

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN YOUTUBE USTADZ HANAN ATTAKI PADA EPISODE DAKWAH LIBATIN ALLAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (SI)
Dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

ALFIN KHOIRUR ROMADHON

NIM. 3419062

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN YOUTUBE USTADZ HANAN ATTAKI PADA EPISODE DAKWAH LIBATIN ALLAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (SI)
Dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfin Khoirur Romadhon
NIM : 3419062
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki Pada Episode Dakwah Libatin Allah”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Pekalongan, 21 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Alfin Khoirur Romadhon

NIM. 3419062

NOTA PEMBIMBING

Dimas Prasetya, S.I.Kom., M.A.

Perum Asis Residence Block H12 Wangandowo, Bojong

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Alfin Khoirur Romadhon

Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.g. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Alfin Khoirur Romadhon
NIM : 3419062
Judul Skripsi : TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN
YOUTUBE USTADZ HANAN ATTAKI PADA EPISODE
DAKWAH LIBATIN ALLAH

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.
Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 November 2025
Pembimbing,



Dimas Prasetya, S.I.Kom., M.A.
NIP. 198911152020121006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **ALFIN KHOIRUR ROMADHON**
NIM : **3419062**
Judul Skripsi : **TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN
YOUTUBE USTADZ HANAN ATTAKI PADA EPISODE
DAKWAH LIBATIN ALLAH**

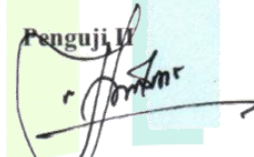
yang telah diujikan pada Hari Rabu, 29 Oktober 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dewan Penguji

Penguji I


H. Misbakhudin, Lc., M.Ag
NIP. 197904022006041003

Penguji II


Qomariyah, M.S.I.
NIP. 198407232019032003

Pekalongan, Kamis 13 November 2025

Disahkan Oleh
Dekan



Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab – Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1977 dan No.0543 b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang dipandang sulit diserap dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dala transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

B

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki

ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	a	a
◌ِ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...إِ...يَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِ...يَ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...يَ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnahal-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- الَبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu

- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

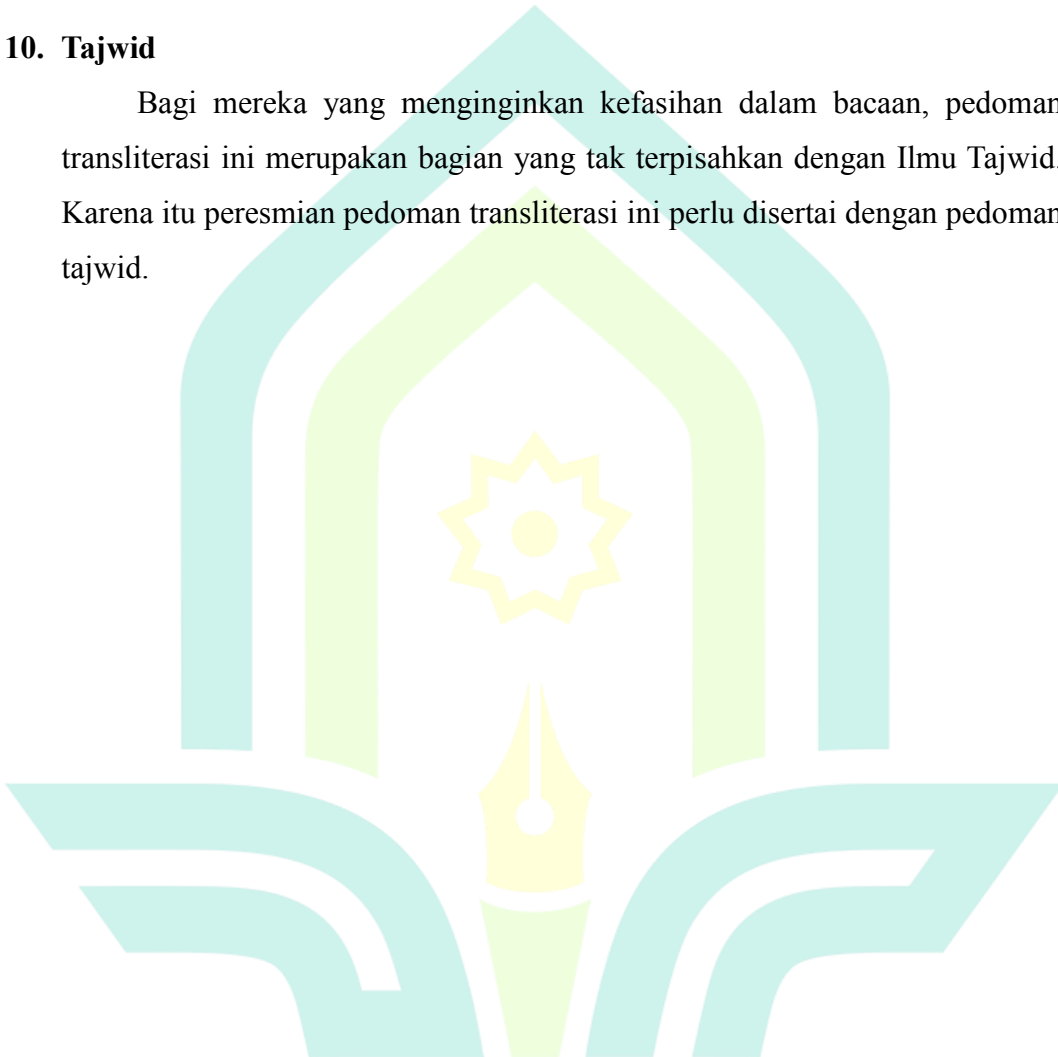
dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



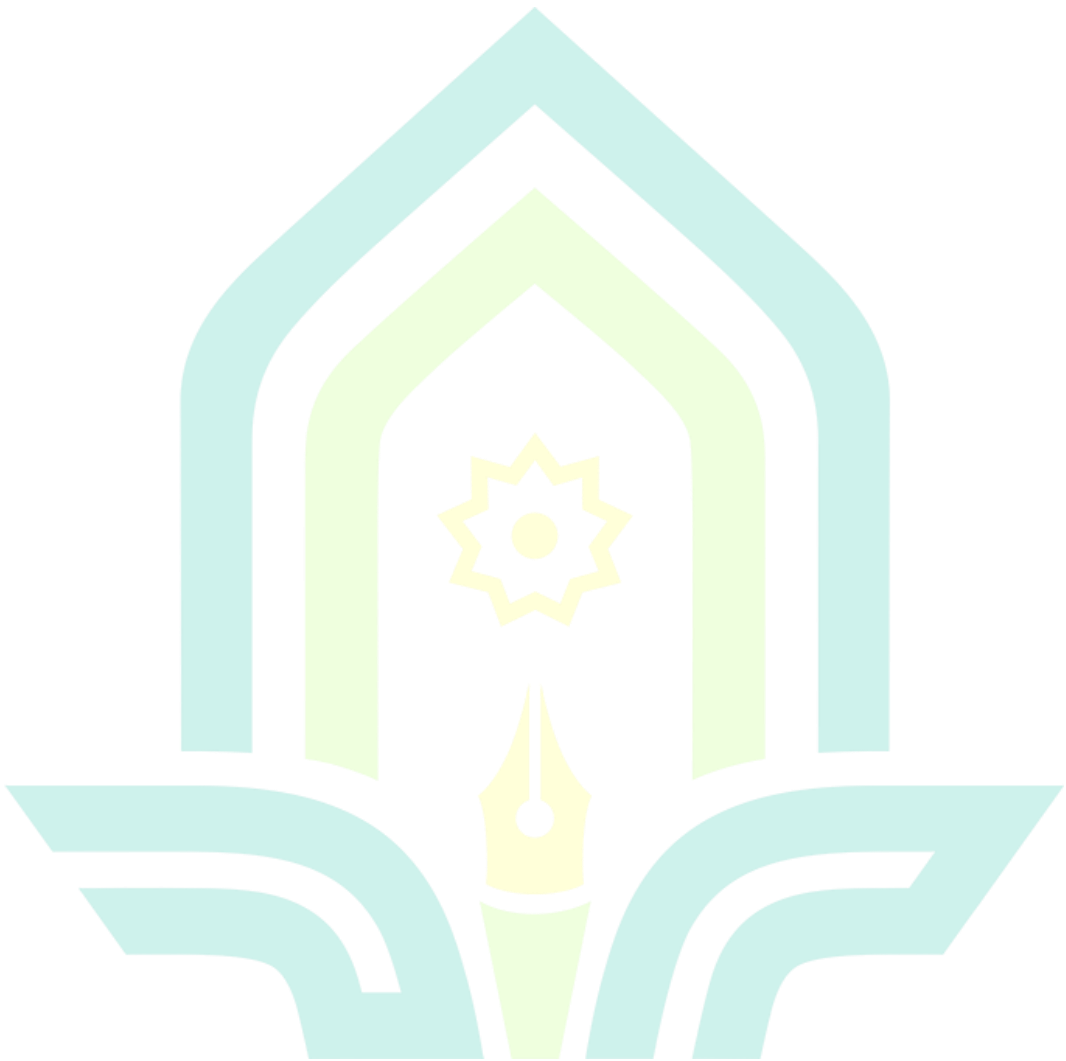
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah- Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan, semoga keberhasilan ini bisa menjadi langkah untuk menggapai cita-cita dan saya persembahkan kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki dan semua yang saya harapkan dan butuhkan agar bisa semakin dekat dan taat.
2. Kedua orang tua saya, Ayah Agus Suwiyono dan Ibunda saya Titik Rahayu yang selalu memberikan motivasi, doa dan terimakasih sudah selalu ada, selalu memberikan dukungan sehingga saya bisa sampai ke titik ini.
3. Bapak Dimas Prasetya, M. A. selaku dosen pembimbing skripsi saya, terimakasih selalu memberikan bimbingan, pengarahan, dan selalu meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., MA selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arah selama saya menempuh pendidikan strata ini.
5. Terima Kasih Bapak/Ibu dosen FUAD serta jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wakhid Pekalongan yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada saya sampai dititik ini.
6. Dan teman-teman yang menemani selama pengerjaan skripsi saya.

MOTTO

“Perluas Relasi, Perbanyak Rezeki”



ABSTRAK

Alfin Khoirur Romadhon. Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki Pada Episode Dakwah Libatin Allah. Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Dimas Prasetya, M. A

Kata Kunci : Komunikasi, Persuasif, Dakwah.

Di era teknologi, aktivitas dakwah tidak cukup hanya dengan melalui pegajian berupa ceramah dengan speaker di suatu majelis saja. Umat muslim harus memanfaatkan media yang begitu banyak untuk mendengarkan hal-hal bermanfaat untuk memperdalam ilmu agama Islam. Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi dalam menyampaikan materi agama dan juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustadz dan ulama, khususnya Ustadz Hanan Attaki. Dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki melalui akun YouTube nya mampu mempengaruhi dan menginspirasi para pendengar khususnya kaum muda. Hal ini tentu diperlukan teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan dakwah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gaya bahasa Ustadz Hanan Attaki dan bagaimana teknik asosiasi, teknik integrasi dan teknik tataan pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki dalam episode dakwah “Libatin Allah”. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif yaitu dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan yaitu pada akun Youtube Ustadz Hanan Attaki pada salah satu konten episode dakwah “Libatin Allah” yang terdiri dari 4 episode yang masing-masing video berdurasi 9-10 menit, serta komentar video di akun YouTube Ustaz Hanan Ataki, setelah itu peneliti membuat kesimpulan dari data yang sudah dianalisis dalam bentuk deskriptif kualitatif . Pada penelitian ini akan menganalisis mengenai teknik komunikasi persuasif dengan menggunakan model analisis gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki. Selanjutnya dianalisis teknik komunikasi persuasif berupa teknik asosiasi, integrasi dan tataan.

Hasil penelitian ini yaitu gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki antara lain targhib dan tabsyir, tazkir dan tanbih dan tarhib dan inzar. Semua gaya bahasa tersebut dapat dikatakan berhasil dalam mempengaruhi para pendengar untuk turut melaksanakan kebaikan dari isi dakwah di episode Libatin Allah. Teknik komunikasi persuasif yang digunakan yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi dan teknik tataan. Teknik komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki dapat dikatakan berhasil dalam mempengaruhi pendengar.

KATA PENGANTAR

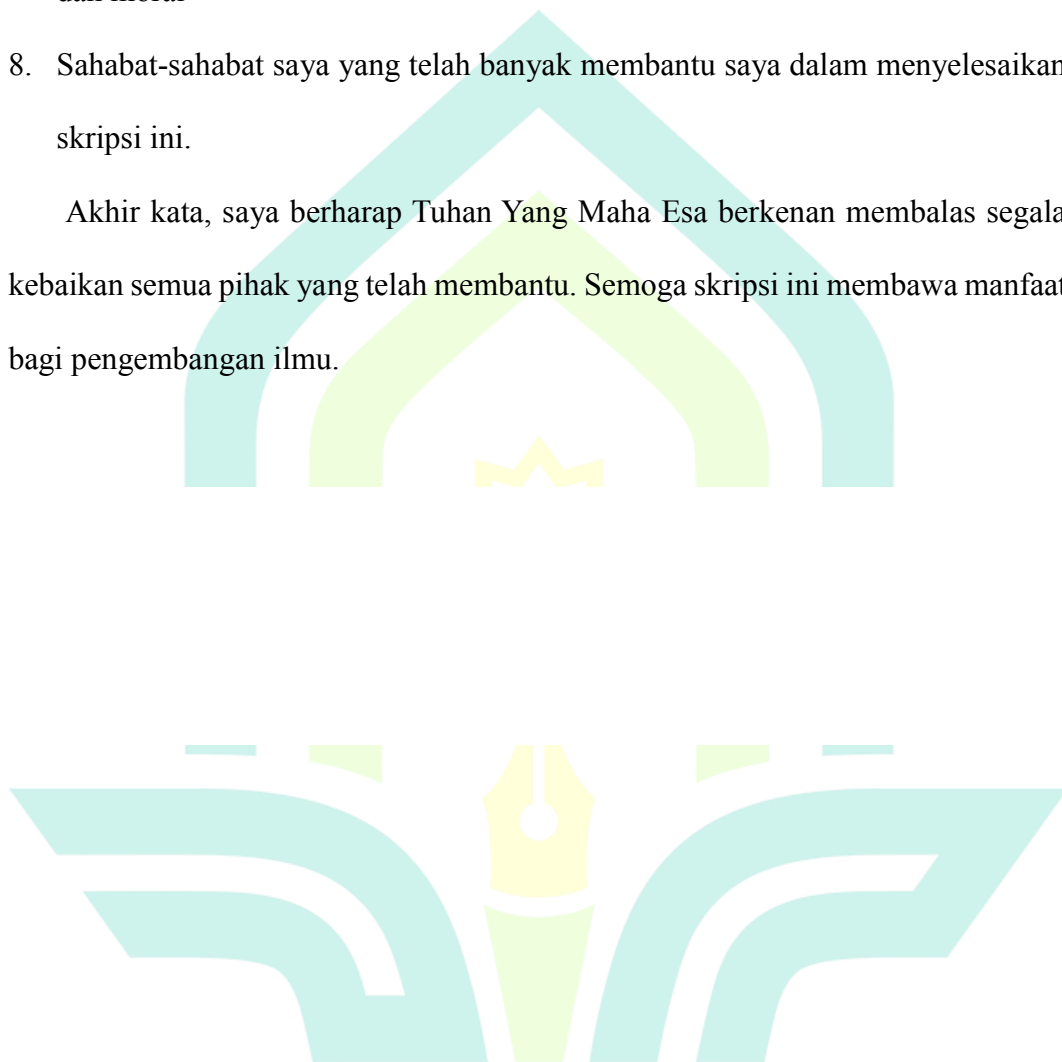
Alhamdulillah Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN YOUTUBE USTADZ HANAN ATTAHI PADA EPISODE DAKWAH LIBATIN ALLAH** sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan FUAD UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Mukoyimah, M. Sos selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam FUAD UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Dimas Prasetya, M. A. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., MA. selaku Dosen Pembimbing Akademik selama kuliah

6. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengalaman berharga selama perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
8. Sahabat-sahabat saya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

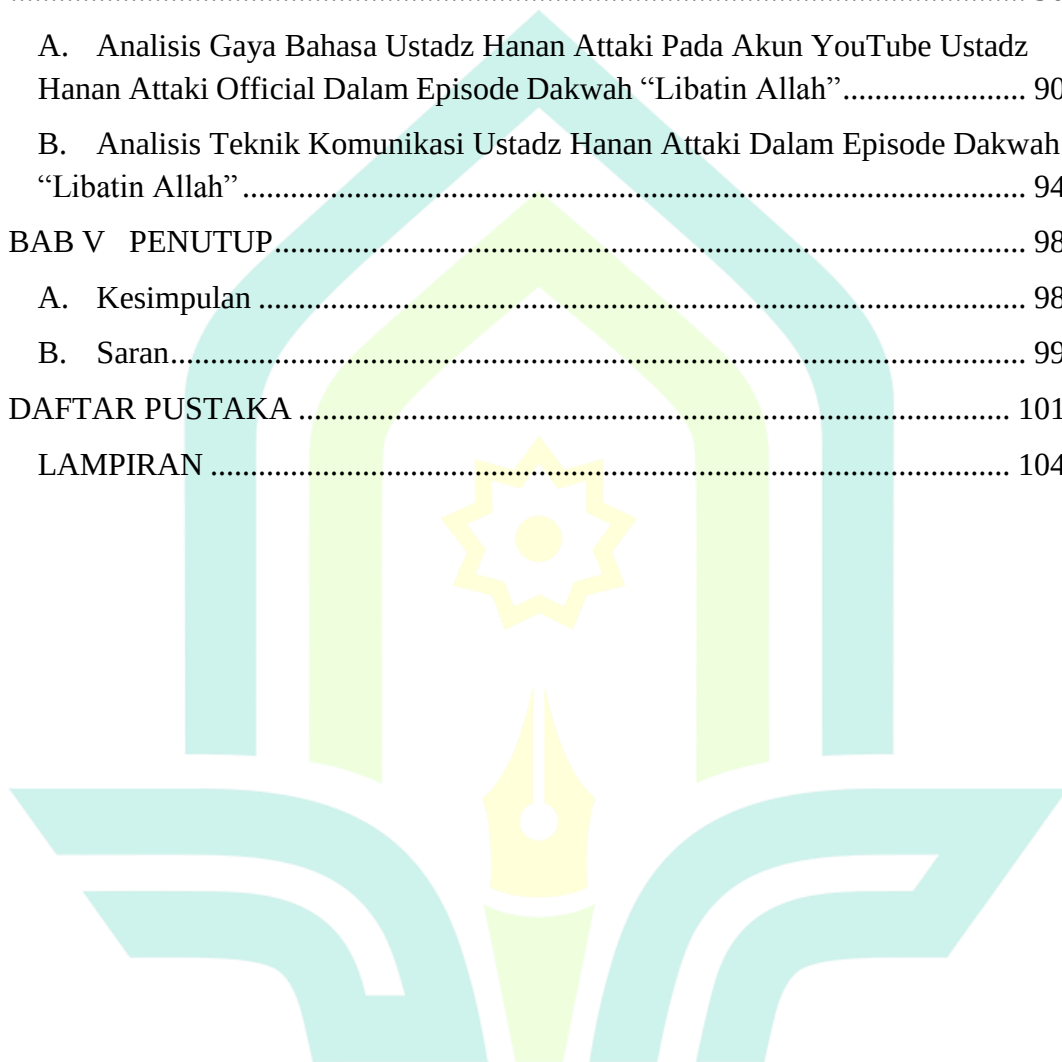
Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



DAFTAR ISI

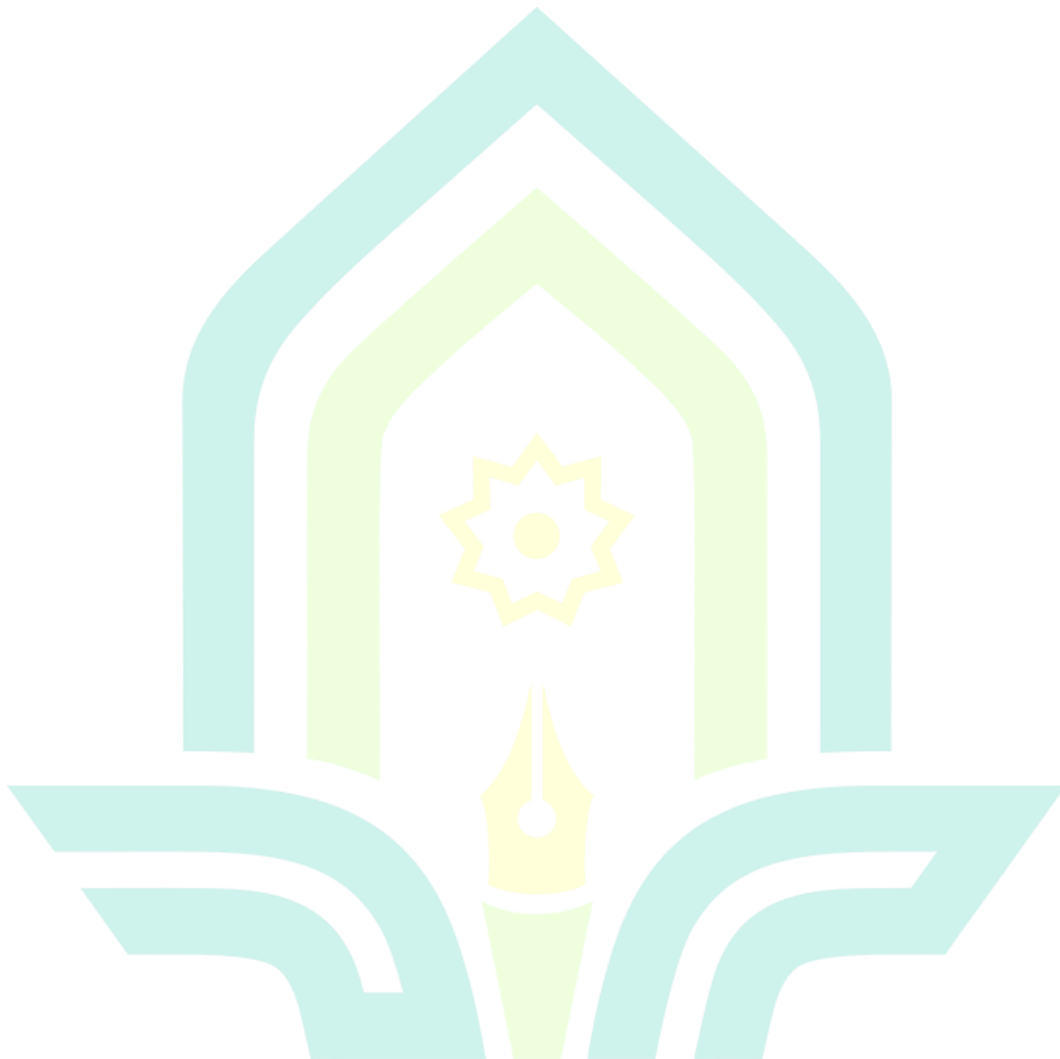
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
PERSEMBAHAN	xiii
MOTTO	xiv
ABSTRAK	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Berpikir.....	22
G. Metodologi Penelitian	24
H. Sistematika Penulisan	27
BAB II KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH, MEDIA YOUTUBE	29
A. Komunikasi Persuasif	29
B. Dakwah	34
C. Gaya Bahasa Dakwah	39
D. YouTube Sebagai Media Dakwah	41
BAB III	44
GAMBARAN UMUM DAKWAH PADA EPISODE LIBATIN ALLAH DI AKUN YOUTUBE USTADZ HANAN ATTAKI.....	44
A. Gambaran Umum Ustadz Hanan Attaki	44

B. Gaya Bahasa Ustadz Hanan Attaki Pada Akun YouTube Ustadz Hanan Attaki Official Dalam Episode Dakwah “Libatin Allah”	62
C. Analisis Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi dan Teknik Tataan Pada Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki Dalam Episode Dakwah “Libatin Allah”	73
BAB IV	90
ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF USTADZ HANAN ATTAKI	90
A. Analisis Gaya Bahasa Ustadz Hanan Attaki Pada Akun YouTube Ustadz Hanan Attaki Official Dalam Episode Dakwah “Libatin Allah”	90
B. Analisis Teknik Komunikasi Ustadz Hanan Attaki Dalam Episode Dakwah “Libatin Allah”	94
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Scene Gaya Bahasa <i>Targhib</i> dan <i>tabsyir</i>	63
Tabel 4. 2 Scene Gaya Bahasa Tazkir dan Tanbih.....	66
Tabel 4. 3 Scene Gaya Bahasa Tarhib dan Inzar	70
Tabel 4. 4 Scene Teknik Asosiasi	74
Tabel 4. 5 Scene Teknik Integrasi.....	79
Tabel 4. 6 Scene Teknik Tataan.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia 2024.....	17
Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir	23



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia. Komunikasi dikatakan efektif apabila maksud dari pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan. Komunikasi dalam Islam tentu tidak bisa lepas dari aktivitas dakwah. Aktivitas dakwah saat ini tidak cukup dengan menggunakan media-media tradisional, seperti ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian di masjid atau di kajian-kajian yang terkesan membosankan terutama bagi kaum muda. Namun disamping itu, tantangan dakwah di era saat ini menjadi semakin kompleks. Salah satunya bagaimana pendakwah harus mampu mengemas pesan dakwah semenarik mungkin, terutama mengenai materi dakwah yang akan disampaikan. Inovasi dalam berdakwah tentu diperlukan bagi setiap pendakwah salah satu contohnya seperti membuat konten dakwah di media sosial dengan memberikan materi dakwah yang menarik dan mengikuti trend kaum muda. Tetapi fenomena sekarang banyak materi dakwah yang bisa dibilang kurang menarik, contohnya pengajian umum di suatu majelis atau pengajian di masjid-masjid. Hal itu dikarenakan kurang menariknya materi yang disampaikan.¹

Di era teknologi, aktivitas dakwah tidak cukup hanya dengan melalui pengajian berupa ceramah dengan speaker di suatu majelis saja. Umat muslim

¹ Yananti Putri Suci, Taufik Akhyar, and Badarudin Azarkasyi, "Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun YouTube Ustadz Hilman Fauzi," Jurnal Studi Ilmu Komunikasi 3, no. 2 (2024), hlm. 92–93.

harus memanfaatkan media yang begitu banyak untuk mendengarkan hal-hal bermanfaat untuk memperdalam ilmu agama Islam. Aktivitas dakwah harus berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman, dan salah satu inovasi yang dilakukan ialah berdakwah melalui media sosial. Media sosial merupakan media dalam jaringan (daring) dimana sebagai pengguna kita dapat dengan mudah bergabung, berkomunikasi, berbagi, dan membuat berbagai konten tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Begitu banyak media sosial di era teknologi saat ini yang diminati oleh masyarakat, karena mudah di akses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja, salah satunya ialah media YouTube.²

Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi dalam menyampaikan materi agama dan juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustadz dan ulama. Beberapa nama seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), Gus Muwafiq (GS), Ustadzah Mumpuni Handayekti, dan ustadz-ustadz lainnya baik itu di daerah serta di perkotaan. Sehingga dalam hal ini bisa dilihat bahwa penggunaan YouTube bukan hanya dari sisi negatifnya namun juga banyak sisi positif yang bisa dimanfaatkan dari media ini. YouTube menjadi media dakwah bukan hanya digunakan oleh ustadz-ustadz populer saat ini, akan tetapi diberbagai daerah menjadikan YouTube menjadi bagian dari berbagai kegiatan keagamaan, baik itu pengajian, ceramah, maupun kegiatan yang

² Ulfah Sopiah, Sitty Sumijati, and Tata Sukayat, "Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Pada Akun Tiktok @Syam_elmarusy," *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2022), hlm. 102.

bersifat keagamaan lainnya. Sehingga pemanfaatan YouTube sudah menjangkau semua aktivitas yang terjadi diseluruh dunia.³

Penelitian ini berfokus pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki. Dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki rata-rata mengikuti perkembangan zaman dan bahasa yang mudah dipahami kaum muda. Ustadz Hanan Attaki merupakan salah tokoh agama yang mulai muncul ke publik dari tahun 2015. Walaupun sudah terkenal sejak lama, akan tetapi sampai sekarang Ustadz Hanan Attaki masih terus eksis di dunia dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah masa kini harus bisa menyesuaikan perkembangan yang ada baik dari perkembangan teknologi, sosial dan lingkungan masyarakat hingga mengaitkan tekanan psikologis seseorang dalam meyakinkan setiap materi dakwah yang disampaikan. Tidak heran, jika kini anak muda mulai tertarik dengan aktivitas dakwah. Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu da'i yang paling populer dikalangan anak muda masa kini. Banyak dari mereka yang sering mengunggah konten- konten cuplikan dakwah Ustadz Hanan Attaki di sosial media karena pesan-pesan dakwah yang disampaikan seringkali mengandung nilai-nilai moral dan etika yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari untuk memberikan pemahaman dan inspirasi bagi generasi muda.⁴

Oleh karena itu peneliti memilih Ustadz Hanan Attaki karena dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki melalui akun YouTube nya mampu

³ Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, and Fairus, "Strategi Pemanfaatan YouTube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh," *Journal Communication* 11, no. 1 (2020), hlm. 82.

⁴ M. Jamaludin Darma'arif and Depi Putri, "Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial YouTube Kajian Tentang Akhlak Remaja," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 2 (2023), hlm. 77.

mempengaruhi dan menginspirasi para pendengar khususnya kaum muda. Hal ini tentu diperlukan teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan dakwah. Teknik komunikasi persuasif merupakan sarana berkomunikasi untuk membujuk seseorang. Teknik persuasif selalu bertujuan untuk mengubah pemikiran komunikan untuk menerima sesuatu yang disampaikan oleh komunikator. Teknik komunikasi persuasif berdasarkan pada bagaimana seseorang dapat mempengaruhi suatu pendapat, kemudian sikap dan juga tindakan orang lain lewat manipulasi psikologis sehingga orang tersebut melakukan suatu tindakan sesuai dengan ucapannya tanpa ada paksaan dari orang lain.⁵ Begitu pula dengan Ustadz Hanan Attaki yang mampu mempengaruhi dan menginspirasi para pendengar dakwahnya sehingga banyak pula yang termotivasi untuk melakukan dan menerapkan pesan-pesan dakwah beliau.

Contohnya pada salah satu episode dakwah Ustadz Hanan Attaki yang menjadi fokus penelitian ini yaitu episode “Libatin Allah” karena apapun yang sedang kita kerjakan kita harus libatin Allah agar langkah kita itu mendapatkan Ridho dari Nya. Pada episode dakwah tersebut Ustadz Hanan Attaki berbeda tentang pembahasannya, di episode “Libatin Allah” memiliki episode empat video sendiri yang memiliki viewers yang lebih banyak dibandingkan episode yang lain. Selain itu di episode libatin Allah berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dan apapun kegiatannya selalu ingat kepada Allah karena kunci

⁵ Ulfah Sopiah, Sitty Sumijati, and Tata Sukayat, “Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Pada Akun Tiktok @Syam_elmarusy,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2022), hlm. 102.

utama dalam kehidupan adalah ingat kepada Allah dan menjalankan semua kewajibannya. mampu menginspirasi para pendengar untuk selalu melibatkan Allah SWT dalam segala hal bahkan banyak menuai komentar positif dan merasa terpengaruh oleh pesan dakwah beliau. Karena tanpa disadari dalam melakukan kegiatan sehari-hari kita terkadang tidak melibatkan Allah sehingga ketika merasa gagal, kita seringkali merasa bahwa Allah tidak adil, padahal jika melibatkan Allah dalam segala hal maka kita akan lebih ikhlas dan percaya kepada Allah akan segala yang diberikan.

Alasan penulis memilih episode Libatin Allah yaitu karena pada episode tersebut membahas kehidupan sehari-hari yang menjadi dasar untuk merubah kehidupan yang lebih baik dengan selalu melibatkan Allah SWT. Dengan bahasa yang sederhana tetapi mengandung makna yang mendalam sehingga pendengar tertarik untuk mendengarkan dari pesan- pesan yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki. Episode ini terdiri dari empat video yaitu pada video pertama membahas mengenai nasihat untuk tidak menunda kewajiban beribadah seperti shalat, mengaji, sedekah untuk tidak menundanya sebelum terlambat karena tidak ada yang bisa menjamin apakah besok masih ada umur atau tidak, sedangkan video kedua membahas mengenai cara agar mendapatkan support dari langit. Apapun yang kita kerjakan harus melibatkan Allah untuk mendapatkan ridha dari Allah SWT. Video ketiga membahas mengenai melibatkan Allah seperti para Nabi yang juga melibatkan Allah dalam segala yang dikerjakan agar mendapatkan keajaiban seperti Nabi, sehingga ketika Allah terlibat maka terjadilah keajaiban. Video keempat membahas mengenai

melibatkan Allah ketika memiliki masalah dengan orang lain dengan harapan Allah membela kita atau membantu memperbaiki urusan antara kita dengan orang tersebut.

Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki sehingga bisa mempengaruhi para penonton, dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki Pada Episode Dakwah Libatin Allah.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya bahasa Ustadz Hanan Attaki pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki Official dalam episode dakwah “Libatin Allah”?
2. Bagaimana teknik asosiasi, teknik integrasi dan teknik tataan pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki dalam episode dakwah “Libatin Allah”?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gaya bahasa Ustadz Hanan Attaki pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki Official dalam episode dakwah “Libatin Allah”.
2. Untuk mengetahui teknik asosiasi, teknik integrasi dan teknik tataan pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki dalam episode dakwah “Libatin Allah”.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang teknik komunikasi persuasif dakwah melalui media YouTube.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu membantu mahasiswa dalam memahami lebih lanjut materi yang diterima di perkuliahan khususnya terkait komunikasi persuasif dalam dakwah serta dapat menjadi sarana pengimplementasian pengetahuan yang sudah diperoleh mahasiswa dalam perkuliahan.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman tentang bagaimana Ustadz Hanan Attaki berkomunikasi secara persuasif dan membantu orang berkembang dalam komunikasi pribadinya.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, memberikan wawasan tentang komunikasi persuasif saat

dakwah, dan menjadi referensi bagi peneliti lain yang mengkaji topik yang sama dari perspektif yang berbeda.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

a. Komunikasi Persuasif

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan dan pemberian pengaruh melalui media. Komunikasi berhasil apabila terjadi saling pengertian, yaitu kedua belah pihak memahami apa yang sedang terjadi. Komunikasi efektif bila pengirim pesan menerima dan memahami pesan dan penerima pesan bertindak serta mengambil tindakan. Hubungan interpersonal memperkuat persahabatan, meningkatkan kekayaan, menarik dan mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan hubungan baik antara bawahan dan pemimpin dalam organisasi. Komunikasi juga memerlukan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan secara akurat dan tepat. Tanpa strategi komunikasi, mustahil dampak negatifnya akan terjadi.⁶

Definisi komunikasi persuasif meliputi: Tujuannya adalah untuk mengubah atau memengaruhi pikiran, sikap, atau tindakan pembicara sehingga mereka bertindak sesuai dengan cara yang diinginkan. Apa perannya dalam mengirim pesan atau mengubah perilaku berdasarkan permintaan komunikan. Komunikasi mencakup konten persuasif yang

⁶ Irene Silviani, *Komunikasi Organisasi* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020), hlm. 30-34.

membantu memberikan informasi atau menjelaskan mengapa pembicara ingin audiens percaya bahwa kebenaran dan informasi yang disajikan akurat dan harus diketahui. Komunikasi persuasif adalah proses simbolis di mana seorang komunikator mencoba membujuk orang untuk mengubah sikap atau perilaku mereka dengan menyampaikan pesan dengan cara yang dapat dimengerti.⁷ Dengan kata lain, menurut Ngalimun (2018:72), Tujuannya agar pesan bisa diterima oleh komunikan. Berikut penjabaran lima metode komunikasi persuasif Effendi:

1). Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi adalah metode yang digunakan untuk menemukan hubungan atau pola yang sering muncul antara item-item dalam suatu kumpulan data, terutama dalam konteks data mining. Teknik ini juga dikenal sebagai analisis atau aturan asosiasi, dan sering digunakan untuk menganalisis pola pembelian atau hubungan antar kejadian. Teknik asosiasi juga melibatkan pengiriman pesan komunikasi untuk menarik perhatian masyarakat terhadap hal atau peristiwa yang relevan.

2). Teknik Integrasi

Teknik integrasi adalah strategi untuk menyatukan pesan persuasif dengan konteks atau situasi yang ada, sehingga pesan

⁷ Rini Rahmawati, Agustina Multi Purnomo, and Agustini, "Keterkaitan Antara Komunikasi Persuasif Dan Kemampuan Pribadi Konselor P2TP2A Dalam Layanan Konseling Pada Perempuan Korban Kekerasan," Jurnal Komunikatio 7, no. 2 (2021), hlm. 111.

tersebut terasa alami dan mudah diterima oleh pendengar. Teknik ini juga merupakan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti melalui kata-kata verbal maupun nonverbal komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

3). Teknik Tataan

Teknik tataan adalah strategi dalam penyusunan pesan yang dirancang untuk membuat pesan tersebut menarik dan mudann diterima oleh komunikan sehingga mereka termotivasi untuk mengikuti saran atau ajakan yang terkandung dalam pesan tersebut. Teknik tataan, mengacu pada teknik menciptakan kata-kata yang baik untuk menyampaikan pesan emosional dengan cara yang menarik perhatian komunikan.⁸

Oleh karena itu, persuasi adalah strategi komunikasi yang bertujuan meyakinkan penerima. Internet terbagi menjadi dua bagian. Ini adalah bentuk komunikasi dasar di mana kita mengungkapkan pikiran dan perasaan kita kepada orang lain, menggunakan gerakan sebagai sarana kontrol. Simbol yang menjadi sarana komunikasi utama dalam proses komunikasi adalah benda-benda yang secara langsung dapat “menyampaikan” maksud atau emosi dari subjek komunikasi,

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 23.

seperti bahasa, gerakan tubuh, gambar, dan warna.⁹ Pada hakikatnya, komunikasi adalah pengiriman pesan dari satu kelompok, yang disebut komunikator, ke kelompok lain. Faktor utama dalam suatu hubungan adalah kuantitas dan kualitas. Tanpa perantara, jaringan pesan dan komunikasi tidak dapat ada. Jika koneksi terjadi tetapi kualitasnya buruk, proses komunikasi tidak memadai atau tujuan pengiriman pesan tidak tercapai.¹⁰

b. Dakwah

Islam adalah agama rahmatan lil a‘lamin Islam adalah rahmat bagi seluruh alam. Islam dikembangkan dan diajarkan melalui dakwah. Dakwah adalah kewajiban dakwah untuk menyebarkan ajaran Islam di dunia dan penyebarannya wajib bagi seluruh umat Islam yang berada dalam konflik sesuai dengan kemampuannya.¹¹ Setiap umat Islam mempunyai pendapat bahwa wajib menyebarkan agama Islam kepada orang lain berdasarkan tingkat kemampuannya. Dakwah juga merupakan upaya mewujudkan ajaran Islam dalam segala bidang kehidupan manusia, hal itu menjadi kewajiban setiap muslim. Dakwah berasal dari kata bahasa Arab “da‘a”, “yadu”, dan “dawatan” yang

⁹ Deni Rahman and Wichitra Yasya, “Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (2020), hlm. 3–4.

¹⁰ Erwan Komara, “Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik,” *Jurnal Buana Komunikasi* 2, no. 1 (2021), hlm. 28.

¹¹ Tomi Hendra, Siti Amalia Nur Adzhari, and Kori Lilie Muslim, “Dakwah Islam Dan Kearifan Budaya Lokal,” *Journal of Da’wah* Vol. 2, no. 1 (2023), hlm. 67.

berarti memanggil, mengajak, dan memerintah. Kata dakwah berarti mengajak orang lain untuk mengikuti jalan Allah.¹²

Allah menurunkan agama Islam melalui Nabi Muhammad yang mampu menjelaskan agama tersebut secara lebih lengkap. Karena Nabi Muhammad (saw) diutus untuk menyebarkan agama Islam di antara umat manusia. Islam melalui Nabi Muhammad SAW. Alasannya adalah Allah memerintahkan manusia untuk mengikuti para nabi dan Allah mengutus para nabi untuk menyebarkan kasih sayang kepada sesama. Cinta terhadap orang lain melahirkan perdamaian, karena jika tidak diterapkan akan berdampak tidak baik dan di antara manusia melahirkan permusuhan, perselisihan dan perpecahan.¹³ Tujuan dakwah adalah upaya berorientasi publik untuk memajukan kebaikan dan mencegah kejahatan. Mengikuti prinsip dan aturan yang ditetapkan oleh Nabi SWT. Hal ini dilandasi oleh sikap keadilan, kesabaran, kejujuran, toleransi, kasih sayang, dan perhatian terhadap orang lain. Agar umat Islam dapat mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan bermasyarakat, menyebarkan ajarannya kepada mereka yang awalnya acuh terhadap Islam, dan mengembangkan mereka menjadi orang-orang yang mau menerima Islam Sebagai gerakan duniawi dan ukhrawi. Dengan rahmat Allah, akan memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan

¹² La Adi, "Konsep Dakwah Dalam Islam," Jurnal Pendidikan Ar-Rashid 7, no. 3 (2022), hlm. 1–2.

¹³ Arina Rahmatika and Ninda Khoirullina, "Konsep Dakwah Islam Rahmatan Lil'alam In Dalam Majalah Bangkit," Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 6, no. 1 (2021), hlm. 44.

akhirat. Artinya dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan pada setiap daerah dan tempat dengan karunia Allah SWT.¹⁴

Dakwah dikatakan efektif jika didukung oleh dirinya sendiri, isi yang diungkapkan, tingkat penyampaianya, atau faktor-faktor penting lainnya. Metode pasti yang digunakan dalam khotbah dijelaskan dalam QS. An-Nahlayat 125:

بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنَ هِيَ بِأَلَّتِي وَجَدْتَهُمُ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبُّكَ سَبِيلٌ إِلَى أَدْعُ

بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنْ ضَلَّ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”¹⁵

Dalam surat An-Nahl ayat 125, Allah menyebutkan dua hal penting ketika mengajak orang lain ke jalan Allah atau dakwah hikmah dan muaidzah hasanah yang baik.¹⁶ Adapaun di dalam surah An-Nahl: 125 artinya “Allah menetapkan dua hal penting bila hendak mengajak orang lain menuju jalan Allah atau berdakwah yakni hikmah dan muaidzah hasanah.”¹⁷

¹⁴ La Adi, “Konsep Dakwah Dalam Islam,” Jurnal Pendidikan Ar-Rashid 7, no. 3 (2022), hlm.6

¹⁵ Abdul Kholiq and Shofiyah, “Implementasi Al-Hikmah Dalam Metode Dakwah Di Surah An-Nahl Ayat 125,” Jurnal Alamtara 6, no. 2 (2022), hlm. 158–59.

¹⁶ Nisa Amci Ilzania and Sunardi Bashri Iman, “Urgensi Hikmah Dalam Pergerakan Dakwah Di Qur’an Surat An-Nahl Ayat 125,” Al Kareem: Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir 1, no. 2 (2024), hlm. 114.

¹⁷ Nia Kurniati, “Al-Hikmah Dalam Dakwah Islamiyah,” Jurnal Dakwah Dan Sosial 1, no. 1 (2021), hlm. 10–11.

Dakwah harus berubah dan beradaptasi untuk memanfaatkan masyarakat yang ada di depannya. Sebab jika media dan metodenya tidak disesuaikan dengan masyarakat dan keadaan, maka dakwah tidak akan sampai ke masyarakat. Karena itulah khatib harus bisa menyesuaikan isi khotbahnya dengan melihat kondisi mad'u. Pemecahan masalah adalah dengan menjadikannya menyenangkan. M. Yunan Yusuf seperti dikutip Munir menyebutkan perlunya membungkus dakwah dengan baik dan komprehensif. Dakwah hendaknya disajikan secara menarik, kekinian, realistis dan kontekstual. Sebenarnya dalam hal penyelesaian konflik-konflik yang ada di masyarakat saat ini. Fakta nyata dan nyata di hadapan masyarakat. Dan agar masyarakat dan masyarakat tertarik dengan apa yang disampaikan dan untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri, maka dakwah harus lebih menarik dan kreatif, yaitu menjadikan Islam sebagai agama rahmatan lil 'alamin.¹⁸

c. Gaya Bahasa Dakwah

Menurut Gunawan Wibisono gaya bahasa dakwah adalah perkataan baik berupa lisan maupun tulisan yang memiliki unsur-unsur memperingatkan, mempengaruhi, mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan.¹⁹ Sedangkan ada 3 gaya bahasa dalam

¹⁸ Erwan Efendi et al., "Penggerakan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Media Dakwah," *Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023), hlm. 1035–1036.

¹⁹ Gunawan Wibisono, *Acuan Berbahasa Indonesia Dengan Benar* (Semarang: Media Wiyata, 1992), hlm. 9.

dakwah yang dapat digunakan oleh da'i dalam dakwahnya, yang dijelaskan oleh Hasjmy yakni sebagai berikut:²⁰

1). Targhib dan Tabsyir (Penyampaian Berita Pahala dan Menyampaikan Berita Gembira)

Targhib dan tabsyir adalah gaya bahasa yang bertujuan untuk menggemarkan mad'u agar berbuat amal shalih. Dakwah dengan gaya bahasa ini menggambarkan pahala yang akan didapatkan mad'u jika melakukan amal shalih. Indikator gaya bahasa targhib dan tabsyir adalah menyampaikan berita gembira dan janji Allah untuk memberikan balasan berupa pahala dan surga bagi umatNya yang mau berbuat baik dan menjalankan perintahNya.

2). Tazkir dan Tanbih (Pengingatan dan Penyegaran Kembali) Agar pengetahuan yang didapat mad'u tidak dilupakan dan selalu diamalkan, maka mad'u harus diingatkan dan disadarkan kembali pada pengajaran dan pendidikan yang pernah diterima. Setelah memberikan materi dakwah, seorang da'i senantiasa mengulang kembali materi dakwah yang pernah disampaikan sebagai pengingat dan penyegaran kembali untuk mad'u.

3). Tarhib dan Inzar (Menakut-nakuti dan Menyampaikan Berita Dosa)

Gaya bahasa ini berisi menampilkan berita siksaan yang akan diterima oleh orang yang berbuat tercela dan berkata dusta. Tujuannya untuk memberikan peringatan dan menakut-nakuti

²⁰ Ali Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 254.

mad'u supaya tidak melakukan perbuatan yang dilarang agama. Indikator gaya bahasa tarhib dan inzar adalah menyampaikan ancaman dan konsekuensi berupa dosa dan siksa yang akan diterima oleh umat yang berbuat kerusakan dan melanggar perintah Allah SWT.²¹

d. YouTube Sebagai Media Dakwah

YouTube adalah situs web berbagi video yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Youtuber adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki akun YouTube dan mengunggah video ke YouTube. YouTuber adalah individu, kelompok, atau perusahaan besar yang menggunakan YouTube untuk mempromosikan diri atau menjual produk atau layanan. Banyak YouTuber tidak menganggap diri mereka sebagai influencer dan malah aktif mempromosikan produk dan layanan di media sosial, khususnya YouTube.²² Indonesia merupakan salah satu negara terbesar di Asia Tenggara. Jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 278,7 juta jiwa pada awal tahun 2024. Berikut ini adalah jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 beserta periode penggunaannya.

²¹ Ali Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 254.

²² Hamdan and Mahmuddin, "Youtube Sebagai Media Dakwah," *Journal Of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021), hlm. 68–70.



Sumber: www.slice.id

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia 2024

Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 100.000 video ditonton di YouTube setiap hari. 20 juta orang mengunjungi YouTube setiap bulan, sebagian besar berusia antara 12 dan 17 tahun. Dengan cara ini, YouTube dapat menjadi sumber belajar bagi generasi digital masa kini, menanggapi kebutuhan siswa, dan menawarkan gaya dan pengalaman belajar yang baru dan menarik. Ini bisa menjadi pengalaman berharga ketika guru belajar lebih banyak tentang teknologi informasi.²³ YouTube ditujukan untuk masyarakat umum. Saat ini, semua orang menggunakan teknologi dan tidak dapat disangkal bahwa YouTube sangat populer. Banyak orang beralih ke YouTube untuk mencari informasi dan hiburan. Tampilan dan fungsionalitas YouTube

²³ Fauzan Al Anshori, Muhammad Surya, and Arobiyah Siregar, "Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Channel Youtube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph.D.)," *Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023), hlm. 2–4.

serta aplikasinya yang menarik dan hanya dapat diakses melalui koneksi internet memberikan nilai tambah pada aplikasi tersebut. Di sisi lain, durasi juga berperan bagi penonton.²⁴

YouTube dan Da'wah mempunyai tujuan serupa dan karena itu kebutuhannya serupa. YouTube membutuhkan pemirsa dan kualitas. Semakin banyak orang mengunjungi YouTube, semakin baik situs tersebut. Video yang diunggah cenderung mendapatkan pemirsa setia. Dakwah bisa menggunakan kesempatan ini secara kreatif. Teknologi informasi dan komunikasi, khususnya Internet, telah mengubah aktivisme Islam. Salah satu platform yang paling terpengaruh oleh perubahan ini adalah YouTube. YouTube adalah situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai jenis video, termasuk konten keagamaan.²⁵

2. Penelitian Relevan

Pertama, penelitian oleh Yananti Putri Suci dkk tahun 2024 dalam Jurnal Studi Ilmu Komunikasi yang berjudul, “Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun YouTube Ustadz Hilman Fauzi”. Objek pada penelitian ini yaitu Ustadz Hilman Fauzi di YouTube. Masalah dengan penelitian ini adalah bahwa di dunia saat ini, tantangan khotbah semakin meningkat, dan para pengkhotbah harus merancang strategi khotbah untuk mengatasi

²⁴ Erwan Effendy et al., “Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Dakwah Pemuda Milenial (Analisis Konten Dakwah Youtube „Pemuda Tersesat” Habib Ja’far Coki Pardede Dan

²⁵ Fauzan Al Anshori, Muhammad Surya, and Arobiyah Siregar, “Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Channel Youtube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph.D.),” *Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023), hlm. 2–4.

masalah masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang berlandaskan pada teori analisis respon. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dua dari lima informan dominan dan menerima pesan secara penuh. Adapula dua informan dalam posisi negosiasi yang masih mempertimbangkan dan mengolah kembali pesan. Sedangkan hanya satu orang informan dalam posisi oposisi dimana penerimaan informan bertolak belakang dengan makna dominan yang ditampilkan. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian dan teori yang digunakan. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait komunikasi persuasif dakwah melalui YouTube.²⁶

Kedua, penelitian oleh Lina Masruroh tahun 2023 dalam Jurnal Bil Hikmah dengan judul, “Teknik Komunikasi Persuasif Aa Gym Melalui YouTube Dalam Mengajak Kebiasaan Baru Pada Awal Pandemi Covid-19 di Indonesia”. Objek penelitian ini yaitu pada akun YouTube Aa Gym. Permasalahan dalam penelitian ini adalah karena keterbatasan jarak, penutupan masjid dan banyaknya acara keagamaan, maka dakwah virtual hanya menjadi pilihan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif melalui penelitian dokumenter. Pengumpulan data dilakukan dengan merekam dan melihat saluran media sosial YouTube resmi Aagymofficial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di antara berbagai teknik yang digunakan, yang paling ampuh adalah teknik integrasi yang digunakan

²⁶ Yananti Putri Suci, Taufik Akhyar, and Badarudin Azarkasyi, “Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun YouTube Ustadz Hilman Fauzi,” *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2024), hlm. 92

dalam video yang ditayangkan pada awal pandemi Covid-19. Pendekatan terpadu ini merupakan hal baru dan dianggap sangat cocok untuk kondisi awal epidemi yang mempengaruhi semua masyarakat. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian yang digunakan. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait komunikasi persuasif dakwah melalui YouTube.²⁷

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ulfah Sopiah, Sitty Sumijati dan Tata Sukayat yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ulfah Sopiah, Sitty Sumijati dan Tata Sukayat yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Pada Akun Tiktok @Syam_elmarusy” dalam *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* tahun 2022. Objek pada penelitian ini yaitu akun tiktok Ustadz Syamsuddin. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu di era teknologi aktivitas dakwah tidak cukup hanya dengan melalui pengajian berupa ceramah dengan speaker di suatu majelis saja tetapi dakwah harus berinovasi sesuai perkembangan zaman. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan dari 15 subjek yang diteliti terdapat 3 video teknik asosiasi, 3 video teknik integrasi, 3 video metode pembangkitan rasa takut, 3 video metode pembekuan, dan 3 video metode kebangkitan ikan haring. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada

²⁷ Lina Masruroh, “Teknik Komunikasi Persuasif Aa Gym Melalui YouTube Dalam Mengajak Kebiasaan Baru Pada Awal Pandemi Covid-19 Di Indonesia,” *Jurnal Bil Hikmah* 1, no. 1 (2023), hlm. 137.

objek penelitian yang digunakan. Kesamaannya dengan penelitian ini adalah keduanya meneliti komunikasi misionaris yang persuasif melalui YouTube.²⁸

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Azlika Purnama Sari dan Nur Aida yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif Ahmadd Rifa’i Rif’an Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial” dalam *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* tahun 2021. Subjek penelitian ini adalah Ahmed Rifai Rafeian. Masalah dengan penelitian ini adalah bahwa bagian dari populasi yang telah mencapai usia kerja – generasi milenial – adalah generasi yang menempatkan prioritas tinggi pada penginjilan. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Sumbernya adalah buku Ahmad Rifai Rafan “Ketika Tuhan Tidak Lagi Dibutuhkan.” Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan Rifai adalah asosiasi, integrasi, dorongan, pembangkitan rasa takut, konstruksi, kekuatan, narasi dan pengumpulan. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada topik penelitian yang digunakan. Persamaannya dengan penelitian ini adalah terkait dengan komunikasi dakwah yang persuasif.²⁹

²⁸ Ulfah Sopiah, Sitty Sumijati, and Tata Sukayat, “Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Pada Akun Tiktok @Syam_elmarusy,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2022), hlm. 101

²⁹ Azlika Purnama Sari and Nur Aida, “Teknik Komunikasi Persuasif Ahmadd Rifa’i Rif’an Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial,” *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2021), hlm. 133–54.

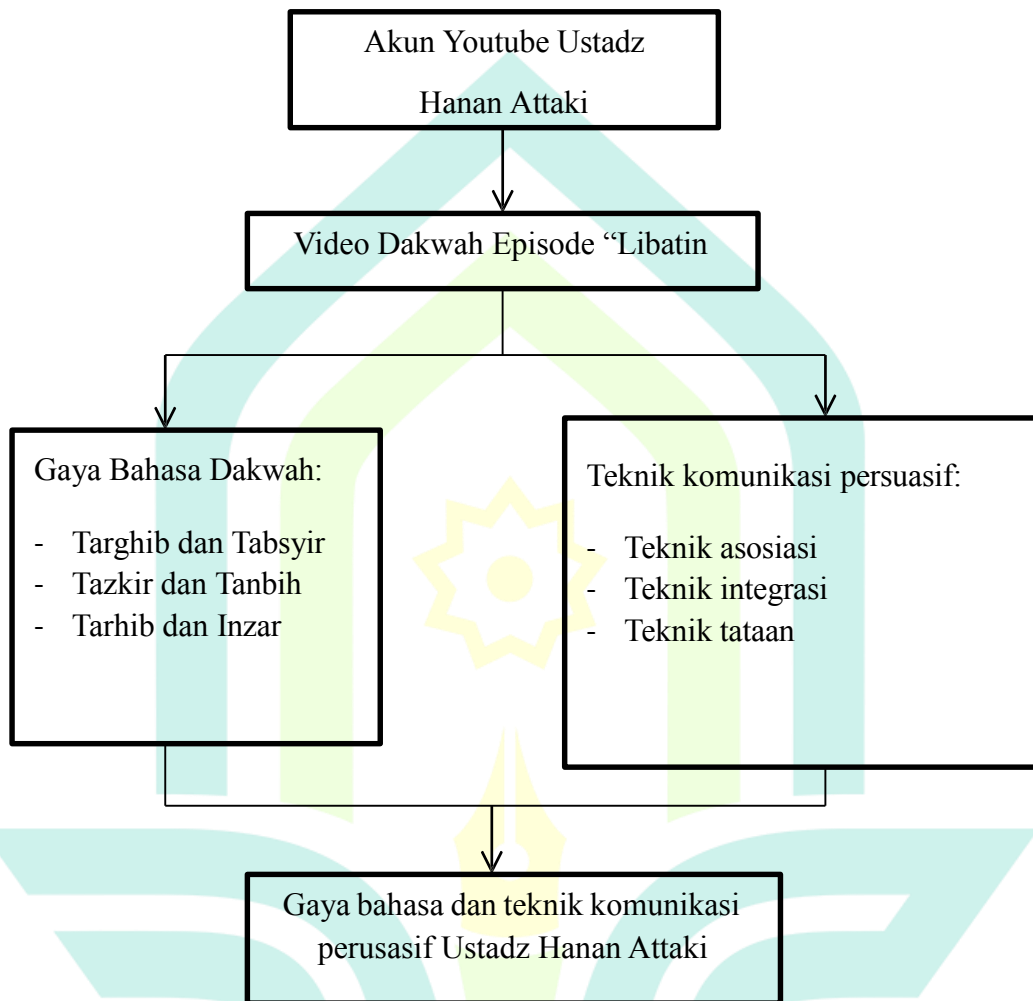
F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beraga aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir dapat disajikan dalam bentuk bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti dan keterkaitan antar variabel yang diteliti.³⁰ Dalam penelitian ini berfokus pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki pada video “Libatin Allah” karena dakwah Ustadz Hanan Attaki sangat dikenal oleh kaum muda sehingga mudah dipahami. Selanjutnya dari video episode Libatin Allah akan dianalisis terkait gaya bahasa yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki serta dianalisis terkait komunikasi persuasif yang digunakan sebelum kemudian akan diketahui bagaimana gaya

³⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D (Bandung: Bandung: Alfabeta, 2017).

bahasa dan teknik komunikasi persuasif Ustadz Hanan Attaki. Kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir



G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif yaitu dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dan penelitian lainnya yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.³¹

2. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapatkan atau dikumpulkan oleh seorang peneliti secara langsung dari sumber data utama.³² Data primer yang digunakan pada penelitian ini yaitu akun Youtube Ustadz Hanan Attaki pada salah satu konten episode dakwah “Libatin Allah” yang terdiri dari 4 episode yang masing- masing video berdurasi 9-10 menit, serta komentar video di akun YouTube Ustaz Hanan Ataki.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari jurnal, buku, dan tayangan video yang ada di YouTube, atau dari data yang sudah digabungkan untuk menunjang data yang sudah didapatkan.³³ Data sekunder penelitian ini dapat dilihat dari buku, jurnal, dan video yang

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

berkaitan dengan komunikasi persuasif Ustadz Hanan Attaki di channel YouTube yang bisa dijadikan sebagai data sekunder.

Link YouTube Episode Libatin Allah:
https://youtube.com/playlist?list=PLPVaZBOPYqfC7gfkRCD-zb-drd0_eemPO&si=Up8Qbv1daYL8Dfga

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Peneliti dapat menetapkan langkah-langkah mengumpulkan informasi melalui wawancara terstruktur, semi struktur, dokumen, data visual lainnya.³⁴ Observasi pada penelitian ini yaitu melakukan pengamatan video melalui akun YouTube Ustadz Hanan Attaki, dengan mengambil salah satu episode video yang berjudul “Libatin Allah”. Untuk menganalisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam channel YouTube nya.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap sesuatu yang tertulis atau bentuk film atau video, selain record (rekaman).³⁵ Dokumentasi pada penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan data seperti gambar (screenshot) dari video yang berkaitan dengan teknik komunikasi persuasif maupun pesan

³⁴ Ifit Novita Sari, Lilla Puji Lestari, and Dedi Wijaya Kusuma, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. 1 (Malang: Malang: UNISMA Press, 2022), hlm. 90.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki yang diunggah di media YouTube. Metode ini digunakan dengan cara mengumpulkan data-data yang berbentuk buku, gambar foto (screenshot), dari beberapa foto yang berhubungan dengan teknik komunikasi persuasif pada channel YouTubanya.

4. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dapat dilakukan selama penelitian sedang berlangsung selain itu juga dilakukan saat data sudah terkumpul. Dalam penelitian kualitatif ini data diperoleh dari berbagai sumber, yaitu akun YouTube dan buku atau jurnal yang sesuai dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam.³⁶ Metode analisis data pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan akun YouTube Ustadz Hanan Attaki pada video episode “Libatin Allah” dan komentar pada video-video tersebut.

b. Reduksi Data

Mereduksi data dapat diartikan merangkum sebuah data yang dibutuhkan pada penelitian, melakukan pemilihan hal-hal yang pokok, memfokuskan pada data yang penting, dicari tema dan polanya untuk menentukan data yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik

³⁶ Hardani Ahyar, Helmina Andriani, and Dhika Juliana Sukmana, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Yogyakarta: C.V Pustaka Ilmu, 2020).

reduksi data digunakan untuk mereduksi data pada akun YouTube Ustadz Hanan Attaki dan komentar-komentar pada videonya.

c. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data kemudian dilakukan penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa flowchart, bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori, dan format sejenis lainnya. Penyajian data dilengkapi dengan teks deskriptif serta hasil mengamati video YouTube untuk menambah pemahaman.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan secara keseluruhan diperoleh berdasarkan hasil analisis gaya bahasa dakwah dan teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki.

H. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang akan dibagi menjadi beberapa sub bagian. Berikut sistematika pembahasan yang digunakan:

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini akan menjelaskan latar belakang yang berisi permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini. Permasalahan yang ada berupa masalah mengenai fenomena sekarang dakwah melalui kegiatan ceramah di mimbar-mimbar masjid kurang diminati, mengingat zaman sekarang dakwah lebih diminati melalui media sosial. Pada bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan dan manfaat yang akan dibahas pada sub bab pendahuluan.

2. BAB II Landasan Teori

Pada bab ini akan membahas teori yang digunakan. Teori yang digunakan yaitu teori teknik komunikasi persuasif, dakwah, gaya bahasa dakwah dan YouTube sebagai media dakwah.

3. BAB III Gambaran Umum Ustadz Hanan Attaki

Pada bab ini akan membahas mengenai profil Ustadz Hanan Attaki dan akun YouTube Ustadz Hanan Attaki Official serta penyajian data hasil penelitian.

4. BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini akan menganalisis hasil penelitian pada data yang sudah disajikan. Analisis yang dilakukan yaitu analisis gaya bahasa dan teknik komunikasi persuasif Ustadz Hanan Attaki di akun YouTube nya.

5. BAB V Penutup

Pada bab ini akan ditarik kesimpulan bahwa hasil kajian atau pembahasan dan analisis yang sudah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan juga akan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki antara lain targhib dan tabsyir yaitu dengan menyampaikan pesan-pesan yang mampu mempengaruhi pendengar untuk berbuat baik, kemudian tazkir dan tanbih yaitu dengan penyegaran kembali terkait materi dakwah dari episode sebelumnya, dan tarhib dan inzar yaitu mengingatkan para pendengar terkait kesalahan yang sudah diperbuat dan konsekuensi ketika kita tidak melibatkan Allah maka jangan berharap urusan kita dipermudah.
2. Teknik asosiasi yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki yaitu dengan mengumpamakan tokoh-tokoh agama Islam dan kasus-kasus yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, teknik integrasi yaitu dengan menggunakan kata “kita” agar pendengar merasa lebih dekat dan terajak dalam melakukan kebaikan, serta teknik tataan yang diterapkan yaitu dengan merangkai kata-kata indah sehingga pendengar merasa tersentuh dan tergerak hatinya untuk melakukan apa yang telah disampaikan Ustadz Hanan Attaki.

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, maka peneliti berharap selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan lebih banyak jenis faktor yang berbeda dengan objek yang berbeda, serta mengembangkan dengan teori yang berbeda.

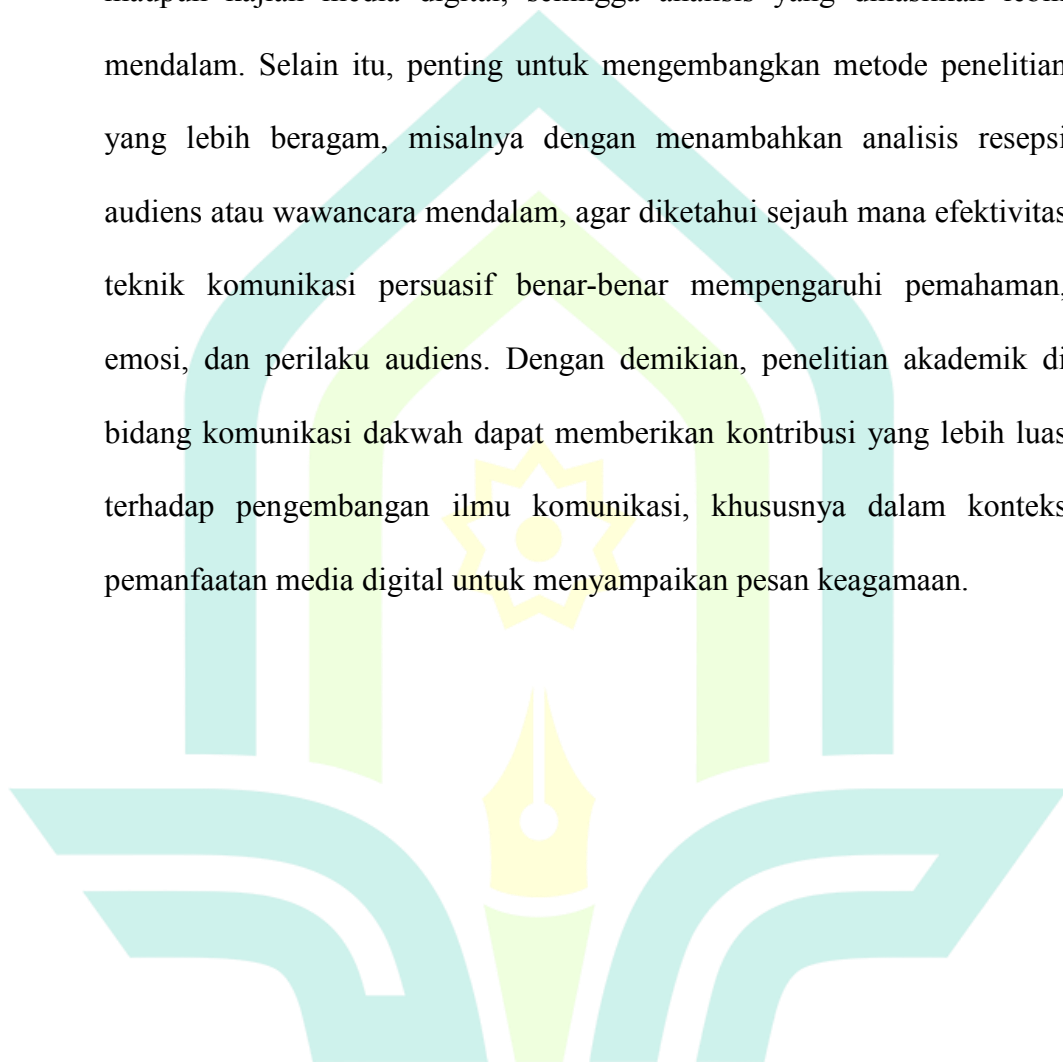
1. Saran Praktik

Agar para pendakwah di media digital dapat meneladani gaya komunikasi persuasif Ustadz Hanan Attaki yang mampu menyentuh hati audiens dengan bahasa sederhana, dekat dengan kehidupan sehari-hari, serta dikemas secara emosional dan inspiratif. Pendakwah disarankan untuk menjaga keseimbangan antara sentuhan emosional dengan landasan rasional berupa dalil Al-Qur'an dan Hadis, sehingga pesan dakwah tidak hanya menyentuh perasaan tetapi juga memperkuat pemahaman agama secara intelektual. Selain itu, optimalisasi fitur YouTube seperti komentar, live streaming, dan interaksi langsung dengan audiens perlu diperhatikan untuk menciptakan komunikasi dua arah yang membangun kedekatan emosional. Penggunaan media kreatif seperti visualisasi, ilustrasi, dan storytelling yang relevan dengan realitas generasi muda juga dapat dijadikan strategi agar pesan dakwah semakin kontekstual, menarik, dan mudah diterima oleh jamaah digital.

2. Saran Akademik

Agar penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian tidak hanya pada satu episode dakwah, tetapi juga membandingkan beberapa

episode atau kanal dakwah digital lainnya untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai variasi teknik komunikasi persuasif. Peneliti berikutnya juga dapat memperkaya kajian dengan menggunakan pendekatan multidisipliner, seperti psikologi komunikasi, sosiologi, maupun kajian media digital, sehingga analisis yang dihasilkan lebih mendalam. Selain itu, penting untuk mengembangkan metode penelitian yang lebih beragam, misalnya dengan menambahkan analisis resepsi audiens atau wawancara mendalam, agar diketahui sejauh mana efektivitas teknik komunikasi persuasif benar-benar mempengaruhi pemahaman, emosi, dan perilaku audiens. Dengan demikian, penelitian akademik di bidang komunikasi dakwah dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks pemanfaatan media digital untuk menyampaikan pesan keagamaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, L. (2022). *Konsep dakwah dalam Islam*. Jurnal Pendidikan Ar-Rashid, 7(3), 1–2.
- Al Anshori, F., Surya, M., & Siregar, A. (2023). Media Youtube sebagai dakwah pemersatu umat Islam (Analisis channel Youtube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph.D.). *Journal of Social Science Research*, 3(5), 2–4.
- Alfiyah, A., & Khiyaroh, I. (2022). Teori mujadalah dalam Al-Qur'an: Penerapan metode jidal (debat) dalam konsep dakwah. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2), 150.
- Aziz, I. R. (2023). Etika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam channel Youtube @HananAttaki. *Jurnal Komunikasi*, 1(4).
- Darma'arif, M. J., & Putri, D. (2023). Pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui media sosial YouTube: Kajian akhlak remaja. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(2), 77.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Efendi, E., et al. (2023). Penggerakan media sosial Youtube sebagai sarana media dakwah. *Journal of Social Science Research*, 3(5), 1035–1036.
- Hamdani, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai media dakwah. *Journal of Social Religion Research*, 6(1), 68–70.
- Hasjmy, A. (1984). *Dustur dakwah menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Hendra, T., Adzhari, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan kearifan budaya lokal. *Journal of Da'wah*, 2(1), 67.
- Huda, M. N., & Adam, I. T. (2021). Konsep pendidikan dakwah menurut Nahdlatul Ulama. *Jurnal Bashrah*, 2(2), 101.
- Ilzania, N. A., & Iman, S. B. (2024). Urgensi hikmah dalam pergerakan dakwah di Qur'an Surat An-Nahl ayat 125. *Al Kareem: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Afsir*, 1(2), 114.
- Ismiati, Sofiatin, & Zuhriyah, L. F. (2024). Desain dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui media sosial Instagram @ayah_amanah. *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 24, 25.
- Komara, E. (2021). Komunikasi persuasif dakwah Dr. Zakir Naik. *Jurnal Buana Komunikasi*, 2(1), 28.
- Kurniati, N. (2021). Al-hikmah dalam dakwah Islamiyah. *Jurnal Dakwah dan Sosial*, 1(1), 10–11.

- Masruroh, L. (2023). Teknik komunikasi persuasif Aa Gym melalui YouTube dalam mengajak kebiasaan baru pada awal pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Bil Hikmah*, 1(1), 137.
- Purnama Sari, A., & Aida, N. (2021). Teknik komunikasi persuasif Ahmadd Rifa'i Rif'an dalam dakwah kepada kalangan milenial. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 133–154.
- Putri, S., & Amelia. (2022). Strategi komunikasi persuasif: Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang dalam mewujudkan visi organisasi. *Journal of Islamic Communication & Broadcasting*, 2(2), 4–5.
- Rahmadani Aziz, I. (2023). Etika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam channel YouTube @HananAttaki. *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 216.
- Rahmawati, R., Purnomo, A. M., & Agustini. (2021). Keterkaitan antara komunikasi persuasif dan kemampuan pribadi konselor P2TP2A dalam layanan konseling pada perempuan korban kekerasan. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 111.
- Rahmatika, A., & Khoirullina, N. (2021). Konsep dakwah Islam rahmatan lil'alamin dalam Majalah Bangkit. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 44.
- Rahman, D., & Yasya, W. (2020). Komunikasi persuasif dalam penghimpunan dana zakat di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 3–4.
- Rizky, F. U., & Syam, N. (2021). Komunikasi persuasif konten YouTube Kementerian Agama dalam mengubah sikap moderasi beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20.
- Salim, E. (n.d.). Teknik komunikasi persuasif pengurus panti asuhan Al Akbar. (*Data halaman tidak lengkap*).
- Sari, I. N., Lestari, L. P., & Kusuma, D. W. (2022). *Metode penelitian kualitatif* (Cet. 1). Malang: UNISMA Press.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Sopiah, U., Sumijati, S., & Sukayat, T. (2022). Teknik komunikasi persuasif Ustadz Syamsuddin Nur pada akun TikTok @syam_elmarusy. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 101–102.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suci, Y. P., Akhyar, T., & Azarkasyi, B. (2024). Analisis komunikasi persuasif pada akun YouTube Ustadz Hilman Fauzi. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 92–93.

- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus. (2020). Strategi pemanfaatan YouTube dalam bidang dakwah oleh ulama Aceh. *Journal Communication*, 11(1), 82.
- Trianto, R. (2022). Implementasi metode dakwah bil-hal di Majelis Dakwah Bil-Hal Miftahul Jannah Bogoran Kampak Trenggalek. *Jurnal An-Nida'*, 10(2), 96.
- Umh Rizky, F., & Syam, N. (2021). Komunikasi persuasif konten YouTube Kementerian Agama dalam mengubah sikap moderasi beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20.
- Wibisono, G. (1992). *Acuan berbahasa Indonesia dengan benar*. Semarang: Media Wiyata.

