

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bagi manusia, komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial. Komunikasi sebagai kebutuhan sehari-hari dalam mempresentasikan diri sebagai makhluk sosial. Komunikasi adalah proses pemaknaan diri individu dengan individu yang lain, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok lain. Dengan adanya komunikasi seseorang dapat menciptakan relasi sebanyak mungkin. Dan bagi sebagian orang komunikasi bisa disebut sebagai “perekat” hidup bersosial. Komunikasi menjadi kunci dikehidupan sosial yang menentukan terjalannya kehidupan bersama.

Komunikasi dibagi menjadi dua kategori berdasarkan formatnya yakni komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal¹. Sedangkan dalam Al-Qur'an banyak ayat yang menggambarkan komunikasi, termasuk percakapan awal antara Allah SWT, malaikat, dan manusia. Wacana tersebut menggambarkan salah satu potensi manusia yang dianugerahkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Surat Al-Baqarah ayat 31-33 Al-Qur'an.

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَٰؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾ قَالُوا سُبْحٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَا بِئٰلَآ مَا عَلَّمْتَنَا ۗ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ قَالَ يَتَقَدَّمُ أُنْبِئُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ ۗ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ الْغَيْبِ السَّمٰوٰتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾

Artinya : “Dan Dia mengajarkan kepada Adam tentang nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat lalu berfirman:”Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-

¹A. Markarma, *Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Palu: Sulawesi Tengah) Jurnal Studia Islamika, 11, no. 1 Juni (2014): 127-151.

benda itu jika memang kamu orang yang benar!”, [31] Mereka menjawab:”Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. [32] Allah berfirman:”Hai Adam, beritahukan kepada mereka nama-nama benda ini”. Maka setelah diberitahukannya nama-nama benda itu, Allah berfirman:”Bukankah sudah Kukatakan kepadamu, bahwa sesungguhnya aku mengetahui rahasia yang ada langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan [33]”.²

Dalam istilah komunikasi yang dalam bahasa inggis “communication” berasal dari bahasa latin “communicatio” dan berawal dari kata “communis” yang artinya “sama makna”. Sama makna disini dimaksudkan Selama ada pemahaman bersama tentang apa yang dikatakan ketika dua orang berkomunikasi, misalnya selama percakapan, komunikasi akan berlangsung atau berlanjut. Menurut, Harold Laswell mendefinisikan komunikasi sebagai proses pengiriman pesan melalui rute tertentu kepada penerima yang menghasilkan konsekuensi tertentu seperti yang tertulis dalam bukunya *The Structure and Function of Communication in Society*.

Dalam dakwah, kata "dakwah" berasal dari kata "da'a", "yad'u", dan "da'watan" dan merupakan versi etimologis dari kata kerja "memanggil" (masdar), yang berarti memanggil atau mengajak umat Islam ke jalan hidup yang diridhoi oleh Allah SWT. Bagi Muslim dan Muslimah, menyebarkan berita adalah kewajiban.

Sedangkan kata dakwah secara terminologi, Ada banyak interpretasi yang berbeda tentang apa itu dakwah. Menurut Toha Yahya Umar, dakwah adalah ketika seseorang dengan bijaksana mengikuti petunjuk Allah untuk kemaslahatan dan kebaikan di dunia dan akhirat. Namun Arifin menegaskan bahwa dakwah adalah tindakan ajakan yang berbentuk lisan, tulisan, dan perilaku yang dilakukan sengaja dengan sadar untuk mempengaruhi individu atau kelompok untuk menciptakan kesadaran, pengertian, pendalaman terhadap ajaran agama,

² Al-Qur'anul Karim, (*Surah Al-Baqarah Ayat 31-33*) *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Lantan Lestari), 2010, 6.

sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik tanpa adanya paksaan.

Menurut dua tafsir tersebut, Ahmad Mubarak mengklaim bahwa “komunikasi dan dakwah” merujuk pada perbuatan di mana da’i menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad’u baik secara individu maupun kelompok dalam bukunya *Psychology of Dakwah*. Secara teknis, dakwah mengacu pada komunikasi antara mad’u dan da’i (komunikator) (komunikan).³

Dakwah disebut juga sebagai proses transformasi sosial karena interaksi sosial antar individu anggota masyarakat, baik sebagai da’i maupun mad’u, dapat menyebabkan perubahan nilai di tingkat individu hingga ke tingkat komunal. Jika kegiatan dakwah dihadapkan pada kendala masyarakat di era media baru saat ini, pola gerakan dakwah yang berkonsentrasi pada dakwah lisan tidak lagi efektif dari perspektif dakwah sebagai proses komunikasi dan proses sosial.

Dengan itu, adanya Pertumbuhan aktivitas dakwah yang lebih konvergen dimungkinkan oleh internet, media baru dengan interaktivitas dan konektivitas tinggi yang membedakannya dari pola tradisional. Dengan hal ini Dakwah semakin meluas dan tidak lagi terkendala oleh waktu dan tempat. Sejak awal 1960-an, Marshall McLuhan telah memprediksi tentang evolusi media internet, termasuk munculnya pasar online, kampanye online, dan kehidupan keagamaan yang memanfaatkan internet dan segala fiturnya. Meskipun biasanya menentang penggunaan internet untuk tujuan keagamaan karena dianggap membahayakan norma-norma sosial agama dan otoritas pemuka agama, Aguilar menunjukkan bahwa media digital adalah sumber yang menunjukkan agama dalam berbagai dimensinya.

Media dianggap sebagai kekuatan yang dapat berfungsi sebagai media atau sarana untuk menyebarkan gagasan atau pesan keagamaan. Selain itu, zaman yang kita hadapi saat ini bukanlah generasi tua, melainkan generasi digital native yang menguasai teknologi modern. Internet bukan hanya teknologi komputer berjaringan; ia juga merupakan sistem tekno-sosial yang menciptakan ruang sosial baru yang berpotensi menggantikan struktur sosial tradisional. Internet telah berkembang menjadi media baru karena banyak fiturnya,

³Muslimin Ritonga, *Komunikasi Dakwah Zaman Millenial*, UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta, Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan, 3, no. 1, (2019): 63. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JKPI/article/view/4263/2605>

terutama dalam hal engagement dan konektivitas. Internet, yang merupakan bentuk media digital, juga memiliki fitur utama antarmuka yang terhubung ke jaringan yang dapat terlihat dari berbagai macam aktivitas dakwah.

Dalam Islam dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan cara yang berbeda-beda, oleh karena itu kewajiban berdakwah juga harus disesuaikan dengan kemampuan dan pengetahuan masing-masing individu karena dakwah dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja dengan menitikberatkan pada sopan santun dan etika ketika berdakwah dengan maksud mendorong ma'ruf nahi munkar, diantaranya *pertama*, secara instan melintasi batas-batas geografi dan waktu dengan biaya yang relatif rendah menjadikan dakwah melalui jaringan internet sangat efektif dan berpotensi kuat karena berbagai alasan. *Kedua*, jumlah orang yang menggunakan internet tumbuh secara signifikan setiap tahun. Hal ini dapat berdampak signifikan terhadap misi dakwah. *Ketiga*, para spesialis atau pakar agama dibalik media dakwah melalui internet bisa lebih fokus dalam menyikapi setiap peristiwa sesuai dengan syariat.⁴

Pada era milenial, pemanfaatan teknologi media sosial ini menyeluruh disemua masyarakat perkotaan maupun pedesaan di Indonesia, meskipun terkadang terhalang oleh sinyal jaringan yang kurang memadai. Dari usia muda sampai menginjak dewasa hampir semua masyarakat dipastikan pernah menikmati dari macam - macam media sosial yang ada, mulai dari *facebook, instagram, twitter, youtube, whatsapp*. Dari berbagai media ini sangatlah baik dan dapat bermanfaat apabila dipergunakan dengan baik contohnya seperti digunakan sebagai ladang untuk berdakwah.

Dari berbagai media sosial yang cukup populer saat ini, youtube sebagai media yang mempromosikan macam-macam bentuk komunikasi yang dapat terjalin. Mata pengguna dimanjakan oleh berbagai kemudahan dan berbagai fitur YouTube. Banyak individu, kelompok, lembaga dan lainnya yang memanfaatkan youtube sebagai penyalur komunikasi dengan segala bentuk informasi yang disampaikan. Salah satunya Channel Nussa Official, Nussa Official memanfaatkan media

⁴ Efa Rubawati, *Media Baru: Tantangan baru dan Peluang Dakwah*, (STAIN Sorong), Jurnal Studi Komunikasi, 2, no. 1, (2018): 133.

youtube untuk menciptakan serial edukasi yang berbasis animasi Islami dengan mengambil tema-tema Islami.

Memanfaatkan youtube menjadi media untuk berdakwah diharapkan bisa memberikan kebaikan yang positif. Dengan animasi Nussa Official dakwah dapat dikemas dengan semenarik mungkin dan tentunya dapat memberikan kemudahan bagi kaum milenial untuk mengakses ilmu dan ajaran yang sejalan dengan Islam. Dengan ini, media dapat diakses dengan langsung, nyaman, dan cepat. Selain itu, dengan berdakwah melalui youtube dapat diambil pelajaran dari suatu peristiwa dan langsung menerapkan ilmu yang didapat sehingga berguna dalam memberikan manfaat dan kebaikan kepada sesama.⁵

Kata *persuasif* berasal dari istilah lain *persuasi* (persuasion) yang berasal dari bahasa latin *persuasio*. Dengan kata kerja *persuadere* yang berarti membujuk, mempengaruhi, mendorong, mengajak atau merayu. Sedangkan Sastroputro mendefinisikan *persuasi* sebagai komunikasi sosial yang menerapkan cara atau teknik tertentu, sehingga bisa membuat orang bersedia bertindak sesuatu dengan senang hati tanpa merasa adanya paksaan dari siapapun dan pihak manapun. Dari pengertian diatas dengan melibatkan sisi psikologis komunikasi dan mengajaknya untuk secara sadar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai kegiatan mengubah pendapat dan sikap orang lain.

Dalam berdakwah perlu adanya penguasaan dalam teknik komunikasi, begitu juga dengan konten yang ditayangkan Nussa Official dalam dakwah meskipun dalam bentuk yang berbeda bukan dalam bentuk pengajian atau ceramah langsung, oleh karenanya teknik komunikasi penting adanya dalam komunikasi penyampaian dakwah. Dakwah persuasif, atau proses mempengaruhi keyakinan, sikap, atau perilaku orang dengan psikologi seseorang sehingga orang tersebut bertindak dengan kehendaknya sendiri, merupakan komponen penting dari proses dakwah. Gaya berdakwah dimodifikasi sesuai metodologi. Surat An-Nahl disebutkan dalam ayat 125 Al-Qur'an sebagai salah satu sarana dakwah.

Yang artinya “Ajaklah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah serta pelajaran yang baik dan tantanglah mereka

⁵ Salma Laila Qodriyah, *Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Millenial (Channel Nussa Official)*, (UM Yogyakarta), 1, no. 2, (2021): 155.

yang lebih baik mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan maka dialah orang-orang yang mendapatkan petunjuk”.

Dari animasi Nussa dan Rarra dalam channel youtube “Nussa Official” yang merupakan suatu media dalam berdakwah yang di kemas dengan cara yang berbeda dari dakwah-dakwah seperti pengajian atau ceramah. Tim produksi Animasi Nussa menerapkan konten dakwah dengan dialektika dan digambarkan dengan sebuah kartun atau animasi. Materi yang disampaikan menggunakan bahasa yang ringan sehingga mudah dipahami, dengan tayangan yang menghibur namun terdapat materi dakwah didalamnya yang banyak diminati dari berbagai kalangan khususnya penonton dari kalangan anak-anak. Selain itu terdapat sisi yang menarik yang berbeda dari animasi lainnya dari tokoh utamanya yakni nussa, nussa adalah seorang anak kecil yang memiliki keterbatasan fisik namun tokoh nussa digambarkan seorang anak yang ikhlas menerima takdirnya, dari hal tersebut sebagai penonton tentunya dapat mengambil pelajaran sehingga bisa belajar untuk ikhlas menerima atas semua kejadian yang dialami atau takdir seperti yang dialami dari tokoh Nussa tersebut.

Dengan adanya teknik komunikasi dalam channel animasi youtube “Nussa Official” dapat dikatakan komunikasi yang komunikatif, yang mana komunikasi berlangsung tidak hanya satu arah namun berupa dialog antar pemeran. Disaat para pemeran bergabung dalam percakapan, mereka dapat berbagi prinsip dan menafsirkan ucapan yang dihasilkan untuk dapat mempengaruhi penonton dalam kebaikan melalui teknik komunikasi yang baik sehingga dapat berkontribusi menciptakan dakwah yang modern dan dapat diterima semua kalangan. Berdasarkan latar belakang dari informasi yang di atas. Penulis tertarik untuk meneliti hal ini sebagai penelitian skripsi dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Melalui Channel Youtube Nussa Official”.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada meneliti penerapan komunikasi persuasif terhadap suatu program tontonan di youtube, yakni channel Nusa Official. Program tayangan yang akan diteliti mengenai penerapan komunikasi persuasif ini dalam episode “baik itu mudah, belajar ikhlas, senyum itu sedekah, marahan nih?, dan Nusa bisa” dalam channel Nusa Official.

C. Rumusan Masalah

Dapat ditarik kesimpulan yang digunakan sebagai rumusan masalah berdasarkan pembahasan latar belakang penelitian di atas. Oleh karena itu, rumusan masalah penulis dalam penelitian ini adalah Bagaimana komunikasi persuasif yang diterapkan dalam Channel Youtube Nusa Official ?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan dakwah yang digunakan pada Chanel Youtube Nusa Official.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran semua aspek komunikasi, khususnya komunikasi Islam dan Dakwah. Serta dapat menjadi referensi sumber dan bacaan bagi mahasiswa KPI di IAIN Kudus.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada mahasiswa, betapa pentingnya berdakwah harus memperhatikan dan menggunakan teknik komunikasi yang benar agar selaras dengan pesan yang disampaikan. Serta diharapkan juga sebagai motor penggerak bagi para pelaku dakwah, khususnya di bidang media.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memaparkan rumusan jalan pemikiran peneliti dalam menuangkan ide penulisan. Agar lebih baik dan terarah, maka dalam pembahasannya terdiri dari 3 bab, meliputi :

Bab I Pendahuluan, meliputi:

Latar belakang topik, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan semuanya akan dibahas pada Bab 1.

Bab II Kerangka Teori, meliputi:

Dalam kerangka teori penelitian ini, berisi uraian dari berbagai teori guna melengkapi penelitian ini, yang mana pada bab ini memuat mengenai dakwah meliputi “pengertian dakwah, dasar hukum dakwah, unsur-unsur dakwah”, komunikasi

persuasif meliputi “pengertian komunikasi, unsur-unsur komunikasi, teknik komunikasi, teknik komunikasi persuasif”, dan media massa youtube meliputi “aplikasi youtube dan youtube sebagai media dakwah”. Selain itu terdapat penelitian terdahulu dan menyuguhkan kerangka berfikir yang di sampaikan oleh penulis.

Bab III Metode Penelitian, meliputi:

Bab ini membahas berbagai macam metodologi penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian validitas data, dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan:

Pada bab ini berisikan mengenai pemaparan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan teknik – teknik komunikasi persuasif yang diterapkan pada “Channel Youtube Nussa Official”.

BAB V Penutup:

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan juga saran yang menjadi inti dari penelitian yang sudah dilakukan sekaligus penutup.