

**ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF
DALAM CHANNEL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT
“SI AA : BIKIN TERHARU, HASIL KERJA KERAS SI AA
TERNYATA UNTUK ANAK JALANAN PART 1 & PART 2”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

SALWA DANIATI
NIM. 3417110

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF
DALAM CHANNEL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT
“SI AA : BIKIN TERHARU, HASIL KERJA KERAS SI AA
TERNYATA UNTUK ANAK JALANAN PART 1 & PART 2”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

SALWA DANIATI
NIM. 3417110

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salwa Daniati

NIM : 3417110

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM CHANNEL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT “SI AA : BIKIN TERHARU, HASIL KERJA KERAS SI AA TERNYATA UNTUK ANAK JALANAN PART 1 & PART 2”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN 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 2023

Yang Menyatakan,



Salwa Daniati
3417110

Mukoyimah, M.Sos.

Jln. Mawar 1 nomor 7 Perum. Graha Tirto Asri Tirto
Kab. Pekalongan

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Salwa Daniati

Kepada
Yth. Dekan FUAD UIN K.H.
Abdurrahman Wahid Pekalongan
c/q. Ketua Prodi KPI
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikumWr. Wb.

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

Nama : **SALWA DANIATI**
NIM : **3417110**
Prodi : **KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**
Judul : **ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM CHANNEL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT "SI AA : BIKIN TERHARU, HASIL KERJA KERAS SI AA TERNYATA UNTUK ANAK JALANAN PART 1 & PART 2"**

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

WassalamualaikumWr. Wb.

Pekalongan, 20 Juni 2023

Pembimbing,



Mukoyimah, M.Sos.

NIP. 199206202019032016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: www.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 Saudari:

Nama : **SALWA DANIATI**
NIM : **3417110**
Judul Skripsi : **ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM CHANNEL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT "SI AA : BIKIN TERHARU, HASIL KERJA KERAS SI AA TERNYATA UNTUK ANAK JALANAN PART 1 DAN PART 2**

yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 22 September 2023 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

Vyki Mazaya, M.S.I.
NIP. 199001312018012002

Penguji II

Teddy Dvatmika, S.Pd., M.I.Kom
NIP. 198702132019031003

Pekalongan, 3 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan,



Prof. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab-latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	S	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بيهنّ = *bihinna*

C. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o_) ditulis u.

D. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: , ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول ,ditulis *usul*.

E. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

F. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

G. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئىء ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.

4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

I. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, tak hentinya saya mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesabaran dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan keberhasilan saya mengerjakan skripsi ini mampu menjadi awal untuk menggapai keberhasilan besar lainnya. Saya persembahkan sayang dan cinta ini kepada:

1. Allah SWT, Yang telah memberikan kesempatan hidup sampai sekarang dan kesempatan menikmati bangku perkuliahan dan yang telah memberikan kesehatan, kebahagiaan serta kelancaran dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
2. Ibuku tercinta Siti Zubaidah yang telah sabar mendidik saya menjadi anak yang mandiri, kuat, dan pantang menyerah. Serta segala cinta dan dukungan yang luar biasa untuk kesuksesan saya.
3. Untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang dan tetap semangat dalam menyusun skripsi ini.
4. Kakak-kakak tersayang Atik Karima, Gery Rusanto, Adikku Moch. Fata Aufa yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada saya. Serta tak lupa, sikecil M. Fadil Sagarmatha, Xabiru Arshaka Langit yang selalu menghibur saya dikala lelah dan letih.
5. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing Ibu Mukoyimah, M.Sos. Yang telah membantu bimbingan saya kelancaran kelulusan.
6. My moodbooster Grup Jangan BCT! Terima kasih telah memberi semangat, keceriaan, kegembiraan, dan menjadi support system untuk saya. Kalian lebih

dari sekedar teman, kalian saudara tanpa ikatan darah. Semoga pertemenan kita tetap terjalin erat sampai maut memisahkan.

7. Terima kasih Fahmi Fachri, Galih Ihsan Firmanto, Arista Desti Choirina, Titian Nur Khoironi telah mengajarkan kehidupan, mewarnai hari-hari, menyemangati dan memberikan banyak hal dari bahagia, senang sampai sedih. Suatu kesempatan istimewa dan berharga dapat dipesatkan bersama orang-orang hebat seperti kalian.
8. Terima kasih juga kepada teman-teman KPI 17 yang selalu membantu dan menghibur saya, sangat beruntung menjadi bagian dari keluarga besar kalian. Semoga kita bisa meraih cita-cita yang diimpikan dan selalu mendukung karir masing-masing di masa depan.
9. Terima kasih untuk HMJ KPI 2017 telah memberikan pengalaman yang sangat beragam dan menarik.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu

MOTTO

Hidup itu seperti sepeda

Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak.

-Albert Einstein-



ABSTRAK

Salwa Daniati, 3417110, Analisis Komunikasi Persuasif Dalam Channel Youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan Part 1 & Part 2”. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Pembimbing Mukoyimah, M.Sos.

Komunikasi persuasif merupakan sebuah proses komunikasi yang tidak akan bisa lepas dari keseharian kita sebagai seorang manusia. Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan dalam berkomunikasi, termasuk komunikasi persuasif. Proses komunikasi persuasif memerlukan komunikator (persuader) dan komunikan (persuadee) seperti halnya Film Animasi Merupakan salah satu jenis film yang disukai oleh banyak masyarakat salah satunya animasi milik selebriti Indonesia yang terkenal Raffi Ahmad dan Nagita Slavina keluarga bahagia ini dikaruniai anak yang diberinama Rafathar Malik Ahmad (Tokoh Utama di Animasi Si Aa) beserta anak kedua Rayyanza Malik Ahmad.

Peneliti melihat terdapat edukasi, persuasi, bentuk dalam komunikasi yang berkaitan dengan pembelajaran serta perkembangan anak hingga orang dewasa. Di sisi lain telah terjadi antara edukasi agama, budaya, komunikasi. Animasi terdapat perubahan tempat, bentuk obyek yang bergerak, teknik untuk menggerakkan obyek setiap pergerakan dalam *frame* dengan waktu yang ditentukan. Film animasi bagi sebagian besar anak merupakan salah satu media hiburan untuk proses kegiatan pembelajaran bagaimana mereka mengenal lingkungan sekitarnya terkadang media ini menjadi contoh dalam perilaku keseharian mereka seperti halnya proses komunikasi pada umumnya dan dalam melakukannya memerlukan teknik-teknik tersendiri agar efektif.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan masalah tentang komunikasi persuasif analisis persuasifnya ini persuadernya itu nagita yang menyampaikan pesan-pesan edukasi yang lebih baik, tidak boros, tidak menggampangkan dengan yang segala hal yang dia mempunyai dan agar mudah dicermati oleh anaknya itu sendiri, dan pertanggapi atau diterima oleh persuadee atau anaknya yaitu Si Aa dan dia menerima pesan dari persuader itu melakukan sesuai dari pesan-pesan yang diterima oleh persuadee dan dilaksanakan dengan bagus dan diterapkan dengan baik untuk kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Film Animasi, Edukasi, Komunikasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO.....	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penelitian Relevan	8
F. Kerangka Berfikir	11
G. Metodologi Penelitian	12
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF	17
A. Komunikasi Persuasif	17
B. Media Sosial.....	23
C. Youtube.....	26
D. Animasi.....	29
E. Komunikasi Persuasif	32
BAB III PROFIL DAN FUNGSI <i>CONTENT</i>	43
A. Profil Rans Entertainment	43
B. Fungsi <i>Content</i>	49
BAB IV ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF	67
A. Komunikasi Persuasif Pada Video Si Aa Part 1	67
B. Komunikasi Persuasif Pada Video Si Aa Part 2	71
C. Analisis Komunikasi Persuasif.....	76
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap film memiliki pesan yang ingin disampaikan oleh si pembuatnya, salah satunya adalah pesan edukasi dalam film animasi. Animasi atau *animation* berasal dari kata *animate* dan *mation*. Kata *animate* mempunyai arti “hidup atau bernyawa”. Sedangkan *motion* mempunyai arti gerakan atau bergerak. Jadi animasi adalah gerakan yang hidup dari sebuah gambar. Film animasi hasil dari pengolahan gambar tangan sehingga menjadi gambar bergerak.

Pada media youtube animasi Si Aa ini juga terdapat beberapa pesan edukasi yang terkandung di dalamnya, program animasi Si Aa juga memanfaatkan media massa lainnya. Salah satu media yang mendukung program televisi yaitu youtube. Setiap program acara dapat meng-*upload* video yang sebelum ditayangkan di televisi untuk ditayangkan kembali di youtube yang bertujuan agar bisa ditonton ulang oleh pemirsa setiap saat.¹

Salah satu animasi Si Aa ini bertujuan untuk mengajarkan nilai-nilai islam, tidak membuat jenuh anak-anak, tidak hanya hiburan saja akan tetapi film ini memberikan edukasi dan hal positif untuk ditiru oleh anak-anak. Khusus di Indonesia banyak permintaan orang tua tentang film animasi dengan konten pendidikan terutama pendidikan pesan agama. Disini juga membangun

¹ Rona Guines Purnasiwi, dan Mei P Kurniawan, “Perancangan dan Pembuatan Animasi 2D “Kerusakan Lingkungan” dengan Teknik Masking”, Jurnal Ilmiah DASI Vol. 14 No. 04 Desember 2013, 54, diakses pada tanggal 28 Desember 2022 pukul 10.40

karakter dan moralitas anak-anak melalui cerita dan musik yang menyenangkan.

Hal yang menarik dari film tersebut adalah animasi yang berperan menjadi Si Aa itu dibuat dengan sangat lucu, dan imut, sehingga ketika menonton film tersebut membuat gemas penontonnya, selain itu di setiap episodnya mengandung banyak pelajaran, nasihat serta motivasi, sehingga sangat baik film Si Aa bila ditonton oleh anak-anak. Selain itu disaat film berlangsung diiringi oleh dentungan musik yang sesuai dengan tema film, bila temanya sedih maka iringan lagunya *mellow* dan bila temanya semangat maka musiknya berenergi yang bersifat menghibur.

Komunikasi persuasif sekarang ini tampaknya memiliki peran aktif di dunia media *social*. Hal ini nampak dengan maraknya akun media *social* yang diikuti oleh masyarakat. Salah satunya ialah media *social* youtube *channel* Rans Entertainment. Diketahui dari katadata.co.id Rans Entertainment memiliki jumlah subscriber 22,8 juta dengan tingkat nomor 4 setelah Jess No Limit.

Rans Entertainment adalah akun youtube pasangan selebriti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yang mulai bergabung pada 27 Desember 2015. Raffi Ahmad dan Nagita Slavina merupakan selebriti Indonesia yang terkenal dan telah menjadi publik figur yang banyak pengikutnya. Kebahagiaan keluarganya menjadi sempurna setelah dikaruniai anak laki-laki yang diberi nama Rafathar Malik Ahmad. Teknologi yang semakin canggih seperti saat ini membuat Raffi Ahmad dan Nagita Slavina tidak hanya ingin tampil di layar televisi saja, namun untuk mengikuti perkembangan zaman mereka juga masuk dalam dunia

media youtube. Video yang diunggah sudah banyak dan bermacam-macam serta didominasi oleh konten yang bergenre video *blogging* atau *vlog*, yaitu bentuk blog yang menggunakan medium video.

Rans Entertainment yang kenal dengan kehidupan pemilik akunnya Raffi Ahmad dan Nagita Slavina menjadi *previllage* keluarga bahagia masyarakat. Dari kehidupan keluarga Raffi Ahmad yang bikin menarik perhatian. Terutama Rafatar (anak pertama Raffi Ahmad), sebagai anak sultan begitu biasa dikenal ternyata tidak luput dari sorotan masyarakat.

Beberapa kali Rafatar masuk video youtube Rans Entertainment. Bahkan ada playlist dengan judul Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2 menarik perhatian. Sebab dengan jumlah *viewers* di part 1 sejumlah 2.137.872 dan yang menyukai ada 53.000. video yang di part 2 sejumlah *viewers*nya 2.481.994 dan yang menyukainya 47.000. dari part 1 dan 2 memiliki kenaikan di *viewers*nya. Dikemas dengan tampilan animasi yang diambil dari kehidupan nyata keluarga Raffi Ahmad dan Nagita Slavina.

Hidup seorang sultan ternyata tidak menjadi penghalang bagi keluarga Raffi untuk tetap mengajarkan anak-anaknya hidup sebagaimana ajaran Islam. Pendidikan agama dijadikan *basic* bagi Nagita Slavina dan Raffi Ahmad dalam memberikan pengajaran kepada anaknya. Si Aa diajarkan tetap menyisihkan sebagian rezekinya untuk diberikan kepada orang yang membutuhkan, berbuat baik kepada orang lain, dan mengangkat derajat orang lain. Hal ini selaras dengan HR Muslim sebagai berikut ini :

Dari Abu Hurairah Radhiyallahu 'anhu, dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, “Barangsiapa yang menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan dunia orang mukmin, maka Allah akan menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. Barangsiapa yang memberi kemudahan orang yang kesulitan (utang), maka Allah akan memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Siapa yang menutup aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan di akhirat. Siapa saja yang menolong saudaranya, maka Allah akan menolongnya sebagaimana ia menolong saudaraya. Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.

Tidaklah berkumpul sekelompok orang di salah satu rumah Allah (masjid) untuk membaca Kitabullah dan saling mempelajarinya di antara mereka, melainkan akan turun kepada mereka ketenangan, rahmat meliputinya, para malaikat mengelilinginya, dan Allah menyanjung namanya kepada Malaikat yang ada di sisi-Nya. Barangsiapa yang lambat amalannya, maka tidak akan bisa dikejar oleh nasabnya (garis keturunannya yang mulia).” (HR. Muslim dengan lafal ini).²

Hadist di atas menerangkan bahwa kepada sesama umat muslim saling tolong menolong, membantu dalam menyelesaikan kesulitannya, maka nanti di hari kiamat sebagai tabungan. Berbuat baik mendapatkan kecintaan dari Allah SWT.

²<https://purbalingga.kemenag.go.id/mutiara-hadist-saling-membantu-sesama-muslim/#:~:text=Dari%20Abu%20Hurairah%20radhiyallahu%20'anhu,dari%20kesusahan%2Dkesusahan%20hari%20kiamat>. Diakses pada 11 November 2022. Pukul 14.54

Begitupula dari Si Aa yang dikenal sebagai *public figure* dan kerap muncul di *social media* youtube menjadi sangat menarik untuk dilakukan penelitian secara mendalam. Karena dari sisi bentuk dalam komunikasi persuasifnya ada untuk mengajarkan anak di zaman sekarang. Sebagai *public figure* sudah selayaknya memberikan contoh baik untuk masyarakat.

Pada film animasi “Si Aa” juga terdapat beberapa Edukasi yang ada di dalamnya, seperti yang diajarkan oleh keluarganya untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan, mendidik, memberikan rizki dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik.

Untuk dapat menggunakan youtube dengan maksimal, seseorang harus membuat channel youtube. Youtube adalah alat pada akun youtube yang dapat digunakan untuk mengunggah video, mempublikasikan video yang telah selesai diunggah, dan dapat melakukan aktivitas lainnya di youtube seperti menghapus videonya sendiri, menyukai dan berkomentar pada video orang lain. Youtube juga memiliki istilah *subscribe* yang dapat diartikan sebagai langganan. Sedangkan *subscriber* adalah pelanggan yang mengikuti setiap update video terbaru dari akun youtube orang lain sehingga dapat mengetahui dan mengikuti perkembangannya. Sebuah diartikan sebagai langganan. Sedangkan *subscriber* adalah pelanggan yang mengikuti setiap update video terbaru dari akun youtube orang lain sehingga dapat mengetahui dan mengikuti perkembangannya. Sebuah akun youtube biasanya akan mencari subscriber sebanyak-banyaknya agar semakin banyak orang yang menonton videonya. Konten video yang ada di youtube sangat beragam seperti musik, film, vlog,

komedi, live video dan lain sebagainya. Di dalam sebuah konten video juga terdapat fitur sendiri yaitu jumlah penonton, jumlah orang yang menyukai, jumlah orang yang tidak menyukai, berbagi video, unduh video, dan fitur untuk menyimpan video tersebut. Youtube merupakan salah satu aplikasi dari media online. Media online merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara online di situs web internet. Media *online* disebut juga sebagai media daring, media digital, media internet, dan media siber. Secara umum media online meliputi semua jenis situs web dan aplikasi, situs perusahaan, email, forum, line, youtube dan lain-lain. Saat ini masyarakat lebih memilih menggunakan media online karena media *online* atau media internet lebih memungkinkan baik di masa kini maupun di masa yang akan datang.

Dalam video yang diunggah pada akun rans entertainment yang diambil itu animasi Si Aa tentang kehidupan sehari-hari Rafatar dan keluarganya serta juga memperlihatkan barang-barang mewah yang dimiliki keluarga Raffi Ahmad, kegiatan belanja sepuasnya, liburan ke luar negeri dengan fasilitas mewah, membahas barang mewah milik orang lain dan sebagainya.

Pentingnya penelitian ini dalam film Si Aa karena dari segi komentar banyak yang mengatakan bahwa animasi Si Aa ini mengandung sikap persuasi, unsur edukasi dan mengajari anak tentang islami karena disisi itu persuader memberikan pesan kepada persuade, berbagi rezeki dan lebih mendidik dan sangat bermanfaat pelajaran yang kita dapat dalam edukasi yang didalam film animasi Si Aa tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas film animasi youtube Rans Entertainment ini pesan komunikasi orang tua terhadap anaknya dalam bentuk komunikasi persuasif. Maka penelitian mengangkat judul analisis Komunikasi Persuasif Dalam Channel Youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk komunikasi persuasif dalam *channel* youtube rans entertainment animasi “Si Aa” ?
2. Bagaimana fungsi *content* dalam *channel* youtube rans entertainment animasi “Si Aa”?

C. Tujuan Peneliti

1. Untuk mengetahui penerapan komunikasi persuasif dalam youtube Animasi Rans Entertainment terhadap pembentukan sikap Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushulludin, Adab dan Dakwah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi persuasif yang terdapat dalam *channel* youtube Rans Entertainment berdasarkan analisis Joseph A Devito.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya untuk:

1. Manfaat teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang komunikasi

persuasif dalam media massa khususnya channel youtube Animasi Rans Entertainment, serta menambah khasanah keilmuan bagi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi & Penyiaran Islam dalam mengembangkan peranan komunikasi melalui media sosial.

2. Manfaat praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu memperluas cakrawala dalam mengembangkan komunikasi khususnya melalui karya tulisan, dan menjadi salah satu rujukan mahasiswa untuk mengembangkan komunikasi bagi peneliti selanjutnya.

E. Penelitian Relevan

Penelitian ini tidak dapat dipisahkan dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik, sehingga dapat menghindari plagiarisme, dan juga dapat dijadikan sebagai referensi. Berikut penelitian sebelumnya yang dijadikan rujukan oleh peneliti:

1. Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah pada *Channel* youtube CakNun.com, yang disusun oleh Rokhmad Joko Santoso Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dari UIN Sunan Kalijaga Tahun 2020. Hasil dari penelitian kualitatif deskriptif ini menjelaskan video bahwa *channel* youtube CakNun.com mengaplikasikan komunikasi persuasif model integrasi, dalam penyampaian pesannya dengan cara menyatukan diri antara komunikator dengan komunikan. sehingga pesan akan lebih mudah diterima dari ajakan komunikator.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan metode kualitatif deskriptif. Dan perbedaannya terletak pada metode dakwah berbagi kepada sesama.³

2. Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul Pesan Dakwah dalam Animasi Film Omar dan Hana (Analisis Framing Robert Entman), yang disusun oleh Muhammad Iqbal Ridho Fadhil Mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dari UIN Raden Intan Lampung Tahun 2020.” Skripsi ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Dalam skripsi tersebut peneliti ingin mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi Omar dan Hana”.

Skripsi ini memiliki kesamaan dengan penulis, yaitu sama-sama ingin mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi, dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Namun, memiliki perbedaan dalam obyek yang diteliti, peneliti menggunakan obyek film animasi Nussa dan Rara sedangkan pada Skripsi di atas menggunakan obyek film animasi Omar dan Hana.⁴

3. Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul Pesan Dakwah dalam Film Animasi Adit & Sopo Jarwo (Studi Analisis Framing Teori Framing Robert Entman), yang disusun oleh Faisal Hamid Azly Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dari UIN Raden Intan Lampung Tahun 2018. Skripsi tersebut termasuk jenis penelitian Kualitatif. Dalam

³ Rokhmad Joko Santoso. “*Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah pada Channel Youtube CakNun.com*”, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2020).

⁴ Muhammad Iqbal Ridho Fadhil, Skripsi : ”*Pesan Dakwah dalam Animasi Film Omar dan Hana (Analisis Framing Robert Entman)*” (Lampung : UIN Lampung, 2020).

skripsi tersebut peneliti ingin mengetahui pesan dakwah yang ada pada film animasi Adit & Sopo Jarwo.

Skripsi tersebut memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama ingin mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi, dan juga menggunakan pendekatan Kualitatif. Namun juga memiliki perbedaan objek yang diteliti, skripsi di atas mengangkat tayangan Adit & Sopo Jarwo, sedangkan penulis mengambil tayangan film animasi Nussa dan Rara episode Belajar Ikhlas.⁵

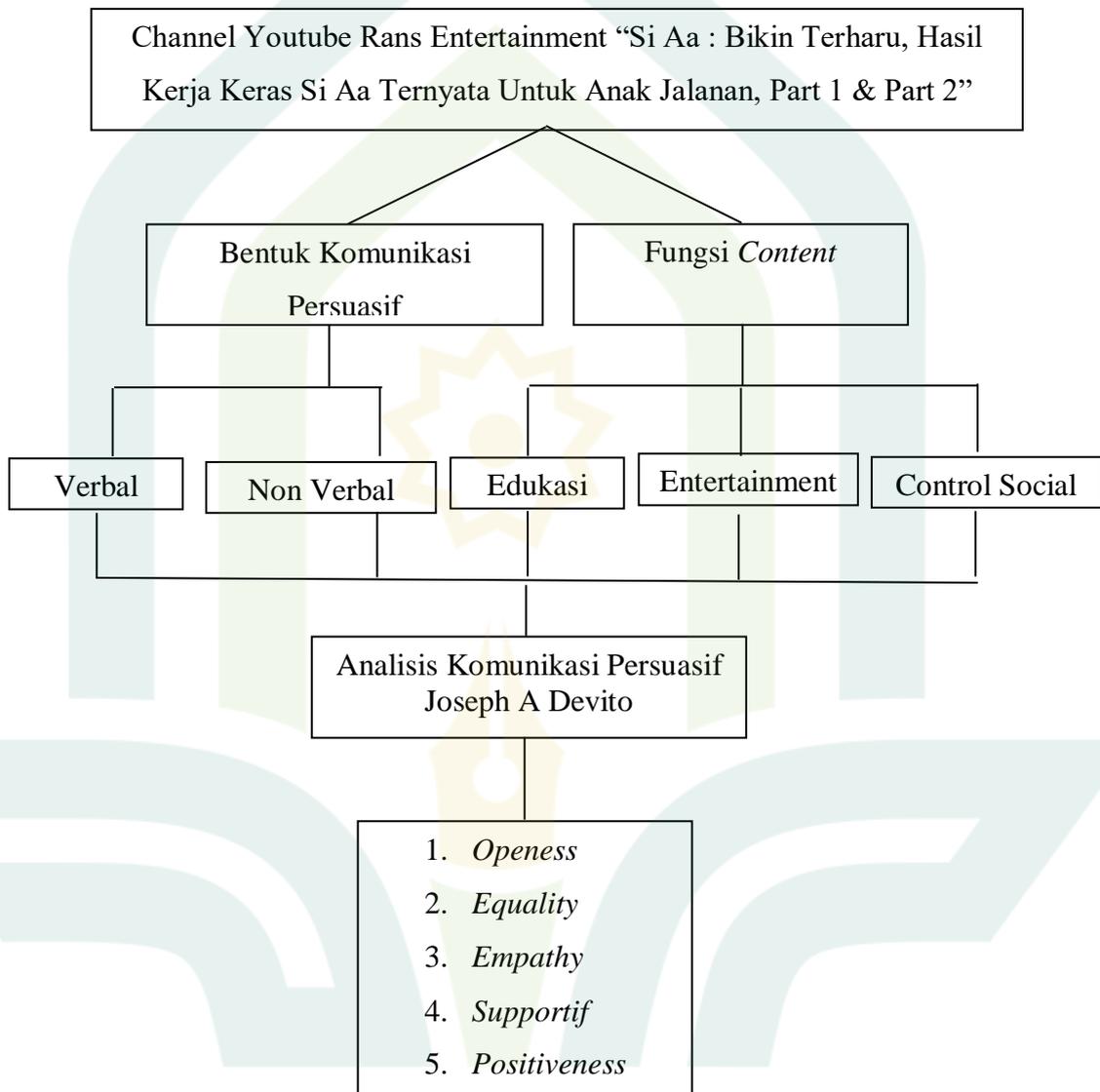
4. Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul Pesan Dakwah dalam Media Sosial Youtube Nussa Official Nusaa: Cintai Mereka (Analisis Semiotika Roland Barthes), yang disusun oleh Zihni Ainul Haq skripsi tersebut termasuk pendekatan kualitatif, Dalam skripsi tersebut peneliti ingin mengetahui pesan dakwah yang ada pada film animasi Nussa episode “Cintai Mereka”. Skripsi tersebut memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti pesan dakwah dalam film animasi Nussa dan Rara dan juga menggunakan pendekatan Kualitatif. Namun, memiliki perbedaan pada tema yang diambil, skripsi di atas mengambil tema “Cintai Mereka” sedangkan penulis mengambil tema Belajar Ikhlas.⁶

⁵ Faisal Hamid Azly, Skripsi : ” *Pesan Dakwah dalam Film Animasi Adit & Sopo Jarwo (Studi Analisis Framing Teori Framing Robert Entman)* ”. (Lampung : UIN Lampung, 2018)

⁶ Zihni Ainul Haq. “*Pesan Dakwah dalam Media Sosial Youtube Nussa Official-Nusaa: Cintai Mereka (Analisis Semiotika Roland Barthes)*”. (Ponorogo: IAIN PONOROGO. 2020)

F. Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berpikir peneliti hendak meneliti komunikasi persuasif yang terdapat dalam setiap episode yang melalui analisis Joseph A Devito pada Channel Youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2”.



Gambar 1. Alur Kerangka Berpikir

G. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu adanya beberapa tahapan atau metode penelitian yang digunakan, yang meliputi:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian penulis ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sedangkan penelitian ini untuk membantu memudahkan dalam melakukan penelitian secara mendalam, penulis menggunakan pendekatan komunikasi persuasif akan menunjukkan bagaimana persuader / pengirim menyampaikan pesan yang menjadi pokok dalam komunikasi persuasif tidak dapat dipisahkan. Sehingga penulis fokus menggunakan pendekatan tersebut, dalam rangka mendapatkan hasil penelitian secara komprehensif.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data primer yang akan dijadikan di *channel* youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2” yang berupa teks, dialog dan adegan disetiap *scene*. Part 1 dan part 2 guna menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai.

<https://youtu.be/lcdHEmuy-Yw> (Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1) dan

<https://youtu.be/gjUpy5nKsuA> (Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 2)

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang menjadi pendukung data-data primer dalam melengkapi tema penelitian. Referensi data pendukung yang diambil melalui sumber lain seperti buku, majalah, jurnal, artikel, sumber-sumber buku yang relevan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Teknik pengamatan dengan panca indra untuk mengumpulkan data disebut observasi.⁷ Teknik observasi yang digunakan adalah observasi tidak langsung dimana pengamatan dilakukan melalui media youtube yakni channel Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2”

b. Dokumentasi

Teknik untuk menelusuri data historis biasanya menggunakan teknik dokumentasi.⁸ Dokumentasi penelitian ini berdasarkan data yang berupa youtube dengan mengambil beberapa *scene* atau adegan pada youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2”.

⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 118.

⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 124.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian komunikasi persuasif ini adalah analisis komunikasi persuasif menggunakan penelitian kualitatif sebagaimana dalam Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D karya Sugiyono menerapkan beberapa langkah analisis yaitu :

a. Mengumpulkan Data

Penulis akan mengumpulkan data penelitian yang diperoleh dari youtube Rans Entertainment kategori Si Aa. Penelitian dengan melakukan observasi, dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan menentukan pendalaman data pada proses pengumpulan data.

b. Deskripsi Data Mentah

Penulis akan mendeskripsikan data mentah yang diperoleh dari setiap *scene* atau diperoleh dari dialog – dialog dalam *scene* di channel youtube rans entertainment Si Aa.

c. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir dan di verifikasi. Penulis yang akan menunjukkan dari kata persuasif data yang diperoleh dari youtube rans entertainment.

d. Kategorisasi Data

Kategori data ini masuk kedalam kategori persuasif dalam bentuk perbuatan, tulisan atau ajakan secara langsung.

e. Hubungan Antar Kategorisasi

Hubungan antar kategori Si Aa atau antara gaya hidupnya sehari-hari dari Si Aa ataupun dari kata ucapannya Si Aa didalam mediasi itu relate atau tidak didalam komunikasi persuasif.

Analisis deskriptif, yaitu teknik untuk mengungkapkan dan memaparkan pendapat dari responden berdasarkan jawaban dari hasil wawancara yang dilakukan. Penulis akan melakukan analisis terhadap hasil wawancara bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi pada penelitian ini tidak jauh dari sistematika pembahasan skripsi pada umumnya.

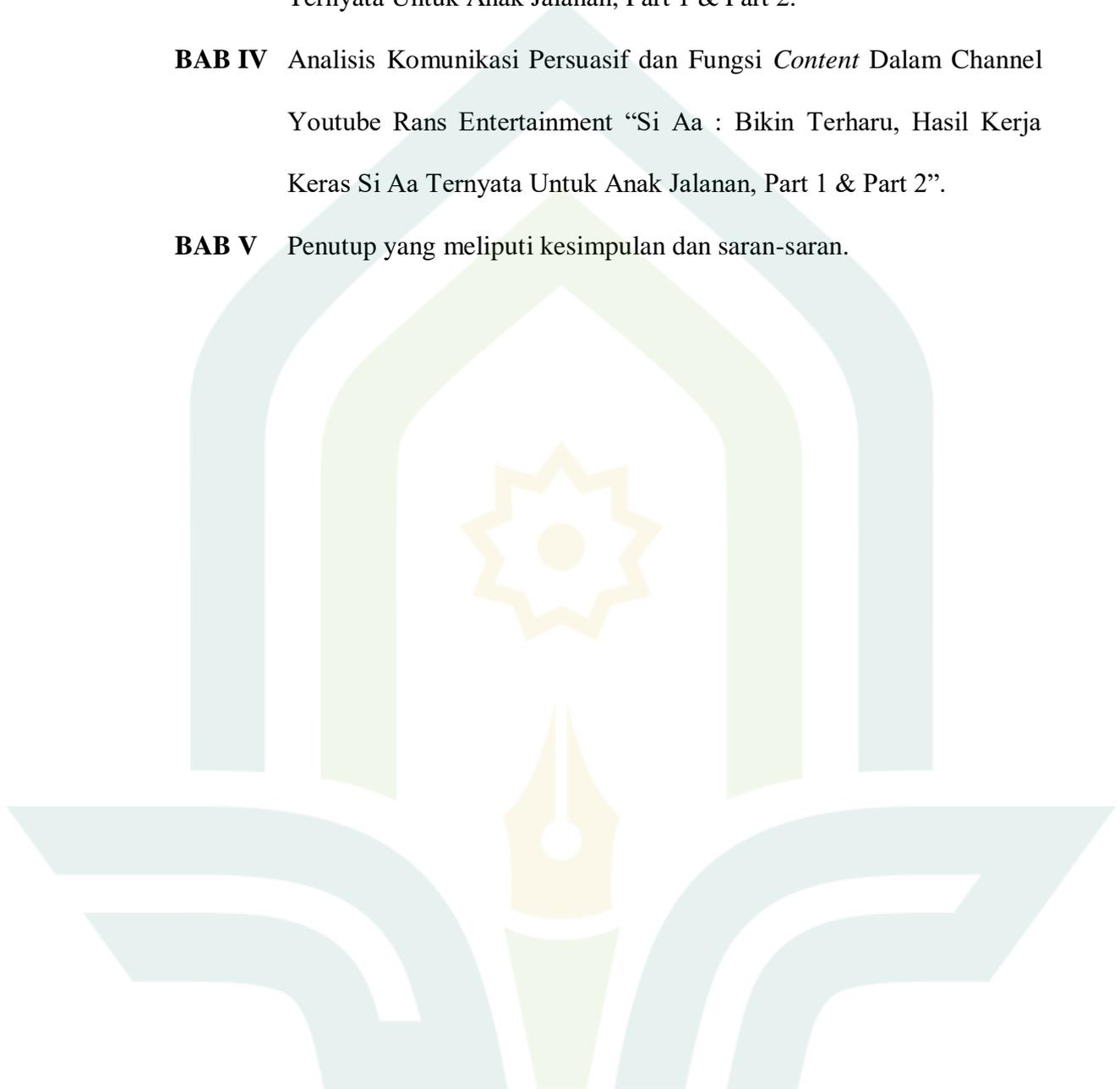
BAB I Pendahuluan, memuat latar belakang masalah, metode penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, penelitian relevan, dan sistematika pembahasan.

BAB II Penulis memaparkan teori tentang komunikasi persuasif yang memuat konsep komunikasi dan kajian pustaka yang akan menguatkan pendapat penelitian.

BAB III Profil Bentuk dan Fungsi *Content* Dalam Channel Youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2.

BAB IV Analisis Komunikasi Persuasif dan Fungsi *Content* Dalam Channel Youtube Rans Entertainment “Si Aa : Bikin Terharu, Hasil Kerja Keras Si Aa Ternyata Untuk Anak Jalanan, Part 1 & Part 2”.

BAB V Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan penelitian ini, peneliti mengambil kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah penelitian diatas bahwa :

1. Bentuk komunikasi persuasif dalam channel youtube rans entertainment Si Aa, berdialog kepada orang tua dan pengasuhnya seperti di episode 1 untuk belajar hemat jangan berboros dan harus bisa menabung dan suka menolong sesama orang orang yang ada dikalangan bawahnya yang sedang membutuhkan. Dan bekerja keras dengan keinginannya serta berikhlas memberikannya dan memberikan terimakasih kepada orang tua, pengasuh sudah mau mengajarkan Si Aa lebih dewasa. Supaya teman-temannya itu melihat kerja keras Si Aa itu dengan ikhlas dan semangat.
2. Pesan komunikasi dalam ini menyampaikan pesan komunikasi yang mengandung nilai-nilai Islam yang disampaikan lewat Pesan *verbal* dan *non verbal* dengan berbagai ekspresi, gerak-gerik tokoh, simbol-simbol dan menggunakan bahasa yang baik sesuai dengan ajaran Islam dan dipahami oleh anak-anak maupun orang dewasa. Penggunaan bahasa yang ringan, lembut dan mudah dimengerti memberikan rasa senang , nyaman dan damai bagi penonton. Simbol yang digunakan pun sangat mendukung yang tidak menyalahi akidah. Sehingga demikian animasi ini sangat baik dijadikan tontonan bagi anak-anak maupun kalangan dewasa. Selain animasi

ini juga dikemas dengan unik dan lucu dan tentunya syarat akan pesan nilai Islam, moral dan pelajaran lainnya

3. Fungsi *Content* nya itu memberikan edukasi-edukasi yang diberikan oleh Si Aa secara belum mampu untuk memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh suatu film animasi. Dalam fungsi *content* ada 10 didalam *scene* yaitu : 5 Edukasi, 2 Tainment, 3 Persuasif. Mereka masih membutuhkan pertanyaan penghantar pemahaman untuk memahami film animasi yang mereka tonton. Dan mereka menonton film animasi hanya untuk hiburan. Berbeda dengan anak yang sudah memahami seperti di usia 10 tahunan mereka tidak memerlukan pertanyaan penghantar pemahaman karena mereka sudah mampu untuk memahami pesan yang disampaikan oleh suatu film.

B. Saran

Setelah menyelesaikan penelitian ini, penulis memberikan saran antara lain:

1. Untuk para Kreator Indonesia khususnya kreator dengan konten dakwah agar memaksimalkan teknologi serta mengembangkan film animasi komunikasi persuasif. Dengan menampilkan persuade, pesan, persuader. film animasi selain sebagai sarana hiburan yang sangat populer pada masa kini animasi juga sangat efektif dan efisien dalam menyampaikan message (pesan) positif kepada penonton dengan nilai-nilai Islam.
2. Untuk para orang tua memiliki anak yang menyukai film kartun untuk mengarahkan anak pada film kartun dakwah. Selain dapat membantu anak

dalam pembentukan karakter. Film kartun juga sebagai edukasi tentang ajaran Islam yang mudah dipahami oleh anak kecil dan dikarenakan pada zaman sekarang banyak sekali film kartun yang minim pengetahuan agama perilaku moral, hingga kekerasan pada film kartun tersebut. Tidak hanya itu, tak jarang ditemukan film animasi menampilkan simbol-simbol yang bersimpangan dengan akidah. Peran orang tua sangat penting sebagai pendamping sang anak, dimana orang tua sebaiknya harus mampu dalam memilih tayangan yang layak dan dapat memilah-milah antara konten yang baik dan buruk sehingga anak tak mudah terpengaruh terhadap nilai negatif dari tayang yang ditonton.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Astrid S. Susanto. *Komunikasi dalam teori dan praktek*. (Jakarta: Binacipta. 1974).
- Asep Kusnawan. *Komunikasi Penyiaran Islam*. (Bandung: Benang Merah Press, 2004).
- Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Kencana. 2011)
- Djamaludin Malik. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT Remaja Rosda karya. 1994)
- Effendy, Onong Uchjsna. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2002)
- Herdiyan Maulana, Gungum gumelar, Psikologi Komunikasi dan Persuasi (Jakarta : Akademia Permata 2013),
- J. A.Devito. *Komunikasi Antarmanusia*. (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group. 2010)
- Komunikasi dan Hubungan Masyarakat.
- Muhammad Mufid. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2009).
- Mulyana, Daddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2005).
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti)
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2011)
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2013)

SKRIPSI

- Alfanti Nanda Maulani. *Analisis Isi Pesan Edukasi Dalam Serial Animasi Omar & Hana*. (Surabaya: Universitas Bhayangkara.2019).
- Cut Mutiara Ayu Sekar Arum. *Komunikasi Verbal dan Non Verba Film Animasi Upin & Ipin Di MNC TV dalam Membentuk Perilaku Sosial Siswa-Siswi SD*

Angkasa Medan. (Sumatera: UMSU.2018). hlm. 40-42. Diakses pada tanggal 25 Januari 2023 Pukul 19.34.

David, Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, dkk. *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi.* 2017.

Ernis Hasmin. *Penerapan Konsep Entertainment News (Studi Kasus Program Three Hour Show di Ve Channel).* (Makassar: UIN Alauddin. 2015). Pada tanggal 05 Mei 2023 Pukul 00:16

Faiqah, “*YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makasar Vidgram*”.

Frieda, Isyana Putri. *Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di Youtube).* (Semarang: Undip. 2015).

Kurniati, Desak Putu Yuli. *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal.* (Bali:Universitas Udaya. 2016) Diakses pada tanggal 7 Januari 2023 pukul 20.34

Maya Sofiya Dimiyati. *Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Ferdunand De-Saussure Pada Akun Instagram @Qurandansenja.* (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. 2022). hlm.24-25. Diakses pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 23.38

Muhammad Iqbal Ridho Fadhil, Skripsi : “*Pesan Dakwah dalam Animasi Film Omar dan Hana (Analisis Framing Robert Entman)*” (Lampung : UIN Lampung, 2020).

M. Deka Algasmi. *Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Terhadap Followers Nya.* (lampung: UIN Raden Intan. 2020). Pada tanggal 5 Mei 2023 Pukul 00:44

Rokhmad Joko Santoso. “*Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah pada Channel Youtube CakNun.com*”, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2020).

Septiana Sofkhatin. *Komunikasi Persuasif Dalam Konten Youtube Analisa Channel : Self Love Day 1-7 (Analisis Hermeneutika Gadamer).* (Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2021)

Triyono Lukmantoro, *Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial* , Jurnal (Semarang, Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2015).

Wulansari, Indah. *Efektivitas Penggunaan Media Film Animasi Untuk Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Anak (Analisis Film Animasi Nusa dan Rara)*. (Ponorogo : IAIN Ponorogo. 2021)

Yusmarwati, “Efektifitas Penggunaan Media Audio Visual Terhadap Motivasi Dan Hasil Belajar Mengidentifikasi Unsur-Unsur Cerita Anak Di Kelas V Sd Negeri 018 Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu”, Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran) Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP Universitas Riau, Vol 2, No 3, Mei 2018, 388. Diakses pada tanggal 09 Juni 2023 Pukul 20.28

Zihni Ainul Haq. “*Pesan Dakwah dalam Media Sosial Youtube Nussa Official-Nusaa: Cintai Mereka (Analisis Semiotika Roland Barthes)*”. (Ponorogo: IAIN PONOROG. 2020)

JURNAL

Aan Mohammad., Yayah Nurhidayah., Ulfa Chaerunnisa. Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol. 10, No. 2, Desember 2019. Diakses pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 23.14

Ahmad Rijali. ”*Analisis Data Kualitatif*”. Jurnal Alhadharah, Vol. 17 No. 33, Januari – Juni 2018, 84, diakses pada tanggal 8 Juli 2022. Pukul 16.54

Anang Sugeng Cahyono. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. Jurnal. Diakses pada 16 Januari 2023 pukul 23.02 <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>.

Azuna Vion Harnadi, “Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran,” *Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan* 6, no. 4 (2017): 384.

Finy F. Basarah dan Gustina, “Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial,” *Jurnal Abdi Masyarakat* 5, no. 2 (2020): 24. Diakses pada tanggal 3 Mei 2023 Pukul 14:59.

Mita Lestari, Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Kreditur Untuk Melakukan Kredit di PT. Adira Finance, Jurnal JOM FISIP, Volume 4. No. 2. Tahun 2017.

Rona Guines Purnasiwi, dan Mei P Kurniawan, “Perancangan dan Pembuatan Animasi 2D “Kerusakan Lingkungan” dengan Teknik Masking”, Jurnal Ilmiah DASI Vol. 14 No. 04 Desember 2013, 54, diakses pada tanggal 28 Desember 2022 pukul 10.40

WEBSITE

[https://purbalingga.kemenag.go.id/mutiara-hadist-saling-membantu-sesama muslim/#:~:text=Dari%20Abu%20Hurairah%20radhiyallahu%20'anh, dari%20kesusahan%2Dkesusahan%20hari%20kiamat.](https://purbalingga.kemenag.go.id/mutiara-hadist-saling-membantu-sesama-muslim/#:~:text=Dari%20Abu%20Hurairah%20radhiyallahu%20'anh, dari%20kesusahan%2Dkesusahan%20hari%20kiamat.) Diakses pada 11 November 2022. Pukul 14.54

<https://eprints.umm.ac.id/61225/3/BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 7 Januari 2023 pukul 19.01

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/17432/5/BAB%20II.pdf> Diakses pada 17 Januari 2023. Pukul 22.07

https://id.wikipedia.org/wiki/RANS_Entertainment. Diakses pada tanggal 22 Januari 2023. Pukul 20.58

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/10205/1/Penerapan%20Konsep%20Entertainment%20News%20%28%20Studi%20Kasus%20Program%20Three%20Hour%20Show%20Odi%20Ve%20Channel%20%29.pdf> diakses pada tanggal 29 Mei 2023 pukul 21.46

<https://dosensosiologi.com/kontrol-sosial/> diakses 16 Juni 2023 pukul 21.30.

http://eprints.undip.ac.id/61132/5/bab_4.pdf. Diakses 06 Mei 2022 Pukul 22.35.

https://id.wikipedia.org/wiki/RANS_Entertainment. Diakses 18 Oktober 2023 pukul 20.04.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Salwa Daniati
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 15 September 1997
3. Alamat : Dk. Kranji Ds. Kedungwuni Timur RT 03
RW 10 Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan
4. Nomor Handphone : 0857-8630-8684
5. Email : salwadaniati@gmail.com
6. Nama Ayah : M. Imdad (Alm)
7. Nama Ibu : Siti Zubaidah
8. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI WALISONGO KRANJI 02
2. SMP N 1 KEDUNGWUNI
3. SMK MUHAMMADIYAH KARANGANYAR

Pekalongan, 21 November 2023

Penulis



Salwa Daniati