

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENYAMPAIAN DAKWAH
BIL HAL PADA KONTEN YOUTUBE “SINAU HURIP”**

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Televisi Dakwah



Rifqi Arif Kurniawan

1901026029

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

SEMARANG

2023

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENYAMPAIAN DAKWAH *BIL HAL* PADA KONTEN YOUTUBE "SINAU HURIP"

Oleh:
Rifqi Arif Kurniawan
1901026029

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 September 2023 dan dinyatakan
lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji/Penguji I


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

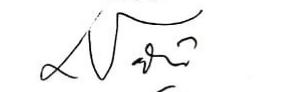
Sekretaris Dewan Penguji/Penguji II


Hj. Mava Rini Handayani, M.Kom.
NIP. 19760505 201101 2 007

Penguji III


Ibnu Fikri, M.Si, P.h.D.
NIP. 19780621 200801 1 005

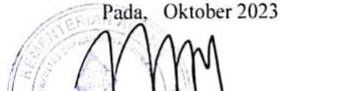
Penguji IV


Nadiatus Salama, M.Si, P.h.D.
NIP. 19780611 200801 2 016

Mengetahui
Dosen Pembimbing


Dra. Amelia Rahmi, M.Pd.
NIP. 19660209 199303 2 003

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada, Oktober 2023


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

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rifqi Arif Kurniawan

NIM : 1901026029

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah *Bil Hal* pada Konten Youtube “Sinau Hurip”** adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya 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 atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 26 September 2023

Pembuat Pernyataan



Rifqi Arif Kurniawan

NIM. 1901026029

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil Alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Tuhan semesta alam atas rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah Bil Hal pada Konten Youtube “Sinau Hurip”**. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang meniti jalan perjuangannya hingga akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya banyak sekali kesulitan dan hambatan yang dihadapi baik dari faktor materi, pengumpulan bahan-bahan, motivasi dalam diri penulis, serta hambatan-hambatan lainnya. Namun berkat izin dan pertolongan Allah, kesungguhan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Imam. Beserta staff dan jajarannya yang telah memberikan restu kepada penulis untuk menimba ilmu dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Walisongo Semarang Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. Beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
3. Bapak H. M. Alfandi. M.Ag selaku Ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Nilnan Ni'mah, MSI selaku Sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran yang telah memberikan support, araan dan waktunya dalam membantu serta memperjuangkan skripsi penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Hj. Amelia Rahmi, M. Ag selaku walistudi sekaligus pembimbing dalam penelitian skripsi ini, yang telah meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga dengan sabar dan ikhlas membimbing, mengarahkan, sekaligus memberikan masukan kepada penulis.
5. Seluruh dosen, pegawai, maupun civitas akademika Universitas dan Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Pemilik Youtube “Sinau Hurip” yaitu Mas Sukaryo Adi Putra dan Mbak Heni Mustikaningati.
7. Bapak Muslihun dan Ibu Khomsatun, S.Pd yang kasih sayangnya terus mengalir penuh keikhlasan dalam membesarkan, mendidik serta tak bosan bosannya memberikan dukungan moril, materil, semangat dan doa untuk penulis.

8. Kakak Misbahul Umam yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk saya dalam menyelesaikan perkuliahan ini sampai akhir.
9. Rizky Ayunita Amalia, S.Sos yang senantiasa memberikan semangat, doa, dan selalu kebersamai selama proses perkuliahan dan membuat skripsi ini. Terimakasih sengko.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam terkhusus KPI-A 19 yang menjadi teman berjuang dibangku kuliah penulis dari awal hingga akhir masa studi ini selesai.

Penghargaan dan ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada seluruh teman-teman karib yang selalu ada dan mendukung ketika dalam kesulitan. Semoga Allah SWT memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua. *Aamiin*.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan, kecuali do'a. Semoga Allah membalas kebaikannya dengan balasan yang lebih baik. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga yang sedikit ini dapat bermanfaat utamanya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca yang budiman. Peneliti menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan baik dari segi bahasa, analisis, maupun kajian teorinya. Dengan penuh kerendahan dan ketulusan hati penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang ditemukan dalam skripsi ini, karena kesempurnaan dan kebenaran hakiki hanyalah milik Allah SWT.

Semarang, 26 September 2023



Rifqi Arif Kurniawan

NIM. 1901026029

PERSEMBAHAN

Secara sadar dan rela sebagai perjuangan untuk terus mengarungi bahtera keilmuan yang ada di dunia ini, maka penulis mempersembahkan tulisan ini untuk aset keilmuan yang peradaban manusia di bumi. Tulisan ini diperuntukkan kepada seluruh pembaca yang setia dengan dunia pengetahuan secara umum. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Muslihun, dan Ibu Khomsatun, S.Pd yang selalu menjadi motivasi dan kekuatan saya dalam proses penyusunan skripsi dan yang telah memberikan do'a dan dukungan serta pengorbanan dan kasih sayang selama ini.
2. Kepada diri saya sendiri, Rifqi Arif Kurniawan yang sudah berani dan berjuang keras selama di perantauan walaupun sempat ingin menyerah dan berhenti tetapi akhirnya perjuangan untuk mendapatkan gelar sarjana sosial ini mampu diselesaikan dengan baik.

Seluruh dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Kampus yang sangat menjunjung pengetahuan dan peradaban UIN Walisongo Semarang Semoga Allah senantiasa mengalirkan ridho dan rahmat-Nya pada kita semua.

MOTTO

“Mengasihi sesama adalah kewajiban setiap umat manusia. Tidak terkecuali orang dalam gangguan jiwa.”

ABSTRAK

Rifqi Arif Kurniawan (NIM 1901026029) Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian dakwah *Bil Hal* pada Konten Youtube “Sinau Hurip”

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip”. Meningkatnya penderita gangguan jiwa seiring dengan terus berubahnya situasi ekonomi dan politik ke arah tidak menentu, prevalensinya bukan saja pada kalangan menengah ke bawah sebagai dampak langsung dari kesulitan ekonomi, tetapi juga kalangan menengah ke atas sebagai dampak langsung atau tidak langsung ketidakmampuan individu dalam penyesuaian diri terhadap perubahan sosial yang terus berubah. Banyaknya orang dalam gangguan jiwa jalanan yang terlantar maupun orang dalam gangguan jiwa rumahan yang keluarganya tidak mampu untuk merawat dan memberikan penanganan medis membuat pemilik kanal youtube “Sinau Hurip” yakni Sukaryo Adi Putra tergerak untuk merawat, dan mengasahi orang dalam gangguan jiwa. Hal yang dilakukan ini salah satu realisasi nyata dalam metode dakwah *bil hal*. Jenis metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan, “Sinau Hurip” mengimplementasikan strategi psikodinamika, kang Adi memiliki pola komunikasi yakni dengan mengucapkan salam, memberikan senyum, mengajak salaman, dan merangkul. Agar pesan dapat tersampaikan kepada orang dalam gangguan jiwa. Selain itu, pola ini digunakan agar orang dalam gangguan jiwa mau merespon pertanyaan-pertanyaan dan mengikuti apa yang diarahkan oleh Kang Adi. “Sinau Hurip” mengimplementasikan strategi sosiokultural untuk menggeser *stigma* buruk masyarakat tentang orang dalam gangguan jiwa. Strategi ini juga menanamkan bahwa pada dasarnya orang dalam gangguan jiwa juga manusia yang harus dirawat, disayangi, dan diberikan kehidupan yang layak. Maka dari itu “Sinau Hurip” berusaha menyuguhkan konten dengan bahasa yang sopan, tidak terlalu baku untuk menciptakan interaksi baik dengan orang dalam gangguan jiwa ataupun dengan penonton “Sinau Hurip” agar makna yang terkandung dapat tersampaikan dengan jelas. Dalam strategi *The Meaning Construction* konten youtube “Sinau Hurip” berusaha memberikan pengetahuan kepada penonton seputar bagaimana cara merawat dan menyayangi orang dalam gangguan jiwa dengan berbagai pola komunikasi yang mudah untuk dilakukan. “Sinau Hurip” juga memberikan pemahaman kepada penonton bahwa orang dalam gangguan jiwa juga berhak untuk diberikan penghidupan yang layak, sehingga “Sinau Hurip” dalam kontennya juga membantu orang dalam gangguan jiwa untuk menggunting kuku tangan dan kaki, memangkask rambut, membersihkan pakaian-pakaian yang digunakan karena sudah bercampur dengan sampah, memandikan orang dalam gangguan jiwa, sampai diberikan pakaian ganti yang baru, setelah itu orang dalam gangguan jiwa juga diberikan makan dan minum hingga akhirnya orang dalam gangguan jiwa itu terlihat bersih dan perlahan bisa diajak untuk komunikasi. Hal ini dilakukan oleh “Sinau Hurip” dengan landasan bahwa kebersihan merupakan sebagian dari iman, dan Kang Adi percaya bahwasannya ketika orang dalam gangguan jiwa sudah dibersihkan, maka orang dalam gangguan jiwa tersebut bisa diajak untuk berinteraksi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Persuasif, Dakwah *Bil Hal*, Youtube

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	2
PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
PERSEMBAHAN	6
MOTTO	7
ABSTRAK	8
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang.....	13
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
D. Tinjauan Pustaka.....	17
E. Metode Penelitian	20
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	20
2. Definisi Konseptual.....	20
3. Sumber dan jenis Data.....	22
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Teknik Analisis Data.....	22
F. Sistematika Penulisan	23
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH BIL HAL, YOUTUBE	25
A. Strategi Komunikasi Persuasif.....	25
B. Strategi Komunikasi.....	26
1. Komponen Strategi Komunikasi	26
2. Tahap Penetapan Strategi Komunikasi	27
C. Komunikasi Persuasif	28

1. Pengertian Komunikasi Persuasif.....	28
2. Unsur Komunikasi Persuasif.....	29
3. Tahapan Komunikasi Persuasif.....	31
D. Dakwah <i>Bil Hal</i>	32
1. Pengertian Dakwah Bil Hal	32
2. Tujuan Dakwah Bil Hal	33
3. Bentuk Dakwah <i>Bil Hal</i>	34
E. Berdakwah melalui Youtube.....	35
1. Pengertian Youtube	35
2. Youtube Sebagai Media Dakwah	36
BAB III PENYAMPAIAN DAKWAH <i>BIL HAL</i> PADA KONTEN YOUTUBE “SINAU HURIP”	37
A. Profil Kanal Youtube “Sinau Hurip”	37
B. Temuan Data Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah <i>Bil Hal</i> pada Konten Sinau Hurip	38
1. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah <i>Bil Hal</i> pada Konten Youtube “Sinau Hurip”.....	38
2. Tahapan Komunikasi Perusasif	44
BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENYAMPAIAN DAKWAH <i>BIL HAL</i> PADA KONTEN YOUTUBE “SINAU HURIP”	50
A. Analisis Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah <i>Bil Hal</i> pada Konten Youtube “Sinau Hurip”	50
1. Strategi Psikodinamika.....	51
2. Strategi Sosiokultural	53
3. Strategi The Meaning Contruction.....	54
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Profil Youtube “Sinau Hurip”	37
Gambar 2 - Kang Adi mengajak salaman orang dalam gangguan jiwa. Menit 05.54 (dalam konten berjudul BERSAMA PAK GANJAR ODGJ BERKALUNG RANTAI 0,5 KWINTAL)	44
Gambar 3 - Kang Adi menggunting kuku tangan orang dalam gangguan jiwa supaya bersih. Menit 16.20 (dalam konten BAK JUBAH KEBESARAN?! HAMPIR NONJOK Mas Adi ! MINTA COCA COLA PAS HABIS MAND!)	45
Gambar 4 Kang Adi menggunting kuku tangan orang dalam gangguan jiwa supaya bersih. Menit 15.09 (dalam konten BAK JUBAH KEBESARAN?! HAMPIR NONJOK Mas Adi ! MINTA COCA COLA PAS HABIS MAND!)	46
Gambar 5 - Kang Adi memandikan orang dalam gangguan jiwa. Menit 11.48 (dalam konten ODGJ TANGAN CACAT, SEHARI-HARI MEMAKAI ROK PANJANG PADAHAL DIA LAKI-LAKI).....	47
Gambar 6 - Kang Adi mendata informasi terkait orang dalam gangguan jiwa. Menit 29.19 (dalam konten BAK JUBAH KEBESARAN?! HAMPIR NONJOK Mas Adi ! MINTA COCA COLA PAS HABIS MAND!)	48
Gambar 7 - Kang Adi mengajak ODGJ KE Rumah Sakit Jiwa. Menit 02.02 (dalam konten SEDIH tp LUCU BANGET ! NUANSAnyA UMAR skr MARAH BANGET, otw RSJ).....	48
Gambar 8 Dokumentasi dengan Kang Adi pemilik kanal Youtube “Sinau Hurip” pada 4 Agustus 2023.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Pemilik Kanal Youtube "Sinau Hurip"	63
Lampiran 2. Surat-surat	64
Lampiran 3. Dokumentasi.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Youtube sebagai salah satu platform online paling populer saat ini dapat dimanfaatkan sebagai tempat menyampaikan informasi, penyaluran hobi, mencari penghasilan, hingga melaksanakan kegiatan dakwah. Youtube merupakan salah satu situs web yang digunakan orang untuk berbagi, mengunggah dan menonton video. Youtube menyediakan berbagai saluran yang dapat menjadi wadah bagi seseorang untuk menyalurkan kreativitasnya dalam bentuk sebuah video yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian penonton. Ada berbagai macam jenis video di dalam Youtube, mulai dari musik, komedi, *vlog*, hingga kajian-kajian Islam. Video Youtube menyediakan berbagai informasi berupa audio visual yang dapat mempengaruhi pemahaman penontonnya.

Media Youtube juga memiliki keunggulan diantaranya seperti mampu menjadikan seseorang mempunyai peluang lebih cepat untuk populer, pesan yang disampaikan bervariasi, dan mampu tersebar luas sehingga dapat dikonsumsi lebih banyak oleh para pengguna media. Namun banyaknya pengguna media ini menyebabkan berbagai dampak positif maupun negatif kepada penontonnya. Tugas umat muslim harus membuat pengaruh youtube menjadi positif dengan mengisi konten-konten yang bermanfaat seperti konten yang mengandung kebaikan atau bermuatan Islam. Hal tersebut dapat mengembangkan media youtube sekaligus mengembangkan dakwah Islam, selain itu youtube mempunyai tujuan untuk mendekatkan manusia kepada Allah SWT serta dapat memahami ajaran agama Islam. Kekurangan pesan dakwah melalui ceramah tatap muka sudah menjadi hal yang biasa, sehingga penyampaian dapat membuat suasana membosankan dan kurang efektif. Apabila dakwah dan tabligh hanya terjadi di masjid, di podium, di pesantren, atau di media tertentu saja, maka terlalu berat tugas para pendakwah sedangkan khalayak yang harus dijangkau berada pada wilayah yang sangat luas dan beragam, yang juga penting untuk diperhatikan, apapun media yang digunakan dalam berdakwah harus efektif.

Komunikasi akan dikatakan efektif apabila menimbulkan pengaruh pada sikap seseorang (Hajar, 2021). Komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan lima hal, salah satunya mempengaruhi sikap seseorang ini kemudian disebut komunikasi persuasif. Secara istilah komunikasi persuasif diartikan sebagai usaha sadar dalam mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan (Pradipto, 2017). Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampain informasi kepada orang lain dengan cara membujuk dan bertujuan mempengaruhi sikap emosi *persuade*. Untuk mencapai tujuan tersebut harus ditunjang adanya strategi komunikasi persuasif yang tepat.

Strategi komunikasi persuasif adalah perpaduan dari perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang (Soemirat, 2007). “Sinau Hurip” merupakan salah Youtube yang membuat konten berisikan kisah-kisah inspiratif melalui merawat orang dalam gangguan jiwa, mempertemukan orang dalam gangguan jiwa jalanan dengan keluarganya dan membantu mengobati para orang dalam gangguan jiwa jalanan. Dari konten yang diberikan oleh “Sinau Hurip” tentunya mengajak komunikasi untuk dapat berbuat baik kepada siapapun termasuk kepada orang dalam gangguan jiwa. Salah satu bentuk menghargai eksistensi seorang individu adalah dengan memberikan pengakuan terhadap adanya kesamaan hak, termasuk kepada seorang warga negara yang sedang mengalami gangguan kejiwaan atau disebut orang dengan gangguan jiwa. Menurut Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Negara Republik Indonesia No. 18 Tahun 2014 tentang kesehatan jiwa, orang dengan gangguan jiwa diartikan sebagai orang yang mengalami perubahan perilaku akibat dari adanya gangguan pikiran, perilaku, atau perasaan yang menghambat dirinya untuk menjalankan fungsi sebagai manusia. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa orang dengan gangguan jiwa merupakan orang yang sedang mengalami gangguan dalam jiwanya dan mengakibatkan dirinya tidak dapat melakukan fungsi sosialnya dengan baik. Oleh karena itu, orang dengan gangguan jiwa bukan hanya penderita masalah kesehatan jiwa, tetapi juga termasuk dalam Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS). Berdasarkan data Kementrian Kesehatan jumlah orang dengan gangguan jiwa yang menjalani pasung pada tahun 2022 mencapai 4.304 orang.

Hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena melihat isi dari konten yang berisikan objek Orang Dalam Gangguan Jiwa. Orang Dalam Gangguan Jiwa jalanan yang ditemui setiap harinya tentu berbeda-beda, ada yang galak, ada yang lucu, ada juga yang sulit sekali untuk dikendalikan. Pesan moral yang disajikan dalam kanal Youtube Sinau Hurip ini cukup tinggi, karena isi dari kontennya mengajak komunikasi untuk dapat memanusiakan manusia. Konten tersebut menarik perhatian para pengguna internet sehingga saat ini akun youtube “Sinau Hurip” sudah mengunggah 1.300 video dan memiliki 1.190.000 subscriber. Hal ajakan ini termasuk kedalam metode dakwah yakni dakwah *bil hal*. (Utami, 2021) Dasar hukum kewajiban dakwah banyak disebutkan dalam al-qur’an, di antaranya adalah Q.S Ali-Imran (3): 104..

Dakwah merupakan seruan, ajakan, panggilan, bujukan kepada kebajikan yang bersumber dari Al-Qur’an dan hadits yang merujuk pada jalan Allah SWT. Dakwah telah terjadi dari jaman para Nabi yang telah di utus oleh Allah SWT untuk menyeru pada kebaikan. Dalam penyebarannya tentulah ada tantangan yang harus dilalui, tantangan dakwahnyapun berbeda dari jamannya para Nabi hingga pada masa kini. Nabi Muhammad SAW mengembangkan Islam selama bertahun-tahun dengan perjuangan dan tantangan yang dihadapinya. Yang kemudian setelah Nabi Muhammad SAW wafat tugas tersebut dilanjutkan oleh para khulifaurasyidin dan para pendakwah lainnya. Untuk bisa mencapai target yang diharapkan dalam berdakwah, tentunya setiap individu umat Islam harus mengetahui dan paham metode-metode yang harus digunakan dalam berdakwah. Metode-metode ini telah dijabarkan dalam QS An-Nahl (16):125.

Ayat tersebut menjelaskan tentang ajaran kepada Rasul SAW. tentang cara melancarkan dakwah atau seruan terhadap manusia agar mereka berjalan diatas jalan Allah (*sabilillah*), *shirathal Mustaqim*, dan *ad-ainul haqq*. Upaya penyampaian dakwah dapat dilakukan dengan tiga pendekatan, yaitu lisan, tulisan dan perbuatan. Pendekatan lisan (*bil-lisan*) adalah upaya dakwah yang mengutamakan pada kemampuan lisan. pendekatan Tulisan (*alrisalah*) adalah upaya dakwah yang dilakukan melalui tulisan baik berupa buku, brosur, maupun media elektronik. Sedang pendekatan perbuatan (dakwah *bil-hal*) yakni kegiatan dakwah yang mengutamakan kemampuan kreativitas perilaku da’i secara luas atau yang dikenal dengan *action approach* atau perbuatan nyata misal menyantuni fakir miskin, menciptakan lapangan pekerjaan, memberikan keterampilan, dan lain sebagainya

(Sagir, 2015). Dalam 3 pendekatan ini akan merujuk pada pendekatan dakwah *bil-hal*, yang mana dalam pendekatannya diapresiasi dan di amalkan dalam aktivitas sehari-hari yang di sesuaikan dengan kondisi mad'u.

Dalam pengertian lebih luas dakwah *bil-hal*, dimaksudkan sebagai keseluruhan upaya mengajak orang secara sendiri-sendiri maupun berkelompok untuk mengembangkan diri dan masyarakat dalam rangka mewujudkan tatanan sosial ekonomi dan kebutuhan yang lebih baik menurut tuntunan Islam, yang berarti banyak menekankan pada masalah kemasyarakatan seperti kemiskinan, kebodohan, keterbelakangan dengan wujud amal nyata terhadap sasaran dakwah. Perbuatan nyata seseorang itu menjadi motivasi kuat bagi semua orang untuk mengikuti apa yang dilakukan seseorang itu sebagai pendakwah.

Penderita gangguan jiwa akan semakin meningkat seiring dengan terus berubahnya situasi ekonomi dan politik ke arah tidak menentu, prevalensinya bukan saja pada kalangan menengah ke bawah sebagai dampak langsung dari kesulitan ekonomi, tetapi juga kalangan menengah ke atas sebagai dampak langsung atau tidak langsung ketidakmampuan individu dalam penyesuaian diri terhadap perubahan sosial yang terus berubah (Rasmun, 2014). Sebagian penderita gangguan jiwa baru mendapatkan pertolongan pertama setelah gangguan jiwa yang dialaminya sudah berada pada tingkat lanjut. Faktor yang mempengaruhinya antara lain adalah karena pandangan yang keliru oleh masyarakat, sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa gangguan mental terjadi disebabkan karena adanya gangguan oleh apa yang disebut "Roh jahat" yang telah merasuki jiwa sehingga seseorang yang mengalami gangguan jiwa harus diasingkan atau dikucilkan, dipasung dari keluarga karena dianggap sebagai aib bagi keluarga. Kenyataan tersebut tidak dapat dibantah, karena masyarakat Indonesia sebagian besar taraf pendidikannya masih rendah.

Hal ini yang menjadi problematika karna gangguan jiwa yang terlantar dan menjadi gelandangan di jalanan nyatanya masih ada, meskipun sudah ada aturan terkait yang mengatur tentang orang dengan gangguan jiwa tetapi belum juga menurunkan tingkat penderita gangguan jiwa itu sendiri. Sebagai sesama makhluk sosial tentu memiliki rasa peduli untuk saling mencegah terjadinya hal negatif yang tidak diinginkan. Membantu orang dalam gangguan jiwa dampaknya tidak hanya pada satu individu tetapi juga terhadap keluarga, saudara, dan orang-orang yang ada di lingkungan sekitarnya. Kang Adi selaku

pemilik kanal Youtube “Sinau Hurip” berdakwah menggunakan bahasa yang sopan dan merangkul dengan sikap santun, sebagai contoh ia tidak pernah menggunakan bahasa kasar ketika beliau mengajak dan merawat orang dalam gangguan jiwa meskipun orang dalam gangguan jiwa tersebut sangat sulit untuk dikendalikan. Pendekatan *bil hal* yang diterapkan di dalam konten “Sinau Hurip” merupakan penerapan dalam aktivitas sehari-hari pemilik kanal tersebut yaitu kang Adi. Ia menerapkan bagaimana cara bersikap, bertutur kata, membaur dengan Orang Dalam Gangguan Jiwa jalanan, dan tidak menyinggung perasaan ataupun menggurui.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, kemudian muncul suatu rumusan masalah yakni, Bagaimana strategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip”?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip”.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara akademis dan memberikan ilmu pengetahuan serta memberikan wawasan yang lebih luas khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam terutama tentang dakwah melalui media Youtube.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai motivasi bagi mahasiswa maupun masyarakat untuk membuat konten youtube yang berisikan ajaran dakwah kepada masyarakat.

D. Tinjauan Pustaka

Hasil penelitian terdahulu sangat penting untuk dijadikan sebagai dasar pijakan untuk menyusun penelitian ini. Kegunaannya adalah untuk mengetahui metode serta hasil penelitian-penelitian terdahulu tentang strategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip”.

Pertama, Elsa Azzahraita (2022), “*Strategi Komunikasi Persuasif Ustadz Yahya Edward Hendrawan dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Anak Usia Dini*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan metode analisis deskriptif dengan menggambarkan subjek dan objek penelitian sesuai data lapangan. Adapun, teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian adalah, Ustad Yahya mengimplementasikan: 1) *The Psychodynamic Strategy*, melalui penyampaian pesan dakwah yang fun dan bahasa yang sederhana, serta kedekatan emosional dengan mad’unya 2) *The Sociocultural Strategy*, dukungan eksternal dari tokoh masyarakat, tokoh agama dan *public figure*, sehingga menambah kepercayaan mad’unya dan 3) *The Meaning Construction Strategy*, memberi pemahaman agama dengan analogi sederhana melalui media visual, syair dan atraksi sulap beredukasi yang mengandung nilai-nilai islam.

Kedua, Yusral Hadi (2020), “*Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma*”. Rumusan masalah dalam penelitian sebagai adalah bagaimana teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pesan dakwah dan teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma karya Trish Pradana. penelitian kualitatif. Sedangkan spesifikasi penelitian yang penelitiannya lakukan untuk mengetahui teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma adalah analisis isi (*content analysis*). Hasil penelitian dari skripsi ini menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam film Alma diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu Aqidah, Syari’ah, dan Akhlak. Pesan aqidah dalam film ini hanya dalam bidang keimanan kepada Allah. Pesan Syari’ah mencakup pesan ibadah dan sosial. Dan pesan Akhlak mencakup bidang akhlak terhadap sesama. Teknik penyampaian pesan dalam film ditinjau dari dua aspek yaitu Audio dan Visual. Audio meliputi dialog, musik dan sound effect. Sedangkan Visual meliputi teknik pengambilan gambar, lokasi ataupun setting.

Ketiga, Fahima Jihan Sholiha (2023), “*Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menyosialisasikan Menikah Tanpa Pacaran melalui Instagram*”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apa saja konten dan program @Jofisah.id dalam Menyosialisasikan menikah tanpa pacaran melalui Instagram? 2) Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Akun @Jofisah.id dalam menyosialisasikan menikah tanpa pacaran melalui Instagram? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten dan program @Jofisah.id dalam

menyosialisasikan menikah tanpa pacaran dan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif akun @Jofisah.id dalam menyosialisasikan menikah tanpa pacaran melalui Instagram. Metodologi penelitian yang digunakan ialah paradigma *konstruktivisme* dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan yaitu teori strategi komunikasi persuasif Melvin De Fleur dan Sandra J Ball Rokearch.

Keempat, Anggun Luthfia Tsani, (2022), "*Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Tik Tok*", Skripsi. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data primer diperoleh dari dokumen berbentuk video dalam Tik Tok Husain Basyaiban periode Ramadhan 2021. Teknik analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) menurut Krippendorff. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa video yang menggunakan lebih dari satu teknik komunikasi persuasif sehingga dapat dilihat bahwa dalam 27 video yang di analisis diperoleh 37 teknik komunikasi persusif yang diterapkan. Kelima teknik persuasif yang diterapkan, membuat dakwah Husain Basyaiban dinamis atau tidak kaku dan mudah diterima. Dalam konteks dakwah saat ini, dakwah tidak hanya bisa dilakukan secara konvensional, tetapi dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dan menyesuaikan dengan kondisi dan situasi mad'u. Seorang da'i dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam mengelola pesan dakwahnya. Kelima teknik komunikasi persuasif tersebut berkontribusi dalam mengelola pesan dakwah. Pesan dakwah menjadi lebih variatif dan tidak monoton. Hal tersebut menjadi potensi dalam kegiatan dakwah secara persuasif, karena penerima dakwah itu beragam, terdapat karakteristik mad'u yang menerima dakwah secara konvensional, melalui dialog interaktif dengan pembawaan santai tidak menggurui, atau menumpangkan pada peristiwa yang aktual dan sebagainya.

Berdasarkan pemaparan keempat penelitian yang dijadikan sebagai tinjauan pustaka, peneliti mengakui adanya sejumlah perbedaan dan persamaan. Komunikasi persuasif biasanya digunakan untuk suatu kegiatan seperti iklan, motivasi, film, dll. Dalam penelitian ini komunikasi persuasif dikemas dalam bentuk konten Youtube dengan memilih kanal Youtube "Sinau Hurip" sebagai objek penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif apa saja yang diterapkan. Hal tersebut dipilih oleh peneliti

dikarenakan beberapa penelitian terdahulu belum ada yang mengkaji strategi komunikasi persuasif dengan objek kanal Youtube “Sinau Hurip”.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yakni penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, dan tindakan. Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah latar yang alamiah, manusia sebagai instrument utama, analisis data dilakukan secara induktif, berkecenderungan lebih ke arah proses daripada hasil, dan data bersifat deskriptif berupa bentuk kata, gambar atau simbol, yang diperoleh dari wawancara, catatan pengamatan lapangan, dan pengkajian dokumen.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara deskriptif. Yang dimaksud pendekatan secara deskriptif adalah menjelaskan keadaan serta kondisi terkait objek penelitian. Dalam penelitian ini adalah konten Youtube “Sinau Hurip” yang selanjutnya akan dianalisis bagaimana strategi penyampaiannya dan terkait dakwah *bil hal* yang ada di dalam konten tersebut. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi persuasif, dakwah bil hal, dan Youtube.

a) Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang atau audiens. Oleh karena itu dalam strategi yang dibuat, harus mencerminkan operasional taktis. Jadi, yang harus ditentukan adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian pesan, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.

Penelitian ini mengacu pada tiga strategi komunikasi persuasif yang ditinjau dari Melvin L DeFkeur dan Sandra J Ball Rokeach. Peneliti menganalisis bagaimana strategi yang dibentuk oleh team Sinau Hurip dalam menyajikan konten video skaryo adi putra.

b) Dakwah *Bil Hal*

Dakwah *bil hal* adalah cara yang ditempuh seorang da'i dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Cara tersebut dilakukan dalam bentuk amal atau kerja nyata. Adapun bentuk dakwahnya bisa bersifat mengembangkan lembaga pendidikan Islam baik formal maupun non formal, kerja bakti serta penyantunan masyarakat secara ekonomis, dan berbentuk keteladanan.

“Sinau Hurip” juga mengajak orang dalam gangguan jiwa agar mau dirawat dan sampai kembali lagi kepada keluarganya. Hal ini menunjukkan bahwa “Sinau Hurip” dapat membentuk perubahan sikap dan perilaku sedikit demi sedikit.

c) Youtube

Youtube adalah sebuah situs web (berbagi video) populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Dapat diartikan youtube merupakan sebuah aplikasi baru yang berfungsi untuk menonton postingan video yang dibagikan oleh seseorang. Umumnya video-video di youtube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.

Dengan demikian, yang dimaksud dengan strategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip” adalah cara-cara yang ditempuh pengelola youtube “Sinau Hurip” dalam berinteraksi atau membujuk untuk membentuk sikap dan tingkah laku orang dalam gangguan jiwa yang berlandaskan dengan nilai-nilai keagamaan agar mereka mau mengikuti arahan yang diberikan oleh Kang Adi, tujuannya untuk memberikan kehidupan yang lebih baik lagi kepada orang dalam gangguan jiwa tersebut.

Pada penelitian ini kanal youtube yang menjadi objek penelitian yaitu kanal youtube “Sinau Hurip”. “Sinau Hurip” merupakan salah satu kanal youtube dengan konten merawat orang dalam gangguan jiwa. Pemilik kanal youtube “Sinau Hurip”

merawat, mengobati, dan memberikan sarana kepada orang dalam gangguan jiwa untuk bisa kembali kepada keluarganya.

3. Sumber dan jenis Data

Sumber data merupakan subjek dimana data-data penelitian dikumpulkan peneliti dalam penelitian ini peneliti harus mencari dan memilih responden yang dapat menceritakan peristiwa dan pengalaman yang di alaminya. (Salama, N dan Chikudate, N. 2021)

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pertanyaan sentral dari penelitian ini menyangkut bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dirancang oleh kanal youtube “Sinau Hurip” dalam membuat konten. Data primer dalam penelitian ini diambil dari wawancara dengan pemilik *channel youtube* “Sinau hurip” yaitu Sukaryo Adi Putra. Selain itu terdapat tiga konten youtube yang dianalisa. (Salama, N. danx Chikudate, N. 2023)

4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data merupakan langkah untuk memecahkan suatu masalah. Adapun untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, membutuhkan informasi yang empatik dan terperinci, oleh karena itu peneliti berupaya memberikan pertanyaan yang detail kepada narasumber menggunakan teknik sebagai berikut (Salama dkk.,2020)

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari sumber penelitian. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan Kang Adi selaku pemilik kanal youtube “Sinau Hurip”.

b. Dokumentasi

Dalam mengumpulkan data, peneliti mengutip tiga konten youtube “Sinau Hurip” sebagai bahan referensi.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah bagian akhir dari semua metode penelitian, pada tahap ini data dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan dari persoalan

yang diajukan dalam penelitian untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Adapun analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Peneliti menyederhanakan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber maupun observasi agar lebih spesifik sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang kemudian dipilih sesuai dengan konteks penelitian yang dikaji.

b. Penyajian Data

Dalam menyajikan data, penelitian menguraikan informasi dalam bentuk narasi. Dimana hal tersebut dapat memudahkan peneliti dalam memahami dan menjelaskan apa yang terjadi di lapangan saat observasi dilengkapi dengan menyajikan potongan adegan yang berupa kalimat, foto, scene dalam konten youtube “Sinau Hurip”.

c. Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan akhir yang dianggap mampu menjawab rumusan masalah yang menjadi bahan penelitian. Dalam tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan dalam bentuk narasi (deskriptif) yang mencakup hasil dari analisis pembahasan pada bab sebelumnya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini diupayakan mampu menjawab rumusan masalah penelitian dengan menggunakan dukungan teoretis yang tepat. Dengan begitu sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Pada bab ini akan diuraikan mengenai kerangka teori yang terdiri dari teori strategi komunikasi persuasif yang meliputi pengertian strategi komunikasi persuasif, unsur komunikasi persuasif, dan tahapan komunikasi persuasif. Selanjutnya yakni teori dakwah *bil hal* yang meliputi pengertian dakwah *bil hal*, tujuan dakwah, dan bentuk dakwah.

Yang ketiga yakni pengertian youtube dan youtube sebagai media dakwah.

- BAB III : Gambaran umum objek dan hasil penelitian, berisi profil tentang youtube “Sinau Hurip” dan temuan data Strategi Komunikasi Persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip”.
- BAB IV : Pembahasan hasil penelitian terkait stategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube “Sinau Hurip” serta klasifikasi pokok-pokok adegan berdasarkan rumusan masalah.
- BAB V : Bab ini terdiri atas kesimpulan hasil penelitian, saran dan penutup. Bagian akhir yang meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH BIL HAL, YOUTUBE

A. Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang atau audiens (Soemirat, Soleh dan Suryana, Asep 2014). Oleh karena itu dalam strategi yang dibuat, harus mencerminkan operasional taktis. Jadi, yang harus ditentukan adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian pesan, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat. Terdapat tiga strategi komunikasi menurut Melvin De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach, yakni:

1. Strategi Psikodinamika

Penyampaian pesan-pesan komunikasi dalam model psikodinamika akan efektif dalam persuasi apabila memiliki kemampuan psikologis mengubah minat atau perhatian individu dengan cara sedemikian rupa, sehingga individu akan menanggapi pesan-pesan komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator. Dengan kata lain, kunci keberhasilan persuasi terletak pada kemampuan mengubah struktur psikologis internal yang laten (motivasi, sikap, dan lain-lain) dengan perilaku yang diwujudkan sesuai dengan kehendak komunikator. Model psikodinamik berkembang atas dasar teoritis maupun empiris. Teori-teori yang penting mengenai jalan bahwa sikap, opini, rasa takut, konsep diri, persepsi dari kredibilitas sumber serta beberapa variabel yang berhubungan erat dengan persuasi.

2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Bahwa perilaku strategi persuasi sosiokultural dipengaruhi oleh kekuatan luar individu. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasi menegaskan terhadap individu aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak yang akan mengatur aktivitas, dimana komunikator mencoba

untuk memperolehnya atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut. Strategi persuasi sosiokultural sering kali digunakan bersama dengan tekanan antapersonal untuk kompromi. Artinya, kombinasi antarpesan melalui media dan individu dapat ditukarkan. Pendekatan sosiokultural adalah pengertian, makna, norma dan peran, aturan dan interaksi. Maksud disini adalah situasi kehidupan sosial sama pentingnya dengan pola perilaku dan hasil interaksi yang dilakukan. Strategi multistap ini dapat diilustrasikan dalam pengertian yang konkret jika kita memeriksa taktik kampanye yang sangat sukses, dimana hampir setiap orang mengenalnya.

3. Strategi The Meaning Construction

Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn do*) bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Penggunaan “makna/pengertian” dalam kampanye, periklanan, dan juga lainnya dicoba secara terus menerus dalam persuasi. Strategi ini berawal dari hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. *Persuader* berupaya memberikan pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon orang yang dipersuasif. Selain itu dengan adanya pengetahuan yang diterima orang yang dipersuasif melalui lingkungan sekitar maupun berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pemahaman di benak masyarakat inilah yang harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh persuader. Pada strategi ini *persuader* berupaya memanipulasi suatu makna, untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasif. *Persuader* memberikan perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri

B. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Hafied, 2014). Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima pesan sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Effendy, 2019).

Komponen Strategi Komunikasi

- a) Mengenal sasaran komunikasi

Komunikator harus menciptakan persamaan dengan komunikan untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi.

b) Pemilihan Media Komunikasi

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, komunikator harus memilih media komunikasi tergantung dengan tujuan yang ingin dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang digunakan.

c) Menentukan Pesan Tujuan Komunikasi

Dengan menentukan fokus strategi komunikasi, komunikator dapat dengan mudah memilih teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, persuasif, atau instruksi.

Tahap Penetapan Strategi Komunikasi (Effendy, 2019)

a) Menentukan Komunikator

Komunikator memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai kajian komunikasi. Komunikator harus dapat memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati komunikan sebagai target sasaran.

b) Menentukan target sasaran

Bertujuan untuk mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat. Biasanya, para peneliti melakukan pemetaan (*scanning*) karakteristik masyarakat.

c) Menentukan Tim Kerja

Tim kerja dibutuhkan guna berlangsung proses komunikasi yang akan dilaksanakan

d) Teknik Menyusun Pesan

Tim kerja diharapkan dapat menyusun pesan untuk khalayak dengan sistematis dan efektif. Pesan yang disampaikan berisikan argumentasi yang logis, serta dapat menarik perhatian pembaca dan mengurangi rasa bosan pendengar.

e) Memilih Media Komunikasi

Media atau saluran komunikasi dibagi menjadi dua, yaitu media lama (media cetak) dan media baru (media digital)

f) Penyebarluasan Media Komunikasi

Penyebarluasan informasi merupakan salah satu hal yang menentukan tingkat keberhasilan dalam menyampaikan informasi

g) Menyusun Jadwal Kegiatan

Dalam menentukan jadwal kegiatan, strategi baik diperlukan agar informasi yang dibagikan dapat diterima oleh masyarakat luas.

h) Evaluasi dan Audit Komunikasi

Evaluasi diperlukan untuk memperbaiki serta meningkatkan kinerja yang dicapai sebelumnya. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan dan suatu informasi yang disampaikan. Sementara itu, audit komunikasi dilakukan untuk mengidentifikasi semua komponen yang mendukung proses komunikasi yang sedang berlangsung, mulai dari sumber, pesan, media, penerima hingga dampak dari aktivitas komunikasi..

C. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

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

K. Anderson mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan (Mulyana, 2011). Tujuan dalam komunikasi persuasif adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri.

Secara garis besar komunikasi pesuasif adalah proses komunikasi penyampaian pesan kepada orang lain dengan cara membujuk atau mempengaruhi untuk mengubah perilaku, sikap, pendapat, ataupun keyakinan tanpa adanya paksaan atau ancaman.

Unsur komunikasi persuasif meliputi, *persuader* (komunikator), *persuade* (komunikan), pesan, saluran, efek, umpan balik, dan lingkungan (Hendri, 2019). Pada prinsipnya istilah tersebut maknanya sama dengan unsur umum pada komunikasi, hanya beda istilah saja.

2. Unsur Komunikasi Persuasif

Unsur merupakan bagian penting dalam sebuah proses tertentu. Unsur komunikasi adalah bagian-bagian penting dalam sebuah proses komunikasi agar mendapatkan informasi yang diinginkan. Menurut Aristoteles terdapat tiga unsur komunikasi, yaitu: siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkannya. Selain pengirim pesan, penerima pesan, dan isi pesan, Charles Osgood Gerald Miller dan Melvin L. De luer (Koesomowidjojo, 2021), mengemukakan bahwa dibutuhkan efek dan umpan balik sebagai unsur-unsur komunikasi. Penambahan efek dan umpan balik dalam unsur komunikasi dinilai akan lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi yang terjadi antar pribadi atau massa. Sedangkan Harold D Laswell (Effendy, 2019) memperkenalkan lima formula komunikasi yaitu:

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

Secara umum berikut beberapa unsur komunikasi

a) Komunikator

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

b) Komunikan

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

c) Pesan

Pesan juga merupakan bagian dari proses komunikasi yang sangat penting. Maksud dari pesan disini adalah isi dari pembicaraan atau percakapan antar komunikator dan komunikan yang dilakukan selama komunikasi berlangsung. Pesan dapat berupa verbal maupun nonverbal.

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

d) Media

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

- (1) Media umum, ialah media yang digunakan oleh semua proses komunikasi seperti *telephone, faxmile*, dan sebagainya
- (2) Media massa, ialah media yang digunakan untuk kepentingan massal seperti surat kabar, radio, televisi, film, media online (Internet), dsb

e) *Feedback*

Feedback atau umpan balik merupakan salah satu bentuk pengaruh atau tanggapan arus balik yang berasal dari komunikan kepada komunikator, dapat berupa apa saja dan merupakan hasil dari komunikasi (Oktarina & Abdullah, 2017). *Feedback* dalam proses komunikasi ini dapat berbentuk positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana cara pola pikir/perspektif komunikan mengartikan pesan yang diterimanya. Umpan balik yang paling sering didengar yaitu, umpan balik langsung dan tidak langsung. Langsung yaitu proses seseorang yang menyampaikan pesan kemudian diterima dengan anggukan kepala atau umpan balik yang dimengerti oleh komunikan. Sedangkan umpan balik tidak langsung adalah umpan balik dengan perantara, contohnya seseorang menyampaikan kritik pada siaran dari TV (program acara Tukul, Bukan Empat Mata dan Parto, Overa Van Java, dsb) (Oktarina & Abdullah, 2017).

3. Tahapan Komunikasi Persuasif

Keberhasilan komunikasi persuasif ditentukan dengan penyampaian pesan secara sistematis. Dalam pelaksanaan komunikasi persuasif terdapat formula yang bisa dijadikan landasan yang disebut AIDDA yakni *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Tindakan) (Hariyanto, 2017). AIDDA digunakan untuk menarik perhatian komunikan sehingga berkenan untuk melakukan apa yang diinginkan oleh komunikator agar terjadi efektivitas penyampaian pesan.

- a) *Attention* (perhatian) suatu tahap yang dimana dilakukan komunikator untuk menarik perhatian komunikan.
- b) *Interest* (rasa tertarik) tahapan yang dimana komunikator meyakinkan komunikan untuk menyetujui pesan yang disampaikan.
- c) *Desire* (keinginan) pada tahapan ini komunikan memiliki rasa ingin melakukan perubahan pesan yang disampaikan.
- d) *Decision* (keputusan) pada proses tahapan ini komunikan sudah memutuskan atau menentukan tindakan yang dilakukan.
- e) *Action* (melakukan) pada tahapan ini komunikan telah melakukan tindakan.

D. Dakwah *Bil Hal*

1. Pengertian Dakwah *Bil Hal*

Secara etimologi Dakwah *bil-hal* merupakan gabungan dari dua kata yaitu kata dakwah dan *al-Haal*. Kata dakwah artinya menyeru, memanggil. Sedangkan kata *al-Haal* mengandung arti “memanggil, menyeru, dengan menggunakan keadaan, atau menyeru, mengajak dengan perbuatan nyata”. Sedangkan secara terminologis dakwah mengandung pengertian mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan menuntut pada petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat. Dakwah *bil-hal* sendiri ialah memanggil, menyeru manusia kejalan Allah SWT untuk kebahagiaan dunia akhirat dengan menggunakan keadaan manusia yang di dakwahi atau memanggil ke jalan Allah untuk kebahagiaan manusia dunia dan akhirat dengan perbuatan nyata yang sesuai dengan keadaan manusia (Siti, 2000).

Dakwah *bil hal* adalah cara yang ditempuh seorang da'i dalam menyebarkan nilai-nilai Islam (Munir, 2009). Cara tersebut dilakukan dalam bentuk amal atau kerja nyata. Adapun bentuk dakwahnya bisa bersifat mengembangkan lembaga pendidikan Islam baik formal maupun non formal, kerja bakti serta penyantunan masyarakat secara ekonomis, dan berbentuk keteladanan. Dakwah *bil-hal* adalah suatu ajakan dengan cara memberikan teladan atau perubahan nyata (Kustadi, 2013). Dakwah dalam bentuk perbuatan nyata dilakukan sebagai upaya pemberantasan kemungkaran secara langsung serta menegakkan ma'ruf (kebaikan) seperti mengembangkan sarana dan prasarana tempat ibadah, pendidikan, mengembangkan lembaga dakwah sebagai wahana syiar Islam serta saling tolong menolong terhadap orang lain yang membutuhkan.

Dari beberapa penjelasan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah *bil-hal* merupakan dakwah yang di salurkan melalui tindakan atau perbuatan nyata da'i terhadap mad'u-nya baik sikap, perilaku dan aktivitas-aktivitas dalam kesehariannya sesuai dengan tuntutan Allah SWT untuk kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat. Dengan amal nyata tersebut diharapkan dapat mempengaruhi mad'u dalam peningkatan kualitas keagamaan serta mampu merubah dari perilaku

negatif menjadi perilaku positif dan mempertahankan perubahan baik tersebut menjadi lebih baik lagi.

3. Tujuan Dakwah Bil Hal

Tujuan dakwah ialah tujuan diturunkannya agama Islam bagi umat manusia itu sendiri, yaitu untuk membuat manusia yang memiliki kualitas aqidah, ibadah serta akhlak yang tinggi. Yang di harapkan oleh dakwah adalah terjadinya perubahan dalam diri manusia, baik kelakuan idiil maupun aktuil, baik pribadi maupun keluarga dan masyarakat, *way of thinking* atau berpikiran berubah, *way of life* atau cara hidupnya berubah menjadi lebih baik di tinjau dari segi kualitas (Bisri, 1984). Yang dimaksud kualitas disini adalah nilai-nilai agama sedangkan kualitas itu sendiri ialah kebaikan yang bernilai agama itu semakin di miliki banyak orang dan banyak dalam segala situasi dan kondisi. Di dalam dakwah bil-hal sendiri memiliki tujuan yang berlandaskan atas segenap tindakan dalam rangka berdakwah yakni sebuah dasar untuk menentukan sasaran, strategi serta langkah-langkah operasional dakwah itu sendiri. Tujuan dari dakwah *bil-hal* ialah sebagai berikut:

- 1) Terciptanya tatanan kehidupan sosial dalam masyarakat yang harmonis baik secara material maupun spiritual untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam tatanan kehidupan sosial ekonomi.
- 2) Meningkatkan harkat dan martabat para umat islam.
- 3) Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat baik secara lahir maupun batin.
- 4) Merupakan upaya peningkatan kehidupan tersebut dilakukan dengan membawa mereka kepada kehidupan Islami dengan meningkatkan iman dan takwa serta potensi yang dimiliki masyarakat.

Tujuan dakwah *bil-hal* yang pertama adalah untuk mewujudkan syiar Islam dengan cara mengembangkan dan merubah tatanan sosial, mewujudkan kebaikan dan kemajuan hidup. Kedua, untuk memenuhi kelangsungan hidup serta memberdayakan manusia dengan segenap potensi yang dimilikinya. Ketiga ialah untuk memperkuat masyarakat yang beradab dan menjadikan pelopor dalam perubahan sosial yang berdasarkan nilai-nilai Islam (Ismail, Ilyas dan Hotman, 2011).

Dari beberapa penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa tujuan dakwah bil-hal ialah untuk meningkatkan kualitas hidup mad'u atau masyarakat yang menjadi sasaran dakwah dengan menyeru pada nilai-nilai keislaman agar berada dalam kehidupan yang harmonis, tentram dan sejahtera baik secara material maupun spiritualnya serta membawa pengaruh dalam perubahan sosial. Dengan dakwah *bil hal* seorang da'i akan lebih mudah untuk membaur dengan mad'u-nya dan mempengaruhinya ke jalan Allah SWT. Karena dalam pengamalan dakwah bil-hal dapat langsung direalisasikan melalui aktivitas sehari-hari dalam kehidupan sosial masyarakat, sehingga nilai-nilai keislaman yang disampaikan akan mudah dipahami dan diterima.

6. Bentuk Dakwah *Bil Hal*

Tidak dapat diharapkan bahwa orang akan mengikuti anjuran kita, kalau kita sendiri tidak pernah melakukannya. Sebaliknya keragu-raguan orang untuk berbuat apa yang kita anjurkan, dapat dihilangkan dengan ketegasan tindakan kita memberi contoh (Thoha, 2004). Sebagai Da'i bukanlah seorang khatib yang berbicara dan memengaruhi manusia dengan nasihatnasihatnya, suaranya, serta kisah-kisah yang diucapkannya. Da'i adalah seseorang yang mengerti hakikat Islam, dan tahu apa yang sedang berkembang dalam kehidupan sekitarnya serta semua problem yang ada. Da'i adalah orang yang faham secara mendalam hukum-hukum syariah dan sunnah kauniyah. Dia adalah orang yang mengajarkan Islam kepada manusia dengan pengajaran yang sebenarnya (Saputra, 2011). Bentuk dakwah *bil hal* ialah sebuah amanah yang merupakan ketenangan jiwa dan perasaan dengan ketiadaan rasa takut. Disisi lain, juga diartikan sebagai istilah dari ketidakpercayaan manusia terhadap sesuatu (seseorang) karena adanya unsur kebohongan, misalnya: tidak berkata jujur dan menyembunyikan sesuatu (*Raghib al-Asfahani*). Ketika amanah itu benar benar dijaga maka kepercayaan bisa tumbuh tanpa adanya keragu-raguan, begitupun sebaliknya ketika sebuah amanah hanya tersampaikan tapi tidak dijaga ataupun dijalankan maka besar kemungkinan akan timbul rasa keraguan dari para mad'u. Seseorang dapat dikatakan amanah jika memiliki kriteria sebagai berikut: 1) mempunyai kemampuan dan keahlian khusus dalam menangani masalah, sehingga membuat kondisi menjadi tentram, perilaku dan perkataannya

menenangkan orang lain. 2) dipercaya perkataannya. 3) seseorang yang membuat orang lain merasa tenang, dipercaya, tidak takut ditipu atau dibohongi (Mandzur, 1998). Seperti halnya seorang da'i berdakwah kepada mad'u dalam melakukan suatu perubahan yang baik, tentu dibutuhkan kepercayaan yang penuh bagi da'i oleh mad'u itu sendiri agar tujuan dakwah dapat terwujud dengan apa yang di harapkan.

E. Berdakwah melalui Youtube

7. Pengertian Youtube

Youtube adalah sebuah situs web (berbagi video) populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Dapat diartikan youtube merupakan sebuah aplikasi baru yang berfungsi untuk menonton postingan video yang dibagikan oleh seseorang. Umumnya video-video di youtube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di youtube adalah flv yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki *plugin Flash Player* (Tamburaka, 2013). Youtube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan Paypal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley pernah belajar tentang reka bentuk di Universitas Indiana Pennsylvania. Sementara itu, Chen dan Karim sama-sama belajar computer sains di Universitas Illinois di Urbana-Champaign.

Youtube memungkinkan siapa saja dengan koneksi internet untuk mengunggah video dan penonton dari seluruh penjuru dunia dapat menikmatinya hanya dalam beberapa menit. Keanekaragaman topik yang ada di youtube membuat berbagai video menjadi salah satu bagian yang penting dalam kultur berinternet. Dampak sosial dari youtube di Indonesia terlihat dari munculnya artis dadakan. Salah satunya yaitu Herman Hadi Basuki yang awalnya berprofesi sebagai polisi namun hanya dengan membuat video di Youtube, mampu dikenal banyak orang hingga memiliki banyak penggemar. Salah satu bentuk aktivitas dakwah di internet adalah *filesharing* atau tempat berbagi file dalam berbagai format, mulai dari dokumen, video, audio, bahkan software islami. Salah satu situs yang tergolong *file-sharing* yaitu youtube.com di mana setiap orang dapat melakukan unggah dan unduh video (Fahrurroji, 2017).

Sekarang ini youtube juga dipakai oleh para dai untuk menyampaikan dakwah berbasis video. Isi dari video merupakan unggahan video yang digolongkan sebagai media visual yang berisi gambar dan suara serta dapat diakses dimanapun dan kapanpun sehingga informasi dakwah dapat mudah dimengerti oleh masyarakat luas dan menjadi efektif.

8. Youtube Sebagai Media Dakwah

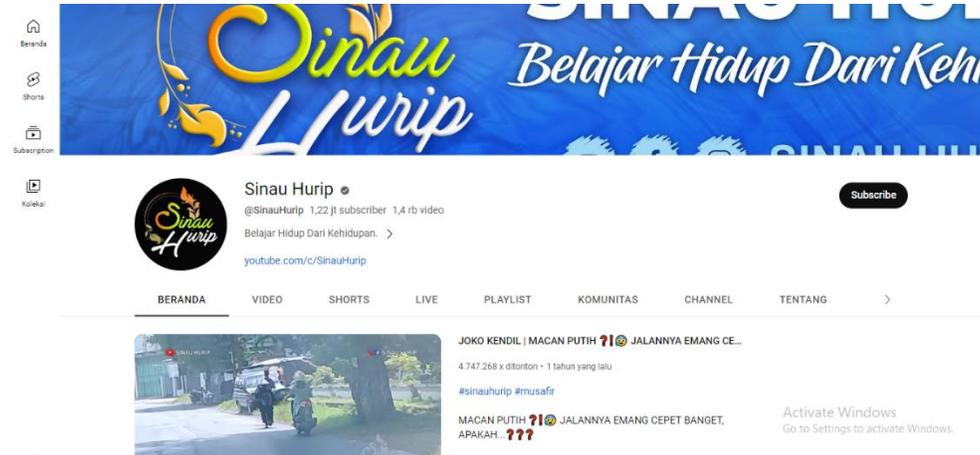
Zaman yang berkembang mendorong kemajuan teknologi, teknologi komunikasi merupakan sarana penghubung masyarakat. Dalam mempengaruhi aspek kehidupan manusia, teknologi komunikasi yang canggih ikut serta termasuk pada kegiatan dakwah. Salah satu kegiatan komunikasi keagamaan yaitu dakwah perlu diadaptasi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

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi akan menguntungkan jika digunakan dengan baik dan bijak oleh pendakwah. Salah satu media sosial berbasis video yang berkembang yaitu, youtube. Youtube digolongkan sebagai media audio visual. Maka dari itu, jika youtube dimanfaatkan sebagai media dakwah dizaman saat ini akan memberi informasi yang efisien dan efektif karena masyarakat akan mudah menerima menjadikan youtube sebagai media dakwah yaitu salah satu aspek terpenting yang sangat erat kaitannya dengan posisi youtube sebagai *platform* media sosial yang saat ini unggul dan banyak yang tertarik. Youtube sebagai media dakwah yaitu hasil dari adanya penerapan serta pemanfaatan teknologi modern. Selain itu, menggunakannya, untuk media dakwah termasuk bagian dari kulturasi dakwah yaitu dakwah yang cenderung kultural dimasyarakat dan mempertimbangkan potensi yang ada (Abdullah, 2018). Jadi, memanfaatkan dan menerapkan youtube sebagai salah satu media dakwah diharapkan dapat menggapai sasaran dakwah yang lebih baik.

BAB III

PENYAMPAIAN DAKWAH *BIL HAL* PADA KONTEN YOUTUBE “SINAU HURIP”

A. Profil Kanal Youtube “Sinau Hurip”



Gambar 1 - Profil Youtube “Sinau Hurip”

“Sinau Hurip” merupakan kanal youtube yang mempublikasikan aktivitas pasangan suami istri asal Kudus yakni Sukaryo Adi Putra dengan istrinya Heni Mustikaningati yang populer dengan sapaan Kang Adi dan Mbak Heni. Aktivitas yang dipublikasi pada kanal youtube “Sinau Hurip” yakni mendekati orang dengan gangguan jiwa (ODGJ), merawat, serta berupaya untuk bisa mengembalikan orang dalam gangguan jiwa tersebut kembali kepada keluarganya.

Latar belakang Kang Adi dan Mbak Heni selaku pemilik kanal youtube “Sinau Hurip” mendekati orang dalam gangguan jiwa ini atas rasa kemanusiaan dan keinginan mengembalikan para orang dalam gangguan jiwa jalanan kepada keluarga mereka. Kang Adi dan Mbak Heni menyampaikan bahwa ada rasa kepuasan tersendiri ketika bisa mengembalikan orang dalam gangguan jiwa ke keluarganya dan ada perkembangan positif mengarah pada kesembuhan orang dalam gangguan jiwa tersebut. Terdapat dua fokus penanganan pada “Sinau Hurip” yakni kepada orang dalam gangguan jiwa jalanan dengan fokus untuk kembali pada keluarga dan orang dalam gangguan jiwa rumahan yang berfokus untuk melakukan pengobatan dan dibantu agar mendapatkan tindakan lanjutan ke rumah sakit.

Kang Adi dan Mbak Heni mulai ada ketertarikan kepada para orang dalam gangguan jiwa sejak 2007 silam. Setiap makan diluar dan kebetulan bertemu dengan orang

dalam gangguan jiwa, mereka berusaha untuk menyapa, mendekati, memberi makan, lalu mengajak ngobrol. Jadi, bukan hanya sekedar memberi makan, tetapi juga mencoba kenal dan menjadi sahabat mereka.

Pandemi Covid-19 menjadi awal bagi Kang Adi dan Mbak Heni untuk serius melakukan pendampingan terhadap orang dalam gangguan jiwa sekaligus berkreasi di youtube. Tepatnya pada tanggal 5 oktober 2019 kang Adi dan Mbak Heni mulai mempublikasikan video di youtube. Pada mulanya Sinau Hurip berisikan konten terkait *down syndrome* dengan tujuan ingin berbagi motivasi dan semangat untuk banyak orang. Sampai saat ini yaitu tahun 2023 *subscriber* kanal youtube “Sinau Hurip” berjumlah 1.220.000 dan sudah mempublikasikan sebanyak 1.400 video. Kang adi menyampaikan bahwa penghasilan yang didapatkan dari youtube digunakan untuk operasional. Termasuk untuk honor kru, yang terdiri dari sopir, kameramen dan editor video. Sampai saat ini, kang Adi dan Mbak Heni melalui kanal youtube “Sinau Hurip” sudah berhasil mengembalikan orang dalam gangguan jiwa sebanyak 200 orang.

Asal muasal Kang Adi membuat nama youtube “Sinau Hurip” karena kita ini adalah orang-orang bodoh yang tetap harus belajar bagaimana belajar bermanfaat kepada sesamanya dengan kemampuan kita. Seperti bio yang tercantum pada youtube “Sinau Hurip” yakni “Belajar kehidupan dari kehidupan. Dengan memanusiakan manusia lain. Karena ODGJ juga manusia seperti kita. Kebahagiaan yang tidak terkira nilainya jika kamibisa mempertemukan ODGJ jalanan dengan keluarganya.

B. Temuan Data Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah *Bil Hal* pada Konten Sinau Hurip

Temuan data yang akan dilampirkan ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 4 Agustus 2023 bersama Sukaryo Adi Putra atau Kang Adi selaku pemilik kanal youtube “Sinau Hurip” di Kudus. Ditemukan data berupa strategi-strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh Kang Adi dalam membuat konten pada kanal youtube “Sinau Hurip”, yakni sebagai berikut:

9. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah *Bil Hal* pada Konten Youtube “Sinau Hurip”

Strategi pada dasarnya merujuk pada bagaimana perencanaan seseorang dalam mencapai suatu tujuan, diiringi dengan taktik operasional yang dibentuknya. Sama

halnya dengan definisi tersebut, Kang Adi dalam “Sinau Hurip” memiliki strategi dalam kontennya dengan menggunakan cara yang lebih persuasif, dimana pesan yang disampaikan bertujuan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang dan mendorong seseorang berubah mengikuti apa yang disampaikan dengan kesehndak diri sendiri secara sadar.

Isi konten Kang Adi mengandung salah satu metode dakwah yakni, dakwah *bil hal* yang bertujuan untuk memberikan pesan dan motivasi kepada orang dalam gangguan jiwa agar mau dan bisa sembuh, dan kepada penonton kanal youtube “Sinau Hurip” agar mau merawat dan menyayangi orang dalam gangguan jiwa. Karena masih banyak sekli ditemukan orang-orang atau bahkan anggota keluarga dari orang dalam gangguan jiwa itu sendiri yang tidak mau merawat atau bahkan di terlantarkan.

Dalam mencapai tujuan tersebut, Kang Adi melakukan beberapa perencanaan yang arahnya merujuk pada bagaimana efektivitas pesan yang dijalankannya. Adapun beberapa komponen yang diformulasikan adalah sebagai berikut:

a) Mengenali sasaran komunikasi

Seperti dijelaskan sebelumnya, Kang Adi berfokus pada orang dalam gangguan jiwa. Pemilik kanal youtube “Sinau Hurip” mengenali sasaran komunikasi dengan terjun langsung kelapangan dan mencari orang dalam gangguan jiwa yang membutuhkan bantuan agar bisa terawat dan kembali kepada keluarganya. Kang Adi berusaha mengenali sasaran komunikasinya dengan berperan sebagai sosok teman atau sosok yang disebutkan oleh orang dalam gangguan jiwa tersebut. Kang adi mencoba untuk mengurangi batasan kepada orang dalam gangguan jiwa agar bisa lebih akrab dan mereka lebih mudah menerima apa yang disampaikan oleh Kang Adi. Kang Adi menyampaikan:

“Saya dengan tim turun langsung kelapangan untuk mencari orang dalam gangguan jiwa setiap pukul 08.00 WIB, tidak ada jam batasan karena saya fleksibel, karena saya tidak ada yang mengatur, saya mengatur diriku sendiri. Aku biasanya setiap Jumat libur, karena anak-anakku libur sekolahnya hari Jumat, alasan itu. Tetapi nek ono sesuatu mendesak di hari Jumat yo mereka tak tinggal. Saya berusaha memposisikan diri sebagai teman, keluarga, dan orang yang lebih kuat dari dia supaya dia mau berinteraksi dan akrab dengan saya.”

(Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

b) Pemilihan Media Komunikasi

Kang Adi memilih beberapa media komunikasi yang dijadikan wadah guna tercapainya tujuan yang ingin dicapai dan pesan yang ingin disampaikan. Kang Adi menyampaikan:

“Awal mulanya saya hanya mengupload video di youtube, namun sekarang saya juga sudah mengembangkan ke platform lain yaitu facebook, instagram dan tiktok.”

(Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

Hal ini dilakukan Kang Adi dan Mbak Heni agar informasi yang disampaikan didalam konten youtube yakni informasi terkait data dari orang dalam gangguan jiwa dapat segera tersampaikan kepada keluarganya. Bahkan Kang Adi menyampaikan bahwa:

“pernah ada kejadian video belum saya upload di youtube atau sosial media manapun. Tapi saya buat status di WhatsApp, qadarullah informasi itu langsung diteruskan oleh viewers status whatsapp saya dan orang dalam gangguan jiwa tersebut langsung dikenali dan dijemput oleh keluarganya.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

Hal ini membuktikan bahwa sosial media menciptakan komunikasi yang efektif di era digital seperti sekarang ini.

c) Menentukan Pesan Tujuan Komunikasi

Pesan tujuan yang ingin disampaikan oleh kang yaitu bagaimana orang dalam gangguan jiwa mampu menjawab pertanyaan dari Kang Adi untuk menggali informasi terkait orang dalam gangguan jiwa tersebut. Kang Adi menyebutkan bahwa:

“Tidak sedikit orang dalam gangguan jiwa yang melakukan perlawanan, tetapi hal itu saya maklumi sebab perlawanan yang dilakukan untuk pertahanan diri ketika dia merasa terancam, namun setelah melihat proses bahwa ini tidak menyakiti tetapi mendapatkan kenyamanan, orang dalam gangguan jiwa tersebut justru akan berterima kasih.”

(Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

d) Menentukan Komunikator

Komunikator penting untuk ditentukan dalam berjalannya suatu konten youtube. Pada kanal youtube “Sinau Hurip” komunikator nya yakni pemilik kanal sendiri yakni Sukaryo Adi Putra. Kang Adi menjelaskan:

“Pada Youtube “Sinau Hurip” saya sendiri yang menjadi komunikator, terkadang sama istri saya Mbak Heni. Alasannya yang pertama, karena “Sinau Hurip” digawangi dengan saya dan istri, otomatis saya harus anter orang dalam gangguan jiwa ini. Masa saya yang nemuin terus orang lain yang anterin, feel nya nggak dapet nanti. Jadi, kita mengantarkan. Paling sering ke Jawa Barat. Saya pernah ke Cilegon, ke Garut, ke Tasik, ke Bandung, ke Serang Banten. Jadi, ODGJ yang kita temukan di sekitar Pati, itu kebanyakan orang Jawa Barat dan Jawa Timuran.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

e) Menentukan target sasaran.

Target sasaran “Sinau Hurip” yakni orang dalam gangguan jiwa. Kang Adi berkata:

“Saya memiliki dua fokus orang dalam gangguan jiwa, yang pertama orang dalam gangguan jiwa jalanan dan orang dalam gangguan jiwa rumahan. Keduanya sama sama memiliki keunikannya masing-masing. Pada orang dalam gangguan jiwa jalanan saya bertujuan untuk bisa merawat, dan mengembalikan kepada keluarga. Kalau orang dalam gangguan jiwa rumahan saya fokus untuk pengobatan dan akses ke rumah sakit.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

f) Menentukan Tim Kerja

Tim kerja dibutuhkan guna berlangsung proses komunikasi yang akan dilaksanakan. Kang Adi menyampaikan:

“Tentu ada tim mas, tim kita banyak. Ada saya dengan istri, Mbak Heni. Dulu awal “Sinau Hurip” video editor nya anakku, Gani. Sekarang “Sinau Hurip itu ada saya, Mbak Heni, ada Mas Irul sebagai kameramen sekaligus driver, Subandi juga tak ajak sering tinggal disini kalau Subandi, itu anak Temanggung. Ada Mas Ilma sebagai editor, adalagi Mas Hadiwinarto atau Wito cah Tayu koncoku SMP, itu tak jadikan driver kalau aku anter ODGJ jauh. Itu pasti aku sama dia karena dari awal saya sama dia, kalau Irul kan baru dipertengahan jalan. Jadi ndak sendiri. Jadi totalnya 4-5 orang.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

Selain 4-5 tim yang kebersamai Kang Adi dalam terjun langsung kelapangan dan mengonten sehari-hari, terdapat juga tim media sosial yang *handle* postingan di *Facebook*. Kang Adi menyampaikan:

“Selain itu, ada tim sendiri saya yang beda dengan 4-5 orang tadi. Ada tim lain yang mengurus video-video yang tayang di Facebook. Jadi tim Facebook saya kasih link google drive, dia download dan mereka potong. Karena video youtube dengan facebook beda. Youtube itu full kalau facebook 3-4 menitan. Kenapa di potong? Karena perilaku penonton youtube dengan facebook berbeda. Penonton youtube mau menonton video panjang, kalau facebook tidak.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

Kang Adi menjelaskan bahwa “Sinau Hurip” tidak memiliki admin, sehingga semua pesan yang masuk langsung tersampaikan kepada Kang Adi, ia mengatakan:

“Sinau Hurip tidak mempunyai admin, cuman memang tidak seketika saya balas, apalagi nek siang. Siang saya fokus dijalan, hapeku tak taroh. Tapi kalau malam lebih sering tak balas. Saya lebih free nek malem seperti ini, karena kalau siang gabisa ketemu saya.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

g) Teknik Menyusun Pesan

Pesan merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam proses komunikasi, sehingga Kang Adi dan Tim “Sinau Hurip” berupaya untuk mengemas pesan tersebut agar mudah diterima dan dipahami oleh orang dalam gangguan jiwa dan penonton. Kang adi mengatakan:

“Pesan yang ingin saya sampaikan kepada khalayak umum yaitu sesama manusia hendaknya kita mampu saling membantu sesama tidak terkecuali dengan orang dalam gangguan kejiwaan. Justru orang-orang dalam gangguan jiwa ini yang sangat membutuhkan bantuan dari orang-orang agar bisa mendapatkan perawatan yang layak. Ya semoga adanya “Sinau Hurip” ini, mampu memotivasi orang-orang agar tidak memandang sebelah mata orang dalam gangguan jiwa dan mau merawat. Sebab banyak sekali keluarga yang sengaja menelantarkan anggota keluarganya yang mengalami gangguan kejiwaan” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

h) Memilih Media Komunikasi

“Sinau Hurip” memilih untuk menjadikan media sosial sebagai platform penyebaran informasi. Platform yang dipakai yaitu Youtube, Facebook, dan Tiktok. Kang Adi menjelaskan:

“Menurut saya, ketiga aplikasi tersebut saat ini sangat banyak penggunanya, apalagi tiktok. Tetapi setiap platform memiliki perilaku penonton yang berbeda-beda. Maka dari itu saya memiliki tim sendiri untuk facebook, agar bisa memotong bagian yang menarik untuk dilihat penonton.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

i) Penyebarluasan Media Komunikasi

Kang Adi dan tim “Sinau Hurip” menggunakan beberapa platform media sosial untuk menyebarluaskan informasi orang dalam gangguan jiwa jalanan, yakni Youtube, Facebook dan sekarang ditambah dengan Tiktok. Kang Adi yakin, semakin banyak platform yang digunakan oleh “Sinau Hurip” semakin mudah untuk keluarga mengenali orang dalam gangguan jiwa. Kang Adi menyampaikan:

“Ketiga platform ini digunakan agar penyampaian informasi terkait orang dalam gangguan jiwa jalanan mampu tersampaikan kepada keluarga. Karena banyak orang dalam gangguan jiwa yang dikenali keluarga setelah tayang di youtube, kadang di youtube tidak dikenali tapi di facebook dikenali itu sering. Atau di youtube, facebook tidak dikenali, lewat tiktok dikenali. nah itu, makanya di platform media sosial kita itu pasti ada nomor kontak saya, yang sampean wa itu. Kenapaa? Kook kontakku ndak tak sembunyikan, tapi tak sampaikan ke publik, karena motivasi kita menelusuri di jalan agar dikenali keluarganya. Nek saya tidak ada kontake terus keluarga hubungi saya piye? Alasan nya itu. Ya karena motivasinya agar mereka bisa pulang, keluarga bisa kontek saya, maka ada nomor hape disana.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

j) Menyusun Jadwal Kegiatan

Dalam menentukan jadwal kegiatan, strategi baik diperlukan agar informasi yang dibagikan dapat diterima oleh masyarakat luas. Pemilik kanal youtube “Sinau Hurip” yaitu Kang Adi menyampaikan:

“Sinau Hurip mengupload video setiap hari pukul 14.00 WIB. Setiap jam 08.00 WIB saya terjun ke lapangan untuk menyisir jalanan mencari ODGJ atau kerumah ODGJ jalanan ketika saya mendapatkan pesan untuk membantu pengobatan ODGJ rumah yang memerlukan akses kerumah

sakit atau ketempat rehabilitasi.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

k) Evaluasi dan Audit Komunikasi

Evaluasi diperlukan untuk memperbaiki serta meningkatkan kinerja yang dicapai sebelumnya. Pada kanal youtube “Sinau Hurip” Kang Adi mengatakan:

“Aku bukan tipe orang yang saklek, saya tidak ada standar harus begini-begini, karna ini bukan sebuah entitas perusahaan kok ya. Saya youtuber, sayaa butuh video iya toh selama itu terpenuhi yasudah. Editor misal, aku ndak meminta macem-macem kok” mas editke video ku pola seperti ini.” sudah ya sudah. Kameramen juga seperti itu “Rul, ambilke angle sepeti itu, rul, coba ambilke angle sebelah sini.” Gitu loh.. ndak kaku banget lah. Karna nuwon sewu, “sinau hurip bukan entitas perusahaan yan profit oriented lebih tepatnya saya relawan yang kebetulan punya youtube.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

10. Tahapan Komunikasi Perusasisif

Keberhasilan komunikasi persuasif ditentukan dengan penyampaian pesan secara sistematis. Adapun terdapat beberapa formula yang bisa dijadikan landasan, yakni *Attention* (perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Tindakan).

a) *Attention* (Perhatian)



Gambar 2 - Kang Adi mengajak salaman orang dalam gangguan jiwa. Menit 05.54 (dalam konten berjudul BERSAMA PAK GANJAR ODGJ BERKALUNG RANTAI 0,5 KWINTAL)

Pola komunikasi yang digunakan oleh Kang Adi dalam menarik perhatian orang dalam gangguan jiwa yakni mengajaknya bersalaman, merangkul orang dalam gangguan jiwa, memberikan rokok atau makanan yang disukai oleh orang

dalam gangguan jiwa, mengajak ngobrol dan menanyakan siapa nama, berasal dari mana, dan siapa nama orang tuanya. Kang Adi mengatakan:

Dalam hal ini Kang Adi menyampaikan:

“pada dasarnya semua orang bisa berinteraksi dengan odgj, termasuk panjenengan semua. Cuman, seberapa berani kita melakukan. Eeee... kendel sek wae lah. Tetapi ya memang ojo nekat. Kalau cara-cara pendekatan tidak ada pola baku dalam mendekati odgj. Di “Sinau Hurip” tidak ada odgj. Karena nyuwun sewu, sutradaranya itu si odgjnya. Cuman mungkin yang ada kemiripan-kemiripan pola adalah saya selalu mengucapkan salam ke dia, mengajak salaman, senyum. Itu adalah pola-pola yang cenderung kompetitif, yang cenderung berulang-ulang. Tetapi dilapangan nanti berbeda banget, tergantung kondisi si orang dalam gangguan jiwa. Maksudku salaman bukan maksudnya aku sakti atau apa, salaman dan rangkulan saya lakukan lebih kepada agar pesan yang saya bawa diterima oleh si orang dalam gangguan jiwa. Sebab kontak kulit seperti ini, ini adalah media yang pas untuk menyampaikan pesan. Pada saat verbal tidak cukup untuk menjelaskan, maka dengan salaman. Saya datang ke dia untuk mengasihinya, ingin menyayangi, maka pesan itu harus sampai dulu. Agar dia tidak marah ke saya, tidak menyerang ke saya, harapan saya seperti itu. Dan rata-rata nek setelah salaman ya dia nurut, bukan karena aku sakti yaaa. Perlu di highlight itu. Ini merupakan suatu bentuk strategi, harus ada kontak fisik. karena gesture kita menampilkan kejujuran. Tetapi tetap tidak ada pola baku saya, tidak kudune ngene, tidak bisa. karena mereka punya perilaku dan kecenderungan sikap yang berbeda, tingkat agresifitas mereka juga berbeda, ada yang kalem, ada yang galak banget, ada yang suaranya banter, bahkan mohon maaf kalau anda perhatikan, kadang saya kan salaman tak kon salaman yang kenceng sampai kenceng sampai titik dimana dia gak bisa kenceng, aku lebih kenceng. Itu adalah salah satu teknik saya untuk meruntuhkan rasa kepercayaan dirinya dia.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)



Gambar 3 - Kang Adi menggunting kuku tangan orang dalam gangguan jiwa supaya bersih. Menit 16.20 (dalam konten BAK JUBAH KEBESARAN?! HAMPIR NONJOK Mas Adi ! MINTA COCA COLA PAS HABIS MAND!)

b) *Interest* (minat/rasa tertarik)

Kang Adi meyakinkan orang dalam gangguan jiwa untuk menyetujui pesan dengan meyakinkan bahwa Kang Adi tidak akan menyakiti dan akan mengantarkan orang dalam gangguan jiwa pulang kerumah keluarganya. Kang Adi mengatakan:

“biasanya diawal itu ada orang dalam gangguan jiwa yang kasar, bisa memukul, berbicara lebih keras, pokoknya berontak gitu.. nah disitu saya meyakinkanya ya tentunya dengan sentuhan fisik tadi, saya ajak salaman, saya ajak tos tangan, saya tanyakan maunya apa, makan apa, mau duit enggak, setelah orang dalam gangguan jiwa itu merasa nyaman dan timbul rasa percaya bahwa saya tidak menyakiti, barulah dia nurut sama saya. Mau jawab pertanyaan, mau dipotong kukunya, dicukur rambutnya, dilepas pakaian dan dimandikan. Saya tanyakan juga alamatnya dimana walaupun jawabannya terkadang kurang dipahami, tapi saya berusaha menggali terus informasi sampai saya dapat mengetahui nama desa, kecamatan, dan kota dari odgj tersebut. Setelahnya, justru orang dalam gangguan jiwa itu berterimakasih kepada pihak pihak yang sudah membantu proses berjalannya tersebut.”
(Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)



Gambar 4 Kang Adi menggunting kuku tangan orang dalam gangguan jiwa supaya bersih. Menit 15.09 (dalam konten BAK JUBAH KEBESARAN?! HAMPIR NONJOK Mas Adi ! MINTA COCA COLA PAS HABIS MAND!)

c) **Desire (Keinginan)**



Gambar 5 - Kang Adi memandikan orang dalam gangguan jiwa. Menit 11.48 (dalam konten ODGJ TANGAN CACAT, SEHARI-HARI MEMAKAI ROK PANJANG PADAHAL DIA LAKI-LAKI)

Pada tahapan ini orang dalam gangguan jiwa sudah memiliki keinginan untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh Kang Adi. Kang Adi menyampaikan:

“biasanya kalo kita udah bisa ngikutin orang dalam gangguan jiwanya, atau frekuensinya udah sama nih, nah itu orang dalam gangguan jiwanya bakal nurut, mas. Mau dipotong kukunya, pakaiannya yang ada sampahnya kita lepas juga mau, saya juga menanyakan “Ridho kan mas ini kita lepas?” gitu.. terus kita mandikan, kita kasih ganti baju bersih “Sinai Hurip” baru deh abis itu kita tanyain mau makan sama minum apa.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

d) **Decision (Keputusan)**

Pada tahapan ini orang dalam gangguan jiwa sudah memutuskan untuk mengikuti apa yang diarahkan oleh Kang Adi, Kang Adi mengajak orang dalam gangguan jiwa untuk mengobrol, mengajak untuk membersihkan badan dari orang dalam gangguan jiwa.

Kang adi mengatakan:

“Iya walaupun setiap orang dalam gangguan jiwa itu berbeda-beda pola perilakunya, tapi Alhamdulillah sampai saat ini semuanya bisa diatasi hehehe. Ada orang dalam gangguan jiwa yang menonjok mata saya sampai mata saya merah, kemungkinan pembuluh darah saya ini pecah. Ada orang dalam gangguan jiwa yang menampar dirinya sendiri, nah itu semua tergantung bagaimana kita memberikan tindakannya, kalau tindakannya sesuai InsyaAllah orang dalam gangguan jiwa nya bisa

nurut, walaupun kadang yaa harus ada paksaan disitu, dan nyuwun sewu terkadang juga saya mengeluarkan intonasi yang lebih keras, kembali lagi itu semua saya lakukan agar meruntuhkan kepercayaan diri orang dalam gangguan jiwa bahwa saya lebih kuat dan mereka harus nurut.”
(Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)



Gambar 6 - Kang Adi mendata informasi terkait orang dalam gangguan jiwa. Menit 29.19 (dalam konten BAK JUBAH KEBESARAN?! HAMPIR NONJOK Mas Adi ! MINTA COCA COLA PAS HABIS MAND!)

e) *Action (Tindakan)*



Gambar 7 - Kang Adi mengajak ODGJ KE Rumah Sakit Jiwa. Menit 02.02 (dalam konten SEDIH tp LUCU BANGET ! NUANSAnyA UMAR skr MARAH BANGET, otw RSJ)

Setelah tahapan-tahapan diatas dilakukan, tahap akhir yakni tahap tindakan. Pada tahap ini orang dalam gangguan jiwa sudah mau melakukan apa yang diperintahkan oleh Kang Adi. Pada tahap tindakan ini, bisanya orang dalam gangguan jiwa sudah tidak melakukan perlawanan dalam bentuk apapun. Tindakan

yang dilakukan di akhir yakni mengajak orang dalam gangguan jiwa untuk dimandikan kemudian diberikan pakaian baru yang bersih. Namun Kang Adi juga tetap menghormati orang dalam gangguan jiwa dengan tetap memilah barang-barang apa saja yang dianggap penting atau tidak penting. Kang Adi mengatakan:

“nek wes dimandiin itu orang dalam gangguan jiwa terlihat segar dan lebih bisa diajak guyon.. tentunya sebelum mandi itu kan kita bersihin dulu to baju dan brang-barang yang dipakai si odgj, disitu yaa saya tanyakan “kamu ini bawa apa aja?” “ini apa namanya?” “untuk apa?” saya juga pilih dan cari apakah ada barang berharga atau ada barang yang membahayakan.” (Wawancara dengan Kang Adi, 04 Agustus 2023)

BAB IV

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENYAMPAIAN DAKWAH *BIL HAL* PADA KONTEN YOUTUBE “SINAU HURIP”

A. Analisis Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah *Bil Hal* pada Konten Youtube “Sinau Hurip”

Islam adalah agama dakwah. Berdakwah merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan sebagai seorang muslim, sebagaimana hadist Rasulullah SAW, dari Abdullah bin Amr *radhiyallahu ‘anhu*, bahwa Nabi *shallallaahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat*” (HR. Bukhari). Artinya, setiap orang memiliki kewajiban untuk berdakwah, menyampaikan pemahaman agama yang mereka ketahui, meskipun hanya satu hadist atau ayat. Tentu, pesan dakwah yang disampaikan bersumber pada Al-Quran dan Al-Hadist yang berisi nilai dan ajaran Islam, yang melingkupi segala aspek kehidupan. Dalam konten “Sinau Hurip” banyak sekali pesan-pesan dakwah yang terkandung didalamnya, diantaranya yakni bagaimana cara menghargai sesama manusia tidak terkecuali orang dalam gangguan jiwa, merawat dan membantu agar orang yang dalam gangguan jiwa dapat sembuh dan mendapatkan perawatan yang layak, membersihkan dan memberikannya makan. Hal itu merupakan suatu bentuk dakwah melalui tindakan atau disebut sebagai dakwah *bil hal*.

Dari data yang peneliti dapatkan, strategi komunikasi persuasif tersebut bertujuan positif terutama untuk menyampaikan pesan dakwah *bil hal* kepada penonton “Sinau Hurip”. Maksud dari bertujuan positif disini yaitu terjadi peningkatan pengetahuan dan memberikan contoh bagaimana cara bertindak dan merawat orang dalam gangguan jiwa. Selain itu, “Sinau Hurip” juga berupaya untuk memberikan kasih sayang dengan merawat, membantu mempertemukan dengan keluarga, serta membantu orang dalam gangguan jiwa agar mampu mendapatkan pengobatan secara medis. Hal tersebut yang menjadi tujuan dari “Sinau Hurip” dibuat dengan harapan agar banyak orang yang tergerak hatinya untuk mau mengasihi dan menyangi orang dalam gangguan jiwa. “Sinau Hurip” juga berharap agar orang dalam gangguan jiwa bisa sehat seperti sedia kala sehingga mampu untuk kembali melaksanakan kewajiban sebagai umat yang beragama. Hal ini merupakan tujuan dari dakwah *bil hal* karena didalamnya terkandung makna meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat baik secara lahir maupun batin, menciptakan tatanan kehidupan sosial dalam

masyarakat yang harmonis baik secara material maupun spiritual untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam tatanan kehidupan sosial dan ekonomi, meningkatkan harkat dan martabat umat islam, dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat baik secara lahir maupun batin.

Dalam menganalisis strategi komunikasi persuasif peneliti berusaha mengelaborasi data dan temuan yang dikaitkan dengan teori-teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, yaitu: 1) Strategi Psikodinamika, 2) Strategi Sosiokultural, dan 3) Strategi *The Meaning Construction*.

1. Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamika menitikberatkan pada faktor emosional dan kognitif. Esensi strategi psikodinamika adalah pesan persuasif yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual, sehingga mereka akan merespon seperti yang diinginkan persuader ke dalam bentuk perilaku. Dengan kata lain, komunikasi persuasif yang efektif terletak pada belajar hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh persuader.

Pada strategi ini, kang adi menggunakan beberapa pola komunikasi yakni salam, senyum, mengajak salaman, dan merangkul. Agar pesan dapat tersampaikan kepada orang dalam gangguan jiwa. Selain itu, pola ini digunakan agar orang dalam gangguan jiwa mau merespon pertanyaan-pertanyaan dan mengikuti apa yang diarahkan oleh Kang Adi.

Kang adi selalu mengajak salaman kepada orang dalam gangguan jiwa untuk meruntuhkan kepercayaan diri orang dalam gangguan jiwa bahwa Kang Adi lebih kuat dari pada orang dalam gangguan jiwa, sehingga membuat orang dalam gangguan jiwa mau mengikuti apa yang di perintahkan oleh Kang Adi dan menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh Kang Adi. Hal ini bertujuan untuk menggali informasi terkait orang dalam gangguan jiwa sehingga bisa mendapatkan informasi data terkait orang dalam gangguan jiwa dan keluarga yang menonton kanal youtube “Sinau Hurip” diharapkan bisa mengenali dan menjemput orang dalam gangguan jiwa.

Dalam hal ini, Kang Adi sebagai *persuader* berupaya untuk menyentuk aspek kognitif dan emosional orang dalam gangguan jiwa agar mampu menangkap maksud dan tujuan Kang Adi. Aspek kognitif dibentuk Kang Adi ke dalam sebuah pemahaman

dan pembiasaan bahwa tujuan Kang Adi datang untuk merawat orang dalam gangguan jiwa dan berusaha membuat mereka terdorong untuk mau sembuh, merasa senang dan nyaman. Pemahaman ini diberikan melalui penggunaan bahasa yang tidak formal dan diselingi dengan bercandaan yang mengikuti *frekuensi* orang dalam gangguan jiwa. Selain pola-pola komunikasi yang diterapkan, Kang Adi juga selalu memberikan pertanyaan yang sama kepada setiap orang dalam gangguan jiwa yang ditemuinya. Pertanyaannya antara lain, yaitu: 1) siapa nama orang dalam gangguan jiwa, 2) dari mana asal orang dalam gangguan jiwa, dan 3) siapa nama orang tuanya. Selain itu, Kang Adi juga mengajarkan kepada orang dalam gangguan jiwa pemahaman bahwa tidak boleh bertindak kasar ke orang, diajarkan untuk mengucapkan terimakasih, dan mau tersenyum. Aspek kognitif ini juga berkaitan dengan bagaimana pesan yang disampaikan dapat masuk ke otak sebagai stimulus yang kemudian teraktualisasikan secara nyata.

Adapun, aspek emosional terbentuk dari hubungan akrab yang dibangun oleh Kang Adi kepada orang dalam gangguan jiwa. Kang Adi memposisikan diri sebagai teman atau siapapun yang ada di khayalan orang dalam gangguan jiwa. Kang Adi mengikuti siapa saja orang yang disebut orang dalam gangguan jiwa, hal ini dibangun dengan tujuan agar orang dalam gangguan jiwa bisa lebih dekat dengannya, sehingga pesan-pesan dan maksud dan tujuan lebih mudah diterima dan dipahami. Pola yang dilakukan oleh Kang Adi ini bukan pola baku, tergantung dengan bagaimana sikap dan perilaku orang dalam gangguan jiwa. Akan tetapi, hal hal yang sudah pasti dilakukan oleh Kang Adi dalam konten youtube “Sinau Hurip” adalah bersalaman, merangkul, menggunting kuku, memandikan orang dalam gangguan jiwa, dan menanyakan hal-hal yang terkait dengan informasi data diri orang dalam gangguan jiwa.

Makna yang terkandung dalam setiap konten “Sinau Hurip” merupakan makna kehidupan, dimana kita sebagai manusia harus memanusiakan manusia, tidak boleh memandang sebelah mata orang dalam gangguan jiwa, mau merawat dan tidak menelantarkan. Metode yang Kang Adi terapkan pada “Sinau Hurip” merupakan penerapan dari dakwah *bil hal*. Karena pada setiap kontennya Kang Adi mengajak semua orang, baik dilingkungan maupun kepada penonton “Sinau Hurip” untuk mau merawat dan menyayangi orang dalam gangguan jiwa. Kang Adi juga memberikan

perbuatan yang nyata bagaimana cara mengajak ngobrol, bertindak, dan mengajak orang dalam gangguan jiwa.

2. Strategi Sosiokultural

Strategi sosiokultural didasari oleh asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan dari luar diri individu seperti faktor lingkungan, keluarga, pertemanan maupun lingkungan kerja. Maka dari itu strategi ini dibutuhkan dalam menyampaikan pesan persuasi untuk menegaskan kepada individu atau orang yang dipersuasi bahwa setiap lingkungan memiliki norma dan kontrol sosial terhadap dirinya.

“Sinau Hurip” mengimplementasikan strategi sosiokultural untuk menggeser *stigma* buruk masyarakat tentang orang dalam gangguan jiwa. Dan menanamkan bahwa pada dasarnya orang dalam gangguan jiwa juga manusia yang harus dirawat, disayangi, dan diberikan kehidupan yang layak. Maka dari itu “Sinau Hurip” berusaha menyuguhkan konten dengan bahasa yang sopan, tidak terlalu baku untuk menciptakan interaksi baik dengan orang dalam gangguan jiwa ataupun dengan penonton “Sinau Hurip” agar makna yang terkandung dapat tersampaikan dengan jelas.

Hadirnya faktor luar diri dari penonton “Sinau Hurip” yang dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku penonton inilah yang memberikan keuntungan bagi “Sinau Hurip”, karena banyak sekali penonton “Sinau Hurip” yang ikut andil dalam proses menemukan dan merawat orang dalam gangguan jiwa. Baik orang dalam gangguan jiwa jalanan maupun rumahan. Dari penonton, “Sinau Hurip” mendapatkan informasi terkait orang dalam gangguan jiwa jalanan yang membutuhkan bantuan, selain itu tidak sedikit pula penonton “Sinau Hurip” yang menghubungi tim untuk mengevakuasi orang dalam gangguan jiwa rumahan yang membutuhkan penanganan rumah sakit atau rehabilitasi.

“Sinau Hurip” mempersuasi penontonnya untuk lebih dekat melalui pendekatan lingkungan pertemanan dengan meletakkan *contac person* Kang Adi agar siapapun yang memiliki keperluan seperti menyampaikan informasi terkait keluarga yang mengenali orang dalam gangguan jiwa di salah satu konten youtube “Sinau Hurip” dan meminta bantuan kepada “Sinau Hurip” untuk mengevakuasi orang dalam gangguan jiwa rumahan untuk rujukan kerumah sakit atau panti rehab dapat tersampaikan secara langsung kepada Kang Adi. Karena *contac person* yang dicantumkan di semua media

sosial “Sinau Hurip” dikelola langsung oleh Kang Adi tanpa ada pihak kedua atau *admin*. Hal ini dilakukan Kang Adi agar Kang Adi mampu mendapatkan pesan tersebut secara langsung dan bisa gerak cepat apabila suatu pesan tersebut merupakan sesuatu yang mendesak.

Adapun kaitan faktor lingkungan lainnya yang digunakan oleh “Sinau Hurip” dalam mempersuasi orang dalam gangguan jiwa dan penonton yaitu dengan bekerjasama dengan para tenaga ahli. Kang Adi melakukan evakuasi terhadap orang dalam gangguan jiwa bukan sesuatu yang tanpa landasan, Kang Adi menguasai bagaimana cara untuk berkomunikasi dan bertindak dengan setiap orang dalam gangguan jiwa yang ditemui, selain itu Kang Adi juga didampingi oleh Mbak Heni yakni istrinya yang saat ini sedang menempuh pendidikan S2 jurusan psikologi klinis. Kang Adi dalam wawancara menekankan bahwa semua orang dalam gangguan jiwa yang ditemui selalu diarahkan untuk melakukan pengobatan dirumah sakit ataupun panti rehabilitasi. Tidak ada satupun problem dari orang dalam gangguan jiwa yang diarahkan kepada selain medis. Hal ini yang membuat Kang Adi mendapatkan apresiasi dari salah satu dokter sampai akhirnya “Sinau Hurip” mendapatkan banyak sekali dukungan, mulai dari diberikan mobil untuk transportasi, pakaian dengan logo “Sinau Hurip” untuk orang dalam gangguan jiwa yang selesai dibersihkan atau dievakuasi, dan lain sebagainya. Tentunya hal ini yang membuktikan bahwa banyak sekali penonton “Sinau Hurip” yang tertarik dan tergerak hatinya untuk ikut membantu baik dalam segi dukungan dan materi.

3. Strategi The Meaning Construction

The Meaning Construction merupakan strategi yang memfokuskan diri bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat saling mempengaruhi tergantung sejauh mana apa yang diingat oleh persuadee. Strategi *The Meaning Construction* juga merupakan strategi yang digunakan untuk mempersuasi seseorang melalui pemberian pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang yang dipersuasi dari lingkungan sekitar atau berita-berita yang beredar guna menimbulkan suatu pengertian dalam benak mereka dan harus diikuti. Persuader akan memanipulasi makna untuk memberikan pengertian yang mudah dipahami oleh persuadee dengan cara memberikan analogi-analogi terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri.

Berdasarkan konteks tersebut, youtube “Sinau Hurip” berusaha memberikan pengetahuan kepada penonton seputar bagaimana cara merawat dan menyayangi orang dalam gangguan jiwa dengan berbagai pola komunikasi yang mudah untuk dilakukan. “Sinau Hurip” juga memberikan pemahaman kepada penonton bahwa orang dalam gangguan jiwa juga berhak untuk diberikan penghidupan yang layak, sehingga “Sinau Huirp” dalam kontennya juga membantu orang dalam gangguan jiwa untuk menggunting kuku dan kaki, memangkas rambut, membersihkan pakaian-pakaian yang digunakan karena sudah bercampur dengan sampah, sampai memandikan orang dalam gangguan jiwa, sampai diberikan pakaian ganti yang baru, setelah itu orang dalam gangguan jiwa juga diberikan makan dan minum hingga akhirnya orang dalam gangguan jiwa itu terlihat bersih dan perlahan bisa diajak untuk komunikasi. Hal ini diharapkan mampu memunculkan pemikiran bahwa pengetahuan yang diberikan oleh “Sinau Hurip” bisa diikuti. Karena tidak sedikit orang atau bahkan keluarga yang memiliki orang dalam gangguan jiwa yang menelantarkan dan tidak menyayangi orang dalam gangguan jiwa.

Dalam hal ini, “Sinau Hurip” berusaha mengkontruksikan makna atau pesan kedalam bentuk analogi yang sederhana dan mudah dipahami oleh orang dalam gangguan jiwa dan penonton youtube “Sinau Hurip”. Kang Adi menggunakan bahasa yang sederhana dalam menggambarkan pesan yang disampaikan kepada orang dalam gangguan jiwa dan penonton “Sinau Hurip”. Seperti diketahui orang dalam gangguan jiwa mempunyai karakteristik dan imajinasi yang berbeda-beda, maka perilaku yang ditimbulkan berbeda pula. Maka dari itu, Kang Adi berusaha untuk bisa mengikuti bagaimana karateristk serta imajinasi yang ada pada setiap orang dalam gangguan jiwa yang ditemuinya. Begitupula kepada penonton “Sinau Hurip” , strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan penyelipan pesan diiringi dengan bercandaan sehingga orang dalam gangguan jiwa mampu mengikuti apa yang diperintahkan oleh Kang Adi dan penonton “Sinau Hurip” mampu terhibur dan mengambil makna yang terkandung didalamnya.

Dalam penyampaian pesan dalam “Sinau Hurip” Kang Adi mengajarkan kepada orang dalam gangguan jia untuk mengucapkan terimakasih, dan *mensupport* orang dalam gangguan jiwa untuk mau sembuh. Kang Adi dalam “Sinau Hurip” juga

memberikan contoh kepada pada penonton untuk senantiasa menyanyangi antar sesama manusia, mau merawat dan memberikan kehidupan yang layak untuk orang dalam gangguan jiwa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif dalam penyampaian dakwah *bil hal* pada konten youtube "Sinau Hurip" yaitu pada strategi psikodinamika, kang Adi memiliki pola komunikasi yakni dengan mengucapkan salam, memberikan senyum, mengajak salaman, dan merangkul. Agar pesan dapat tersampaikan kepada orang dalam gangguan jiwa. Selain itu, pola ini digunakan agar orang dalam gangguan jiwa mau merespon pertanyaan-pertanyaan dan mengikuti apa yang diarahkan oleh Kang Adi.

"Sinau Hurip" mengimplementasikan strategi sosiokultural untuk menggeser *stigma* buruk masyarakat tentang orang dalam gangguan jiwa. Strategi ini juga menanamkan bahwa pada dasarnya orang dalam gangguan jiwa juga manusia yang harus dirawat, disayangi, dan diberikan kehidupan yang layak. Maka dari itu "Sinau Hurip" berusaha menyuguhkan konten dengan bahasa yang sopan, tidak terlalu baku untuk menciptakan interaksi baik dengan orang dalam gangguan jiwa ataupun dengan penonton "Sinau Hurip" agar makna yang terkandung dapat tersampaikan dengan jelas.

Dalam strategi *The Meaning Construction* konten youtube "Sinau Hurip" berusaha memberikan pengetahuan kepada penonton seputar bagaimana cara merawat dan menyayangi orang dalam gangguan jiwa dengan berbagai pola komunikasi yang mudah untuk dilakukan. "Sinau Hurip" juga memberikan pemahaman kepada penonton bahwa orang dalam gangguan jiwa juga berhak untuk diberikan penghidupan yang layak, sehingga "Sinau Hurip" dalam kontennya juga membantu orang dalam gangguan jiwa untuk menggunting kuku tangan dan kaki, memangkask rambut, membersihkan pakaian-pakaian yang digunakan karena sudah bercampur dengan sampah, memandikan orang dalam gangguan jiwa, sampai diberikan pakaian ganti yang baru, setelah itu orang dalam gangguan jiwa juga diberikan makan dan minum hingga akhirnya orang dalam gangguan jiwa itu terlihat bersih dan perlahan bisa diajak untuk komunikasi. Hal ini dilakukan oleh "Sinau Hurip" dengan landasan bahwa kebersihan merupakan sebagian dari iman, dan Kang Adi percaya bahwasannya ketika orang dalam gangguan jiwa sudah dibersihkan, maka orang dalam gangguan jiwa tersebut bisa diajak untuk berinteraksi.

B. Saran

Berdasarkan objek penelitian dan analisis yang sudah dilakukan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya, untuk lebih bisa mengeksplor hal-hal yang sekiranya masih kurang pada penelitian ini. Penelitian ini masih cukup luas untuk kemudian bisa dianalisis lebih dalam. Banyak sisi yang masih bisa digali seperti teknik komunikasi antar personal, pesan syukur, pesan mencintai sesama manusia tidak terkecuali orang dalam gangguan jiwa dan lain sebagainya.
2. Bagi penonton kanal youtube “Sinau Hurip” lebih bisa peduli kepada sesama manusia tidak terkecuali orang dalam gangguan jiwa. Mampu merawat dan mengasihi karena orang dalam gangguan jiwa juga merupakan manusia.
3. Selain itu, semoga dari penelitian ini dapat membantu baik penelitian yang akan datang untuk mengembangkan penelitian ini dan dapat bermanfaat bagi orang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Ahzim, A. A. (2004). *Strategi Hijrah*. Solo: Tiga Serangkai.
- Amin, S. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenanda Media.
- Aziz dkk. (2005). *Dakwah Pemberdayaan masyarakat paradigma aksi metodologi*. Surabaya: PT. LKIS Pelangi Aksara
- Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Daula, H. (2001). *Dakwah Di Tengah Persoalan Budaya Dan Politik*. Yogyakarta: Lesfi.
- De Fleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories Of Mass Communication Book. English. 5th Ed. New York; London: Longman*.
- Effendy, O. U. (2018). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Enjang, A.S. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung.
- Elsa, A. (2022), “*Strategi Komunikasi Persuasif Ustadz Yahya Edward Hendrawan dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Anak Usia Dini*”, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fahima, J. S. (2023), “*Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menyosialisasikan Menikah Tanpa Pacaran melalui Instagram*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fahruroji, M. (2017). *Dakwah Di Era Media Baru Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Habibi, S. (2019). *Implementasi Dakwah Bil Hal Dalam Film Soedirman*. Yogyakarta: Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga.
- Hadi, Y. (2020). *Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Hajar, S. A., dan Anshori. M. S. (2021). "Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media." *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1.2
- Hafied, C. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* Jakarta: Rajawali Pers

- Harahap, S. (1997). *Islam Dinamis: Menegakkan Nilai-nilai Ajaran Al-Qur'an dalam Kehidupan Modern di Indonesia*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Hariyanto. (2017). Komunikasi Persuasif Da'i dalam Pembinaan Keagamaan Narapidana (Studi Pada Lembaga Pemasyarakatan Wanita Kelas II A Bandar Lampung). *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 37, No. 2.
- Hartatik, Y. (2014). *Kalimat Seruan Pada Terjemahan Al-Qur'an Surat Al Ahzab*. *Publikasi Ilmiah Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hikmat, M. M. (2014). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20211007/1338675/kemenkes-beberkan-masalah-permasalahan-kesehatan-jiwa-di-indonesia/>
- Ismatulloh, A. (2015). *Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an* (Studi Penafsiran Hamka Terhadap Qs. An-Nahl: 125). *Lentera*, Vol. Ixx, No. 2.
- Limbong, T. dkk. (2020). *Multimedia: Editing Video dengan Corel VideoStudio X10*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kaharudin, Y. (2022). *Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Ajari Aku Islam*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Marzuki. (2016). *Seri Pendidikan Karakter Islami: Berani Membela Kebenaran*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mongkau, A. W. (2017). Strategi Komunikasi Sales Dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota Manado). *E-Journal "Acta Diurna" Volume Vi. No. 2*.
- Muhadjir, N. (1996). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muirodah. (2015). *Teknik Komunikasi Persuasif Ust. Nur Maulana dalam Acara Islam itu Indah*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir, A. S. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Muru'ah, Siti, 2000, *Metodologi Dakwah kontemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka

- Oktarina, Y. & Abdullah (2017). *Komunikasi Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Pimay, A. (2005). *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang: Pustaka Rasail.
- Pradipto, N. A. (2017). Pradipto, Novanda Agung, Sukarelawati Sukarelawati, And Ali Alamsyah Kusumadinata. "Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Solidaritas Anggota Scooter Mods Bogor Indonesia.". *Jurnal Komunikatio* 3.2.
- Prihanti, G. S. (2017). *Empati Dan Komunikasi*. Malang: Umm Press.
- Rasmun. (2014). *"Stres, Koping dan Adaptasi (Teori Pohon Masalah Keperawatan"*. Jakarta: CV. Sagung Seto.
- Saerozi. (2013). *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak.
- Sagir, A. (2015). Dakwah Bil-Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 14.27.
- Salahuddin, S, (1964). *Bahasan Sekitar Prinsip-prinsip Dakwah Islam*, Semarang: CV.Ramadhani.
- Salama, N., dan Chikudate, N. (2021) *Religious influeces on the rationalization of corporate bribery in indonesia: a phenomenological study*. *Asian journal of Business Ethics*, 10(1).
- Salama, N., El-Rahman, M., & Sholohin, M. (2020). *Investigation into obedience in the face of unethical behavior*. *Psikohumanioora: Jurnal penelitian psikologi*, 5(2), 207-218.
- Salama, N. and Chikutade,N. (2023). *Unpacking the lived experiences of corporate bribery: a phenomologikal analysis of the common sense in the Indonesian business world*. *Social Responsibility Journal*, 19(3).
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: Pt. Scopindo Media Pustaka.
- Siregar, L. Y. (2012). *Psikologinya Dakwah*. *Jurnal Hikmah Vol. VII, No. 2*.
- Siyoto, S. & Sodik, A (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soemirat, S. D. (2007). *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soiman, D. (2017). *Prosiding: Seminar Manajemen Dakwah Iain Pontianak Revitalisasi Dakwah Pinggiran Penguatan Profesionalitas Da'i Dan Infrastruktur Dakwah*. *Pontianak: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ushuludin Adab Dan Dakwah Iain Pontianak*, 70.
- Soemirat, S. dan Suryana, A. (2014). *Komunikasi Persuasif Cetakan Keenam*. Banten: Universitas Terbuka
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Suhardi. (2021). *Risalah Filsafat Ilmu*. Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya.
- Suisyanto, (2002). Dakwah *Bil Hal* (Suatu Upaya Menumbuhkan Kesadaran dan Mengembangkan Kemampuan Jamaah). *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*
- Sulthon, M. (2003). *Desain Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Aksiologi, Dan Epistemologi)*. Semarang: Pustaka Pelajar.
- Supena, I. (2007). *Filsafat Ilmu Dakwah: Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Semarang: Absor.
- Suryana, S. S. (2014). Komunikasi Persuasif. *Universitas Terbuka, Cetakan Keenam*, 29.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Thoha, M. (2004). Islam dan Dakwah. Jakarta: Zakia Islami Press
- Tsani, A. L. (2022). *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Tiktok*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Thoha, Makmun, 2004, islam dan dakwah, Jakarta: Zakia Islami pers
- Utami, D. Y. (2021). Analisis Motivasi Prososial Terhadap Orang Dengan Gangguan Jiwa Sebagai Bentuk Penguatan Civic Engagement (Studi Kasus Pada Pemilik Akun Youtube Sinau Hurip). *Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Wahyu, I. (2010). Komunikasi Dakwah, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wahyuni, S. D (2021). Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Polisi Herman Hadi Basuki Melalui Channel Youtube Polisi Motret. Skripsi. Uin Walisongo Semarang
- Zulkifli. (2016). Mewujudkan Generasi Optimis: Perspektif Islam, Proceeding International Seminar. *Faculty of Tarbiyah and Teacher Training*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Pemilik Kanal Youtube "Sinau Hurip"

1. Siapa pemilik kanal youtube "Sinau Hurip?"
2. Kapan terbentuknya "Sinau Hurip"?
3. Apa latar belakang terbentuknya "Sinau Hurip?"
4. Apakah ada pihak yang membantu "Sinau Hurip?" dalam segi materi?
5. Apakah ada strategi tertentu dalam mendekati orang dalam gangguan jiwa?
6. Bagaimana cara pemilik kanal youtube "Sinau Hurip" mengenali sasaran komunikasi?
7. Bagaimana cara pemilik kanal youtube "Sinau Hurip" memilih media komunikasi?
8. Bagaimana cara pemilik kanal youtube "Sinau Hurip" menentukan pesan tujuan komunikasi?
9. Siapa saja komunikator dalam kanal youtube "Sinau Hurip" ?
10. Siapa saja yang menjadi target sasaran dalam youtube "Sinau Hurip" ?
11. Apakah pemilik kanal youtube "Sinau Hurip" memiliki team ?
12. Bagaimana tim "Sinau Hurip" menyusun pesan kepada khalayak agar menarik perhatian Orang dalam gangguan jiwa ?
13. Media apa saja yang digunakan oleh Sinau Hurip untuk membagikan tayangan?
14. Bagaimana tim "Sinau Hurip" menyusun jadwal kegiatan?
15. Kapan tim Sinau Hurip melaksanakan evaluasi?

Lampiran 2. Surat-surat



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50165
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405 Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 3154/Un.10.4/K/KM.05.01/08/2023 03 Agustus 2023
Lamp. : -
Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.
Pemilik Channel Youtube "Sinau Hurip"
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Rifqi Arif Kurniawan
NIM : 1901026029
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Candi Ior Singocandi Kec. Kota Kudus kab. Kudus Jawa Tengah
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah Bil Hal pada Channel Youtube "Sinau Hurip"

Bermaksud melakukan riset penggalan data di Channel Youtube "Sinau Hurip". Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha



MUNTOHA

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Lampiran 3. Dokumentasi



Gambar 8 Dokumentasi dengan Kang Adi pemilik kanal Youtube “Sinu Hurip” pada 4 Agustus 2023

RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

Nama : Rifqi Arif Kurniawan
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 17 Juni 001
Alamat : Jl. Raya Tayu – Puncel KM 2 Desa Luwang, Kec. Tayu.
: Kab. Pati. Jawa Tengah
No. Hp :081213302770
Email : rifqiarif1221@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Thoriqotul islamiyah
2. MI Thoriqotul Islamiyah
3. MTs. I'anatut Tholibin
4. MAN 2 Pati

Semarang, 26 September 2023



Rifqi Arif Kurniawan

NIM. 1901026029