

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM  
RIZKYTAQY DALAM BERDAKWAH**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Konsentrasi Televisi Dakwah

**Disusun Oleh:**

**Mutiah Sofiyarini**

**1901026082**

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

**SEMARANG**

**2023**

#### NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

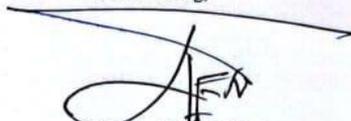
Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Mutiah Sofiyarini  
NIM : 1901026082  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Rizkytaqy Dalam Berdakwah

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 26 Mei 2023  
Pembimbing,



**H. M. Alfandi, M.Ag**  
NIP. 1971083019970310003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185 Telepon (024) 7606405

PENGESAHAN UJIAN MUNAQSAH

SKRIPSI

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM RIZKYTAQY  
DALAM BERDAKWAH

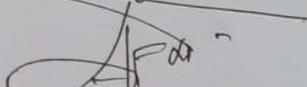
Disusun Oleh :

MUTIAH SOFIYARINI  
1901026082

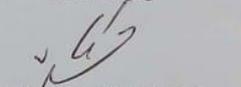
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 9 Juni 2023 dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

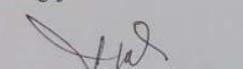
Ketua Sidang

  
H. M. Alfahdi, M.Ag  
NIP. 197108301997031003

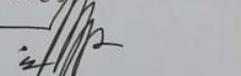
Sekretaris Sidang

  
Alifa Nur Fitri, M.I.Kom  
NIP. 198907302019032017

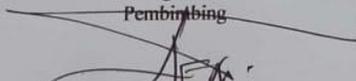
Penguji I

  
Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.  
NIP. 196310171991032001

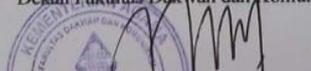
Penguji II

  
Mustofa Hilmi, M.Sos  
NIP. 199202202019031010

Mengetahui,  
Pembimbing

  
H. M. Alfahdi, M.Ag  
NIP. 197108301997031003

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

  
Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag  
NIP. 197204102001121003



### PERNYATAAN

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

Semarang, 13 Mei 2023

Penulis



Mutiah Sofiyarini

NIM: 1901026082

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillah* *abil' alamin*, pertama kata syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan berupa nikmat kesehatan, rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya. Sehingga skripsi ini dapat terlaksana oleh penulis dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Rizkytaqy Dalam Berdakwah”. Kedua, shalawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada panutan kita Nabi Muhammad SAW semoga kita termasuk umat yang mendapatkan syafaat beliau di *yaumul qiyamah* nanti.

Tugas akhir ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan akademik untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan tepat waktu tanpa adanya bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. 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, selaku dosen wali yang mengarahkan dalam akademik perkuliahan dan selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dukungan untuk memberi arahan dan banyak masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Serta Nilnan Nikmah, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Seluruh dosen dan staff yang telah mengajar dan memberikan ilmu, nasihat, dan kegiatan administrasi kepada penulis sehingga penulis menempuh

pendidikan di Program Studi Komunikasi dan penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

5. Bapak Riyanto Alm dan Ibu Maslikhah yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan. Tidak lupa pula dengan kakak peneliti Miftah yang telah membiayai perkuliahan, serta kakak penulis yang lainnya, adik penulis dan juga kakak ipar penulis yang senantiasa memberikan semangat dalam meraih pendidikan tinggi.
6. Teman seperjuangan penulis yaitu KPI-C angkatan 19, kader Kopma Walisongo tahun 2019 dan seluruh teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan bantuan, doa dan semangat selama kuliah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Rizkytaqy yang telah memberikan izin untuk meneliti akun Instagramnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kekurangan yang terdapat pada skripsi ini baik dari segi penulisan ataupun penyajian. Kritik serta saran dari pembaca sangat membantu bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, 13 Mei 2023

Penulis

Mutiah Sofiyarini

NIM.1901026082

## **PERSEMBAHAN**

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya, Bapak Riyanto Alm dan Ibu Maslikhah, serta kakak-kakak tercinta dan adik tersayang yang senantiasa tanpa henti mendukung, memberikan semangat dan selalu mendoakan, serta berusaha semaksimal mungkin untuk mewujudkan pencapaian dan keberhasilan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Untuk Almamaterku, Jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## **MOTTO**

“Rencana Allah padamu lebih baik dari rencanamu.

Terkadang Allah menghalangi rencanamu untuk menguji kesabaranmu, maka  
perlihatkanlah kepada-Nya kesabaran yang indah.

Tak lama kamu akan melihat sesuatu yang menggembirakanmu”

\_Ibnul Jauzi\_

## ABSTRAK

Mutiah Sofiyarini, 1901026082, Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Rizkytaqy Dalam Berdakwah.

Di era teknologi yang selalu mengalami perkembangan seorang da'i tidak hanya menyampaikan dakwahnya lewat mimbar tatap muka secara langsung, namun da'i sekarang dipermudah dengan media sosial untuk menyampaikan dakwahnya, salah satu media sosial yang dapat digunakan ialah Instagram. Instagram menyediakan berbagai macam fitur berupa video, audio maupun audiovisual. Adanya kemudahan tersebut seorang da'i harus mengetahui dan menguasai teknik komunikasi persuasif untuk melancarkan dakwahnya.

Skripsi ini menggunakan penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Proses memperoleh data penelitian ini memakai metode dokumentasi. Sedangkan untuk teknik Analisa penelitian ini memakai analisis isi milik Krippendorff dengan empat langkah yaitu unitisasi, reduksi, penarikan kesimpulan dan analisis data. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui dokumentasi yang dilakukan penulis dengan memilih lima konten yang ada didalam akun Instagram Rizkytaqy sesuai dengan jumlah penonton terbanyak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah menggunakan teori milik Onong Uchjana Effendy yang terdiri dari teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan dan teknik *red-herring*. Namun saat setelah peneliti melakukan penelitian hanya terdapat 3 jenis teknik komunikasi yang dikemukakan oleh Onong U Effendy yang dipakai dalam konten Instagram Rizkytaqy yaitu pertama teknik asosiasi suatu teknik berupa pemanfaatan peristiwa atau kejadian yang menarik perhatian mad'u, kedua teknik ganjaran atau sering disebut dengan teknik basyiran nadziran berupa teknik yang berupa iming-iming atau menakut-nakuti mad'unya, dan ketiga teknik tataan yang mana berupa teknik menyusun pesan dengan bahasa yang baik sehingga dapat memotivasi mad'u.

Kata Kunci: Teknik Komunikasi Persuasif, Instagram, Rizkytaqy, Dakwah.

## TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan salinan huruf abjad dari suatu bahasa ke dalam bahasa lain sehingga memudahkan pembaca agar terhindar dari salah pelafalan dan kegagalan memahami metode pelafalan tajwid . Pedoman transliterasi skripsi ini merujuk pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor: 158 tahun 1987-Nomor: 0543 b/u 1987.

No	Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
1	ا	A	ط	Th
2	ب	B	ظ	Zh
3	ت	T	ع	‘
4	ث	Ts	غ	Gh
5	ج	J	ف	F
6	ح	H	ق	Q
7	خ	Kh	ك	K
8	د	D	ل	L
9	ذ	Dh	م	M
10	ر	R	ن	N
11	ز	Z	و	W
12	س	S	ة	H
13	ش	Sy	ء	‘
14	ص	Sh	ي	Y
15	ض	DI		

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
TRANSLITERASI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Manfaat Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka .....	5
E. Metodologi Penelitian.....	8
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	8
2. Definisi Konseptual .....	9
3. Sumber dan Jenis Data.....	10
4. Teknik Pengumpulan Data .....	10
5. Teknik Analisis Data .....	11
F. Sistematika Penulisan .....	12
BAB II.....	15
TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF .....	15
A. Teknik Komunikasi Persuasif.....	15
1. Pengertian Teknik .....	15
2. Pengertian Komunikasi .....	15

3.	Teknik Komunikasi .....	16
4.	Komunikasi Persuasif .....	16
5.	Hambatan Komunikasi Persuasif .....	20
6.	Teknik Komunikasi Persuasif.....	22
B.	Instagram .....	24
1.	Perilaku Pengguna Instagram .....	24
C.	Dakwah .....	25
1.	Pengertian Dakwah .....	25
2.	Unsur-unsur Dakwah .....	26
3.	Metode dakwah (thariqoh al-dakwah) .....	27
4.	Media dakwah (wasilah al-dakwah).....	28
5.	Tujuan Dakwah .....	29
6.	Prinsip-Prinsip Dakwah .....	30
D.	Dasar-Dasar Komunikasi Persuasif dalam Islam .....	30
1.	Pentingnya Komunikasi Persuasif dalam Kegiatan Dakwah .....	30
2.	Bentuk Komunikasi Persuasif dalam Islam .....	31
3.	Karakteristik Komunikasi Persuasif dalam Islam.....	32
E.	Teori Onong Uchjana Effendy .....	33
BAB III.....		35
AKUN INSTAGRAM RIZKYTAQY, TRANSKIP TEKS DAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF .		35
A.	Deskripsi Akun Instagram Rizkytaqy .....	35
B.	Transkrip Teks Dakwah Rizkytaqy .....	35
1.	Konten dakwah dengan judul S3S4T.....	36
3.	Konten dakwah dengan judul Allah Bukan Pelayan mu ! .....	39
4.	Konten dakwah dengan judul Ke Zholiman .....	41
5.	Konten dakwah dengan judul Awas Banyak PELANGI .....	43
C.	Teknik Komunikasi Persuasif Rizkytaqy dalam berdakwah di Instagram .....	44
1.	Teknik Asosiasi .....	44
2.	Teknik Ganjaran .....	45
3.	Teknik Tataan.....	46
4.	Gestur Tubuh dalam Teknik Komunikasi Persuasif Rizkytaqy.....	48
BAB IV.....		50

ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM RIZKYTAQY DALAM BERDAKWAH .....	50
A. Kategorisasi Teknik Komunikasi Persuasif Rizkytaqy .....	50
1. Teknik Asosiasi .....	50
2. Teknik Ganjaran .....	52
3. Teknik Tataan .....	53
B. Analisis Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Rizkytaqy Dalam Berdakwah .....	54
1. Teknik Asosiasi .....	54
2. Teknik Ganjaran .....	59
3. Teknik Tataan .....	61
BAB V .....	65
PENUTUP .....	65
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
C. Penutup .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	72
A. Identitas Diri .....	72
B. Riwayat Pendidikan .....	72

## **DAFTAR TABEL**

Tabel . 1 Teknik Asosiasi Rizkytaqy Dalam berdakwah .....	50
Tabel . 2 Teknik Ganjaran Rizkytaqy Dalam berdakwah .....	52
Tabel . 3 Teknik Tataan Rizkytaqy Dalam berdakwah.....	53

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar. 1 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy.....	36
Gambar. 2 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy.....	37
Gambar. 3 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy.....	39
Gambar. 4 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy.....	41
Gambar. 5 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy.....	43

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dan mendasar dalam kehidupan manusia, karena manusia adalah makhluk sosial sehingga butuh yang menciptakan suatu efek kognitif, afektif atau behavior. Di Indonesia sendiri komunikasi persuasif dilakukan untuk berbagai bidang baik untuk sarana memperoleh dukungan, bisa juga digunakan oleh seseorang yang memiliki bisnis dengan memasang iklan dari produknya dan juga digunakan dalam kegiatan berdakwah (Hariyanto, 2017). Komunikasi persuasif di Indonesia dalam dakwah awalnya dizaman dahulu di masa Walisongo menggunakan media komunikasi tradisional seperti bedug, wayang dan lain-lain. Sedangkan dizaman sekarang media komunikasi modern memanfaatkan kecanggihan teknologi masa kini yaitu berupa media massa yang memiliki keanekaragaman (Masruroh, 2021).

Komunikasi persuasif merupakan suatu seni untuk mempengaruhi sikap dan tindakan manusia yang dilakukan secara halus dan lembut, terutama dengan menggunakan bahasa (Hendri, 2019). Di Indonesia masih terdapat seorang da'i yang dakwah komunikasi persuasifnya kurang diterima mad'u seperti Ustad Yahya Waloni yang saat berdakwah sering menggunakan kata-kata yang kurang baik yaitu mengkafirkan dan menjelekkkan orang non muslim (Sajagat , 2022).

Teknik Komunikasi persuasif adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan komunikasi persuasif (Masruroh, 2021). Dakwah merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengajak, menyeru menuju kepada kegiatan yang baik dan meninggalkan kegiatan yang buruk. Dakwah bukan merupakan kegiatan berupa teror, hujatan atau berupa provokasi yang mengatas namakan Islam. Namun, dakwah ada karena untuk menyampaikan kabar gembira (basyiran)

dan berupa peringatan pada manusia (nadziran) yang dilakukan dengan sadar tanpa adanya paksaan (Wahid , 2019).

Seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi kegiatan berdakwah yang dahulunya dilaksanakan dengan cara *face to face* sekarang dapat beralih ke media online, dimana seorang da'i dapat melakukan dakwahnya dimana saja dan kapan saja, tidak melulu melalui media offline seperti di majlis-majlis taklim, masjid dan tempat untuk berdakwah lainnya. Adanya media sosial sangat mempermudah para da'i dan juga mad'u dalam kegiatan dakwah, media sosial yang sampai sekarang banyak diminati dari berbagai kalangan, khususnya anak-anak muda adalah Instagram (Husna, 2021).

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang banyak diminati di Indonesia, karena Instagram termasuk salah satu media sosial terbesar di dunia. Berdasarkan data *We Are Social* pada bulan April tahun 2022, pengguna aktif Instagram di seluruh dunia telah mencapai 1,45 miliar. Untuk Indonesia sendiri memiliki urutan keempat dari atas dengan pengguna aktif bulanan Instagram sebanyak 99,9 juta orang dibawah India, Amerika Serikat, dan Brasil (Rizaty, 2022).

Selain itu dengan memanfaatkan media sosial Instagram, orang-orang dapat memenuhi kebutuhannya berupa kebutuhan afektif, kognitif, integrasi sosial, integrasi personal, dan sebagai sarana hiburan. Keuntungan dari Instagram diantaranya mengetahui informasi terbaru, bebas mengungkapkan ekspresi diri, dapat memperlihatkan kepribadian diri, dapat berkomunikasi dengan keluarga, teman dan lainnya tanpa keluar dari rumah atau dengan jarak jauh, dan juga terhibur setelah melihat foto atau video lucu di Instagram ( Prihatiningsih, 2017). Di dalam Instagram telah tersedia beberapa fitur-fitur yang menarik bagi pengguna baik berupa gambar, live ig, igtv, feed ig, reel, stories dan lain sebagainya yang pastinya dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan dakwah agar lebih menarik minat penonton.

Berdasarkan fenomena tersebut Instagram telah dimanfaatkan beberapa orang da'i di Indonesia untuk menyampaikan dakwahnya, diantaranya seperti Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat dan lain sebagainya, dikarenakan dengan menggunakan media sosial Instagram seseorang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Isi dari materi dakwah juga tidak hanya menampilkan tulisan saja namun juga dapat berupa audio, gambar, dan video sehingga lebih menarik bagi seorang mad'u. Selain itu dengan dakwah di media sosial dapat mengembangkan dan meningkatkan jumlah pengguna internet hal ini membuat seorang da'i lebih tertarik beralih ke media sosial agar dapat di tonton oleh banyak orang. Yang terakhir efektif dan efisien, seorang da'i tidak terlalu membutuhkan banyak tenaga dan biaya yang cukup besar dengan memanfaatkan kecanggihan handphone ataupun laptop yang tersambung dengan internet seorang da'i dapat menyampaikan dakwahnya dan seorang mad'u mendapat kemudahan dapat melihatnya kapan saja (Masruroh, 2021). Selain itu, media sosial juga memiliki keuntungan yaitu informasinya bersifat ringkas padat, cepat dan sederhana, kemudian penyebaran informasinya cepat dan luas dan yang terakhir dapat membentuk hubungan yang intens (Hidayat, 2020).

Instagram Rizkytaqy adalah akun Instagram yang berisi konten bermuatan dakwah. Pada akun Instagramnya berisi 166 postingan dan diikuti oleh 30,7 ribu pengikut. Kontennya mengkaji informasi yang masih hangat dan *up date*. Konten yang di unggah berupa kuotes dan juga video pendek. Menurut asumsi peneliti isi dari konten yang di upload di akunya sangat menarik, karena berisi video yang mengkaji atau membenarkan dari potongan video yang berupa tindakan kurang pantas atau tidak pantas jika dilakukan oleh umat Islam, videonya singkat, padat, jelas, dan tidak bertele-tele. Selain itu di videonya juga di iringi *backsound* musik anak-anak muda sehingga membuat konten videonya semakin menarik. Lebih menariknya

lagi karena judul dari kontennya bisa dikatakan *clickbait* namun isinya tetap mengandung konten dakwah yang bermanfaat. Teknologi digital di zaman sekarang ini semakin maju, seseorang sering memanfaatkan waktu luangnya untuk menggunakan sosial media, karena kemudahan dalam mengaksesnya hanya dengan menggunakan handphone yang terkoneksi dengan internet mereka dapat mencari semua yang dibutuhkan. Namun, dibalik kemudahan itu tentu ada dampak negatif yang didapatkan seperti masih terdapat anak muda yang masih salah dalam memanfaatkan sosial media, mereka rela melakukan hal yang buruk hanya untuk mendapat viewer banyak. Hal ini tentu saja mengundang banyak permasalahan sehingga perlu adanya pengarahan untuk mengontrol kegiatan yang mereka lakukan yaitu uploadan yang mereka *share* ke media sosial. Cara yang dapat dilakukan salah satunya dengan membenarkan apa yang salah dari konten mereka, bisa mengkritik berupa balasan video, sehingga mereka tau bahwa hal yang dilakukan adalah suatu kesalahan. Peran dakwah disini sangat dibutuhkan meskipun dengan materi yang ringkas dan tentunya mudah dipahami, teknik komunikasi persuasif tentunya sangat dibutuhkan dalam melaksanakan dakwah agar berjalan sesuai dengan tujuan seorang da'i.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti ingin meneliti mengenai Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Rizkytaqy Dalam Berdakwah, karena dalam akun Instagram Rizkytaqy terdapat pembelajaran dakwah yang dapat diambil manfaatnya oleh masyarakat, mengenai ajakan untuk tetap melaksanakan yang baik dan menjauhi larangan yang telah Allah SWT tetapkan kepada umat muslim.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah ?

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif pada Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a) Manfaat Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat menambah ilmu pengetahuan dan referensi bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya agar mempermudah dalam menyusun penelitian mengenai teknik komunikasi persuasif seorang da'i dalam menggunakan media sosial.

#### **b) Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai media dakwah berupa Instagram, yaitu komunikasi persuasif yang berisi tentang dakwah.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Sebelum melakukan penelitian ini peneliti melakukan tinjauan pustaka dengan tujuan agar terhindar dari plagiarisme dan untuk mengetahui apakah terdapat penelitian yang sama dengan apa yang akan diteliti sekarang, berikut hasil penelitian mahasiswa sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan judul penelitian ini, di antaranya:

Pertama, skripsi dengan judul Wacana Komunikasi Persuasif Gus Miftah Dalam Channel Youtube Najwa Shihab (2022) yang ditulis oleh Vicky Hidayah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tujuan dari penelitian

tersebut adalah untuk melihat komunikasi persuasif Gus Miftah dalam Channel Youtube Najwa Shihab. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif menggunakan analisis wacana. Hasil penelitian menyatakan bahwa Gus Miftah tidak memihak pada pemerintah ataupun masyarakat, beliau berperan sebagai penengah antara kedua belah pihak. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti mengenai komunikasi persuasif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitiannya dan platform yang diteliti, pada penelitian Vicky Hidayah meneliti mengenai Gus Miftah dengan platform YouTube sedangkan peneliti meneliti mengenai objek Rizkytaqy dengan platform penelitian Instagram.

Kedua, skripsi yang berjudul Komunikasi Persuasif Dalam Penyampaian Dakwah Pada Channel Youtube CakNun.com (2020) yang ditulis oleh Rokhmad Joko Santoso merupakan mahasiswa dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaplikasian teknik komunikasi persuasif Cak Nun khususnya di channel YouTube CakNun.com. Jenis dari penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa Cak Nun dalam berdakwah menggunakan teknik integrasi dan teknik tataan. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti mengenai komunikasi persuasif dan memakai pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada objek penelitian dan platform yang diteliti, pada penelitian Rokhmad Joko Santoso meneliti mengenai Cak Nun dengan platform YouTube sedangkan peneliti meneliti mengenai objek Rizkytaqy dengan platform penelitian Instagram.

Ketiga, skripsi yang berjudul Teknik Komunikasi Persuasif Wirda Manur Dalam Berdakwah Melalui YouTube di Era Millennial (2020) ditulis oleh Dian Lestari mahasiswa dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengenal teknik komunikasi persuasif Wirda

Mansur dalam berdakwah di era millennial dalam YouTube. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa Wirda Mansur dalam berdakwah menggunakan teknik asosiasi, integral, ganjaran, tataan, dan teknik *read-herring*. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai komunikasi persuasif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitiannya dan platform yang diteliti, pada penelitian Dian Lestari meneliti mengenai wirda Mansur dengan platform YouTube sedangkan peneliti meneliti mengenai objek Rizkytaqy dengan platform penelitian Instagram.

Keempat, skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Terhadap Follower-Nya (2020) yang ditulis oleh M. Deka Algasmi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui nilai-nilai keislam pada akun Instagram Fuadbakh. Jenis penelitian yang dipakai ialah penelitian kualitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa dalam konten Fuadbakh menggunakan strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi *the meaning construction*. Penelitian memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai komunikasi persuasif dan menggunakan pendekatan kualitatif, media yang diteliti berupa Instagram. Kemudian perbedaannya terletak pada objek penelitiannya pada penelitian M. Deka Algasmi meneliti mengenai Fuadbakh sedangkan peneliti meneliti mengenai Rizkytaqy.

Kelima, skripsi dengan judul Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz Gapleh Berbasis YouTube (2021) yang ditulis oleh Alvia Umairoch mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif Ustadz Gapleh dan tanggapan mad'u pada komunikasi persuasif Ustadz Gapleh dalam YouTube. Jenis dari penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Hasil penelitian

menyatakan bahwa Ustadz Gapleh dalam berdakwah menggunakan empat teori psikologis dari pendapat Suwito Kusumowidagdo dan T.A Lathief Rousydy meliputi cara meyakinkan, meresapi, menarik perhatian dan mengulang-ulang. Sedangkan tanggapan mad'u pada komunikasi dakwah persuasif Ustadz Gapleh terdapat 3 jenis tanggapan yaitu tanggapan golongan aktif, pasif dan antipati. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti mengenai komunikasi persuasif dan memakai pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitiannya pada penelitian Alvia Umairoch meneliti mengenai Ustadz Gapleh dengan media Youtube sedangkan peneliti meneliti mengenai Rizkytaqy dengan media Instagram.

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian jenis kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang memiliki tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial (Mulyadi, Basuki, & Prabowo, 2020). Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata baik lisan maupun tulisan dan perilaku berupa gerakan yang dapat diamati (Tohirin, 2012). Penelitian kualitatif dianggap tepat karena digunakan untuk mengetahui perilaku seseorang yang dapat diamati, pada penelitian ini yang dimaksud ialah teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah.

Sedangkan untuk pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan dakwah yaitu cara yang dapat dilakukan untuk menentukan strategi, pola dasar dan langkah dakwah yang meliputi metode dan teknik untuk menentukan keberhasilan dari tujuan dakwahnya (Setiawati, 2009). Pendekatan dakwah yang digunakan ialah pendekatan dakwah psikologis yang menitik beratkan pada perasaan

setiap orang dengan mengetahui keadaan mad'u dari perasaan dan tingkah laku (Andrian, 2019). Oleh karena itu peneliti berusaha menggambarkan bagaimana teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah

## **2. Definisi Konseptual**

### **a) Teknik Komunikasi Persuasif**

Teknik komunikasi persuasif dapat dimaknai juga sebagai usaha yang dilaksanakan oleh seorang komunikator agar komunikan paham, menerima atau meyakini dari pesan yang telah disampaikan. Pada penelitian ini berhubungan mengenai teknik komunikasi persuasif yang dipakai oleh Rizkytaqy dalam melakukan dakwah dengan menggunakan media Instagram. Beberapa teknik komunikasi diantaranya teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan dan *red herring* yang digunakan untuk penelitian dengan judul teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah.

### **b) Akun Instagram**

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang digunakan untuk berbagi video atau foto yang tentunya membutuhkan jaringan internet untuk mengaksesnya. Seseorang banyak yang menggunakan Instagram untuk berbagai keperluan salah satunya untuk menyampaikan pesan berupa kebaikan kepada orang lain. Pada penelitian ini penulis meneliti mengenai akun Instagram Rizkytaqy yang dalam akunnya terdapat beberapa konten dakwah baik itu berupa quotes maupun video yang dapat diambil manfaatnya oleh penontonnya. Dengan demikian maksud judul penelitian ini adalah mengenai teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah.

### c) Dakwah

Pengertian dakwah adalah suatu kewajiban seseorang untuk berbuat ma'ruf dan mencegah munkar, perintah berupa ajakan dalam melaksanakan perilaku yang baik/positif dan juga perintah untuk meninggalkan atau menjauhi perilaku yang buruk/negatif. Hal ini memiliki dua makna yaitu berjuang dalam menegakkan Islam yang benar dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari agar terhindar dari kerusakan di dunia (Pimay, 2005).

Dakwah di konten Instagram Rizkytaqy menjelaskan beberapa hal berupa kesalahan yang sering dilakukan oleh anak remaja dalam mengupload video-video yang seharusnya tidak pantas untuk di *share*, sehingga ia berusaha untuk meluruskan apa yang seharusnya dilakukan oleh seseorang dalam membuat video dengan dasar menyampaikan kebaikan dan menjauhi larangan Allah SWT. Demikian peneliti memilih judul teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah.

### 3. Sumber dan Jenis Data

Pada penelitian ini yang akan menjadi sumber dari data primer ialah beberapa konten yang ada di Instagram Rizkytaqy, dengan memilih lima konten yang di upload pada tahun 2022 berdasarkan *like* terbanyak, diantaranya :

- a). S3S4T dengan jumlah *like* 289.000
- b). HAMIL DILUAR NIKAH dengan jumlah *like* 142.689
- c). Allah Bukan Pelayan mu ! dengan jumlah *like* 247.432
- d). Ke Zholiman dengan jumlah *like* 38.627
- e). Awas Banyak PELANGI dengan jumlah *like* 341.361

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data berupa langkah peneliti untuk mengambil data yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik

data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan teknik dokumentasi.

Dokumentasi merupakan suatu teknik mengumpulkan data yang dituju untuk subyek penelitian. Dokumen bisa berupa surat pribadi, buku harian, laporan kerja, catatan kasus, rekaman video, rekaman suara, foto dan lain sebagainya (Sukandarrumidi, 2012). Teknik dokumentasi dirasa sangat sesuai dengan penelitian karena data diperoleh dari video yang ada dalam konten Instagram Rizkytaqy.

## **5. Teknik Analisis Data**

Menurut Bogdan & Biklen (1982) analisis data ialah suatu proses memilih dan menyusun dengan runtut data-data yang telah didapatkan baik dari catatan lapangan, wawancara dan dari hasil lainnya yang mudah dipahami serta dapat dijadikan tambahan informasi bagi orang lain (Hamzah, 2019). Peneliti menggunakan teknik analisis data menurut Krippendorff dalam penelitiannya yaitu proses penelitian yang memperoleh kesimpulan yang bisa dicontoh, dan absah data dengan mencermati konteksnya (Krippendorff, 1991). Analisis ini berkaitan mengenai komunikasi dan isi komunikasi (Samsu, 2017).

Langkah yang digunakan dalam analisis isi, yaitu

### **a) Unitisasi**

Pada Unitisasi ini peneliti mengklasifikasikan atau memilih konten Instagram yang akan diteliti sesuai dengan jumlah *like* terbanyak dan juga megidentifikasi pada video yang terdapat teknik komunikasi persuasif yang sumber utamanya berupa video Instagram Rizkytaqy.

### **b) Reduksi data atu penyederhanaan data**

Sesudah mempertimbangkan apa yang akan di analisis, kemudian melakukan penyederhanaan dengan memilih video yang benar-benar terdapat teknik komunikasi persuasif,

mencatat pesan dakwah yang disampaikan, dan gaya penyampaian dakwahnya yang mengandung teknik komunikasi persuasif menurut Onong U Effendy.

c) Penarikan inferensi atau penarikan kesimpulan

Langkah berikutnya yaitu mengkategorisasi dan mengklasifikasi data dengan cara mengecek semua data yang telah terkumpul berdasarkan masalah penelitian yang akan dijawab. Selanjutnya merangkai data yang telah difokuskan pada hal-hal pokok, memilih hubungan antara data dengan data, memilih hubungan data dengan teori, dan langkah akhir menarik kesimpulan.

d) Analisis data

Pada langkah ini berhubungan dengan proses mengidentifikasi dan merepresentasikan pola secara deskriptif pada hasil analisis isi dengan cara mengumpulkan data dan menata yang sistematis dari hasil dokumentasi. Dalam tahap ini penulis akan menguraikan permasalahan yang ada pada video dakwah Rizkytaqy di Instagram kemudian melakukan pemaknaan sesuai dengan teori yang ada dan pemikiran dari peneliti (Emzir, 2012).

## **F. Sistematika Penulisan**

Pada skripsi ini agar mudah dimengerti dan pembahasannya terarah maka penulis berusaha untuk menyusul penelitian ini dengan sistematis. Sistematika penulisan dibagi sebagai berikut:

1. Bagian pertama tersusun dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pernyataan, halaman kata pengantar, halaman persembahan, halaman motto, halaman abstrak, halaman transliterasi, halaman daftar isi, halaman daftar tabel dan halaman daftar gambar
2. Bagian kedua terdiri dari lima bab diantaranya:

## BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini terdiri dari empat sub bab. Pada sub bab pertama menjelaskan mengenai teknik komunikasi persuasif diantaranya pengertian teknik, pengertian komunikasi, teknik komunikasi, pengertian komunikasi persuasif, fungsi komunikasi persuasif, unsur-unsur komunikasi persuasif, hambatan komunikasi persuasif, pengertian teknik komunikasi persuasif, alat utama dalam komunikasi persuasif, macam-macam teknik komunikasi persuasif. Kemudian di sub bab yang kedua menerangkan Instagram yaitu perilaku pengguna Instagram. Pada sub bab yang ketiga menjelaskan mengenai dakwah yaitu pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, metode dakwah, media dakwah, tujuan dakwah dan prinsip-prinsip dakwah. Sedangkan pada sub bab keempat menjelaskan mengenai teori Onong Uchjana Effendy.

## BAB III : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai gambaran umum akun Instagram Rizkytaqy.

## BAB IV : ANALISIS

Pada bab ini menguraikan mengenai hasil penelitian berdasarkan analisis teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah yang telah diteliti.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan berupa jawaban dari permasalahan yang diteliti serta menuliskan saran, kata penutup, daftar pustaka, lampiran, dan biodata penulis.

## BAB II

### TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF

#### A. Teknik Komunikasi Persuasif

##### 1. Pengertian Teknik

Teknik adalah suatu cara yang dipakai seseorang untuk menyampaikan atau menunjukkan informasi kepada orang lain agar dapat dipahami dengan baik dan maksimal (Nasor, 2013).

Pengertian lain dari teknik adalah suatu cara untuk melakukan atau membuat sesuatu yang berkaitan dengan seni, atau suatu metode ataupun sistem yang digunakan untuk mengerjakan sesuatu (Bahasa, 2016).

##### 2. Pengertian Komunikasi

Pertama, pengertian komunikasi menurut asal kata atau dilihat dari etimologis. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu “*communication*”, yang bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti “sama, yakni “sama makna”. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi akan berjalan jika ditemukan kesamaan arti mengenai sesuatu yang dikomunikasikan. Jadi, keberlangsungan suatu komunikasi terletak pada sejauh mana seseorang mengerti pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh lawan bicaranya. Terdapat pendapat lain mengenai pengertian komunikasi yang berasal dari kata *communicare* yang memiliki arti memberitahukan, berpartisipasi, atau sebagai kepunyaan bersama. Dalam istilah bahasa Inggris kepunyaan bersama dari kata “*common*” yang artinya “biasa” atau “milik bersama” (Nurudin, 2016) .

Kedua, secara terminologis, komunikasi memiliki arti suatu proses mengutarakan suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Komunikasi terjadi jika seseorang atau kelompok menyampaikan

sesuatu kepada orang lain. Kesamaan makna dalam pengertian ini tidak menjadi pertimbangan penting (Hendri, 2019).

### **3. Teknik Komunikasi**

Menurut Effendy, teknik komunikasi dibagi menjadi empat, yaitu:

- a) Komunikasi informatif ialah komunikasi yang menitikberatkan pada proses pengutaraan pesan yang bertujuan untuk memberi tahu suatu hal atau untuk memberi informasi.
- b) Komunikasi instruktif atau koersif yaitu suatu proses penyampaian pesan berupa ancaman atau sanksi.
- c) Komunikasi persuasif adalah suatu komunikasi yang memiliki tujuan untuk merubah sikap dan perilaku manusia secara sukarela tanpa paksaan.
- d) Hubungan manusia ialah komunikasi bertujuan sebagai alat penghubung antar seseorang kepada orang lain atau suatu kelompok (Hendri, 2019).

### **4. Komunikasi Persuasif**

#### **a. Pengertian Komunikasi Persuasif**

Pengertian komunikasi persuasif menurut Burgon dan Huffner (2002), antara lain:

- 1) Suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk memengaruhi pendapat dan pikiran komunikan agar sesuai dengan pendapat komunikator.
- 2) Suatu proses komunikasi yang berupa suatu ajakan atau bujukan kepada orang lain dengan tujuan untuk mengubah suatu pendapat, sikap dan keyakinan sesuai dengan harapan komunikan tanpa adanya suatu paksaan atau ancaman (Masruroh, 2021).

## **b. Fungsi Komunikasi Persuasif**

- 1) Fungsi kontrol. Tujuan dari komunikasi persuasif yaitu untuk perubahan, dan perubahan dikatakan berhasil jika persuasi dapat mengontrol atau mengendalikan suatu perubahan. Poin terpenting dalam fungsi control ialah kemampuan mengendalikan perubahan dalam proses persuasi. Jika dalam komunikasi persuasif tidak terdapat perubahan sikap, maka fungsi kontrol tidak berjalan. Contohnya seperti seorang yang berjualan ia berhasil membuat konsumennya untuk membeli produk yang ditawarkannya, karena orang tersebut telah berhasil mengendalikan perubahan sikap konsumennya yang awalnya tidak berminat menjadi berminat dan mengeluarkan uangnya untuk membeli produknya.
- 2) Fungsi perlindungan konsumen. Komunikasi persuasif menjadikan seseorang lebih cermat lagi menyaring pesan persuasif yang banyak betebaran disekeliling kita. Setiap hari kita telah disuguhi berbagai macam pesan persuasif, baik di televisi, radio, handphone dan lain sebagainya
- 3) Fungsi pengetahuan. Dari mempelajari komunikasi persuasif membuat seseorang mendapat wawasan mengenai peran persuasi dalam bermasyarakat dan dinamika psikologi persuasif. Peran dalam masyarakat disini yaitu menelaah keterkaitan individu dengan pengaruh dari individu , kelompok organisasi atau lembaga individu tersebut menyatu (Hendri, 2019).

## **c. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif**

### 1) Persuader

Persuader disini sering disebut dengan komunikator. Persuader sendiri ialah individu atau sekawanan orang yang menyampaikan suatu pesan yang memiliki tujuan untuk

memengaruhi perilaku, sikap dan pendapat orang lain dapat itu berupa verbal maupun nonverbal. Sikap yang harus dimiliki oleh seorang persuader menurut Effendy (1986), yaitu:

- a. Reseptif ialah suatu sikap bersedia menerima pendapat dari orang lain.
- b. Selektif yaitu menyaring informasi terlebih dahulu apa yang didapat sebelum menyampaikan kepada orang lain.
- c. Digestif ialah kegiatan mencerna dari berbagai gagasan yang diterima.
- d. Asimilatif yaitu mengolah beberapa gagasan yang telah diterima.
- e. Transmisif adalah pemilihan bahasa untuk menyusun kata-kata yang logis dan fungsional.

Selain itu terdapat karakter seorang persuader yang sering disebut dengan ethos, yaitu maksud yang baik, akhlak yang baik dan pikiran yang baik (good will, good moral character, good sense) (Rakhmat, 2005). Kategori ethos menurut Aristoteles, antara lain:

- a) Phronesis (kebijaksanaan atau kemampuan) yaitu suatu kecerdasan atau kepakaran dari komunikator.
- b) Arete yaitu suatu kehebatan atau kebaikan seorang komunikator yang dinilai sebagai reputasi atau kredibilitas.
- c) Eunoia (niat baik komunikator kepada komunikan) yaitu berkaitan mengenai integritas dan moral seorang komunikator.

## 2) Pesan Komunikasi Persuasif

Pesan terdapat 2 kategori yaitu berupa kode dan konten. Kode sendiri yaitu suatu simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Contohnya seperti tulisan, perkataan, musik, foto, film dan lain sebagainya. Sedangkan konten yaitu

suatu pesan yang di sampaikan melalui media. Bentuk pesan dibagi menjadi dua, yaitu

- a. Pesan verbal adalah suatu pesan yang disampaikan dengan berupa kata yang diucapkan atau juga bisa berupa tulisan.
- b. Pesan nonverbal adalah suatu pesan yang disampaikan melalui gerakan anggota tubuh (menganggukkan kepala, mengacungkan jempol, senyum, tatapan mata dan lain sebagainya) bisa juga berupa musik, patung, tarian, lukisan, dan sebagainya (Mulyana, 2016).

Faktor pesan menurut Hovland meliputi :

- 1) Objektivitas dari suatu pesan
- 2) Penyampaian pesan dan penyampaian argumen
- 3) Gaya pesan yang terdiri dari gaya bahasa dan pengulangan yang dipakai.
- 4) Daya tarik pesan yaitu berupa daya tarik rasional dan emosional.

### 3) Saluran Komunikasi Persuasif

Saluran komunikasi persuasif berupa media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran komunikasi persuasif dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Saluran komunikasi tatap muka yaitu suatu aktivitas yang dilakukan secara langsung seorang komunikator bertatap muka dan melihat dengan komunikan.
- b. Saluran komunikasi bimedia yaitu suatu peralatan teknis yang dipakai untuk menyampaikan pesan kepada komunikator.

Seseorang yang menerima pesan disebut khalayak dan media yang digunakan ialah media massa. Media massa sendiri terbagi menjadi tiga, antara lain :

1. Media cetak seperti majalah, koran, tabloid, buku dan lain-lain.
2. Media elektronik seperti televisi, radio, bioskop dan sebagainya.
3. Media online ialah media yang cara penggunaannya memerlukan internet.

#### 4) Persuadee

Persuadee adalah seseorang yang menerima pesan bisa disebut dengan komunikan, khalayak, sasaran (Hendri, 2019).

### **5. Hambatan Komunikasi Persuasif**

Hambatan komunikasi dapat ditentukan sesuai dengan tingkat rintangan yang dihadapi. Menurut Fisher, hambatan komunikasi ada dua yaitu faktor mekanisme dan faktor psikologis. Hambatan mekanisme disebabkan oleh proses penyampaian pesan komunikasi yang terganggu, terbatas, tercemar atau rusak. Masalahnya bersumber dari faktor internal misalnya salah penafsiran pada pesan, atau bisa juga bersumber pada faktor eksternal misalnya isu, gosip, hasutan. Sedangkan hambatan psikologis disebabkan oleh tidak selarasnya filter konseptual pada diri peserta komunikasi persuasif (Soemirat & Suryana, 2015).

Menurut Hebert G. Hick dan G. Ray Gullet, dalam komunikasi persuasif terdapat 3 faktor penghambat, yaitu faktor dogmatisme, stereotipe, dan pengaruh lingkungan. Pertama, faktor dogmatisme berupa sikap seseorang yang berjuang mempertahankan pendapat, sikap dan juga perilakunya. Hal ini dilaksanakan jika informasi tersebut dapat mengganggu sikap dan kepercayaannya berdasarkan teori inokulasi. Kedua, faktor stereotipe berupa proses interaksi antara hubungan etnis, keluarga, ataupun politik dan tingkah laku tertentu. Stereotipe sudah dibentuk sebelumnya, terkhusus pada manusia dan kelompok sosial. Stereotipe dapat dimaknai sebagai tingkah laku

seseorang atau sekelompok orang. Ketiga, faktor pengaruh lingkungan, seseorang melihat dari pesan komunikasi persuasif apakah baik atau buruk, benar atau salah. Misalnya, seseorang akan terpengaruh pada pesan jika yang menyampaikan pesan itu seseorang yang dikaguminya dan begitupun sebaliknya.

Menurut Mar'at (1982) menyebutkan dua penghambat komunikasi, yaitu berupa faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya seperti, proses belajar, posisi sosial, dan persepsi sosial. Sedangkan faktor eksternalnya seperti harapan yang diinginkan dan faktor penguatan.

Menurut Mulyana (2007) menjelaskan bahwa faktor penghambat terbesar dalam suatu komunikasi adalah sebuah persepsi. Mispersepsi menurut mulyana ialah kesalahan atribusi, efek halo, stereotipe, prasangka dan gegar budaya. Pertama, kesalahan atribusi berupa persuadee melihat penampilan fisik untuk mengamati perilaku orang lain, bisa juga berupa salah dalam menafsirkan perilaku yang dilihat dari usia, daya tarik dan gaya berpakaian. Misalnya beberapa anak muda menganggap kaum yang lebih tua kolot dari segi hal teknologi. Kedua, efek halo yaitu kesalahan dalam persepsi bahwa seseorang membuat kesan menyeluruh kepada seseorang. Misalnya kata motivasi akan lebih berpengaruh dan ngena jika disampaikan oleh motivator ternama, padahal kata-kata itu sering kita dengar dari teman atau keluarga. Motivator terkenal menyebabkan efek kuat dalam pembentukan pesan dan pengaruh nilai pesan. Ketiga, stereotipe ialah generalisasi seseorang berdasarkan pada secul informasi dan membentuk suatu asumsi yang berdasarkan keanggotaan seseorang pada suatu kelompok. Contohnya seseorang menolak hubungan materi dengan suku padang, karena menurutnya orang padang cenderung pelit dan hitung-hitungan persoalan materi. Keempat, prasangka yaitu seseorang menilai orang lain dari

pengalaman terdahulu. Misalnya isu bahwa sebagian pengemis menjadikan ladang mencari nafkah untuk hidup glamor, hasil dari mengemis digunakan untuk membeli rumah dan mobil, sehingga orang-orang mengurungkan niat untuk bersedekah. Kelima, gegar budaya yaitu kegelisahan seseorang saat beradaptasi ketika dihadapkan dengan budaya baru (Hendri, 2019).

## **6. Teknik Komunikasi Persuasif**

### **a) Pengertian Teknik Komunikasi Persuasif**

Teknik memiliki arti suatu cara yang sistematis untuk mengerjakan sesuatu. Teknik juga dapat diartikan sebagai suatu siasat, kiat atau suatu penemuan yang dimanfaatkan untuk menyelesaikan dan menyempurnakan suatu tujuan yang hendak dicapai oleh seseorang (Iskandarwassid & Sunendar, 2011).

Sedangkan pengertian teknik komunikasi persuasif ialah suatu cara untuk menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain yang memperhatikan aspek psikologi, yang caranya tanpa adanya paksaan yaitu tumbuh dari diri seseorang pribadi (Nasor, 2013).

### **b) Alat Utama Dalam Melakukan Komunikasi Persuasif**

Menurut DeVito, alat utama dalam melakukan komunikasi persuasif ada tiga, yaitu:

- 1) Memperkuat argumen serta bukti. Argumen ialah suatu penarikan kesimpulan yang tentunya berdasarkan bukti-bukti yang ada. Penalaran memerlukan bukti-bukti pendukung yang netral, baru dan kuat.
- 2) Daya Tarik psikologis. Daya Tarik psikologis berpatokan pada pola yang mendorong seseorang untuk mengubah, mengembangkan, atau untuk memperkuat suatu sikap atau perilaku tertentu. Pola atau motif tersebut dapat berupa kekuasaan, pengaruh, pengakuan, rasa takut dan lain-lain.

- 3) Daya Tarik kredibilitas. Kredibilitas ini berpacu pada kualitas dari seorang *persuader*, yaitu katakter seorang *persuader* sendiri. Karakter yang dapat menjadi daya tarik seseorang ialah seorang persuader yang berempati, sopan, santai, ramah, serius, homuris dan terbuka (Hendri, 2019).

**c) Macam-Macam Teknik Komunikasi Persuasif**

Menurut Onong U. Effendy teknik persuasif dibagi menjadi lima, diantaranya:

- 1) Teknik Asosiasi

Adalah suatu teknik yang dilaksanakan dengan cara memanfaatkan peristiwa yang menarik perhatian. (Suhandang, 2014)

- 2) Teknik Integrasi

Yaitu suatu teknik berupa membuat kesamaan atau senasib antara komunikan dan komunikator.

- 3) Teknik Ganjaran

Yaitu suatu teknik yang dilakukan dengan cara menunjukkan iming-iming hal yang mengembirakan, harapan baik, atau ganjaran. Selain itu juga berupa menakut-nakuti, ancaman atau berupa gambaran buruk yang dapat menyusahkan orang.

- 4) Teknik Tataan (Iching)

Yaitu suatu teknik berupa motivasi untuk menarik perhatian komunikan yang mendengarkan, dalam teknik ini seorang komunikator menggunakan bahasa yang indah dalam menyampaikan pesan.

- 5) Red Herring

Ialah suatu teknik komunikasi dengan mengalihkan topik pembicaraan sesuai apa yang dikuasai atau yang diinginkan oleh komunikator (Effendy, 2018).

## **B. Instagram**

### **1. Perilaku Pengguna Instagram**

Dilihat dari segi biologis, perilaku ialah suatu kegiatan seseorang atau organisme dalam melakukan kegiatan yang saling berhubungan baik secara individu maupun kelompok. Perilaku yang dimaksud disini ialah mengunggah foto dengan ciri khas yang mereka miliki, memfollow akun yang mereka sukai, mengunfollow yang mereka jarang melakukan interaksi atau bahkan tidak ada interaksi sama sekali, memberi *like* pada postingan teman atau postingan yang disukai, memberi komentar pada postingan seseorang yang dirasa menarik, memberikan hastag pada foto yang diunggah untuk memperbanyak *viewer*, dan lain sebagainya (Nugraha & Akbar, 2018).

Instagram adalah salah media media yang tergolong dalam kategori *picture sharing* yang tidak hanya memberikan kemudahan-kemudahan untuk mengupload file-file baik berupa foto dan gambar digital ke internet lewat website dari aplikasi web browser, tapi dizaman sekarang ini semua aplikasi dapat dipasang lewat smartphone, tablet, laptop dan lain sebagainya yang terpasang jaringan internet. Instagram juga terpasang di platform Android dan IOS. Seseorang yang mengembangkan aplikasi Instagram ialah Kevin Systrom dan Mike Krieger yang awalnya hanya mengutamakan untuk aplikasi mobile pada platform IOS. Akan tetapi setelah mempertimbangkan kemampuan dan arah bisnis dari aplikasi ini, yang ternyata cenderung berfungsi untuk berbagi file berupa gambar atau foto dengan mudah dan cepat dan juga kemungkinan pengguna aplikasi dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya. Sehingga muncul nama Instagram, kata instan sendiri memiliki arti gambar atau foto dengan cepat atau instan, sedangkan

kata gram yaitu merujuk dari telegram yang artinya komunikasi online (Pratama, 2020).

Selain itu dalam Instagram terdapat beberapa fitur diantaranya, *feed, like, share, comment, direct message, follow* dan *follower, story, live, highlight*, fitur kamera, *editing, caption, feeds, IGTV* (Fujiawati, 2021).

## C. Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah adalah kata bentuk dari bahasa arab *da'a - yad'u - da'watan* yang memiliki arti ajakan, seruan atau panggilan (Yusuf, 2016). Sedangkan arti dakwah secara umum ialah suatu seruan atau ajakan untuk melakukan kebaikan dan menjauhi larangan yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT (Ilahi, 2010). Sesuai dengan firman Allah Surat Ali - Imran ayat 104, yang berbunyi :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

**Artinya :** “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (RI, 2002).

Pengertian dakwah menurut para ahli :

- a) Menurut Prof. Dr. Hamka dakwah ialah panggilan untuk menganut pendirian yang berdasar pada konotasi positif yang intinya terletak pada perintah amar ma'ruf nahi munkar.
- b) Menurut Muhammad Natsir dakwah memiliki arti suatu kewajiban berupa tanggung jawab bagi muslim untuk beramar ma'ruf nahi munkar.

- c) Menurut Syaikh Abdullah Ba'alawi dakwah yaitu membimbing, mengajak, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat dari ajaran agama untuk mengalihkan atau mengarahkan kepada jalan kebenaran kepada Allah SWT, serta menyuruh mereka melakukan kebaikan dan melarang melakukan keburukan untuk mendapat kebahagiaan di dunia dan juga di akhirat.
- d) Syaikh Muhammad Abduh mengatakan dakwah ialah menyeru pada kebaikan dan mencegah pada kemunkaran adalah kewajiban bagi setiap muslim.
- e) Hamzah Ya'qub menyatakan bahwa dakwah ialah mengajak manusia berdasarkan hikmah (kebijaksanaan) untuk melakukan perintah atau petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya (Saputra, 2012).
- f) Menurut Abdul Munir Mulkan mengatakan bahwa dakwah ialah mengalihkan perspektif umat dari keadaan yang kurang baik ke keadaan yang lebih baik dalam semua segi kehidupan dengan tujuan mewujudkan petunjuk Islam dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, baik dalam keluarga, individu, ataupun masyarakat, yang termasuk dalam seluruh tata kehidupan bersama (Mulkan, 1993).

## **2. Unsur-unsur Dakwah**

- a. Materi dakwah (*maaddah al-dakwah*) yaitu materi yang terdiri dari bidang akidah, syariah dan akhlak. Keseluruhan materi dakwah harus bersumber pada Al-Qur'an, As-Sunnah, hasil ijtihad ulama, sejarah peradaban Islam.
- b. Subjek dakwah (*da'i*) yaitu orang melakukan dakwah yang disampaikan kepada seseorang atau masyarakat. Seorang da'i dapat melaksanakan dakwahnya baik pada individu maupun secara kolektif melalui kelompok, organisasi dan lain sebagainya.
- c. Objek dakwah (*mad'u*) yaitu seseorang atau kelompok orang yang didakwahi, seseorang yang diajak ke jalan kebenaran agar selamat didunia dan akhirat. Objek dakwah sangat heterogen, contohnya

masyarakat yang berprofesi sebagai pegawai, pedagang, petani, nelayan, artis, buruh, karyawan, anggota eksekutif, legislatif, dan lainnya. Jika dikelompokkan sesuai aspek geografis, masyarakat ada yang bertempat tinggal di pedesaan, perkotaan, pegunungan, pesisir dan ada juga yang bertempat tinggal di pedalaman. Jika dilihat dari aspek agama, mad'u ada yang muslim atau mukmin, musyrik, kafir, munafik dan lain sebagainya.

### 3. Metode dakwah (thariqoh al-dakwah)

Yakni kiat atau strategi seorang da'i untuk mengutarakan dakwahnya kepada mad'u. Metode dakwah telah disebutkan dalam QS An-Nahl ayat 125, yang berbunyi (Fahrurrozi, 2019) :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”* (RI, 2002).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa ditemukan tiga metode dalam berdakwah yaitu metode bil hikmah, metode mau'izhoh hasanah dan metode mujadalah yang akan dijelaskan sebagai berikut :

#### a) Al-Hikmah

Di dalam Al-Qur'an kata hikmah disebutkan 20 kali baik berbentuk ma'rifat maupun nakiroh. Kata hikmah yang berbentuk masdar ialah “hukman” yang memiliki arti mencegah. Jika dihubungkan dengan hukum artinya mencegah dari perilaku zalim sedangkan jika dihubungkan dengan dakwah bermakna menjauhi dari hal yang tidak sesuai dengan ajaran Islam dalam melaksanakan

dakwah. Dapat disimpulkan bahwa metode al-hikmah ini ialah keterampilan seorang da'i dalam memilih teknik dakwah sesuai dengan keadaan mad'unya dalam memberi argumen mengenai ajaran Islam yang logis dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami (Munir, 2015).

b) Al-mau'idza Al-Hasanah

Kata mau'idzah hasanah menurut bahasa terdiri dari dua kata, yaitu mau'idhah dan hasanah. Kata mau'idhah sendiri berasal dari kata *wa'adza - ya'idzu - wa'dzan - 'idzatan* yang memiliki arti peringatan, pendidikan, bimbingan, dan nasihat. Sedangkan kata hasanah adalah kebalikan dari kata *sayyi'ah* yang bermakna kebaikan lawan dari kejelekan.

c) Al-mujadalah

Menurut bahasa kata mujadalah memiliki makna melilit, memintal. Sedangkan menurut istilah ialah suatu kegiatan pertukaran pendapat antara dua pihak tanpa adanya permusuhan diantara keduanya dengan tujuan untuk memberi argumen atau bukti kuat agar pendapatnya diterima oleh lawan bicara, yang mana kedua belah pihak saling menghargai dan menghormati pendapat satu sama lain dan mengakui kebenaran dari pendapat orang lain (Munir, 2015).

#### **4. Media dakwah (wasilah al-dakwah)**

Yaitu alat atau media yang dipakai seorang da'i untuk mempermudah penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Media dakwah ini bisa berupa bentuk lisan atau tulisan. Media dakwah yang sering digunakan seorang da'i diantaranya sebagai berikut :

- a. Media visual yaitu alat yang dipakai untuk menyampaikan informasi melalui indra penglihatan seperti film slide , overhead proyektor (OHP), gambar dan foto.
- b. Media audio ialah suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dengan indra pendengaran sebagai penangkap materi dakwah seperti radio dan tape recorder.
- c. Media audio visual ialah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dengan menampilkan audio dan juga visual. Jadi dakwah tersebut dapat ditonton sekaligus di dengarkan seperti televisi, film atau sinetron, video YouTube dan media yang memanfaatkan internet lainnya.
- d. Media cetak media yang dipakai untuk menyampaikan suatu informasi berupa tulisan yang dicetak, seperti halnya buku, surat kabar dan juga majalah (Amir, 2009).

#### **5. Tujuan Dakwah**

Tujuan dakwah (*maqashid al-dakwah*) yaitu tujuan yang ingin diperoleh seseorang saat mengikuti kegiatan dakwah. Tujuan dakwah ada dua, yang pertama tujuan jangka pendek yang memiliki tujuan agar manusia mematuhi semua ajaran Allah SWT dan Rasulullah dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, sehingga terwujud manusia yang memiliki akhlak baik, menjadi individu baik, keluarga yang sakinah, menjadikan sebuah komunitas yang tangguh sampai akhirnya terbentuklah suatu bangsa yang maju dan sejahtera dalam Al-Qur'an disebut *Baladun thoyyibatun wa robbun ghofur*. Tujuan dakwah yang kedua yaitu tujuan jangka panjang berupa meraih keridhoan Allah SWT (Saputra, 2012).

## 6. Prinsip-Prinsip Dakwah

Prinsip-prinsip dakwah menurut Achmad Mubarak, diantaranya:

- a) Dakwah harus dimulai dari diri sendiri dan keluarga sebagai contoh bagi masyarakat.
- b) Seorang dai secara mental harus berani memiliki resiko, mengalami kesulitan saat berdakwah sebagaimana perjuangan Nabi saat berdakwah.
- c) Seorang da'i harus sadar bahwa pesan yang disampaikan memerlukan proses pemahaman bagi masyarakat.
- d) Da'i juga harus memahami apa yang difikirkan oleh masyarakat.
- e) Saat mengalami kesulitan dalam berdakwah seorang da'i harus bersabar.
- f) Harus membangun dan mempertahankan citra positif saat berdakwah karena satu kesalahan akan berakibat fatal dan menimbulkan citra negatif.
- g) Seorang da'i harus mencermati urutan yang menjadi pusat perhatian dakwah yaitu dari hal yang universal dahulu yaitu al-khair (kebajikan), yad'una lil al-khair, kemudian amar ma'ruf nahi munkar (Ilaihi, 2013).

## D. Dasar-Dasar Komunikasi Persuasif dalam Islam

### 1. Pentingnya Komunikasi Persuasif dalam Kegiatan Dakwah

Pentingnya komunikasi persuasif untuk kegiatan berdakwah terdapat tiga pendekatan, yaitu yang *pertama*, menggunakan pendekatan Al-Quran yang menyatakan bahwa rujukan pertama dalam kegiatan dakwah ialah bersumber pada ayat-ayat Al-Quran. Di dalam Al-Quran telah dijelaskan bahwa seorang da'i harus paham mengenai situasi dan keadaan mad'unya dari segala aspek, seperti pendidikan, ekonomi, budaya, psikologis, status sosial dan lain sebagainya. *Kedua*, menggunakan pendekatan sejarah bahwa Islam tidak pernah

memaksa, memusnahkan atau membunuh seseorang yang tidak sejalan atau berbeda kepercayaan dengan Islam. *Ketiga*, Pendekatan realitas di dalam kegiatan komunikasi, komunikasi persuasif tidak luput dari bidang sosial seperti untuk kegiatan mengenalkan program pemerintah, memasarkan produk barang dan jasa, kegiatan politik, dan lain-lain. Dalam berdakwah seorang da'i harus memiliki kemampuan komunikasi persuasif yang baik dan tidak terdapat pemaksaan (Masruroh, 2021).

## **2. Bentuk Komunikasi Persuasif dalam Islam**

**Bentuk-bentuk komunikasi persuasif dalam Islam, diantaranya:**

### **a) Tabligh**

Kata tablig secara bahasa memiliki arti menyampaikan, sedangkan secara istilah berarti suatu bentuk dakwah yang dilakukan dengan cara menyebarluaskan ajaran Islam lewat media massa atau media mimbar yang bertargetkan orang banyak.

### **b) Khotbah/Khitabah**

Suatu kegiatan dakwah untuk mengajak orang lain supaya meningkatkan kualitas ketakwaan dan mengasih nasihat yang isinya berupa ajaran agama. Kegiatan khutbah dalam Islam dapat berupa Khutbah Jum'at Idul Fitri dan Idul Adha.

### **c) Nasihat**

Mengutarakan perkataan yang baik kepada seseorang atau sekelompok orang agar memperbaiki tingkah laku atau sikapnya. Nasihat dalam berdakwah harus berupa pesan mendidik yang berdasarkan kebenaran sesuai dengan ajaran Islam.

d) Fatwa

Menurut Zamakhsyri fatwa berarti suatu penjelasan mengenai hukum syara' tentang suatu permasalahan dari pernyataan individu atau sekelompok orang.

e) Tabshir/Tarhib

Suatu menyampaikan berita gembira mengenai ajaran agama Islam kepada orang lain yang menerima kabar tersebut.

f) Tandzir/Tarhib

Menyampaikan ajaran Islam kepada seseorang yang berisi mengenai suatu berita berupa ancaman atau peringatan untuk seseorang yang melanggar syariat.

g) Maw'izah al-Hasanah

Menyampaikan nasihat baik kepada seseorang tentu dengan kiat yang baik, yaitu berupa ajaran menuju kebaikan melalui bahasa yang baik, yang dapat diterima, melekat dihati, masuk akal sampai yang menerima nasihat juga dapat mengikuti apa yang disampaikan dengan suka rela.

h) Al-Irshad

Kata irshad secara bahasa memiliki arti pembimbing, petunjuk. Sedangkan secara istilah berarti suatu proses menyampaikan ajaran Islam dengan kegiatan penyuluhan, bimbingan dan kegiatan psikoterapi islami yang sarannya satu orang atau kelompok (Sukayat, 2015).

**3. Karakteristik Komunikasi Persuasif dalam Islam**

a) Mudah dipahami

b) Menyenangkan

c) Adanya relasi yang baik

- d) Ringkas dan bersisi
- e) Lugas (simple dan mudah dimengerti)
- f) Akomodatif
- g) Bil hikmah
- h) Pengajaran yang baik
- i) Lemah lembut
- j) Sikap hangat dan bersahabat
- k) Keteladanan
- l) Berkharisma
- m) Kefasihan atau kelancaran berbicara (Arpin , 2021).

#### **E. Teori Onong Uchjana Effendy**

Teori ini mengenai teknik komunikasi persuasif, menurut Onong Uchjana Effendy menyebutkan bahwasanya terdapat lima teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik *red-herring* dan teknik tataan. Teknik komunikasi persuasif ini bisa dimaknai bahwa suatu upaya yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada komunikan untuk dapat menerima suatu keyakinan ataupun pemahaman dari seorang komunikator (Effendy, 2018).

Menurut Moh. Ali Aziz mengatakan bahwa dengan internet kegiatan dakwah dapat tersebar diseluruh penjuru negeri atau bahkan kepenjuru dunia tanpa terbatas oleh tempat dan waktu. Salah satu media yang digunakan untuk

kegiatan dakwah berupa Instagram yang tentunya memanfaatkan internet, Instagram sendiri telah banyak dimanfaatkan untuk berdakwah oleh beberapa pendakwah di Indonesia (Aziz, 2017).

Jika diterapkan dalam penelitian ini maka peneliti mengamati mengenai teknik komunikasi persuasif dengan media Instagram yang terdapat pada akun Rizkytaqy dalam berdakwah .

### **BAB III**

#### **AKUN INSTAGRAM RIZKYTAQY, TRANSKIP TEKS DAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF**

##### **A. Deskripsi Akun Instagram Rizkytaqy**

Akun Instagram Rizkytaqy adalah suatu akun yang Instagram yang di dalamnya berisi menyampaikan dakwah untuk kalangan anak muda. Nama asli pemilik akun Instagram ini ialah Rizky Taqy, ia merupakan seorang mahasiswa kelahiran Medan, Sumatra Utara. Ia merupakan mahasiswa aktif di Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, dengan konsentrasi jurusan perbandingan madzhab. Rizkytaqy memulai konten dakwah pada akhir tahun 2019, dimana ia memulai membuat konten karena terinspirasi dari konten Hawariyyun, agar anak-anak muda di zaman sekarang dapat taat pada ajaran agama dengan cara membuat konten-konten yang terkesan menginspirasi.

Isi konten Instagramnya mengenai permasalahan-permasalahan yang sedang hits dibicarakan menjadi konten yang fyp di TikTok, kemudian ia menanggapi dan memberikan argument berupa kritikan pada konten TikTok tersebut, agar dapat menyampaikan berita kebenaran dan mengarahkan anak-anak muda agar lebih taat pada ajaran agama. Pada akun Instagram Rizkytaqy terdapat 173 postingan dan memiliki 30,7 ribu pengikut. Namun pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitiannya ialah Teknik komunikasi persuasif Rizkytaqy dalam berdakwah di akun Instagramnya, penulis memilih beberapa konten Instagramnya melihat dari jumlah *like* terbanyak.

##### **B. Transkrip Teks Dakwah Rizkytaqy**

Berikut ialah pemaparan transkrip teks dari lima video konten dakwah Rizkytaqy di Instagram, yang mana telah penulis sesuaikan

dengan video yang dipilih untuk menjadi bahan penelitian berdasarkan ada jumlah *like* terbanyak, diantaranya :

### 1. Konten dakwah dengan judul S3S4T



Gambar. 1 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy

Video ini di publikasi pada tanggal 3 Maret 2022 dengan jumlah *like* sebesar 288.900 orang. Pada video ini Rizkytaqy menjelaskan mengenai tindakan pacaran yang diperlihatkan langsung dan tanpa rasa malu mereka mempublikasikan keromantisan hubungan yang sebenarnya tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam.

Pada bagian pembukaan video konten Instagram rizkytaqy selalu identik dengan menampilkan video yang akan dibahasnya. Pada pembukaan video ini berupa adegan bersentuhan tangan lawan jenis yang di upload di TikTok mereka. Sedangkan pada bagian transkrip teks pada bagian isi pembahasan rizkytaqy memberikan pendapatnya :

“Iya, sebenarnya gua bisa aja ngikutin lo, ngikutin trend kayak gini. Tapi gue gak mau, karena apa, karena dosa. Kita gak boleh nyentuh perempuan yang bukan mahram kita, makanya gue nggak mau. Ini ya, asal lo tau. Percaya atau tidak, orang-orang yang tidak malu terhadap dosanya, maka tidak akan di ampuni. Sebagaimana sabda Nabi “Kullu Ummati Mu’afan Illa Mujahirun”. Sesungguhnya semua umatku akan di ampuni, kecuali orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya. Jadi orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya, kalau dia tidak bertaubat maka Allah tidak akan mengampuni dosanya. Ini janji Nabi kita, Nabi Muhammad SAW, dan ini alasan gue nggak mau ngikutin trend ini, dan nggak mau pacaran, karena apa, sesat ! Mikir !”

## 2. Konten dakwah dengan judul **HAMIL DILUAR NIKAH**



Gambar. 2 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy

Video ini di publikasi pada tanggal 22 Juni 2022 dengan jumlah *like* sebesar 142.471 orang. Pada video ini Rizkytaqy meluruskan

bahwa perempuan alim tidak hamil diluar nikah, karena perempuan alim tahu batasan-batasan yang di ajarkan oleh agama, mereka tidak akan melanggar batasan tersebut.

Pada bagian pembukaan video konten Instagram rizkytaqy selalu identik dengan menampilkan video yang akan dibahasnya. Pada bagian pembukaan konten ini berupa video seseorang yang berada di diskotik yang terdapat tulisan “ Pertahankan nakalmu karena yang alim cepat hamil, FAKTA DI LAPANGAN MEMANG BEGITU.” Sedangkan pada bagian transkrip teks pada bagian isi pembahasan rizkytaqy memberikan pendapatnya :

“Poin pertama, cewek alim atau cewek sholehah itu tidak akan pernah hamil duluan atau hamil di luar nikah. Jangankan hamil duluan atau hamil diluar nikah, keluar rumah aja jarang kalau tidak ada kepentingan, dan point kedua kalau mbak katakan itu fakta di lapangan, sebenarnya mbak liat itu buka cewek alim atau cewek yang sholehah, tapi itu cewek yang terlihat alim dan cewek yang terlihat sholehah. Alim dan sholehah itu dibagi dua, ada yang bener-bener alim dan ada juga yang terlihat alim dan ada juga yang bener-bener sholehah dan ada juga yang terlihat sholehah. Jadi cewek sholehah itu bukan dilihat dari penampilannya, bukan dilihat dari dia berpakaian syari, bukan. Tapi, dia yang bisa menjaga harga dirinya, dia bisa menjaga marwahnya dan dia mempunyai rasa malu dan kalau ada perempuan seperti itu pasti dia menutup aurat.”

### 3. Konten dakwah dengan judul Allah Bukan Pelayan mu !



Gambar. 3 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy

Video ini di publikasi pada tanggal 4 September 2022 dengan jumlah *like* sebesar 247.048 orang. Pada video ini Rizkytaqy menjelaskan mengenai apapun yang menjadi do'a kita terkabul atau tidaknya semua kita pasrahkan kepada Allah dan Allah mengetahui apa yang terbaik buat hamba-Nya. Niatkan semua do'a kita untuk beribadah.

Pada bagian pembukaan video konten Instagram Rizkytaqy selalu identik dengan menampilkan video yang akan dibahasnya. Pada pembukaan video ini berupa video perempuan yang berada dalam mobil yang terdapat tulisan "Berdo'a sama Allah minta yang terbaik, eh besoknya ga sama dia. Mau heran tapi ini jalur langit Hahaha." Sedangkan pada bagian transkrip teks pada bagian isi pembahasan Rizkytaqy memberikan pendapatnya :

“Berdo’a sama Allah minta terbaik. Oke, contoh kayak gini, kita nih lagi makan di restoran atau di rumah makan atau di warteg. Terus kita pesen makanan a dan minuman b, tapi waitersnya dan pelayannya malah ngasih makanan c dan minuman d, gimana reaksi kita ? Ya pasti marah dong, kesel, kecewa gitu kan, ya karena nggak sesuai dengan keinginan kita yang diantar gitu. Ya wajar kita marah, karena kita udah bayar mereka. Tapi kalau kita berdo’a sama Allah dan Allah nggak ngabulin, kita nggak bisa marah, kita nggak bisa kesel, karena Allah bukan pelayan kita, karena Allah bukan waiters kita. Jadi Apapun yang dilakukan Allah, mau Allah ngabulin atau nggak, kita nggak bisa marah, kita ikut aja. Karena baik menurut kita itu belum tentu baik menurut Allah, tapi baik menurut Allah itu sudah pasti baik untuk kita dan ingat satu hal, fungsi doa itu bukan untuk dikabulkan tapi fungsi do’a itu untuk ibadah. Jadi, apapun masalah kita, kita terus berdo’a dan kalau nggak dikabulin ya nggak papa itu jadi ibadah untuk kita. “

#### 4. Konten dakwah dengan judul Ke Zholiman



Gambar. 4 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy

Video ini di publikasi pada tanggal 6 September 2022 dengan jumlah *like* sebesar 38.527 orang. Pada video ini Rizkytaqy menjelaskan mengenai adap berpakaian seorang wanita yang benar, berupa cara memakai kerudung yang harus menutup aurat yaitu rambutnya.”

Pada bagian pembukaan video konten Instagram Rizkytaqy selalu identik dengan menampilkan video yang akan dibahasnya. Pada pembukaan video ini berupa video seorang wanita memakai kerudung namun rambutnya terlihat. Sedangkan pada bagian transkrip teks pada bagian isi pembahasan rizkytaqy memberikan pendapatnya :

“Ada salah satu superhero yang bernama superman. Dahulu superman ini memakai celana dalam diluar, karena dia tahu itu adalah sebuah kezaliman tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya, maka dia hijrah dan memakai celana dalam tetep didalam sesuai dengan fungsinya. Dan kita ketahui bersama bahwa kerudung itu, bahwa hijab itu untuk

menutupi rambut, untuk menutupi aurat. Jadi kalau misalnya ada wanita-wanita muslimah yang sudah memakai kerudung tapi sengaja menampakkan rambutnya, tapi sengaja menampakkan auratnya. Maka ini adalah sebuah kezaliman karena tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya. Tapi kan cantik bang, tapi kan biar keren kayak orang-orang turki atau kayak orang arab gitu. Iya, Arab maktum.”

## 5. Konten dakwah dengan judul Awas Banyak PELANGI



Gambar. 5 Sumber: Media Instagram Rizkytaqy

Video ini di publikasi pada tanggal 8 September 2022 dengan jumlah *like* sebesar 340.633 orang. Pada video ini Rizkytaqy menjelaskan mengenai seorang yang menikah dengan sesama jenis yaitu laki-laki yang menikah dengan laki-laki yang dalam Islam tentu perbuatan tersebut dilarang keras.

Pada bagian pembukaan video konten Instagram Rizkytaqy selalu identik dengan menampilkan video yang akan dibahasnya. Pada pembukaan konten ini berupa video pernikahan sesama jenis yaitu seorang laki-laki dengan laki-laki. yang terdapat tulisan “ LDR 2 Tahun, Resmi Menikah 21 Juni 2021.” Sedangkan pada bagian transkrip teks pada bagian isi pembahasan Rizkytaqy memberikan pendapatnya :

“Kenapa konten-konten kayak gini tuh selalu viral, kenapa konten-konten kayak gini selalu fyp. Bukannya iri dengan konten mereka fyp atau viral, tapi kenapa pihak TikTok dan Instagram tidak memblokir dan membanned konten kayak gini. Malah konten kami yang dakwah, malah konten kami yang mengkritik kemunkaran itu yang di banned, itu yang di blokir. Bahkan akun kami terkena peringatan, Why ? Kenapa ? Benar kata guru aku, kenapa zaman sekarang banyak orang melakukan kemunkaran dan sedikit orang melakukan ketaatan. Karena zaman sekarang, kemunkaran itu dikemas dengan baik. Jadi ketika orang melakukan kemunkaran itu di anggap benar, sedangkan ketaatan itu tidak dikemas dengan baik. Ketika orang melakukan ketaatan itu dianggap salah. jadi tugas kita sekarang, kita kemas ketaatan itu dengan baik, biar banyak orang melakukan ketaatan dan sedikit orang melakukan kemunkaran.”

### **C. Teknik Komunikasi Persuasif Rizkytaqy dalam berdakwah di Instagram**

Sesudah menonton dan menganalisis dari lima video yang telah dipilih oleh penulis dari konten dakwah Rizkytaqy di Instagram, Untuk analisisnya penulis mengikuti teknik komunikasi persuasif yang telah dipaparkan oleh Onong U. Effendy yang telah ditulis dalam buku dinamika komunikasi, yang mana disebutkan terdapat lima teknik komunikasi persuasif, yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring*. Berikut analisisnya:

#### **1. Teknik Asosiasi**

Pada Instagram Rizkytaqy ditemukan bahwa kelima video yang diteliti menggunakan teknik asosiasi, dimana pada bagian awal dari kelima video tersebut selalu menampilkan peristiwa yang menarik perhatian para penonton videonya. Dibawah ini pengaplikasian teknik asosiasi dari kelima video yang diteliti :

- a) Pada bagian awal pembukaan video ini menampilkan tindakan atau adegan bergandengan tangan antara laki-laki dan perempuan yang mana tujuan dari adanya video ini yaitu untuk memperlihatkan hubungan mesra berpacaran.
- b) Bagian awal pembukaan video ini menampilkan cuplikan video seseorang berada di diskotik dan di cuplikan video tersebut terdapat tulisan “PERTAHANKAN NAKALMU KARENA YANG ALIM CEPAT HAMIL, FAKTA DILAPANGAN BEGITU”.
- c) Pada bagian pembukaan video terdapat seorang perempuan yang berada dalam mobil yang dalam video tersebut terdapat tulisan “Berdo’a sama Allah minta yang terbaik, eh besoknya ga sama dia. Mau heran tapi ini jalur langit Hahaha.”
- d) Bagian awal pembukaan video konten ini terdapat wajah seorang anak sekolah yang berjenis kelamin wanita yang sedang menggunakan hijab, namun cara memakai hijabnya masih banyak rambut yang kelihatan yang mana itu merupakan aurat seorang perempuan Islam.
- e) Pada bagian pembukaan konten terdapat video pernikahan sesama jenis antar seorang yang berjenis kelamin laki-laki dengan laki-laki, yang mana juga diberi keterangan berupa tulisan “LDR 2 Tahun, Resmi Menikah 21 Juni 2021.”

## **2. Teknik Ganjaran**

Suatu teknik yang dilakukan dengan cara menunjukkan iming-iming hal yang mengembirakan, harapan baik, atau ganjaran. Selain itu juga berupa menakut-nakuti, ancaman atau berupa gambaran buruk yang dapat menyusahkan orang.

Teknik ganjaran juga digunakan oleh Rizkytaqy dalam beberapa video yang diteliti, diantaranya :

a) Terdapat pada video dengan judul “S3S4T” pernyataan yang menunjukkan bahwa ia menggunakan jenis teknik ganjaran dalam berdakwah ialah sebagai berikut:

“Percaya atau tidak, orang-orang yang tidak malu terhadap dosanya, maka tidak akan di ampuni. Sebagaimana sabda Nabi “Kullu Ummati Mu’afan Illa Mujahirun”. Sesungguhnya semua umatku akan di ampuni, kecuali orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya. Jadi orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya, kalau dia tidak bertaubat maka Allah tidak akan mengampuni dosanya.”

b) Kedua, pada video berjudul “ Ke Zholiman” yan mana ia menyampaikan dakwahnya dengan menggunakan teknik ganjaran, sebagaimana pada kalimat yang ia sampaikan:

“Jadi kalau misalnya ada wanita-wanita muslimah yang sudah memakai kerudung tapi sengaja menampakkan rambutnya, tapi sengaja menampakkan auratnya. Maka ini adalah sebuah kezaliman karena tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya.”

### **3. Teknik Tataan**

Suatu teknik berupa motivasi untuk menarik perhatian komunikan yang mendengarkan, dalam teknik ini seorang komunikator menggunakan bahasa yang indah dalam menyampaikan pesan.

Pada beberapa video yang menjadi bahan penelitian, ada tiga video yang menggunakan jenis teknik tataan yaitu anataro lain :

a. Pada video “HAMIL DILUAR NIKAH” yang mana terdapat pernyataan yang menunjukkan menggunakan teknik tataan pada kalimat :

“Jadi cewek sholehah itu bukan dilihat dari penampilannya, bukan dilihat dari dia berpakaian syari, bukan. Tapi, dia yang bisa menjaga

harga dirinya, dia bisa menjaga marwahnya dan dia mempunyai rasa malu dan kalau ada perempuan seperti itu pasti dia menutup aurat.”

b. Video yang berjudul “Allah Bukan Pelayan mu! Kalimat yang menunjukkan bahwa menggunakan teknik tataan yaitu:

“Jadi apapun yang dilakukan Allah, mau Allah ngabulin atau nggak, kita nggak bisa marah, kita ikut aja. Karena baik menurut kita itu belum tentu baik menurut Allah, tapi baik menurut Allah itu sudah pasti baik untuk kita dan ingat satu hal, fungsi doa itu bukan untuk dikabulkan tapi fungsi do’a itu untuk ibadah.”

c. Video yang menggunakan teknik tataan berjudul “Awas Banyak pelangi”, kalimat yang menunjukkan termasuk teknik tataan ialah :

“Karena zaman sekarang, kemunkaran itu dikemas dengan baik. Jadi ketika orang melakukan kemunkaran itu di anggap benar, sedangkan ketaatan itu tidak dikemas dengan baik. Ketika orang melakukan ketaatan itu dianggap salah. Jadi tugas kita sekarang, kita kemas ketaatan itu dengan baik, biar banyak orang melakukan ketaatan dan sedikit orang melakukan kemunkaran.”

#### 4. Gestur Tubuh dalam Teknik Komunikasi Persuasif Rizkytaqy



Gerakan menunjuk ini menunjukkan atau menekankan bahwasanya mengingatkan kepada penonton untuk tidak melakukan hal-hal yang telah dilarang oleh syariat Islam.



Gestur membuka telapak tangan memiliki arti untuk membangun kepercayaan penontonnya, dapat diartikan bahwa pembicara tidak menutup-nutupi apapun dari publik yang menonton videonya.



Gestur jari tangan yang membentuk huruf o, dapat diartikan menunjukkan arti ok kepada para penonton Instagramnya.

## BAB IV

### ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM RIZKYTAQY DALAM BERDAKWAH

Untuk menghasilkan penelitian secara maksimal sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam melakukan aktivitas dakwah, maka harus disokong dengan adanya beberapa penerapan teknik komunikasi yang maksimal. Teknik komunikasi persuasif merupakan suatu cara yang dapat dilakukan oleh seorang komunikator untuk mendapatkan efek atau dampak tertentu bagi seorang komunikan. Dakwah sendiri memiliki arti mengajak seseorang untuk selalu melaksanakan kebaikan dan mencegah atau tidak melakukan tindakan yang dilarang oleh ajaran Islam. Analisis yang dipakai untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif pada akun Instagram Rizkytaqy dalam berdakwah menggunakan metode analisis isi dan memakai teori teknik komunikasi persuasif dari Onong U Effendy. Adapun penyampaian taketogisasi sebagai berikut:

#### A. Kategorisasi Teknik Komunikasi Persuasif Rizkytaqy

##### 1. Teknik Asosiasi

Berikut ini kategorisasi pada teknik asosiasi dari lima video yang diteliti yang telah diuraikan pada bab 3:

*Tabel . 1 Teknik Asosiasi Rizkytaqy Dalam berdakwah*

No	Judul Video	Kategorisasi	Teks
1	S3S4T	Larangan bermesraan pada lawan jenis yang bukan mahram.	Pada bagian awal pembukaan video ini menampilkan tindakan atau adegan bergandengan tangan antara laki-laki dan perempuan yang mana tujuan dari adanya video ini yaitu untuk memperlihatkan

			hubungan mesra berpacaran
2	HAMIL DILUAR NIKAH	Tuduhan yang menimbulkan fitnah	Bagian awal pembukaan video ini menampilkan cuplikan video seseorang berada di diskotik dan di cuplikan video tersebut terdapat tulisan “PERTAHANKAN NAKALMU KARENA YANG ALIM CEPAT HAMIL, FAKTA DILAPANGAN BEGITU.”
3	Allah Bukan Pelayan mu !	Tawakal	Pada bagian pembukaan video terdapat seorang perempuan yang berada dalam mobil yang dalam video tersebut terdapat tulisan “Berdo’a sama Allah minta yang terbaik, eh besoknya ga sama dia. Mau heran tapi ini jalur langit Hahaha.”
4	Ke Zholiman	Perintah amar ma’ruf nahi munkar	Bagian awal pembukaan video konten ini terdapat wajah seorang anak sekolah yang berjenis kelamin wanita yang sedang menggunakan hijab, namun cara memakai hijabnya masih banyak rambut yang kelihatan yang mana itu merupakan aurat seorang perempuan Islam.
5	Awas Banyak PELANGI	Larangan menikah dengan sesama jenis	Pada bagian pembukaan konten terdapat video pernikahan sesama jenis antar seorang yang berjenis kelamin laki- laki dengan laki-laki.

			yang mana juga diberi keterangan berupa tulisan “ LDR 2 Tahun, Resmi Menikah 21 Juni 2021.”
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------

## 2. Teknik Ganjaran

Berikut ini kategorisasi teknik ganjaran dari lima video yang diteliti yang telah diuraikan pada bab 3:

**Tabel . 2 Teknik Ganjaran Rizkytaqy Dalam berdakwah**

No	Judul Video	Kategorisasi	Teks
1	S3S4T	Rasa malu pada dosa	Percaya atau tidak, orang-orang yang tidak malu terhadap dosanya, maka tidak akan di ampuni. Sebagaimana sabda Nabi “Kullu Ummati Mu’afan Illa Mujahirun”. Sesungguhnya semua umatku akan di ampuni, kecuali orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya. Jadi orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya, kalau dia tidak bertaubat maka Allah tidak akan mengampuni dosanya.
2	Ke Zholiman	Perintah menutup aurat seorang perempuan	Jadi kalau misalnya ada wanita-wanita muslimah yang sudah memakai kerudung tapi sengaja menampakkan rambutnya, tapi sengaja menampakkan auratnya. Maka ini adalah sebuah

			kezaliman karena tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya.
--	--	--	------------------------------------------------------------

### 3. Teknik Tataan

Berikut kategorisasi teknik tataan dari lima video yang diteliti yang telah diuraikan pada bab 3:

*Tabel . 3 Teknik Tataan Rizkytaqy Dalam berdakwah*

No	Judul Video	Kategorisasi	Teks
1	HAMIL DILUAR NIKAH	Perempuan sholehah	Jadi cewek sholehah itu bukan dilihat dari penampilannya, bukan dilihat dari dia berpakaian syari, bukan. Tapi, dia yang bisa menjaga harga dirinya, dia bisa menjaga marwahnya dan dia mempunyai rasa malu dan kalau ada perempuan seperti itu pasti dia menutup aurat.
2	Allah Bukan Pelayanmu	Ketetapan Allah SWT adalah yang terbaik buat hamba-Nya	Jadi Apapun yang dilakukan Allah, mau Allah ngabulin atau nggak, kita nggak bisa marah, kita ikut aja. Karena baik menurut kita itu belum tentu baik menurut Allah, tapi baik menurut Allah itu sudah pasti baik untuk kita dan ingat satu hal, fungsi doa itu bukan untuk dikabulkan tapi fungsi do'a itu untuk ibadah.
3	Awas Banyak Pelangi	Berdakwah dengan cara mengemas	Karena zaman sekarang, kemunkaran itu dikemas dengan baik. Jadi ketika

		ketaatan dengan baik	orang melakukan kemunkaran itu di anggap benar, sedangkan ketaatan itu tidak dikemas dengan baik. Ketika orang melakukan ketaatan itu dianggap salah. jadi tugas kita sekarang, kita kemas ketaatan itu dengan baik, biar banyak orang melakukan ketaatan dan sedikit orang melakukan kemunkaran.
--	--	----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## B. Analisis Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Rizkytaqy Dalam Berdakwah

### 1. Teknik Asosiasi

Kalimat yang dipakai oleh rizkytaqy pada penggunaan teknik asosiasi dalam konten videonya di Instagram sebagai berikut:

**Kalimat Tabel 1 No. 1** Pada bagian awal pembukaan video ini menampilkan tindakan atau adegan bergandengan tangan antara laki-laki dan perempuan yang mana tujuan dari adanya video ini yaitu untuk memperlihatkan hubungan mesra berpacaran.

Pada cuplikan video yang telah di artikan dalam bentuk susunan kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik asosiasi yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram dengan mengingatkan bahwa membuat konten semacam itu dengan lawan jenis merupakan perbuatan yang dilarang Allah apalagi jika belum menikah atau masih berpacaran, namun mereka mengumbar tindakannya di media sosial. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra Ayat 32 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرُبُوا الزَّوْجَ إِنَّمَا كَانَ فَا حِشَّةً وَسَاءَ سَبِيلًا

Artinya : “Dan janganlah kamu mendekati zina; (zina) itu sungguh suatu perbuatan keji, dan suatu jalan yang buruk” (RI, 2002).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya mengumbar kemesraan apalagi dengan lawan jenis yang belum ada ikatan apapun yang sah secara agama merupakan suatu perbuatan zina, jadi janganlah kita mendekati perbuatan zina tersebut, karena zina merupakan perbuatan yang keji dan suatu tindakan yang buruk.

**Kalimat Tabel 1 No. 2** Bagian awal pembukaan video ini menampilkan cuplikan video seseorang berada di diskotik dan di cuplikan video tersebut terdapat tulisan “PERTAHANKAN NAKALMU KARENA YANG ALIM CEPAT HAMIL, FAKTA DILAPANGAN BEGITU.”

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik asosiasi yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram ialah ia berusaha meluruskan atas dugaan orang yang tidak paham mengenai esensi dari wanita alim, ia menuduh atau bahasa lainnya memfitnah perempuan alim hamil diluar nikah, dan juga berkata bahwa fakta dilapangan memang begitu adanya, pada tindakan ini dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Hujurat Ayat 12 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَحْسَسُوا وَلَا يَغْتَبَ

بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُّبُّ أَحَدِكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Atinya: “Wahai orang-orang yang beriman !, Jauhilah banyak prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa, dan

*janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang” (RI, 2002).*

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya kita sebagai orang yang beriman tidak boleh berprasangka jika tidak mnegetahui kebenaran dari hal itu, karena prasangka merupakan perbuatan dosa. Karena terdapat perumpamaan bahwa orang yang suka berprasangka atas orang lain bagaikan orang yang memakan daging saudaranya sendiri yang sudah mati.

**Kalimat Tabel 1 No. 3** Pada bagian pembukaan video terdapat seorang perempuan yang berada dalam mobil yang dalam video tersebut terdapat tulisan “Berdo’a sama Allah minta yang terbaik, eh besoknya ga sama dia. Mau heran tapi ini jalur langit Hahaha.”

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik asosiasi yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram ialah ia menampilkan potongan video yang mana menjelaskan bahwa ketika kita menyerahkan semua urusan pada sang pencipta setela berusaha dengan maksimal maka itu merupakan tindakan yang baik. Terdapat pada firman Allah pada surat Al-Qur’an surat Al-Mulk Ayat 29 yang berbunyi:

قُلْ هُوَ الرَّحْمَنُ أَمَّنَّا بِهِ وَعَلَيْهِ تَوَكَّلْنَا فَسَتَعْلَمُونَ مَنْ هُوَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Artinya: “Katakanlah,, “Dialah Yang Maha Pengasih, kami beriman kepada-Nya dan kepada-Nya kami bertawakal. Maka kelak kamu akan tahu siapa yang berada dalam kesesatan yang nyata” (RI, 2002).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa jika kita sudah berusaha semaksimal mungkin pada apa yang ingin kita capai maka bertawakallah kepada Allah, karena Allah Maha Pengasih, dan keputusan yang terbaik adalah keputusan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

**Kalimat Tabel 1 No. 4** Bagian awal pembukaan video konten ini terdapat wajah seorang anak sekolah yang berjenis kelamin wanita yang sedang menggunakan hijab, namun cara memakai hijabnya masih banyak rambut yang kelihatan yang mana itu merupakan aurat seorang perempuan Islam.

Pada kalimat berdasarkan cuplikan video diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik asosiasi yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram, yaitu mengingatkan kembali kepada semua muslim di Indonesia mengenai hal yang harus dilakukan sebagai seorang muslimah dalam memakai hijab sesuai aturan Islam, dan berlomba-lomba mengingatkan seseorang menuju kebaikan dan menjauhi larangan Allah SWT. Yang mana berdasarkan firman Allah dalam Al-Quran Surat Al- Luqman Ayat 17 yang berbunyi :

يٰٓبَنِيَّ اَقِمِ الصَّلٰوةَ وَاْمُرْ بِالْمَعْرُوْفِ وَاَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاَصْبِرْ عَلٰى مَا اَصَابَكَ اِنَّ ذٰلِكَ مِنْ

عَزْمِ الْاُمُوْر

**Artinya:** “Wahai anakku! Laksanakanlah shalat dan suruhlah (manusia) berbuat yang makruf dan cegahlah (mereka) dari yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpamu, sesungguhnya yang demikian itu termasuk perkara yang penting (RI, 2002).

Dari Ayat diatas dijelaskan bahwa kita sebagai seorang muslim harus mengerjakan salat dan juga melakukan perbuatan yang baik dan menjauhi perbuatan yang buruk yang telah diperintahkan oleh ajaran Islam dari apa yang ada disekeliling kita, karena hal ini merupakan hal utama yang harus dilakukan tiap orang muslim.

**Kalimat Tabel 1 No. 5** Pada bagian pembukaan konten terdapat video pernikahan sesama jenis antar seorang yang berjenis kelamin laki-laki dengan laki-laki. yang mana juga diberi keterangan berupa tulisan “ LDR 2 Tahun, Resmi Menikah 21 Juni 2021.”

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik asosiasi yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram, yaitu dengan menampilkan cuplikan video pernikahan sesama jenis yang dalam Islam dilarang keras dan telah dijelaskan pula dalam Al-Qur’an Surat Al Hujurat Ayat 13 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya : *“Wahai manusia! Sesungguhnya, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti”* (RI, 2002).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya Allah telah menciptakan laki-laki dan perempuan dengan berbagai macam bangsa dan bermacam suku untuk berpasangan. Maka dari penjelasan ini

Rizkytaqy mengingatkan bahwa hubungan sesama jenis tidak diperbolehkan dalam Islam.

Pada keseluruhan teknik komunikasi persuasif asosiasi yang digunakan oleh Rizkytaqy dalam kelima konten videonya menyampaikan pesannya sudah bagus, ia menggunakan sebagian potongan video-video dari tik-tok yang terbaru yang menarik minat penonton kemudian ia bahas permasalahan yang ada dalam konten tersebut, apa yang menjadi dasar permasalahan dan solusi apa yang harus dilakukan agar tidak terjadi kesalahan yang sama.

## 2. Teknik Ganjaran

Kalimat yang dipakai Rizkytaqy pada penggunaan teknik ganjaran pada video dakwahnya sebagai berikut:

**Kalimat Tabel 2 No. 1** Percaya atau tidak, orang-orang yang tidak malu terhadap dosanya, maka tidak akan di ampuni. Sebagaimana sabda Nabi “Kullu Ummati Mu’afan Illa Mujahirun”. Sesungguhnya semua umatku akan di ampuni, kecuali orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya. Jadi orang-orang yang menampakkan dosanya dan berbangga atas dosanya, kalau dia tidak bertaubat maka Allah tidak akan mengampuni dosanya.

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik ganjaran yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram, yaitu mengajak semua penonton Instagramnya agar tidak melakukan hal yang sudah jelas itu merupakan dosa dan jangan sampai berbangga atas dosa yang telah diperbuat. Jika kita melakukan suatu dosa, maka

segeralah bertaubat kepada Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Ma'idah Ayat 39, yang berbunyi:

فَمَنْ تَابَ مِنْ بَعْدِ ظُلْمِهِ وَأَصْلَحَ فَإِنَّ اللَّهَ يَتُوبُ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ عَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : *“Tetapi barangsiapa bertobat setelah melakukan kejahatan itu dan memperbaiki diri, maka sesungguhnya Allah menerima tobatnya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”* (RI, 2002).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya Allah SWT memerintah kepada siapa saja orang yang telah melakukan kezaliman untuk bertobat, Allah Maha Pengampun dan Maha Penyayang.

**Kalimat Tabel 2 No. 2** Jadi kalau misalnya ada wanita-wanita muslimah yang sudah memakai kerudung tapi sengaja menampakkan rambutnya, tapi sengaja menampakkan auratnya. Maka ini adalah sebuah kezaliman karena tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya.

Pada kalimat yang disebutkan diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik ganjaran yang digunakan oleh Rizkytaqy pada penonton Instagramnya ialah ia mengingaktakn kepada semua muslimah mengenai tindakan yang dilakukan pada cuplikan video merupakan tindakan yang dilarang dalam agama, dan sebaiknya untuk merubah cara pakai hijab dengan benar. Sebagaimana dalam Al-Quran Surat Al-Ahzab Ayat 59, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ

أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: “Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, “Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.” Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang” (RI, 2002).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya setiap wanita diperintahkan untuk menutup aurat dengan benar. Sesuai dengan perintah Allah SWT dalam Al-Qur’an, jadi tugas kita sebagai seorang muslim jika mengetahui terdapat kesalahan seseorang dalam memakai jilbab maka sebaiknya untuk mengingatkannya.

Pada teknik ganjaran yang digunakan dalam konten di Instagram Rizkytaqy ia menyampaikan hal apa yang akan didapatkan seseorang jika melakukan kesalahan yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam, disertai dengan sumber yang terpercaya agar penonton percaya pada apa yang diucapkannya.

### 3. Teknik Tataan

Kalimat yang dipakai Rizkytaqy pada penggunaan teknik Tataan pada video dakwahnya sebagai berikut:

**Kalimat Tabel 3 No. 1** Jadi cewek sholehah itu bukan dilihat dari penampilannya, bukan dilihat dari dia berpakaian syari, bukan. Tapi, dia yang bisa menjaga harga dirinya, dia bisa menjaga marwahnya dan dia mempunyai rasa malu dan kalau ada

perempuan seperti itu pasti dia menutup aurat.

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik taatan yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram, ialah dia memberitau bahwasanya makna dari wanita yang sholehah bukanlah dilihat dari penampilannya yang syari akan tetapi bagaimana cara seorang wanita itu menjaga marwahnya dan jupa pastinya memiliki rasa malu sehingga ia tidak akan mampu melakukan dosa besar.

**Kalimat Tabel 3 No.2** Jadi Apapun yang dilakukan Allah, mau Allah ngabulin atau nggak, kita nggak bisa marah, kita ikut aja. Karena baik menurut kita itu belum tentu baik menurut Allah, tapi baik menurut Allah itu sudah pasti baik untuk kita dan ingat satu hal, fungsi do'a itu bukan untuk dikabulkan tapi fungsi do'a itu untuk ibadah.

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik taatan yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram, ialah sesuatu yang ditetapkan oleh Allah SWT atas hamba-Nya pasti merupakan ketetapan yang terbaik, sejatinya apa yang baik menurut Allah pasti baik juga menurut hamba-Nya, begitupun sebaliknya sesuatu yang kita-kira itu baik menurut kita belum tentu hal itu baik menurut Allah SWT. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 216, yang berbunyi:

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: *“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi*

*sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui”* (RI, 2002).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya sesuatu yang kita benci bisa jadi sesuatu itu merupakan hal baik buat kita dan begitupun sebaliknya terkadang sesuatu yang kita suka bisa jadi sesuatu yang buruk bagi diri kita. Sesungguhnya Allah lebih mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui.

**Kalimat Tabel 3 No. 3** Karena zaman sekarang, kemunkaran itu dikemas dengan baik. Jadi ketika orang melakukan kemunkaran itu di anggap benar, sedangkan ketaatan itu tidak dikemas dengan baik. Ketika orang melakukan ketaatan itu dianggap salah. jadi tugas kita sekarang, kita kemas ketaatan itu dengan baik, biar banyak orang melakukan ketaatan dan sedikit orang melakukan kemunkaran.

Pada kalimat diatas, dapat dianalisis bentuk dari teknik taatan yang dipakai oleh Rizkytaqy pada penonton Instagram, ialah jika seseorang ingin melakukan atau menyapaikan dakwahnya harus dengan pengemasan yang baik, agar banyak orang yang mengamalkan kebaikan dan juga terdapat sedikit orang yang melakukan keburukan, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah Ayat 112 yang berbunyi:

التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الَّذِينَ يَدْعُونَ اللَّهَ خَائِفِينَ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang bertobat, beribadah, memuji (Allah), mengembara (demi ilmu dan agama), rukuk, sujud,

*menyuruh berbuat makruf dan mencegah dari yang mungkar, dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang yang beriman” (RI, 2002).*

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasanya terdapat kabar gembira untuk orang-orang yang beriman salah satunya yaitu bagi orang yang menyuruh berbuat kebaikan dan juga menyuruh untuk mencegah perbuatan yang munkar.

Pada penerapan teknik komunikasi persuasif akun Instagram Rizkytaqy di teknik tataan ini ia telah menggunakan bahasa yang baik agar memunculkan motivasi pada penontonnya, namun untuk penegasan dibeberapa pesan dakwahnya kurang mendalam, jika lebih mendalam dan mendetail lagi akan lebih maksimal efek motivasi bagi penontonnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari pembahasan pada bab sebelumnya, maka hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan dakwah di akun Instagram, Rizkytaqy memakai teknik komunikasi persuasif guna menarik perhatian dan penyampaian pesan dakwahnya pada penonton Instagramnya. Terdapat lima video dakwah yang diteliti, dengan judul: S3S4T, HAMIL DILUAR NIKAH, Allah Bukan Pelayan mu !, Ke Zholiman dan Awas Banyak PELANGI. Dalam penelitian ini telah dijumpai beberapa kalimat yang sesuai dengan tiga teknik komunikasi persuasif, yang mana teori pada penelitian ini menggunakan teori milik Onong U. Effendy, yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran dan teknik *red-herring*. Dibawah ini hasil pemaparannya:

1. Teknik Asosiasi (Berupa sesuatu yang menarik yang menjadi bahan pembicaraan materi)

Rizkytaqy mengaplikasikan teknik ini pada semua video dakwahnya. Teknik ini dijadikan kekuatan untuk menarik penonton dengan topik yang sedang hangat dibicarakan pada media sosial yang sesuai dengan realita dalam kehidupan sehari-hari dari pemanfaatan media sosial yang dapat menimbulkan sikap seseorang menjadi penasaran dan ingin tahu dari penontonnya.

2. Teknik Ganjaran (Berupa menakut-nakuti orang ketika melakukan hal yang dilarang oleh Allah SWT)

Konten Rizkytaqy menggunakan teknik ini pada dua video dengan judul S3S4T dan Ke Zhaliman. Pada videonya ia menyampaikan bagaimana efek jika seseorang melakukan sesuatu yang dilarang oleh Allah, jika suatu keburukan

dilakukan maka itu akan berdampak buruk pada diri seseorang yang telah melakukan perbuatan tersebut.

3. Teknik Tataan (Menyusun pesan komunikasi untuk memotivasi) Rizkytaqy berusaha menyusun pesan komunikasi dalam video di Instagramnya dengan sedemikian rupa, sehingga terasa enak didengar dan terkesan tidak menggurui penontonnya. Terdapat tiga video yang diteliti yang mengandung unsur motivasi yang dapat di aplikasikan oleh penontonnya dalam menjalankan kehidupannya yaitu , HAMIL DILUAR NIKAH, Allah Bukan Pelayan mu !, dan Awas Banyak PELANGI.

## **B. Saran**

Pada penelitian ini, penulis sadar bahwasanya penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Sebab itu penulis berkeinginan kepada penulis selanjutnya untuk menyempurnakan dari hasil penelitian ini berdasarkan pada hasil penelitian yang telah ada, dengan harapan penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik lagi.

Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan fokus teori yang telah ada, yaitu teori komunikasi persuasif dari Onong Uchjana Effendy (teknik asosiasi, terknik integrasi, teknik ganjaran, teknik *red-herring*, dan teknik tataan), oleh sebab itu, diharapkan kepada penulis selanjutnya dapat mendapatkan dan mengembangkan teknik komunikasi persuasif lainnya, agar menjadi bahan referensi yang lebih luas untuk penelitian selanjutnya.

## **C. Penutup**

*Alhamdulillah* rabbil 'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya yang sudah meberikan suatu kesempatan, kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam juga selalu tcurahkan kepada panutan kita Nabi Agung Nabi

Muhammad SAW, yang telah membawa kita menuju zaman yang terang benerang ini.

Bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terkhusus jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis dengan penuh kesadarannya menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dari berbagai sisi, segingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat memerlukan kritik dan sarannya yang bersifat membangun agar penelitian ini dapat berkembang menjadi lebih baik lagi. Akhir kata penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, dan penulis juga mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan yang dilakukan penulis dalam menyusun skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan pertolongan kepada kita semua dan juga memeberikan keberkahan kepada kita semua, Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Amir, S. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama RI. (2002). *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*. Jakarta: Al-Huda.
- Effendy, O. U. (2018). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fahrurrozi, F. (2019). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar Serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan*. Malang: Literasi Nusantara.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Husna, Z. (2021). *Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram. Ath-Thariq*.
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikais Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Iskandarwassid & Sunendar, D. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Masruuroh, L. (2021). *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Mulkan, A.M. (1993). *Paradigma Intelektual Muslim*. Yogyakarta: Siperss.
- Mulyadi, S., Basuki, H., & Prabowo, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Mixed Method*. Depok: PT RajaGrafindo.

- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. (2015). *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Pimay, A. (2005). *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang: RaSAIL.
- Pratama, I. (2020). *Sosial Media Dan Sosial Network*. Bandung: Informatika.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian (Teori Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusaka.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Setiawati, R. (2009). *Ilmu Dakwah*. Bandar Lampung: Pusikamla.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu Dakwah Pespektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tohirin. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metode Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*. Ygyakarta: Andi Offset.

Wahid , A. (2019). *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya* . Jakarta: Prenadamedia Grup.

Yusuf, M. Y. (2016). *Dakwah Rasulullah SAW; Sejarah dan Problematika*. Jakarta: Kencana.

### **Sumber Jurnal**

Andrian, Y. (2019). Pendekatan Dakwah Jama'ah Tabligh Dalam Meningkatkan Ketaatan Beragama Masyarakat. *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi Vol.1, No.1*.

Fujiawati, F. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Karya Seni*.

Hariyanto. (2017). Komunikasi Persuasif Da'i Dalam Pembinaan Keagamaan Narapidana. *Jurnal Ilmu Dakwah, Vol.37, No.2*.

Hidayat. M.T. (2020). Berdakwah Di Media Sosial. *Jurnal IAIN Parepare*

Nasor, M. (2013). Teknik Komunikasi Dalam Perubahan Sosial. *Ijtimaiyya, Vol.6, No.1*.

Nugraha, B. & Akbar, M. F. (2018). Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Intagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Vol.2, No.2*.

Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication Vol. VIII No. 1*.

### **Sumber Website**

Rizaty, A. M. (2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>. Di akses 29 Oktober 2022, pukul 06.00 WIB.

Sajagat, R. (2022). Youtube Rendy sajagat : *Ceramah Paling Berani Ustadz Yahya Waloni Terbaru 2022 Bukan Cuma Mantan Pendeta Tetapi* ?. <https://youtu.be/C6-9u6jMjiE>. Di akses pada 20 Oktober 2022, pukul 17.00 WIB.

Kemendikbud. (2016). <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Teknik>. Di akses pada 20 Oktober 2022, pukul 16.10 WIB.

Muhammad, A. (2021). <https://www.studocu.com/id/document/uin-alauddin-makassar/social-psychology/makalah-bentukkomunikasi-persuasif-perspektif-islam-muhammad-arpin/30473057>. Di akses pada 18 Juni 2023, pukul 10.05 WIB.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Mutiah Sofiyarini  
NIM : 1901026082  
Tempat, Tanggal Lahir : Rembang, 12 April 2000  
Alamat : Ds.Japerejo RT.004 RW.001, Kecamatan Pamotan. Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Email : [sofiyarini12@gmail.com](mailto:sofiyarini12@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. TK Pertiwi Japerejo lulus tahun 2006
2. SD Negeri Japerejo lulus tahun 2012
3. SMP Negeri 1 Pamotan lulus tahun 2015
4. SMA Negeri 1 Pamotan lulus tahun 2018
5. UIN Walisongo Semarang masuk tahun 2019 sampai sekarang