

ABSTRAK

Millatul Mardhiyyah, 1740210032, Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Akun Twitter NU Garis Lucu

Problematika Dakwah yang sering terjadi di media sosial adalah tidak adanya interaksi antara da'i dengan mad'u. kebanyakan da'i hanya menyampaikan nilai-nilai keislaman tanpa ada pendekatan yang lebih intens dengan mad'u. Salah satu unsur penting dalam interaksi antara da'i dengan mad'u adalah adanya model komunikasi yang digunakan oleh da'i dalam kegiatan dakwahnya. Salah satu model komunikasi yang jarang digunakan dalam proses kegiatan dakwah adalah komunikasi persuasif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif dalam dakwah akun Twitter NU Garis Lucu dengan fokus pada daya tarik dan teknik komunikasi persuasifnya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kepastakaan menggunakan analisis Isi. Subjek dalam penelitian ini adalah akun Twitter NU Garis Lucu. Data yang dikumpulkan merupakan *tweet* dan kutipan *tweet* yang diposting oleh akun NU Garis Lucu mulai bulan Juli sampai September 2021. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis isi. Teori teknik analisis isi yang digunakan adalah teori Philip Mayring, berupa membuat inferensi untuk menarik kesimpulan dari keseluruhan data untuk menggambarkan pesan yang disampaikan dengan mempelajari gambaran isi objek penelitian.

Hasil penelitian ini dengan fokus pada daya tarik dan teknik komunikasi persuasif akun Twitter NU Garis Lucu adalah, *pertama* daya tarik yang digunakan oleh NU Garis Lucu meliputi *Motivation Appeal* (daya tarik Motivasi) dan *humoris appeal* (daya tarik humor). Daya tarik komunikasi persuasif digunakan NU Garis lucu untuk menarik perhatian komunikan agar pesan komunikasi mudah diterima. Daya tarik komunikasi merujuk kepada tujuan-tujuan psikologis terhadap pesan yang disampaikan dan memberikan kesan dakwah yang tidak kaku. Terdapat enam postingan yang menggunakan *motivation appeal*, dan empat postingan menggunakan *humoris appeal*. *Kedua* teknik komunikasi persuasif yang digunakan adalah teknik integrasi, teknik asosiasi, teknik *icing device*, dan teknik *pay-off idea*. Teknik integrasi yang digunakan menggunakan seperti kata-kata "kita" untuk menunjukkan kedekatan dengan komunikan. Teknik asosiasi yang digunakan selalu mengkaitkan postingan dengan topik yang sedang hangat diperbincangkan. Teknik *icing device* (penataan) berupa penyusunan kata-kata yang terkesan logis, seringnya berupa analogi. Teknik *pay-off idea* (balasan/iming-iming) berupa penjelasan tentang balasan yang akan diterima ketika melakukan sesuatu. Terdapat satu postingan yang menggunakan teknik integrasi dalam menyampaikan pesannya, dan terdapat empat postingan yang menggunakan teknik asosiasi. Teknik *icing device* pada penelitian ini menghasilkan dua postingan dan untuk teknik *pay-off idea* terdapat dua postingan.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Media Sosial, Dakwah.