

**PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF GUS
ALDI DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH MELALUI
AKUN YOUTUBE**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

MASLIKHA
NIM.3419015

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

2023

**PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF GUS
ALDI DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH MELALUI
AKUN YOUTUBE**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

MASLIKHA
NIM.3419015

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

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MASLIKHA

NIM : 3419015

Judul Skripsi : **PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI
PERSUASIF GUS ALDI DALAM
MENYAMPAIKAN DAKWAH MELALUI
AKUN YOUTUBE**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti plagiat, penulis bersedia mendapat sanksi akademik yaitu dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Oktober 2023

Yang menyatakan,



MASLIKHA
NIM. 3419015

NOTA PEMBIMBING

r. H. Muhandis Azzuhri, Lc, M.A.
Perum Graha Tirto Asri Jl. Bugenville I, Rt 01/Rw 04 Tanjung,
Kec. Tirto, Kabupaten Pekalongan

Lamp. : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Maslikha

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

Assalamualaikum Wr. Wb
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan Naskah Skripsi Saudari:


Nama : Maslikha
NIM : 3419015
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF GUS ALDI DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH MELALUI AKUN YOUTUBE**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, Oktober 2023
Pembimbing,


Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc, M.A.
NIP. 197801052003121002



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 : **MASLIKHA**
NIM : **3419015**
Judul Skripsi : **PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF
GUS ALDI DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH
MELALUI AKUN YOUTUBE**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 14 November 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

Dr. H. Arif Chasanul Muna, Lc., M.A
NIP. 197906072003121003

Penguji II

Ahmad Hidayatullah, M.Sos
NIP. 199003102019031013

Pekalongan, 14 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag.
NIP. 196305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. 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 Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad (tasydid, geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-barr*

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

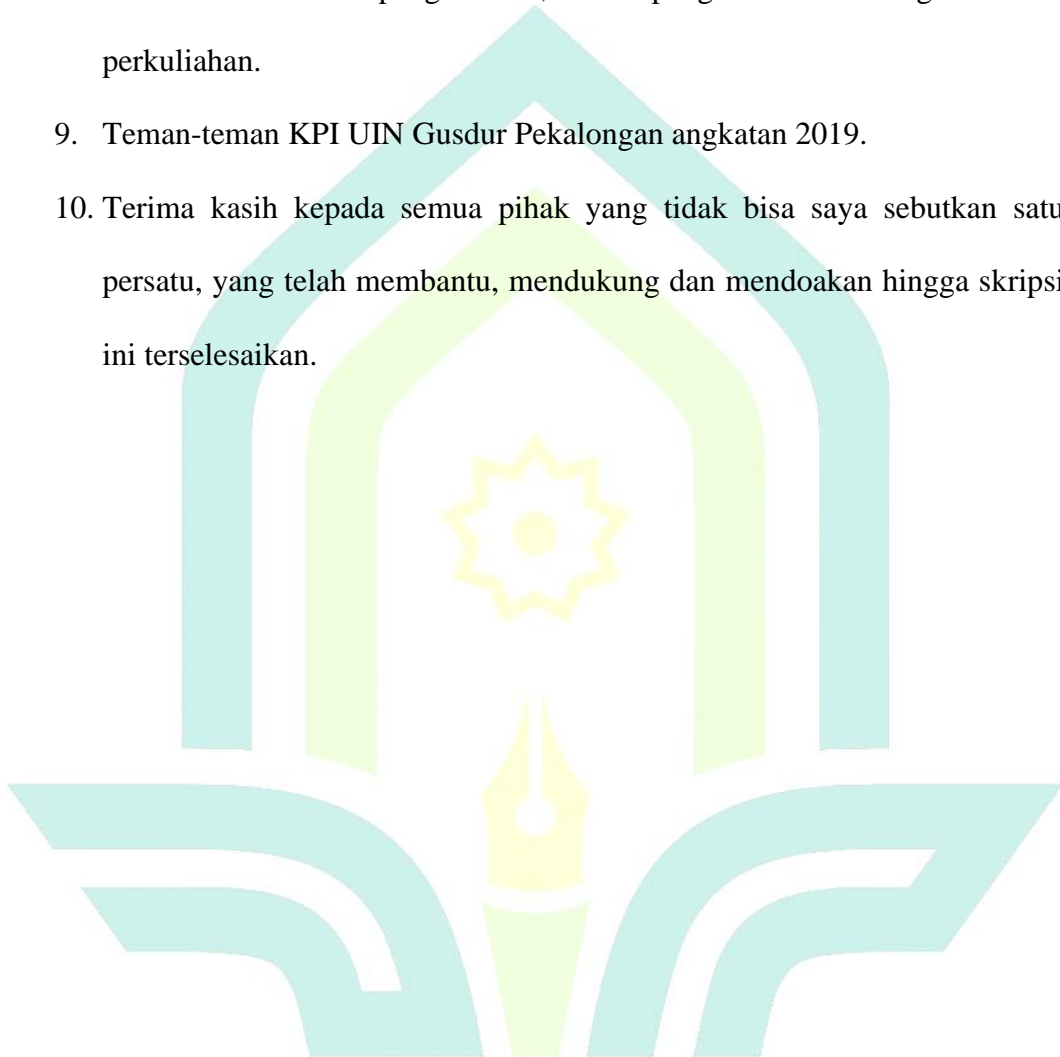
شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, piji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hifayah serta inayah-Nya. Shalawat seta salam senantiasa dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untuk penulis. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ucapan syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan dan kemudahan untuk saya dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Ibu Zaenap dan Bapak Warnidi yang telah memberikan dukungan dalam hal apapun sehingga saya bisa sampai pada masa sekarang ini.
3. Untuk diri sendiri saya ucapkan beribu-ribu terimakasih hingga saat ini telah berjuang dan mampu melewati semua ini, terimakasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa kita mampu, terimakasih telah menjadi diriku sendiri dengan versi terbaik yang kita miliki.
4. Segenap keluarga dan saurada-saudara yang selalu memeberikan dukungan serta doa.
5. Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing, memberikan arahan serta meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Viky Mazaya, M.S.I. selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

7. Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom. selaku sekretaris ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
8. Seluruh dosen dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu, memberikan ilmu pengetahuan, dan pengalaman berharga selama perkuliahan.
9. Teman-teman KPI UIN Gusdur Pekalongan angkatan 2019.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu, mendukung dan mendoakan hingga skripsi ini terselesaikan.



MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...
Q.S Al Baqarah: 286



ABSTRAK

Maslikha, 2023; Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif Gus Aldi Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui Akun Youtube. Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas KH. Abdurahman Wahid Pekalongan, Pembimbing: Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc, M.A.

Kata Kunci: YouTube, Komunikasi Persuasif, Media Dakwah

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat. Penggunaan media social semakin marak. Media sosial kerap kali digunakan sebagai wadah kreatifitas dan membuat berbagai macam konten-konten yang menarik minat penggunanya, contohnya konten dakwah. Media dakwah secara *online* banyak digandrungi oleh masyarakat saat ini karena kemudahannya yang dapat diakses secara terus menerus. Penggunaan media dakwah secara *online* saat ini banyak dilakukan oleh para da'i, salah satunya yang dilakukan oleh Muhammad Aldiyansyah. Dia menggunakan YouTube sebagai media dakwahnya. Dia menggunakan akun Gus Aldi untuk menyebarkan dakwah-dakwahnya. Komunikasi persuasive yang digunakannya mampu menarik minat para pengguna YouTube untuk melihat kontennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Teknik komunikasi persuasif yang digunakan Gus Aldi sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Adapun sumber data yang diperoleh yaitu sumber data primer yang bersumber dari akun YouTube Gus Aldi dan sumber data sekunder yang bersumber dari data pendukung untuk menguatkan penjelasan yang diteliti berasal dari buku, jurnal, dan data pendukung lainnya. Metode pengumpulan data dengan cara mengobservasi akun YouTube Gus Aldi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan milik Milles *and* Huberman yang mempunyai 4 tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Dari hasil penelitian data ditarik kesimpulan yaitu pertama, akun YouTube Gus Aldi dapat dikatakan sebagai media dakwah, karena konten yang diunggah mengandung dakwah islam yang bersumber dari Al-qur'an dan hadis. Akun tersebut mengandung unsur-unsur dakwah berupa Muhammad Aldiyansyah sebagai da'i, *viewers*-nya sebagai mad'u, materi dakwah berasal dari dalil-dalil yang berasal dari Al-qur'an dan hadis. Media berupa media audio visual yaitu YouTube dan Muhammad Aldiyansyah menggunakan lisan dalam menyampaikan dakwahnya. Metode dakwah yang digunakan adalah Al-Hikmah. Efek yang ditimbulkan bisa dilihat dari komentar pada akun tersebut. Kedua, Teknik komunikasi yang digunakan adalah meliputi Teknik asosiasi, Teknik integritas, Teknik ganjaran (*pay off and fear arousing*), Teknik Red herring dan Teknik tataan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas limpahan Rahmat serta karunia-Nya sebagai penulis dapat menyelesaikan penulis skripsi dengan judul penerapan Teknik komunikasi persuasive gus aldi dalam menyampaikan dakwah melalui akun YouTuube. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulis skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya doa, dukungan, dan berbagai pihak, penulis skripsi tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Penyiaran Islam.
3. Viky Mazaya, M.S.I selaku ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam .
4. Teddy Dyatmika, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Dr. Esti Zaduqisti, M.Si selaku Dosen Wali Studi Penulis.
6. Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc. M.a selaku Dosen Pembimbing Skripsi
7. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H . Abdurrahman Wahid Pekalongan
8. Orang tua dan kluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi

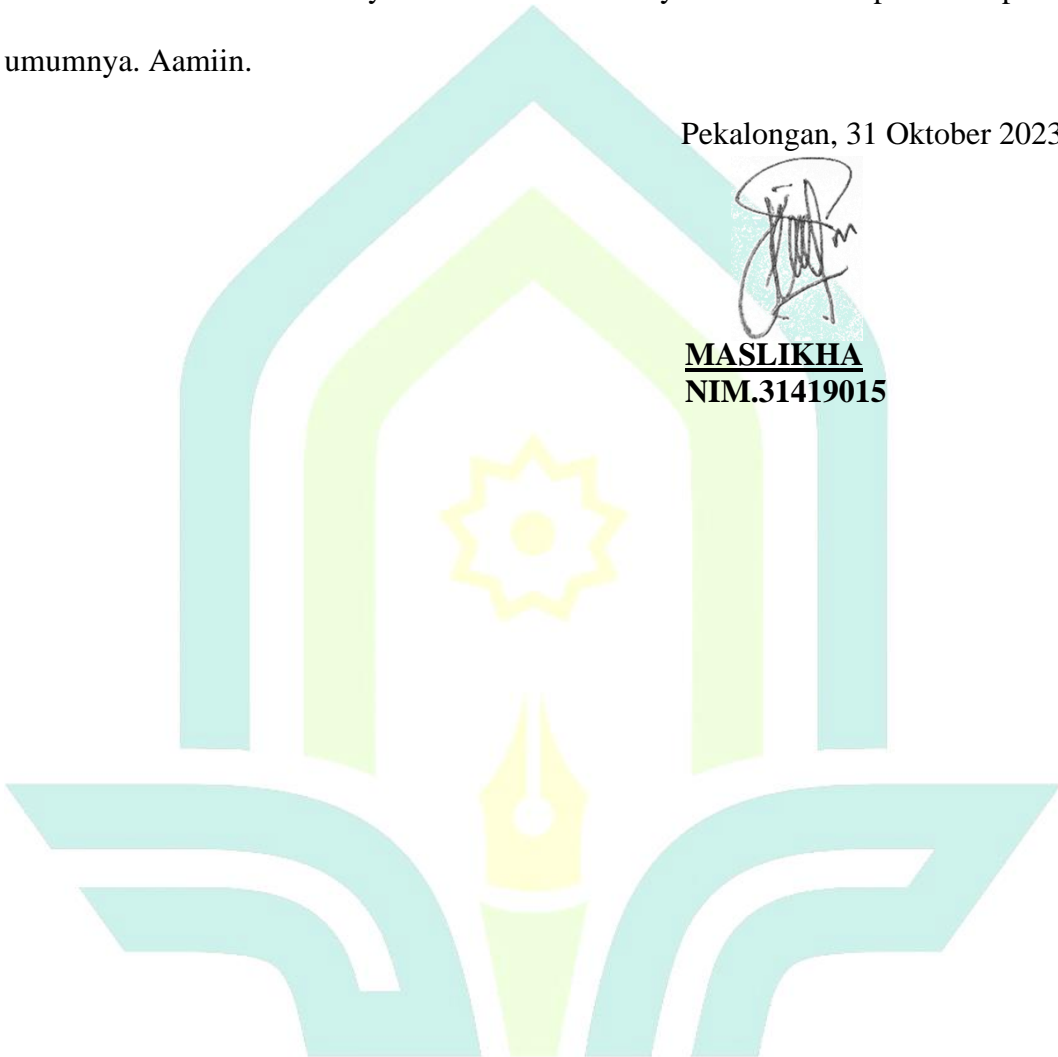
9. Sahabat sejawat yang selalu membantu dan memberikan informasi
10. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi

Penulis mengucapkan terimakasih atas segala bentuk bantuan dan do'a, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Khususnya dan seluruh pembaca pada umumnya. Aamiin.

Pekalongan, 31 Oktober 2023



MASLIKHA
NIM.31419015



DAFTAR ISI

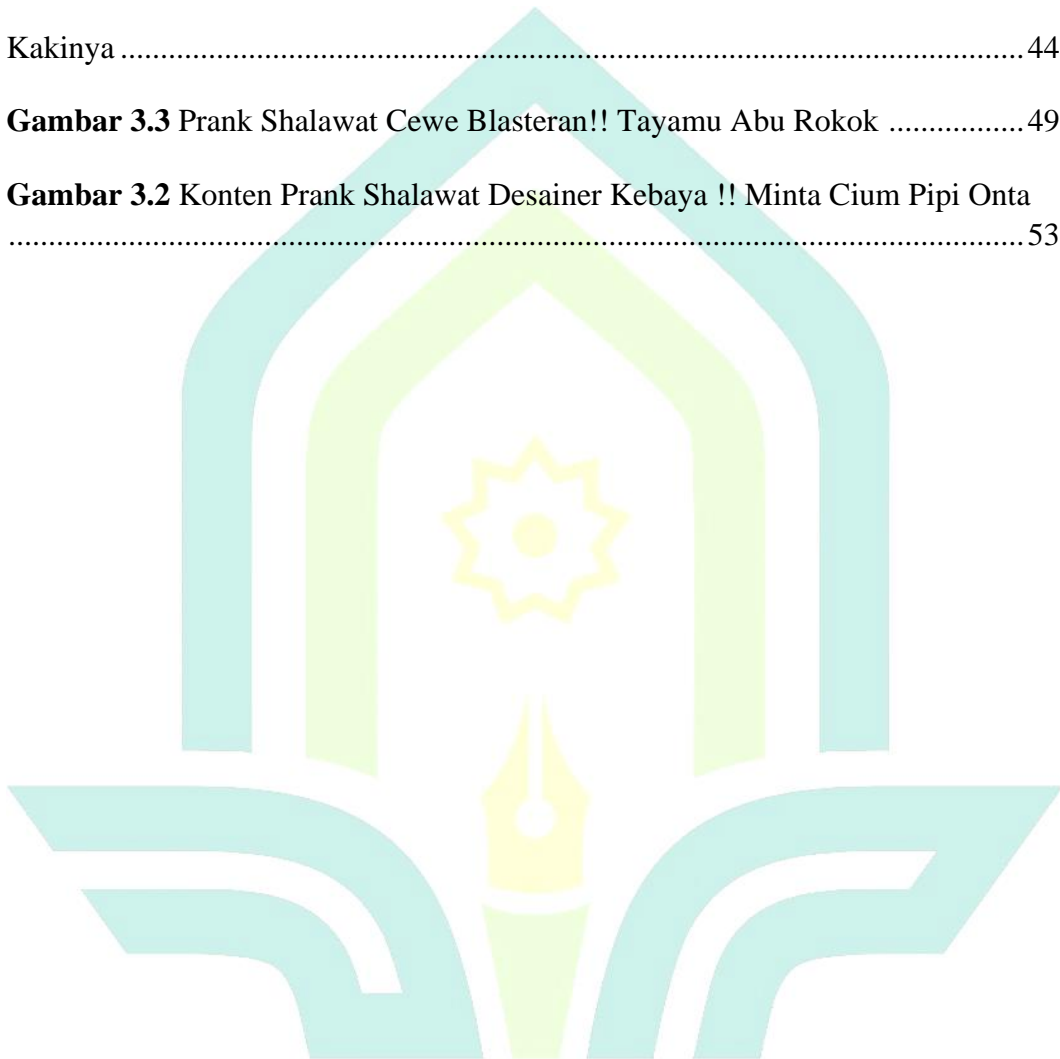
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Berfikir.....	13
G. Metode Penelitian.....	14
H. Sistematika Penulisan	19
BAB II TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF, MEDIA DAKWAH <i>NEW MEDIA</i>, MEDIA SOSIAL DAN YOUTUBE	21

A. Media Dakwah	21
1. Pengertian Media Dakwah	21
2. Macam-Macam Media Dakwah	22
3. Unsur-Unsur Dakwah	24
4. Karakteristik Media Dakwah	25
B. Komunikasi Persuasif	26
1. Pengertian Komunikasi Persuasif	26
2. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif.....	27
3. Komunikasi Persuasif Sebagai Media Dakwah	28
4. Teknik Komunikasi Persuasif	30
C. <i>New Media</i>	31
D. Media Sosial.....	32
E. Youtube	32
1. Berpenghasilan Melalui Google Adsense	33
2. Memperomosikan Perusahaan atau Profil Individu	34
3. Menonton Tayangan Yang Terlewat.....	34
BAB III GAMBARAN UMUM	37
A. Gambaran Akun Youtube Gus Aldi.....	37
1. Prank Shalawat Guru Manja!!! Nemu Sepatu Ada Dikaknya	44
2. Prank Shalawat Cewe Blasteran ! Tayamum Abu Rokok	49
3. Prank Shalawat Desainer Kebaya !! Minta Cium Pipi Onta	53
BAB IV PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF GUS ALDI DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH MELALUI AKUN YOUTUBE ...	57

A. Analisis Gus Aldi Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui Akun Youtube	57
1. Video Pertama Dengan Judul Prank Shalawat Guru Manja!!! Nemu Sepatu Ada Dikaknya	59
2. Video Yang Kedua Dengan Judul Prank Shalawat Cewe Blasteran Tayamum Abu Rokok	61
3. Video yang ketiga berjudul Prank Shalawat Desainer Kebaya!! Minta Cium Pipi Onta	62
B. Analisis Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif Gus Aldi Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui Akun Youtube	63
1. Teknik Asosiasi	63
2. Teknik Intergrasi	63
3. Teknik Ganjaran (<i>Play Off And Fear Arousing</i>)	64
4. Teknik <i>Read Herring</i>	65
5. Teknik Tataan	65
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	14
Gambar 3.1 Akun Youtube Gus Aldi	32
Gambar 3.2 Konten Video Prank Shalawat Guru Manja!!! Nemu Sepatu Ada Kakinya	44
Gambar 3.3 Prank Shalawat Cewe Blasteran!! Tayamu Abu Rokok	49
Gambar 3.2 Konten Prank Shalawat Desainer Kebaya !! Minta Cium Pipi Onta	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Surat Pemeriksaan Skripsi

Lampiran 3 Surat Keterangan *Similarity Checking*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era milenial ini, Islam mengajarkan bahwa bukan lagi kewenangan seorang ulama. Di mana saja, kapan saja berbagai cara orang bisa belajar agama Islam. Masyarakat saat ini tidak hanya mengandalkan ulama sebagai satu-satunya sumber untuk memperoleh agama islam. Masyarakat bisa memanfaatkan *Handphone* bahkan internet, sebagai media yang begitu mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, dari masalah-masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang sulit sekalipun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan.

Berbeda dengan era dulu, peran ulama dan tokoh agama begitu kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pendapat dan sikap mereka ditiru, didengarkan dan dilaksanakan. Masyarakat rela berkorban dan mau datang ke tempat pengajian yang jaraknya jauh sekalipun, hanya karena cinta mereka kepada para ulama dan ingin mendapatkan tausiah yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan yang baik dan benar. Pergeseran yang luar biasa tersebut tidak bisa dihindari dan diputar ulang seperti era dulu. Ulama dan pemerintah sekalipun tidak bisa merubah kekuatan tersebut.

Modernisasi, menurut Giddens merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa ditolak kehadirannya. Modernisasi menjadi bagian dari perjalanan ruang dan waktu yang harus dilalui oleh semua manusia. Perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut, seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i. Dakwah tidak boleh hanya berjalan di tempat dan hanya menggunakan metode konvensional (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Cepatnya arus informasi dan teknologi di dunia menghasilkan berbagai dinamika perkembangan keilmuan, tak terkecuali dakwah dan komunikasi Islam. Munculnya teori, konsep, dan cara baru dalam keilmuan dakwah merupakan indikator serta upaya keilmuan dakwah dalam menjawab tantangan perkembangan zaman yang semakin sulit. Namun, perkembangan keilmuan ternyata tidak selalu berbanding lurus dengan arah perbaikan dan eskalasi nilai moral masyarakat.

Komunikasi merupakan kegiatan dasar manusia, karena segala macam dapat dilakukan melalui komunikasi, maka dari pernyataan tersebut manusia disebut makhluk sosial.¹ Dalam bidang kajian komunikasi ada enam jenis dapat digunakan untuk memberikan informasi diantara informatif, instruktif, persuasif, koersif, pervasif dan hubungan manusiawi². Komunikasi persuasif memiliki karakteristik yang khas dan memberikan

¹ Syamsul Ma'arif, "Strategi Komunikasi Antar Umat Beragama dalam Menumbuhkan Ukhwah Whatanniyah di Desa Plajan Kecamatan Pakis Aji Kabupaten Jepara", Jurnal An-Nida, Vol. 7, Desember, (2015), hlm,144.

² Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Aditya Bakti 2000), hlm, 55.

efek positif bagi komunikasi karena kemampuan yang dapat dapat mengubah sikap, pandangan dan perilaku komunikasi dengan tanpa paksaan, maka secara tidak sadar komunikasi mengikuti kehendak komunikator³. Berbeda dengan komunikasi koersif yang berupaya mencapai suatu tujuan dengan menggunakan kekuatan serangan yang ditunjukkan untuk menyakiti, melukai ataupun menghasut. Dalam prakteknya untuk mencapai tujuannya sehingga orang yang jadi sasaran merasa terpaksa, cemas, takut, dan sebagainya, sehingga memberikan efek yang buruk secara psikologi bagi penerima pesan. Tindakan tersebut merupakan kisah yang nyata dalam kehidupan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), prank berarti senda gurau, kelakar, olok-olok, dan seloroh. Prank juga dapat diartikan sebuah trik yang dimainkan oleh beberapa orang, yang umumnya menyebabkan korbannya kaget, tidak nyaman atau keheranan. Prank pun dikenal dengan komedi gelap atau dianggap negative karena mengandung kontroversi. Namun dalam hal ini, konten prank shalawat yang diciptakan oleh Gus Aldi dan di publish pada akun youtube Gus Aldi bukanlah prank yang mengundang kontroversi. Karena channel youtube Gus Aldi memiliki strategi unik dan baru dalam mendakwahkan shalawat dengan pendekatan prank yang membuat targetnya terkagum-kagum.

Bershalawat kepada Nabi Muhammad Saw. adalah salah satu ibadah

³ Ilyas, Muh, "Komunikasi Persuasif Menurut Al-Quran." Jurnal Al Tajdid, 2.1 (2010), hlm,13.

yang memiliki beberapa keutamaan dalam Islam. Allah Swt. dan semua malaikat-Nya pun bershalawat pada Nabi Muhammad Saw.. Ada beberapa metode dakwah yang digunakan dalam mendakwahkan agar umat Islam senantiasa bershalawat kepada Nabi Muhammad Saw., seperti membuat majelis ceramah, shalawat, dan dakwah melalui media sosial. Dalam mendakwahkan shalawat di media sosial, terdapat metode dakwah yang ditempuh melalui media YouTube. Salah satu channel YouTube yang mendakwahkan shalawat adalah channel YouTube Gus Aldi.

Hadirnya Channel YouTuube Gus Aldi sebagai media dakwah merupakan banyak dari dakwah virtual. Channel YouTuube Gus Aldi merupakan media resmi dari Gus Aldi yang memeberikan dakwahnya dengan menggunakan konten prank sholawat sehingga masyarakat tertarik untuk melihatnya dan memiliki Subscriber 3,22 jt. Didalam Channel Gus Aldi terdapat kurang lebih 148 video konten prank sholawat yang dibuatnya dan sudah dilihat 1 jt orang lebih. Saya mengambil sampel 5 video dari banyaknya video tersebut, dan diambil video tersebut karena videonya sangat menarik untuk diteliti. Konten prank shalawat ini dibuat untuk mengajak audien agar selalu ingat shalawat sehingga dibawakan dengan konten prank shalawat agar lebih mudah saat dilihatnya.

Konten yang dilakukan akun YouTuube Gus Aldi menggunakan komunikasi persuasif. Dengan menggunakan teknik *pay off and fear arousing*, karena didalam vidio akun YouTuube Gus Aldi disimpulkan bahwa prank sholawat dimaksudkan untuk orang yang belum mengenal

shalawat dan mengajaknya untuk bershawat. Prank sholawat ini dipopulerkan oleh Gus Aldi, yaitu seorang konten kreator sekaligus pegiat shalawat. Dakwah yang dikemas dengan konten prank dan bersifat candaan serta santai merupakan strategi untuk membuat orang nyaman dengan shalawat. Terdapat sebuah misi penting yang disampaikan melalui konten prank shalawat Gus Aldi. Proses produksi konten prank shalawat melewati proses pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Dengan banyaknya jumlah Subscribe akun YouTube Gus Aldi penulis tertarik meneliti akun YouTube Gus Aldi dan melihat ini sebagai optimalisasi *new media* dalam dakwah.

Oleh karena itu, penulis merasa tertarik dan ingin mengetahui lebih jelas mengenai dakwah yang dilakukan Gus Aldi Melalui konten prank shalawat yang dibuatnya. Sehingga penulis mengangkat judul **"PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF GUS ALDI DALAM MENYAMPAIKAN DAKWAH MELALUI AKUN YOUTUBE"**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana model dakwah akun YouTube Gus Aldi?
2. Bagaimana penerapan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan akun YouTube Gus Aldi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana model dakwah prank shalawat akun YouTuube Gus Aldi
2. Untuk mengetahui penerapan teknik komunikasi persuasif yang dikalikan akun YouTuube Gus Aldi

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Untuk memperluas dan menambah wawasan penulis dan mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid khususnya di jurusan Komunikasi dan penyiaran islam dibidang komunikasi dan dakwah dibidang YouTuube.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bacaan dan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian tentang komunikasi persuasif.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori
 - a. Media dakwah

Media dakwah berasal dari dua kata, media dan dakwah.

Kata media, berasal dari bahasa latin, *median*, dari medium yang secara bahasa berarti alat perantara.⁴ Media diartikan sebagai alat

⁴ Samsul Munir Amir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013) Hlm 113

untuk menyampaikan pesan yang berasal dari komunikator ke komunikan didalam ilmu komunikasi. Media saat ini dipahami sebagai hasil dari temuan yang diciptakan oleh manusia, seperti mesin cetak, komputer, radio, televisi, dan handphone. Dakwah adalah menyeru seseorang agar melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan.

Asmuni Syukir menyebutkan bahwa media dakwah merupakan alat apapun yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan dakwah. Menurut Wardi Bactiar media dakwah yaitu alat yang dipergunakan dalam memaparkan materi dakwah. Pemilihan media dakwah harus selektif agar penyampaian dakwah langsung terkena ke mad'u dan untuk itu da'i harus selektif dalam memilih media dakwahnya guna mencapai tujuan dakwah di era yang saat ini banyak pilihan dalam menyampaikan dakwah. Dalam memilih media dakwah, da'i harus memepertahikan beberapa hal sebagai berikut⁵:

- 1) Agar tujuan dakwah yang diinginkan tercapai, media dakwah yang dipilih harus sesuai.
- 2) Pemilihan media dakwah harus sesuai dengan sarana dakwahnya.
- 3) Memahami bahwa setiap media memiliki karakteristik yang berbeda.

⁵ Aminuddin, *Media Dakwah*, Al-Munzir Vol. 9. No. 2 November 2016

- 4) Memilih media sesuai dengan materi yang akan disampaikan.
- 5) Efektifitas dan efisiensi harus diperhatikan.

Aktivitas dakwah melalui media sosial saat ini sangat marak dan berkembang dengan pesat dan menjadi budaya baru. Penggunaan media sosial dinilai efektif dilihat dari luasnya jangkauan yang ingin dicapai. Selain itu, aksesnya pun sangat mudah dan cepat. Melihat keefektifan dakwah melalui media sosial, para da'i pun berbondong-bondong dakwah melalui media sosial. Media sosial merupakan media yang terbuka dan masif, yang membuat media ini bisa digunakan untuk hal kebaikan ataupun kejahatan. Maka dari itu ma'u harus pandai dalam mengambil informasi dakwah berdasarkan dalil Al-qur'an dan hadist agar tidak terjerumus kedalam ajaran menyesatkan. Dakwah dalam penelitian ini merupakan sebuah aktivitas yang menjelaskan kebajikan dan petunjuk agama islam dengan media youtube, yaitu dakwah melalui media sosial youtube yang dilakukan oleh Gus Aldi

b. Prank Shalawat

Prank merupakan istilah populer yang sering digunakan saat ini. Fenomena prank menjadi populer dan sering dilakukan di masyarakat. Prank dilakukan dengan maksud untuk mengerjai orang lain dengan menguji tanggapan mereka atau sekedar untuk menjahilinya. Sedangkan shalawat merupakan cara umat Islam dalam bersilaturahmi dan memuji Rasulullah Saw. Dalam

penelitian ini, pujian untuk Rasulullah Saw. yang dikemas dengan metode prank atau menjahili target, yaitu prank shalawat yang diciptakan oleh Gus Aldi dan di publish di channel youtube Gus Aldi.

c. Media Sosial

Menurut B.K. Lewis, media sosial adalah label teknologi digital yang membantu orang berinteraksi, memproduksi, berbagi konten pesan, dan terhubung. Media sosial dalam penelitian ini merupakan sebuah teknologi digital yang digunakan oleh Gus Aldi dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial YouTube.

d. Komunikasi Persuasif

1) Pengertian komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan mengubah sudut pandang, sikap, maupun keyakinan seseorang sesuai komunikator.⁶ Komunikator, pesan dan media merupakan hal mendasar dari komunikasi persuasif. Edwin P. Bettinghaus mendefinisikan komunikasi persuasif “*order to be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change the behavior through the transmission of some message*”, agar bisa dilakukan persuasif, komunikasi harus dilakukan oleh komunikator yang

⁶ Dewa Ayu Kadek Claria, Ni Ketut Sariyani, *Metode Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat DI Desa Kesiman Kertalangu Pada Masa Pandemi Covid-19*, Linguistic Community Service Jurnal | Vol. 1, No. 1, 2020

dengan bertujuan untuk mengubah perilaku komunikasi dengan menyampaikan beberapa pesan.⁷

2) Teknik komunikasi persuasif

Menurut Efendy, agar suatu pesan dapat dengan optimal disampaikan dan mampu mengubah perilaku dan sikap masyarakat, komunikasi harus memenuhi syarat persuasif.

⁸Maka dari itu dibutuhkan teknik yang membuat penyampaian pesan dapat berhasil. Diantara teknik yang dapat digunakan:

- a) Teknik asosiasi adalah pesan yang disampaikan dengan mengikuti kejadian yang sedang hangat dibicarakan publik.
- b) Teknik integritas adalah menggunakan kata kesatuan untuk menyatukan diri dengan komunikasi.
- c) Teknik Ganjaran (*Pay off and fear arousing*) adalah usaha mempengaruhi orang lain dengan cara menjanjikan atau memberi sesuatu yang menguntungkan.
- d) Teknik *Red herreing* merupakan kesesatan logika yang mengalihkan perbincangan dari permasalahan utama.
- e) Teknik tatahan adalah pesan disusun dengan menarik agar pesan tersebut enak dilihat, dibaca, dan didengar agar orang tersebut dapat menerimanya.

⁷ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019) Hlm 66-67

⁸ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019) Hlm 280-282

2. Penelitian yang relevan

Tujuan pustaka merupakan suatu kegiatan meninjau kembali atau riview kajian postaka terdahulu yang sesuai atau relevan dengan peneliti yang diteliti saat ini. Berikut tinjauan pustaka dari peneliti terdahulu yang terkait dengan penelitian penulis:

Pertama, penelitian yang dilakukan Supriandi (2020), mahasiswa IAIN Parepare jurusan Ilmu KPI yaitu *“Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja di Lingkungan Kampung Baru Tirondo Kelurahan Seulewatang Kecamatan Polewali Kabupaten Polewalimandar”*.⁹ Penelitian tersebut bertujuan untuk menegtahui urgensi komunikasi persuasif terhadap pembinaan akhlak remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang didapat adalah bentuk komunikasi persuasif yang digunakan berupa sosialisasi, penyuluhan dan dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sebelumnya meneliti remaja yang bermukim di Kampung Baru Tirondo, polewalimandar, sedangkan penelitian saya meneliti akun YouTuube Gus Aldi.

Kedua, penelitian yang dilakukan Syifahtul Ayini Zahara (2021), mahasiswa dari IIQ Jakarta jurusan KPI yaitu *“Strategi Komunikasi Persuasif Pengajar Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Quran (Studi Metode Ummi) Di SDIT Tunas Harapan Ilahi*

⁹ Supardi, “Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja di Lingkungan Kampung Baru Tirondo Kelurahan Seulewatang Kecamatan Polewali Kabupaten Polewalimandar”, 2020.

Tangerang".¹⁰Tujuannya untuk mengetahui bagaimana cara pengajar meningkatkan membaca al-quran di SDIT Tunas Harapan Ilahi Tangerang dengan menggunakan komunikasi persuasif. Persamaan penelitian yaitu tentang komunikasi persuasif. Perbedaannya adalah dalam objek penelitian. Penelitian sebelumnya mencari bagaimana strategi komunikasi persuasif para pengajar untuk dapat meningkatkan kemampuan membaca Al-Qur'an. Sedangkan penelitian saya mencari bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh akun YouTuube Gus Aldi.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Dliya Najmah Salsabil (2020), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta jurusan KPI yaitu "*Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesadaran Bersedekah melalui Instagram (Studi pada Komunitas Ketimbang Ngemis Bekasi)*"¹¹. Penelitian ini bertujuan untuk kesadaran masyarakat untuk bersedekah dengan menggunakan komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena penulis ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas ketimbang ngemis Bekasi dalam menumbuhkan kesadaran bersedekah warga Bekasi. Hasil penelitian

¹⁰ Syifahtul Ayini Zahara, "Strategi Komunikasi Persuasif Pengajar Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Quran (Studi Metode Ummi) Di SDIT Tunas Harapan Ilahi Tangerang", 2021.

¹¹ Dliya Najmah Salsabil, *Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesadaran Bersedekah melalui Instagram (Studi pada Komunitas Ketimbang Ngemis Bekasi)*, 2023.

tersebut adalah tahapan komunikasi persuasif Ketimbang Ngemis Bekasi ada lima sesuai dengan formula AIDDA, yaitu *Attention* (memunculkan perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Decision* (Keputusan) dan teknik komunikasi persuasif yang digunakan adalah teknik integrasi, teknik tatan (*icing*) dan teknik *pay off and fear arousing*. Persamaan penelitian yaitu tentang komunikasi persuasif. Perbedaannya adalah didalam objek penelitan. Penelitian sebelumnya meneliti pada sebuah komunitas di Kota Bekasi. Dan penelitian saya meneliti akun YouTuube Gus Aldi.

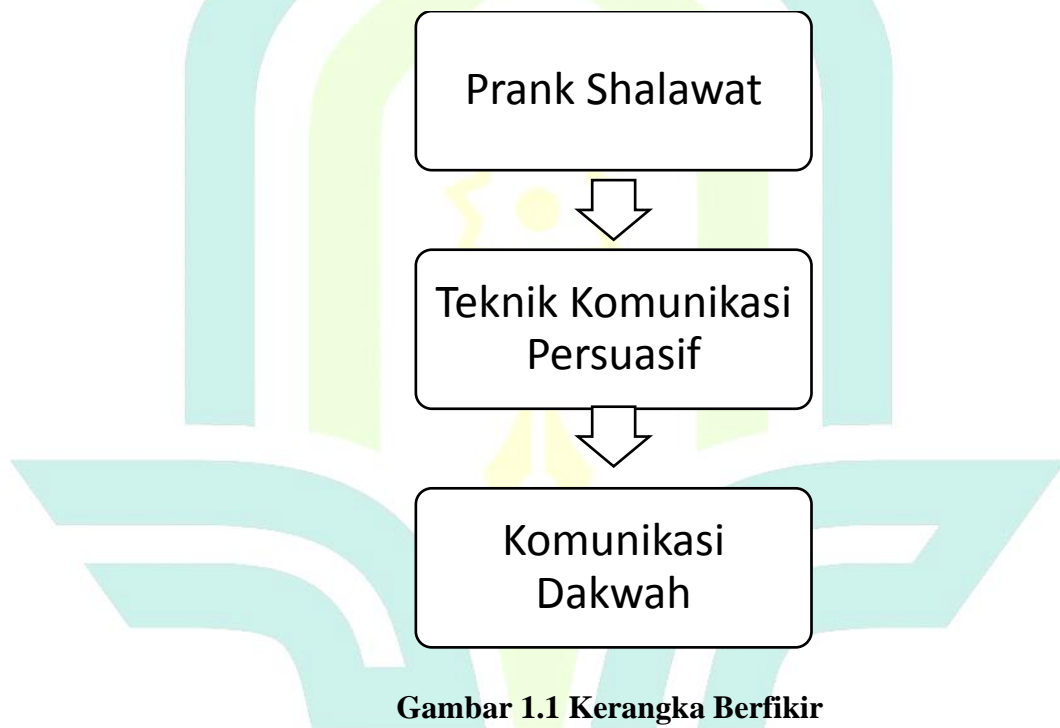
Keempat, peneliti yang dilakukan M. Deka Algasmi (2020), mahasiswa dari UIN Raden Intan Lampung jurusan Ilmu KPI dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Terhadap *Followersnya*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fuadbakh menampakan nilai-nilai islam kepada *Followersnya* dengan menggunakan strategi kimunikasi persuasive. Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang komunikasi persuasive dalam berdakwah. Sedangkan perbedaanya adalah penelitian sebelumnya menggunakan Instagram, sedangkan penelitian saya menggunakan media YouTuube.

F. Kerangka Berfikir

YouTuube merupakan aplikasi yang saat ini paling digemari di Indonesia, banyak terdapat konten video yang menarik didalamnya. Salah

satunya yaitu konten berdakwah. Pada penelitian ini, penulis akan meneliti akun YouTube Gus Aldi. Penulis akan mencari tau bagaimana akun YouTube Gus Aldi sebagai media dakwah lalu mencari teknik komunikasi yang digunakan oleh akun YouTube Gus Aldi.

Suatu media dapat dikatakan menjadi media dakwah apabila memenuhi kriteria seperti dibawah ini. Dalam penelitian ini penulis akan mencari tahu apakah media tersebut bisa dikatakan sebagai media dakwah dan bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunikator agar komunikasi menurutnya.



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

G. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Pengertian paradigma yaitu cara pandang terhadap diri dan

lingkungan yang dapat mempengaruhinya dalam berfikir. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma ini memandang suatu kebenaran atau kenyataan yang terjadi didalam masyarakat dilihat sebagai konstruksi sosial dan kebenarannya bersifat relative. Namun pada nyatanya, fakta yang terjadi didalam masyarakat tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya peran dari individu ataupun didalam sebuah realitas tersebut.¹² Bagaimana cara memandang suatu fenomena dan ikut merasakan dengan subjek yang melakukan.

2. Pendekatan

Menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif merupakan penelitian yang digunakan meneliti suatu objek secara alamiah serta tidak ada manipulasi yang dilakukan secara mendalam dan tidak adanya pengujian hipotesis, yang menggunakan metode alamiah dengan hasil bukanlah dari penalaran berdasarkan ukuran angka, namun makna dari penelitian yang diteliti.¹³ Pendekatan kualitatif biasanya menggunakan cara analisis mendalam, yaitu membahas permasalahan dari masalah satu ke masalah yang lain.

3. Jenis penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Karena tujuan dari penelitian deskriptif sendiri untuk mendapatkan

¹² M Chairul Basrun Umanailo, *Paradikma Konstruksi*, Diakses Dari https://www.researchgate.net/publication/336764265_Paradikma_Konstruktivis Pada 27 Mei 2023.

¹³ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), Hlm 24

informasi tentang status suatu yang timbul pada saat penelitian dilakukan.¹⁴ Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan hal yang ditemukan dari penelitian lalu dianalisis kemudian dilakukan penelitian secara mendalam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori *uses and gratification*. Teori ini menjelaskan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak dan seberapa besar media memenuhi kebutuhan tersebut. Akhirnya, sasarannya adalah khalayak yang aktif, yang menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. Teori ini secara keseluruhan membahas khalayak aktif media yang berarti bahwa khalayak menentukan media mana yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.¹⁵

Teori *uses and gratification* dalam Channel YouTube Gus Aldi yaitu audies sebagai penerima pesan dakwa dianggap mampu memilih dan bertanggung jawab terhadap media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut McQuail motif yang berhubungan dengan penggunaan media ada empat, diantaranya hiburan, informasi, interaksi sosial, dan identitas pribadi.¹⁶

¹⁴ Cut Medika Zellatifanny, Bambang Mudjiyanto, *Tips Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi*, Jurnal Diakom, Vol. 1 No. 2, Desember 2018. Hlm 84

¹⁵ Humaizi, *Uses and Gratifications Theory* (Pusat Sistem Informasi Kampus USU, 2018).

¹⁶ Resti Aprida Mulya, "Hubungan antara Motif penggunaan fitur LINE today dan interaktivitas khalayak dengan kepuasan khalayak menggunakan fitur LINE today Resti aprida mulya program studi ilmu komunikasi universitas diponegoro semarang", *Interaksi*, 2018, 1-10.

4. Metode pengumpulan data

Ada beberapa metode, diantaranya :

a. Observasi

Observasi yaitu mengamati objek secara langsung dan mencatat data yang diperoleh¹⁷. Dengan cara mengamati akun YouTube Gus Aldi, dengan jumlah video kurang lebih 148 video saya mengambil 3 sampel. Karena menurut penulis 3 link video tersebut lebih banyak penonton, dan jumlah likenya. Link video sebagai berikut:

- 1) <https://youtu.be/5o5oiy7Cw-4>
- 2) <https://youtu.be/scgtXzugOcw>
- 3) <https://youtu.be/yt3EuUpaX8I>

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengambilan dokumentasi dari peristiwa yang lampau atau yang sudah dilalui, berupa buku, catatan, foto, dan lain-lain¹⁸. Dalam hal ini diperoleh dari foto *screenshot* akun Gus Aldi.

c. Studi Kepustakaan

Data yang dikumpulkan bersumber dari catatan, buku, jurnal dan lain-lain yang mendukung permasalahan yang akan dipecahkan.

5. Sumber data

¹⁷ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), Hlm 70.

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Batang:Alfabeta, 2010), Hlm 240

a. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari hal yang diteliti, berasal dari pengamatan penulisan dari akun TouTobe Gus Aldi.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung diperoleh dari jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya. Sumber data berguna untuk menguatkan penjelasan penelitian yang sedang diteliti.

6. Teknik analisis data

Peneliti menggunakan komponen analisis data milik Milles & Hubberman pada penelitian ini, yang mengemukakan bahwa ajtifis yang terjadi dianalisis secara interaktif sampai datanya menjadi jenuh, dilakukan.¹⁹

Terdapat atas enam komponen analisis yaitu :

- a. Pengumpulan data, mencari dan mengumpulkan data yang akan digunakan untuk penelitian.
- b. Reduksi data, berarti proses pemilihan data yang didapat selama melakukan penelitian, yaitu menyederhanakan, merangkum dan memilih data yang muncul pada saat dilapangan sehingga mempermudah pengumpulan data selanjutnya.
- c. Penyajian data, sebelum menarik kesimpulan informasi yang

¹⁹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), Hlm 209.

diperoleh disusun. Agar mudah dipahami, penelitian harus disusun secara sistematis dan logis. Peneliti melakukan pengelompokan data setelah didapat dan diberi kode agar tidak terpengar.

- d. Kesimpulan dan verifikasi, verifikasi dilakukan selama penelitian berlangsung setelah proses awal sudah selesai dilaksanakan. Validitasnya harus terjamin sehingga harus selalu diuji kebenarannya dan kesesuaiannya setiap makna yang muncul.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian dibagi menjadi lima bab, Di setiap babnya terdapat sub bab. Berikut sistematika penulisannya :

Bab I, Pendahuluan, yang berisi awalan penelitian seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan statistika penulisan.

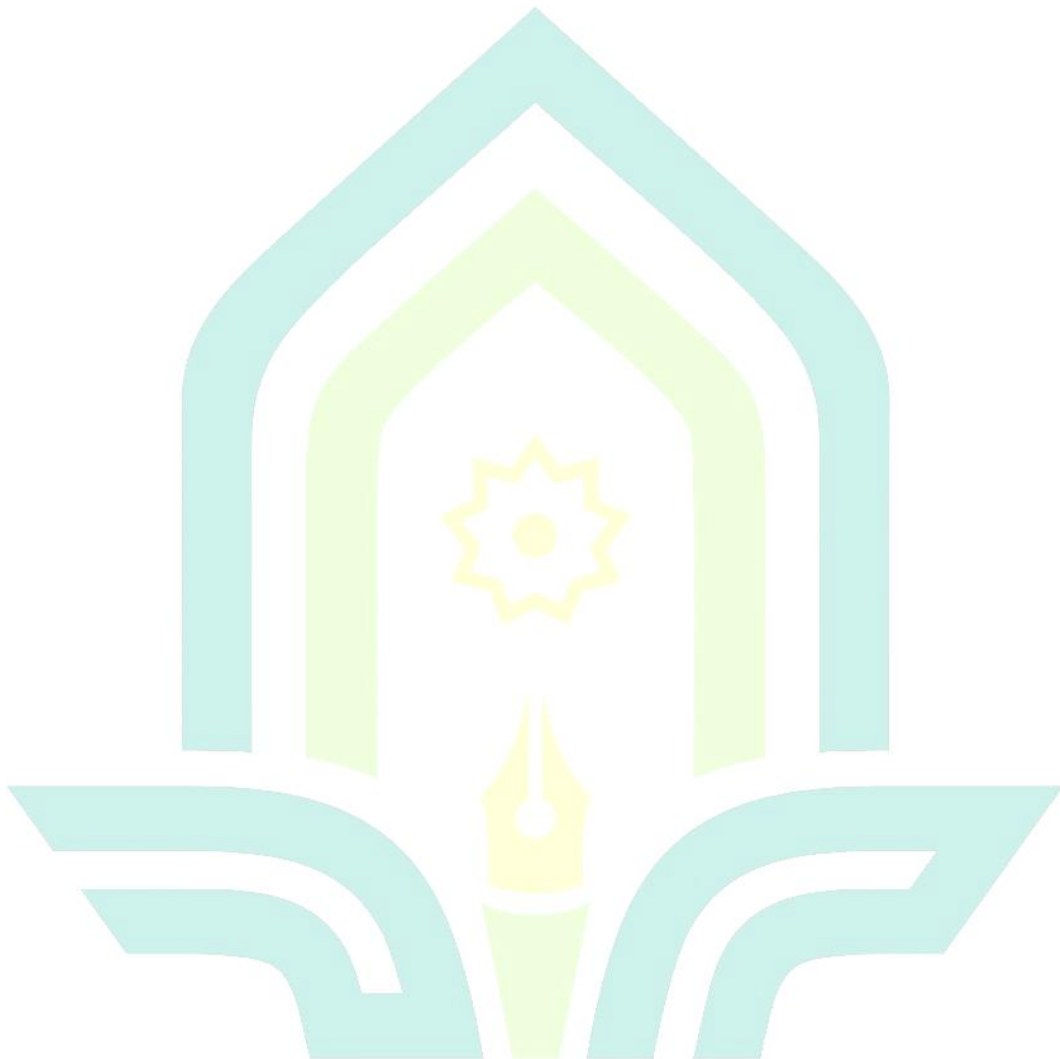
Bab II, Teori Media dakwah dan komunikasi persuasif, yang terdiri dari sub bab yaitu media dakwah yang berisi pengertian media dakwah, macam-macam media dakwah, unsur-unsur dakwah, karakteristik media dakwah. Komunikasi persuasif yang berisi pengertian komunikasi persuasif, unsur-unsur komunikasi persuasif, dan teknik komunikasi persuasif.

Bab III, Gambaran umum, dengan link akun YouTuube Gus Aldi.

Bab IV, Analisis Penerapan teknik komunikasi persuasif akun YouTuube Gus Aldi sebagai media dakwah. Menganalisis akun YouTuube

Gus Aldi sebagai media dakwah. Menganalisis teknik komunikasi yang digunakan akun YouTube Gus Aldi.

Bab V, Penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Akun YouTuube Gus Aldi bisa dikatakan sebagai media dakwah dengan alasan media tersebut telah memahami kreterian dalam sebagai media dakwah dan didalam akun tersebut terdapat unsur-unsr dakwah. Unsur-unsur dakwah didalam akun YouTuube Gus Aldi terdiri dari da'i yaitu pemilik akun Gus Aldi yang bernama Muhammad Aldiyansyah. Mad'u disini penumpang ojek online dan penonton yang menonton konten Gus Aldi. Materi yang disampaikan Gus Aldi ini berasal dari dalil-dalil yang berasal dari Al Qur'an dan Hadist. Media yang diguakan adalah media audio visual berupa YouTuube dan Gus Aldi menggunakan lisan dalam menyampaikan dakwahnya. Metode yang digunakan adalah Al-Hikmah. Efek yang ditimbulkan dari dakwahnya tersebut diantaranya dapat dilihat pada komentar-komentar dikonten video dakwahnya.
2. Teknik yang digunakan pada akun Gus Aldi meliputi teknik asosiasi, Teknik Integrasi, *Pay off and fear arousing* , Red herring, Tataan. Teknik asosiasi tidak ditemukan konten video yang menggunakan teknik ini dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Teknik Integrasi tidak ditemukan konten video yang menggunakan teknik ini dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Teknik *Pay off and fear arousing* digunakan pada konten video dengan judul:

- a. Prank Shalawat Cewee Blasteran! Tayamum Abu Rokok.
- b. Prank Shalawat Desainer Kebaya!! Minta Cium Pipi Onta
- c. Prank Shalawat Guru Manja!!! Nemu Sepatu Ada Dikaknya

Teknik Red herring tidak ditemukan konten video yang menggunakan teknik ini dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

B. Saran

Bagi pemilik akun YouTube Gus Aldi

1. Memberikan keterangan sumber materi dakwah karena terkadang ada video tanpa keterangan sumber yang dikutip entah itu dari Al-Qur'an ataupun Hadis.
2. Mengurangi lelucon, gombalan ataupun prank agar dakwahnya langsung tersampaikan kepada penonton.
3. Menyesuaikan *background music* karena beberapa video ada yang *background musiknya* tidak sesuai dengan dakwah yang disampaikan
4. Menambah durasi saat menyampaikan dakwahnya, karena ada beberapa video dengan durasi pendek membuat penyampaian dakwah kurang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Algamsi, M. Deka. 2020. *Strategi Komunikasi Persuasif Media Instagram Fuadbakh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Terdapat Followersnya*. Skripsi. (Lampung: Komunukasi Dan Penyiaran Islam Dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Aminuddin.2016. *Media Dakwah*, Al-Munzir.Vol. 9. No. 2.
- Amir, Samsul Munir.2013.*Ilmu Dakwah*.Jakarta: Amzah.
- Atabik, Ahmad. 2014. *Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an*, At-Tabisyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Volume 2, Nomor 2.
- Basrowi dan Suwandi.2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Bulele, Yohana Noni Dan Tony Wibowo. 2020. *Analisis Fenomena Social Media Dan Kaum Milenial: Studi Ksus Tiktok*, Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology, Volume 1, Nomor 1.
- Claria, Dewi Ayu Kadek dan Ni Ketut Sariyani.2020. "Metode Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat DI Desa Kesiman Kertalangu Pada Masa Pandemi Covid-19". Linguistic Community Service Jurnal | Vol. 1, No. 1.
- Damayanti, Irna. 2018. *Komunikasi Persuasif Orang Tua Pada Anak Dalam mningkatkan Minat Belajar Membaca Al-Qur'an (Studi Di Desa Aringin Kecamatan Karang Dopo Kabupaten Musi Rawas Utara Sulawesi Selatan)*, Skripsi. Jambi: Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dari Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Dliya Najmah Salsabil, Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesadaran Bersedekah melalui Instagram (Studi pada Komunitas Ketimbang Ngemis Bekasi), 2023.
- Faiqah,F,dkk.2016."YouTuube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram". Jurnal Komunikasi KAREBA. Volume.05.
- Gafar,A.2008. *Penggunaan Media Internet Sebagai Media Baru Dalam Pembelajaran*, Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. Vol. 8 No. 2.

- Hendri,E.2019. *Komunikasi Persuasif*.Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma Dan Metodologi Penelitian Social Empiric Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta.
- Humaizi, *Uses and Gratifications Theory* (Pusat Sistem Informasi Kampus USU, 2018).
- Kushardiyanti,D.2021.“*Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial Melalui Media YouTuube di Era Pandemi Covid-19*”. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Volume 12, No. 1.
- Mulya, Resti Aprida, “*Hubungan antara Motif penggunaan fitur LINE today dan interaktivitas khalayak dengan kepuasan khalayak menggunakan fitur LINE today Resti aprida mulya program studi ilmu kominukasi universitas diponegoro semarang*”, *Interaksi*, 2018, 1-10.
- Nara, Charisma Alfi, Implementasi Merupakan Proses Yang Dapat Diterapkan Diberbagai Bidang, Seperti Pendidikan, Social, Politik, Teknologi, Dan Sebagainya. Diakses Dari <https://www.brilio.net/wow/arti-implementasi-menurut-para-ahli-tujuan-dan-contohnya-2208095.html> pada 10 September 2023 pukul 20.00.
- Narbuko,C dan Abu Ahmadi.2007. *Metode Penelitian*.Jakarta: Bumi Aksara.
- Pertiwi, Dian. 2019. *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Jumlah Debibur Di Pt. Bni (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang*, Jom FISIP Vol.6: Edisi I Januari-Juni.
- Prastowo,A.2014.*Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*.Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rianto, Puji. 2016. *Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media*, Jurnal Komunikasi, Vol.1 (02).
- Roudhonah. 2019. Ilmu Komunikasi Depok: Rajawali Pers.
- Rudy T. May. 2005. Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional. Bandung: Refika Aditama.
- Salsabil, Dliya Najma. 2020. *Komunikasi Persuasive Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Melalui Instagram (Studi Pada Komunitas*

- Ketimbang Ngemis Bekasi*”). Skripsi. Bekasi: Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sugiono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.Dan R&D.Batang:Alfabeta.
- Supardi, “Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja di Lingkungan Kampung Baru Tirondo Kelurahan Seulewatang Kecamatan Polewali Kabupaten Polewalimandar”, 2020.
- Syifahtul Ayini Zahara, “Strategi Komunikasi Persuasif Pengajar Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Quran (Studi Metode Umami) Di SDIT Tunas Harapan Ilahi Tangerang”, 2021.
- Umanailo, M Chairul Basrun.2020. *”Paradikma Konstruksi”*
https://www.researchgate.net/publication/336764265_Paradikma_Konstruktivis, diakses pada 27 Mei 2023.
- Wahyuddin.2020. *Menakar Efektifitas Dakwah Melalui Media Sosial*, (Prepared: Institut Agama Islam Negeri Parepare).
- Yudo Mahendro, *Mengenal Analisis Isi (Content Analysis)*. Diakses Pada 2 September 2023 Pukul 20.00. (Lihat: <https://yudomahendro.wordpress.com/2011/08/03/mengenal-analisis-isi-content-analysis/>).
- Zahra Syifahtul Ayini. 2021. *Strategi Komunikasi Persuasive Pengajar Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Qur’an (Studi Metode Umami) Di SDIT Tunas Harapan Ilahi Tangerang*. Skripsi. Jakarta: Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dari Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta.
- Zellatifanny, Cut Medika Dan Bambang Mudjiyanto. 2018. *Tipe Penelitian Deskriptif Dalam Ilmu Komunikasi*, Jurnal Diakom, Vol. 1 No. 2, Desember.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

IDENTITAS

Nama : Maslikha
Tempat Lahir : Batang, 25 September 2002
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dukuh Potro 2, Rt 17 Rw 08 Desa Kalibeluk, Kec.
Warungasem, Kab. Batang

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Bapak Warnidi
Nama Ibu : Ibu Zaenab
Alamat : Dukuh Potro 2, Rt 17 Rw 08 Desa Kalibeluk, Kec.
Warungasem, Kab. Batang

RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Al-Amin Kalibeluk : Lulus Tahun 2007
MI Al-Amin Kalibeluk : Lulus Tahun 2013
MTS Wahid Hasyid Warungasem : Lulus Tahun 2016
MAN 1 Kota Pekalongan : Lulus Tahun 2019
UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan : Lulus Tahun 2023

MOTTO

”Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

-Q.S Al Baqarah: 286-

Pekalongan, 10 November 2023



Penulis