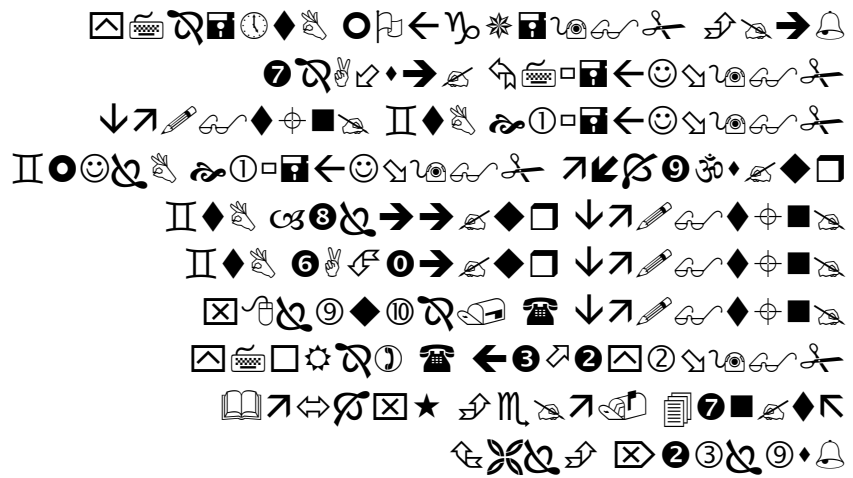


“Dan bahwasanya dia yang memberikan kekayaan dan memberikan kecukupan.”

Berdasarkan ayat diatas, hanya Allah yang memberi kekayaan dan kecukupan kepada setiap umatnya. Dalam perintah ayat tersebut agar umat-Nya selalu bersyukur untuk semua yang Allah telah berikan sehingga menyingkirkan perasaan-perasaan tidak cukup sehingga setiap manusia akan merasa cukup. Begitu pula apa Hal itu sesuai dengan teknik tataan yang disampaikan oleh Ustazah Haneen Akira bersyukur dan jika bersama Allah merasa cukup sebab tidak akan lagi melihat ke atas dan membanding-bandingkan dengan orang lain.

- b. Dalam data unit sampling nomor 3b, Ustazah Haneen Akira Ustazah Haneen Akira menekankan teknik tataan saat merangkai kata-kata sehingga menjadi kalimat yang indah yaitu saat mengatakan bahwa standar kemuliaan dan kehebatan adalah standar yang dimiliki oleh Allah SWT bukan standar manusia yang sering devalue atau mengecilkan nilai sehingga adanya ungkapan tersebut membuat mad'u lebih mendekati diri kepada Allah SWT dan ungkapan tersebut tampak lebih indah dengan menyelipkan satu ayat yang berkaitan dengan pesan yang disampaikan.

Teknik tataan disini berhubungan dengan *devalue* dimana *devalue* yang telah peneliti sampaikan sebelumnya yaitu mengecilkan nilai orang lain. Dalam teknik tataan ini mad'u termotivasi agar menaikkan ilmu, skill dan pertemuan dengan Al-Muiz dan tidak mendengarkan perkataan-perkataan negatif dari orang lain sebab standar kemuliaan hanya milik Allah bukan standar kemuliaan manusia. Sebagaimana yang Ustazah Haneen Akira telah sampaikan dalam Surat Al-Imran Ayat 26:



“Katakanlah: "Wahai Tuhan yang mempunyai kerajaan, Engkau berikan kerajaan kepada orang yang Engkau kehendaki dan Engkau cabut kerajaan dari orang yang Engkau kehendaki. Engkau muliakan orang yang Engkau kehendaki dan Engkau hinakan orang yang Engkau kehendaki. di tangan Engkaulah segala kebajikan. Sesungguhnya Engkau Maha Kuasa atas segala sesuatu.”

Ayat tersebut menyuruh Nabi untuk menyatakan bahwa Allah yang mempunyai kekuasaan tertinggi dan Maha Bijaksana dengan sempurna dalam menyusun, mengurus dan menyelesaikan semua perkara di alam ini. Hal itu berkaitan dengan apa yang disampaikan oleh Ustazah Haneen Akira yaitu standar kemuliaan itu hanya milik Allah SWT yang mengurus dan menyelesaikan semua urusan yang ada di alam ini bukan standar manusia yang biasanya merendahkan nilai orang lain.

- c. Dalam data unit sampling nomor 3c, Ustazah Haneen Akira mengatakan bahwa kenapa setiap manusia mendapat ujian terus menerus, itu akan menjadikan lebih kuat dimana diberi kesempatan untuk terus berjalan lagi. Karena orang yang telah dipatahkan mental dan perasaannya akan belajar untuk jalan meskipun pelan-pelan sampai menemukan hikmah. Munculnya kalimat tersebut termasuk teknik tatahan dalam menyampaikan dalam pesan dakwah dengan merangkai kata-kata sehingga menghasilkan kalimat yang indah yang

mempunyai makna yang dalam sehingga membangkitkan *mad'u* untuk melewati kesedihan dan ujian.

Teknik tataan disini berhubungan dengan hikmah dibalik setiap ujian. Sebab semua ujian pasti akan ada hikmah yang dapat diambil. Dari ungkapan Ustazah Haneen Akira yang mudah dipahami sehingga tidak hanya membuat *mad'u* termotivasi tetapi peneliti juga turut termotivasi agar selalu sabar dan yakin bahwa setiap ujian pasti terdapat hikmah didalamnya dan ketika setiap orang sedang mengalami banyak ujian-ujian hidup yang ada itu akan belajar dan menemukan titik hikmah mengapa semua terjadi.

Sebab, semua terjadi apabila Allah berkehendak. Berkaitan dengan Surat Al-Imran ayat 26 pada data no 3b, Allah lah yang akan mengurus dan menyelesaikan segala perkara-perkara yang ada di alam ini. Maka dari itu, setiap umat muslim harus mengambil hikmah dan dapat belajar dengan kejadian apa yang sudah terjadi.

- d. Dalam data unit sampling nomor 3d, Ustazah Haneen Akira saat mengatakan bahwa ada pilihan ketika mengikuti jalan duka atau mengikuti jalan cahaya. Ketika mengikuti duka, akan mendatangkan duka atau luka. Maka sebaliknya, jika mengikuti jalan cahaya atau kebahagiaan akan mendatangkan kebahagiaan yang lain. Dari munculnya kalimat tersebut Ustazah Haneen Akira menekankan teknik tataan karena mengandung makna tersurat yang telah disampaikan bahwa dalam kehidupan terdapat dua jalan yaitu kebahagiaan dan kesedihan ketika memilih jalan kebahagiaan maka akan mendatangkan kebahagiaan tetapi sebaliknya, jika memilih jalan kesedihan maka akan mendatangkan kesedihan yang lain maka dari itu membuat *mad'u* termotivasi untuk selalu mengikuti jalan cahaya dimana jalan tersebut berisi kebahagiaan.

Maka membuat *mad'u* termotivasi agar mengikuti jalan kebahagiaan dari pada mengikuti jalan kesedihan, agar mendatangkan kebahagiaan bukan mendatangkan kesedihan.

2. Video “Self Worth”

- a. Dalam data unit sampling nomor 3a, Ustazah Haneen Akira mengatakan ketika tidak bisa menerima dan menghargai diri sendiri dan lebih menyukai kehidupan orang lain merupakan sebuah penyakit mental. Padahal yang sesuai adalah yang harus dicintai Allah dan Rasulullah yaitu diri sendiri. Dalam kalimat tersebut menekankan teknik tatan dimana ketika tidak bisa menerima, menghargai diri sendiri dan lebih menyukai kehidupan orang lain dari pada diri sendiri maka itu adalah sebuah penyakit mental. Karena yang harus dicintai setelah Allah dan Rasulullah adalah diri sendiri. Nampak jelas dari rangkaian kalimat tersebut memotivasi agar *mad'u* mencintai diri sendiri dan lebih mencintai diri sendiri sendiri dari pada kehidupan orang lain.

Teknik tataan berkaitan untuk tidak membanding-bandingi dengan kehidupan orang lain sebab itu salah satu bentuk penyakit mental atau perilaku toxic. Karena dari hal itu membuat dampak untuk diri sendiri seperti *insecure* atau tidak percaya diri. Karena self love sangat penting sehingga kita tidak terus menerus melihat ke atas.

- b. Dalam data unit sampling nomor 3b, ungkapan Ustazah Haneen Akira saat mengucapkan Allah selalu memberikan kelebihan kepada setiap manusia dan setiap manusia itu unik. Allah memberikan keunikan tersendiri kepada manusia. dalam ungkapan tersebut Ustazah Haneen Akira menekankan teknik tataan dengan merangkai kalimat-kalimat yang indah dalam menyampaikan pesan dakwahnya dimana menurut beliau Allah selalu memberikan keunikan tersendiri kepada setiap manusia. Maka membuat *mad'u* tidak *insecure* dan mengembalikan kepercayaan diri.

Maka dari itu, teknik tataan disini berhubungan dengan Allah menciptakan manusia sebagai ciptaan yang paling baik diantara makhluk lainnya yang artinya semua manusia memiliki keunikan yang berbeda-beda. Dalam ungkapan tersebut sangat menyentuh hati para mad'u apalagi yang sedang merasakan insecure dan tidak percaya diri. Pemilihan kata yang dirangkai yang bagus sehingga membuat mad'u lebih bersemangat untuk tidak insecure lagi.

Ustazah Haneen Akira beberapa kali menggunakan teknik tataan dalam video “Aku Hampir Menyerah” dan “Self Worth” yaitu dengan merangkai kalimat-kalimat menjadi indah dengan menyelipkan makna-makna tersurat dan ayat-ayat Al-Qur'an dalam rangka mempengaruhi *mad'u* agar termotivasi untuk melakukan apa yang telah disampaikan oleh dia. Menurut Muhyiddin, dai berdakwah dengan nasehat yang baik kepada *mad'u* dengan cara-cara dan bahasa yang baik sehingga mudah diterima oleh *mad'u* yang biasanya golongan orang awam. Dalam hal ini dai berperan pembimbing, teman dekat yang setia, menyayangi dan memberikan segala hal yang bermanfaat serta membuat bahagia mad'u (Atabik, 2014:126).

4. Teknik Ganjaran

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik ganjaran dalam dakwahnya yaitu:

1. Video “Aku Hampir Menyerah”

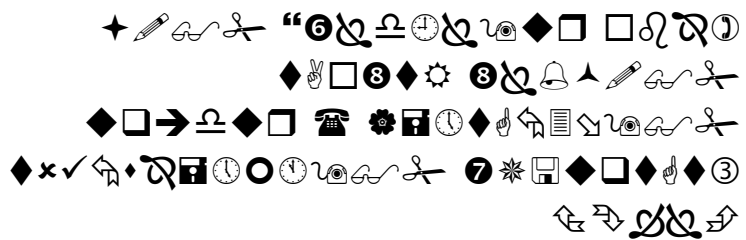
- a. Dalam data unit sampling no 4a, ungkapan Ustazah Haneen Akira menekankan teknik ganjaran dalam menyampaikan pesan dakwah dimana dia menjanjikan suatu harapan seperti saat mengatakan bahwa laka itu terbatas, jika berjalan bersama Allah maka akan dapat melewati hari-hari yang penuh badai atau ujian.

Teknik ganjaan disini berhubungan dengan ketika lebih mendekatkan diri kepada Allah walaupun melewati hari dengan banyak ujian yang melanda maka akan datang solusi atau pertolongan dari Allah. Sehingga tetap berjalan melewati ujian tersebut.

Teknik ganjaran disini berkaitan dengan apa yang disampaikan oleh Ustazah Haneen Akira ketika berjalan dengan Allah maka akan menjalani ujian yang terasa berat akan berubah menjadi lebih ringan dan akan datang pertolongan dari Allah SWT.

- b. Dalam data unit sampling nomor 4a, Ustazah Haneen Akira dalam menerapkan teknik ganjaran Ustazah Haneen Akira menjanjikan harapan bahwa ketika mendekati diri kepada Allah maka semua urusan akan dilindungi dan dijamin dimana Allah yang akan mengawasi langsung semua ujian pasti ada petunjuknya.

Sebagaimana yang telah Ustazah Haneen Akira sampaikan dengan menyelipkan QS Al-A'raf ayat 196:



“Sesungguhnya Pelindungku ialahlah yang Telah menurunkan Al Kitab (Al Quran) dan dia melindungi orang-orang yang saleh.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa Sesungguhnya pelindung orang-orang saleh yang mengurus segala urusan adalah Allah yang telah menurunkan Al-Qur'an. hal itu berkaitan dengan apa yang telah diucapkan bahwa jika kita lebih mendekati diri kepada Allah maka Allah yang akan mengurus dan menjamin segala urusan orang-orang yang saleh. Teknik ganjaran disini berkaitan dengan apa yang telah diucapkan bahwa jika kita lebih mendekati diri kepada Allah maka Allah yang akan mengurus dan menjamin segala urusan orang-orang yang saleh.

- c. Dalam data unit sampling nomor 4c, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik ganjaran yaitu dengan mengiming-imingi mad'u

menggambarkan suasana di surga kelak ketika para ahli surge menceritakan kesedihan, luka maupun duka yang nantinya menjadi hiburan. Maka dari itu teknik ganjaran disini bertujuan agar mad'u tetap tenang dan dapat melewati kesedihan, duka yang ada, karena ujian itu bersifat sementara dan nantinya akan hilang karena Allah yang menghilangkan duka tersebut. Duka tersebut akan berubah menjadi keindahan di surga nanti. Sebagaimana yang telah disampaikan dia dalam Surat Al-Fatir Ayat 34:



“Dan mereka berkata: "Segala puji bagi Allah yang Telah menghilangkan duka cita dari kami. Sesungguhnya Tuhan kami benar-benar Maha Pengampun lagi Maha Mensyukuri.”

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa hanya Allah lah yang akan menghapus semua kesedihan umat-Nya karena Allah Maha Pengampun. Sebagaimana apa yang diucapkan oleh Ustazah Haneen Akira saat menggambarkan kehidupan di surga kelak. Dimana terdapat hiburan-hiburan yang salah satunya adalah ketika saling menceritakan ujian atau kesedihan ketika di dunia. maka dari itu, ujian dan kesedihan bersifat sementara dan akan di hapus oleh Allah SWT.

- d. Dalam data unit sampling nomor 4d, Ustazah Haneen Akira menekankan teknik ganjaran dalam menyampaikan pesan dakwah dimana saat dia meyakinkan dan memberi gambaran kepada *mad'u* bahwa Allah tidak akan pernah memberi kesedihan pada hamba-Nya, kecuali Allah sedang menyiapkan hadiah terindah yang akan membuat hamba-Nya tersenyum. Teknik ganjaran ini bermaksud

untuk menjanjikan harapan kepada *mad'u* bahwa setiap melalui ujian pasti ada hadiah terindah yang sudah Allah persiapkan.

Sebab ujian hidup merupakan salah satu bentuk cinta dari Allah. Abu Hurairah R.A berkata, bahwa Rasulullah SAW bersabda “*Barang siapa yang dikehendaki Allah menjadi orang yang baik, maka dia akan diberi-Nya cobaan.*” (HR. Bukhari) Maka dari itu, ujian merupakan salah satu bentuk cinta Allah kepada hamba-Nya karena menjadikan manusia bisa lebih sabar dan tabah saat melewati ujian hidup. Namun, dibalik ujian itu Allah sedang mempersiapkan hadiah yang terbaik untuk hamba-Nya salah satunya pertolongan. Berkaitan dengan yang disampaikan oleh Ustazah Haneen Akira teknik ganjaran disini agar *mad'u* tetap yakin dalam dibalik setiap ujian hidup ada Allah yang sedang mempersiapkan yang terbaik untuk hamba-Nya.

Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik ganjaran dalam video “Aku Hampir Menyerah” penyampaian pesan dikemas dengan menggambarkan harapan dan menjanjikan rewards atau hadiah pada *mad'u* setelah mendapat banyak ujian dan kesedihan hidup. Hal ini dalam dakwah teknik ganjaran berkaitan dengan salah satu teknik dakwah yaitu Tabsyir. Tabsyir sendiri berarti dakwah yang berupa kabar yang membuat *mad'u* gembira dalam menerima dakwah (Yaqub, 1997: 50) Tabsyir dalam dakwah yaitu berita yang indah serta baik yang dapat membuat orang senang atau merasa bahagia dalam memperkokoh keimanan serta menjadi motivasi dalam melakukan ibadah dan sebagai suatu harapan. Tabsyir sendiri memiliki tujuan yang sama dengan teknik ganjaran yaitu: memberikan harapan, memperkokoh keimanan, menghilangkan sifat-sifat keraguan (Suparta dan Harjani, 2003:259).

Dalam menerapkan teknik ganjaran secara benar dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, pesan dakwah akan mudah diterima oleh *mad'u*. *mad'u* akan termotivasi dan berlomba-lomba pada kebaikan, berlomba-lomba dalam menjalankan seruan dakwah yang disampaikan oleh dai, jika demikian maka tujuan komunikasi dakwah tercapai (Dia & Wahyuni, 2021: 78).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan pada bab iv, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan dakwah Ustazah Haneen Akira dalam media YouTube, Ustazah Haneen Akira menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk membuat mad'u tertarik dan melakukan apa yang disampaikan oleh Ustazah Haneen dengan kesadaran diri. Dua video yang telah diteliti yaitu berjudul "Aku Hampir Menyerah" dan "Self Worth", ditemukan beberapa kalimat yang mengandung empat jenis teknik komunikasi persuasif. Adapun teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy diantaranya teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran, dan teknik *red-herring*. Maka dari itu dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Teknik Asosiasi

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik asosiasi dalam menyampaikan pesan dakwah dengan menumpangkan peristiwa yang sedang banyak masyarakat alami sehingga membuat mad'u untuk mendengarkan. Seperti temuan data yang ditemukan yaitu saat Ustazah Haneen Akira mengaitkan dengan peristiwa banyaknya wanita dengan pendidikan tinggi namun lebih memilih menjadi ibu rumah tangga lalu banyak yang menghakimi dan banyaknya peristiwa *bully* secara fisik dan non fisik dalam kehidupan sehari-hari.

2. Teknik Integrasi

Pada teknik integrasi banyak diterapkan Ustazah Haneen Akira dalam dakwahnya dimana dalam satu video dia beberapa kali menerapkan teknik integrasi dimana Ustazah Haneen Akira berupaya untuk menyatukan diri dengan *mad'u* dimana dia memosisikan diri dengan *mad'u* sebagai teman yang berbagi cerita bahkan pengalaman. Ustazah

Haneen Akira melakukan pendekatan dengan mad'u yaitu dalam pemilihan kata saat menyampaikan dakwah, yaitu dengan menekankan kata "kita" yang artinya "saya dan anda". Maka dari itu mad'u atau penonton merasa lebih dekat dan menjadi bagian diri dari Ustazah Haneen Akira.

3. Teknik Tataan

Ustazah Haneen Akira dalam menyampaikan dakwah pada video-nya tampak berupaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga mad'u menjadi lebih tertarik dan termotivasi untuk melakukan pesan apa yang disampaikan oleh Ustazah Haneen Akira. Hal ini dilakukan Ustazah Haneen Akira dalam merangkai kata-kata sehingga menjadi kalimat yang indah dan mempunyai makna yang dalam.

4. Teknik Ganjaran

Ustazah Haneen Akira menerapkan teknik ganjaran terlebih dalam video yang berjudul "Aku Hampir Menyerah" dimana dia selalu memberi gambaran yang memberikan harapan agar penonton tetap dapat melewati ujian-ujian hidup yang ada.

Terdapat perbedaan pada dua video yang diteliti, video "Aku Hampir Menyerah" menggunakan empat jenis teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tatan dan teknik ganjaran. Berbeda dengan video "*Self Worth*" yang hanya menggunakan tiga jenis teknik komunikasi persuasif diantaranya teknik asosiasi, teknik integrasi, dan teknik tataan. Kekurangan pendakwah Ustazah Haneen Akira pada kedua video tersebut yaitu tidak menggunakan teknik red-herring dan *tandzir* (dakwah yang berisi peringatan pada manusia mengenai kehidupan di akhirat beserta semua konsekuensinya) Padahal dakwah yang baik harus mengaitkan dengan peristiwa-peristiwa yang ada di akhirat agar manusia dapat mengubah menjadi lebih baik.

Dalam konteks tersebut, maka mampu menghubungkan dakwah dengan realita sosial (teknik asosiasi) yang dikemas dengan kalimat-kalimat

yang indah dan menarik (teknik tataan), diperkuat dengan pengalaman pribadi (teknik integrasi), dan didukung dengan adanya *rewards* (teknik ganjaran) tapi tidak dapat mengelakkan argument yang lemah dan tidak menggambarkan adanya sebuah perdebatan (*teknik red-herring*). Padahal jika menggunakan kelima teknik komunikasi persuasif tersebut dalam dakwah membuat narasi dakwah lebih dinamis dan tidak monoton.

B. Saran

Pada penelitian ini, peneliti sadar masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu peneliti mempunyai harapan kepada peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini. yang tentunya merujuk pada hasil penelitian yang sudah ada dan dengan harapan penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Penelitian ini fokus pada teori teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yaitu terdiri dari teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran dan teknik *red-herring*. Maka dari itu, untuk peneliti selanjutnya diharap supaya menemukan dan mengembangkan teknik komunikasi persuasif yang lain sehingga dapat menjadi bahan tambahan yang lebih luas guna dijadikan refrensi dasar dalam penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*. Depok: Rajawali Pers.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Arbi, Armawati. 2003. *Dakwah dan Komunikasi*. Tangerang: UIN Jakarta Press.
- Atabik, Ahmad. 2014. *Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an*. Kudus: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol. 2 No. 2
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Aziz, Moh. Ali. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Dia, K., & Wahyuni, S. 2021. *Teknik Komunikasi Buya Yahya Pada Ceramah "Apa Dan Bagaimana Hijrah itu?". STID AL Hadid, Vol. 19. No. 1*
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi Cetakan ke-1*. 1986. Bandung: Remadja Karya CV
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi Cetakan ke-2*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cetakan ke-26*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Faiqah, Fatty dkk. 2016. *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*. Universitas Hasanuddin: Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No. 2.
- Ghazali, M. Bahri. 1997. *Da'wah Komunikatif "Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Da'wah"*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Hasjmy, A. 1994. *Dustur Dakwah Menurut Al-Quran*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Hariyanto. 2018. *Relasi Kredibilitas Dai Dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah*. Jurnal UIN Mataram Vol. 16 No. 2.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ilaihi, Wahyu. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Cet. Ke-2.
- Ismail, Ilyas dan Prio Hotman. *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. 2011. Jakarta: Kencana.
- Lutfi, Saiful. 2020. *Materi Pendidikan Akhlak menurut Al-Qur'an: Analisis Surah Al-Hujurat Ayat 11-12*. Al-Mudarris: Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam Vol. 3, No. 2
- Ma'arif, Bambang Saiful. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ma'arif, Bambang Saiful. 2015. *Psikologi Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Malik, Deddy Djameluddin dan Yola Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy. J. 2002. *Metodologi Peneletian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Munir, M. & Ilaihi, W. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.

- Musyafak, Najahan dan Usfiyatul Marfu'ah. 2020. *Teori- Teori Komunikasi*. Semarang: Fatawa Publishing.
- Nurhayati & Syahrizal. 2015. *Urgensi dan Peran Ibu Sebagai Madrasah Al-Ula dalam Pendidikan Anak*. STAIN Malikussaleh Lhokseumawe: Itqan, Vol. VI, No. 2, Juli-Desember 2015.
- Rakhmat, Jalaludin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Riswandi. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rubawati, Efa. 2018. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. Papua: Jurnal Studi Komunikasi, Vol. 2 No. 1
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah Cetakan Ke-2*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sastropoetro, Santoso. 1988. *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Sari, Azlika Purnama dan Nur Aida. 2021. *Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial*. Surabaya: Alamtara, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 5 No. 2.
- Shihab, M. Quraish. 1996. *Wawasan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan Cet. Ke-1.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparta, Munzier dan Harjani Hefni. 2006. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group Cet. Ke-2.
- Sukayat, Tata. 2015. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya Offset.
- Supena, Ilyas. 2013. *Filsafat Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta: PT Raja Grafindo Cet. Ke-1.
- Yaqub, Ali Mustafa. 1997. *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Z, N. Tualeka Hamzah. 2005. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: Alpha.

Internet

<https://thisisgender.com/sarjana-ibu-rumah-tangga/> diakses 11/03/2023 pukul 16.00

<https://youtube.com/c/HaneenAkira> di akses 11/02/2023 pukul 10.20

<https://quran.kemenag.go.id/> diakses 11/11/2022 pukul 13.00.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Kintan Ayuning Pramesti
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 17 Juni 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Ds. Pekauman Kulon 01/03 Dukuhturi Kab. Tegal
No Hp : 089666863548
Email : kintanayuning17@gmail.com
Instagram : kintanap_

Riwayat Pendidikan Formal:

1. SD Negeri Mangkukusuman 8 Tegal
2. SMP Negeri 2 Tegal
3. SMA Negeri 4 Tegal
4. UIN Walisongo Semarang

Riwayat Organisasi

1. HMJ KPI Tahun 2020-2021
2. UKM DSC Angkatan 2019
3. WTV Angkatan 2020