

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
BERDAKWAH PADA PENGURUS KOMUNITAS
PUNK HIJRAH DI BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu
Komunikasi

Oleh

Muhammad Ihsan Solihin

NPM : 1741010194

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
BERDAKWAH PADA PENGURUS KOMUNITAS
PUNK HIJRAH DI BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu
Komunikasi

Oleh

Muhammad Ihsan Solihin

NPM : 1741010194

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. H. Rosidi, MA

Pembimbing II : Nadya Amalia Nasoetion, M.Si.

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Persuasif Strategi pada dasarnya adalah sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan, Strategi komunikasi persuasif dilakukan yang mana untuk mencapai suatu tujuan, yakni mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku komunikan atau audiens. Komunitas Punk Hijrah adalah media penyalur atau wadah bagi anak-anak muda khususnya anak-anak *punk* untuk melakukan hijrah, untuk itu komunitas *punk hijrah* bersedia membantu dalam mengajarkan kepada anak muda khususnya anak *punk* dalam proses hijrahnya. Dengan demikian Komunitas *Punk Hijrah* memerlukan strategi komunikasi persuasif. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi persuasif Komunitas *Punk Hijrah* dalam berdakwah.

Temuan ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan, dan sifat penelitian (*deskriptive research*). Metode pengumpulan data melalui observasi, dan menggunakan wawancara semiterstruktur. Peneliti hanya terfokus pada cara mengamati, merekam, memotret, mempelajari, dan mencatat tingkah laku yang diteliti. Dan mengumpulkan dokumentasi seperti buku, surat, foto, majalah, agenda, dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk menggali data yang terkait dengan proses kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan seperti membuat *zine*, *halaqah*, menggambar.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam strategi psikodinamika yang melibatkan emosional dan faktor kognitif dalam mempersuasif untuk melihat fenomena lingkungan. Strategi sosiokultural memanfaatkan faktor lingkungan yakni dengan hubungan pertemanan yang terjalin antara pengurus dan jemaah untuk berdakwah. Strategi konstruksi makna (*meaning construction*) memfokuskan lebih kepada memberikan pemahaman kepada jemaah dengan memanipulasi pengertian tetapi tidak merubah makna bertujuan untuk menyederhanakan dalam menyampaikan pesan persuasifnya dengan analogi yang dapat dimengerti oleh mereka.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Persuasif, Komunitas *Punk Hijrah*, Dakwah

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ihsan Solihin
NPM : 1741010194
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BERDAKWAH PADA PENGURUS KOMUNITAS PUNK HIJRAH DI BANDAR LAMPUNG” Adalah Benar-Benar Merupakan Hasil Karya Penyusun Sendiri, Bukan Duplikasi Atau pun Plagiat Dari Karya Orang Lain Kecuali Pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka penyusun akan bertanggung jawab sepenuhnya. Demikian surat pernyataan ini ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Mei 2023

Penulis



Muhammad Ihsan Solihin
NPM. 1741010194



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Berdakwah
Pada Pengurus Komunitas Punk Hijrah Di
Bandar Lampung**

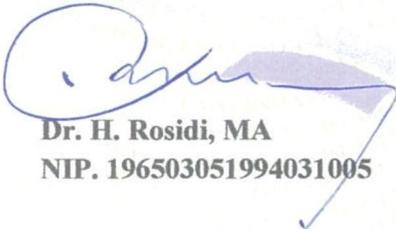
Nama : **M. Ihsan Solihin**
NPM : **1741010194**
Program Studi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan Dipertahankan Dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Rosidi, MA
NIP. 196503051994031005


Nadya Amalia Nasoetion, M.Si
NIP. 199007272019032026

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Dr. Khoirullah, S.Ag., MA
NIP.1987303052000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Berdakwah Pada Pengurus Komunitas Punk Hijrah Di Bandar Lampung”** disusun oleh **M. Ihsan Solihin**, NPM : **1741010194**, Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Senin, 24 Oktober 2022**, Pukul : **14.30 – 16.00 WIB**, tempat **Ruang Sidang KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

TIM MUNAQASYAH

Ketua : Hj. Rodiyah, S.Ag, MM

Sekretaris : Hasanul Misbah M.Pd

Penguji I : Dr. Khoirullah, S. Ag., MA

Penguji II : Dr. H. Rosidi, MA

Penguji III : Nadya Amalia Nasoetion, M.Si

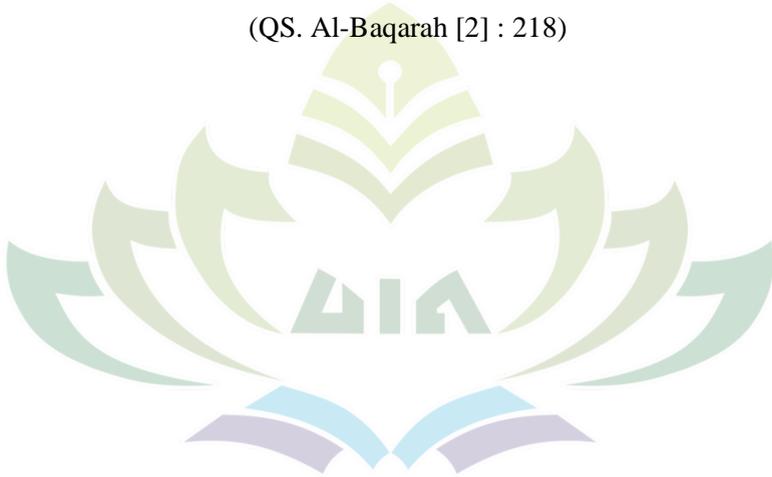
Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Dr. Hendri Syukur, M.Ag
NPM. 174110119950310001

MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَالَّذِينَ هَاجَرُوا وَجَاهَدُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَولَئِكَ يَرْجُونَ رَحْمَتَ
اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman, dan orang-orang yang berhijrah, dan berjihad di jalan Allah, mereka itulah yang mengharapakan rahmat Allah. Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”

(QS. Al-Baqarah [2] : 218)



PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan sebagai wujud ungkapan terimakasih yang mendalam untuk:

1. Kedua orang tua ku tercinta, terimakasih kepada ayahanda Boier Sahari yang selalu menyayangiku, yang selalu memberikan hal terbaik untukku mendoakan untuk kesuksesanku, serta pengorbananmu yang tak tergantikan. Terimakasih kepada ibunda Nining Sumarliyah yang sudah menjadi wanita kuat dan hebat dalam hidupku, yang selalu mendoakan ku, dan selalu mendukung penulis untuk menuju kesuksesan, yang selalu memberi nasihat dan kasih sayang tiada henti, dan mendukungku dengan sabar .
2. Tidak lupa pula saya ucapkan kakakku tersayang Annisa Shabrina yang selalu memberikan do'a, dukungan, serta selalu menjadi pelipur hati.
3. Untuk Mahroza Aulia Sari terima kasih untuk selalu memberi semangat, do'a, dan menjadi tempat keluh kesah dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada semua sanak saudara baik itu saudara kandung maupun yang bukan terima kasih telah membantu baik itu tenaga pikiran maupun yang lainnya, tanpa mengenal kata bosan dan secara terus menerus dalam menyelesaikan skripsi ini.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Muhammad Ihsan Solihin yang di lahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 21 Oktober 1998 anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan bapak Boier Sahari dan ibu Nining Sumarliyah .

Penulis mengawali Pendidikan di TK Mentari Perum Beringin Raya, Kemiling Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2005, Pendidikan sekolah dasar di SD Kartika II-5 Palapa Kec. Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 14 Kemiling, Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2014, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di PKBM-Indah Kusuma Bangsa Beringin Raya, Kemiling Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017 kemudian.

Pada tahun 2017 penulis mendaftarkan diri sebagai Mahasiswa di (UIN) Raden intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Pada bulan Juli 2020 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Beringin Jaya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung.

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati sebagai hamba Allah SWT yang harus mengabdikan sekaligus bertafakur di hadapan-Nya, kiranya merupakan suatu tuntutan Illahi yang harus dilaksanakan dimana seorang hamba mempunyai tanggung jawab untuk mengemban amanah sekaligus kewajiban yang bersifat mutlak, maka dalam kesempatan ini merupakan ungkapan rasa syukur penulis sehingga dapat merealisasikan gagasan-gagasan salam wujud nyata, berupa karya ilmiah (skripsi) sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana sosial dalam ilmu dakwah dan komunikasi di UIN Raden Intan Lampung, juga menggali ilmu-ilmu yang ada baik yang di peroleh di bangku perkuliahan maupun dari yang lainnya, khususnya yang menyangkut masalah komunikasi dan ke penyiaran.

Sehubungan dengan terwujudnya karya ilmiah ini yang merupakan upaya penulis secara optimal wujud **“Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Punk Hijrah Dalam Berdakwah (Studi pada Pengurus Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung)”**.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari semua pihak, kiranya tidak berlebihan dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tinggi nya, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Dr. Khairullah. S.Ag. MA, selaku Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku Sekertaris Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. H. Rosidi. MA, selaku pembimbing ke I terima kasih atas ilmu dan supportnya yang diberikan kepada penulis.
5. Ibu Nadya Amalia Nasoetion. M.Si selaku pembimbing ke II terima kasih atas ilmunya dan supportnya.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan mendidik dengan sabar dan sangat baik.
7. Seluruh karyawan dan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

8. Pihak perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung, perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan perpustakaan Daerah Provinsi Lampung yang telah menyediakan buku-buku refrensi kepada penulis.
9. Untuk teman-teman seperjuangan jurusan KPI angkatan 2017 terimakasih kepada kalian yang telah memberikan warna dalam hidupku khususnya Kelas E.
10. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung sarana belajar untuk menambah pengetahuanku.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih dan ungkapan do'a yang penulis ucapkan dengan ikhlas semoga Allah SWT membalas semua jasa kebaikan semua pihak yang telah ikut berperan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat segala keterbatasan, kemampuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik, dan saran dari pembaca yang penulis harapkan yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya, serta perkembangan dunia pendidikan di Indonesia.

Bandar Lampung, 23 April 2022
Penulis

Muhammad Ihsan Solihin
1741010194

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
H. Metode Penelitian	13
I. Analisis Data.....	18
J. Sistematika Penulisan	19

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH

A. Strategi Komunikasi.....	21
1. Pengertian Strategi Komunikasi	21
2. Tujuan Strategi Komunikasi	24
3. Komponen Strategi Komunikasi.....	25
B. Ruang Lingkup Komunikasi	27
1. Definisi Komuniaksi.....	27
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	29
3. Tujuan Komunikasi	30
C. Ruang Lingkup Komuniakasi Persuasif	33

1. Definisi Komunikasi Persuasif	33
2. Tahapan Komunikasi Persuasif.....	34
3. Unsur-Unsur Komunikasi	36
D. Ruang Lingkup Dakwah	36
1. Pengertian Dakwah.....	36
2. Unsur-Unsur Dakwah	38
E. Komunitas <i>Punk</i> Hijrah.....	44
1. Pengertian Komunitas.....	44
2. Pengertian <i>Punk</i>	45
3. Pengertian Hijrah	48

BAB III KOMUNITAS PUNK HIJRAH BANDAR LAMPUNG DAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF

A. Gambaran Umum Komunitas <i>Punk</i> Hijrah	51
1. Sejarah Berdirinya Komunitas <i>Punk</i> Hijrah di Bandar Lampung	51
2. Visi dan Misi Komunitas <i>Punk</i> Hijrah.....	52
3. Struktur Kepengurusan Komunitas <i>Punk</i> Hijrah.....	53
4. Kegiatan Anak-Anak Komunitas <i>Punk</i> Hijrah.....	54
B. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Berdakwah.....	61
1. Mengenal Sasaran Dakwah.....	61
2. Menggunakan Bahasa yang Mudah Dipahami	62
3. Membangkitkan Perhatian (Attention)	64

BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS PUNK HIJRAH DALAM BERDAKWAH DI BANDAR LAMPUNG

A. Identitas Narasumber	69
B. <i>Punk</i> dan Dakwah	70
C. Hambatan Komunitas <i>Punk</i> Hijrah.....	71
D. Analisis Strategi Persuasif <i>Punk</i> Hijrah Dalam Berdakwah	72

BAB PENUTUP

A. Kesimpulan 89
B. Saran 90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Punk Hijrah dalam Berdakwah”. Untuk memudahkan pembaca maka penulis jelaskan sebagai berikut ini:

Strategi secara umum adalah konsep yang mengacu pada sebuah jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan.¹

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik itu secara langsung maupun tidak secara langsung. Menurut Onong Uchjana Effendy mengungkapkan mengenai definisi komunikasi sebagai upaya menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan memberitahu, merubah sikap atau prilaku, baik itu secara lisan atau tidak langsung melalui media.²

Komunikasi Persuasif berasal dari bahasa Latin kata persuasi (*persuasion*): *Persuasio*. Kata kerjanya adalah: *persuadere* yang dalam bahasa Inggris: *to persuade, to induce, to believe*, atau dalam bahasa Indonesia: membujuk, merayu.³ Komunikasi persuasif sebagai komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan usahanya untuk

¹Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 239.

² Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 20.

³ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2019) 154.

mengubah pendapat, perilaku dan sikapnya sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator sebagai lawan komunikan.

Strategi Komunikasi Persuasif Strategi pada dasarnya adalah sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.⁴ Sedangkan, Strategi komunikasi persuasif dilakukan yang mana untuk mencapai suatu tujuan, yakni mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku komunikan atau audiens. Jadi, yang harus ditentukan dalam strategi komunikasi persuasif adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian pesan dan apakah waktu yang digunakan cukup tepat.

Komunitas suatu kelompok sosial disuatu masyarakat yang terdiri dari beberapa individu yang saling berinteraksi di lingkungan tertentu dan umumnya memiliki ketertarikan yang sama.

Punk merupakan sebuah pola hidup yang lahir di Inggris dan berkembang di Amerika Serikat. Punk berkembang menjadi sebuah aliran musik punk rock dan sebagai trend remaja dalam fashion serta musik. Punk sebagai pemula yang punya keberanian membrontak, memperjuangkan kebebasan dan melakukan perubahan. Punk terdiri dari kumpulan orang yang ingin lepas dari kemampuan dan merasakan hidup di jalanan.⁵ Karena itu mereka mempunyai jiwa yang bebas dan tidak terikat oleh peraturan-peraturan yang sudah ditetapkan.

Hijrah kata hijrah berasal dari bahasa Arab yang berarti meninggalkan, menjauhkan diri, dan berpindah tempat. Dalam konteks sejarah Islam, hijrah adalah kegiatan perpindahan yang dilakukan Rasulullah bersama para sahabat dari Mekah ke Madinah, dengan tujuan mempertahankan dan menegakan risalah Allah, berupa akidah dan syariat Islam.

⁴Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004) 32.

⁵Widya, G. *Punk Ideologi yang Disalah pahami*. (Yogyakarta: Garasi House of book, 2010),11.

Dengan merujuk kepada hijrah akan dilakukan Rasulullah SAW tersebut sebagai ulama ada yang mengartikan hijrah adalah keluar dari darul kufur menuju darul Islam.⁶

Komunitas Punk Hijrah merupakan komunitas anak-anak Punk, yang mana banyak mengetahuinya adalah orang yang dianggap tidak berguna bagi masyarakat, membuat resah masyarakat, dan masih banyak lagi hal-hal negatif yang dicapkan masyarakat. Komunitas Punk Hijrah ini sendiri berada di Bandar Lampung berdiri pada bulan Februari tahun 2017, didirikan oleh Ahmad Khairullah Ramadhani. Komunitas ini sering melakukan perkumpulan di bawah *fly over* Tanjung Senang Kelurahan Tanjung Senang, Kecamatan Tanjung Senang, Bandarlampung untuk melakukan kegiatan membuka lapak dan berdakwah. Pada mulanya Dhani selaku ketua Komunitas Punk Hijrah adalah *Punkers* yang sudah lama bergabung sejak tahun 2009 hingga tahun 2017, banyak tindakan-tindakan anarkisme sejak ia menjadi *Punkers* mulai dari minum-minuman alkohol, mengkonsumsi obat-obatan, hingga berkelahi dijalanan. Dhani memiliki titik jenuh dimana ia sudah merasa bosan, resah dan penat dengan perilaku anarkisme yang dilakukan *punkers* setiap harinya. Dhani memutuskan untuk berhijrah, dan mendalami agamanya bersama sang ayah yang bernama Ahmad Bastoni.

Komunitas Punk Hijrah mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari pembina, ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota. Dan beranggotakan sekitar 20 orang.

Dakwah sebagai proses menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam dengan tujuan untuk menuntun orang-orang mengerjakan kebaikan sesuai dengan petunjuk yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits.⁷

Berdasarkan penjelasan istilah - istilah judul tersebut, maka yang dimaksudkan penulis dengan judul ini adalah

⁶ Fahdmya, *Hijrah Aja Dulu*, (Jakarta, PT. Elek Media Komputido, 2019), 2.

⁷ Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2009), 11.

bagaimana cara pengurus komunitas Punk Hijrah dalam berdakwah dengan melakukan strategi komunikasi persuasif untuk mengajarkan kepada anggotanya agar berhijrah, karena punk sendiri merupakan sebuah pola hidup yang menentang ajaran agama Islam yang Kembali kepada ajaran Islam yang benar. Salah satunya Komunitas Punk Hijrah ini adalah sebagai media penyalur bagi anggotanya. Penelitian ini dilakukan terhadap Komunitas Punk yang tinggal di Way Halim Bandar Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini banyak gerakan komunitas yang terbentuk dalam berbagai macam, seperti sosial, keagamaan, dan gerakan-gerakan komunitas lainnya. Di Indonesia sendiri keberadaannya banyak sekali macamnya, sehingga masyarakat pun bebas dalam memilih mana yang ingin diikuti sesuai dengan minatnya. Salah satu gerakan komunitas yang saat ini banyak mendapat perhatian dari masyarakat adalah gerakan keagamaan terutama gerakan dakwah Islam. Gerakan komunitas keagamaan sekarang ini banyak didukung oleh kaum muda yang mulai sadar dalam menyebarkan ajaran agama Islam.

Terdapat berbagai gerakan yang didominasi oleh kaum muda yang berkomitmen dalam menyebarkan dakwah Islam bahkan salah satunya membuat penulis tertarik yaitu Gerakan Komunitas Punk Hijrah. Secara bahasa punk adalah sumbu, seorang (pemuda) yang tidak berpengalaman, berarti buruk. Punk sendiri merupakan sifat marah yang berbentuk perilaku tidak tepat dengan tempatnya. Punkers tidak pernah merasa puas dan selalu melawan pada suatu hal (sosial, politik, budaya, ekonomi tindakan bahkan agama) terutama terhadap menindas. Para punkers mewujudkan sikap tersebut ke dalam musik dan cara berpakaian. Mereka hidup bebas dan tetap bertanggung jawab pada setiap pemikiran dan tindakannya. Oleh sebab itu mereka menciptakan perlawanan

itu dengan realisasi musik, gaya hidup, komunitas dan faham tersendiri.

Komunitas Punk Hijrah merupakan komunitas anak-anak Punk, yang mana banyak mengetahuinya adalah orang yang dianggap tidak berguna bagi masyarakat, membuat resah masyarakat, dan masih banyak lagi hal-hal negatif yang dicapkan masyarakat. Komunitas Punk Hijrah ini sendiri berada di Bandar Lampung berdiri pada bulan Februari tahun 2017, didirikan oleh Ahmad Khairullah Ramadhani. Komunitas ini sering melakukan perkumpulan di bawah *fly over* Tanjung Senang Kelurahan Tanjung Senang, Kecamatan Tanjung Senang, Bandarlampung untuk melakukan kegiatan membuka lapak dan berdakwah. Pada mulanya Dhani selaku ketua Komunitas Punk Hijrah adalah *Punkers* yang sudah lama bergabung sejak tahun 2009 hingga tahun 2017, banyak tindakan-tindakan anarkisme sejak ia menjadi *Punkers* mulai dari minum-minuman alkohol, mengkonsumsi obat-obatan, hingga berkelahi dijalanan. Dhani memiliki titik jenuh dimana ia sudah merasa bosan, resah dan penat dengan perilaku anarkisme yang dilakukan *punkers* setiap harinya. Dhani memutuskan untuk berhijrah, dan mendalami agamanya bersama sang ayah yang bernama Ahmad Bastoni.

Komunitas Punk Hijrah mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari pembina, ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota. Dan beranggotakan sekitar 20 orang. Kelompok punk merupakan bentuk perlawanan yang kuat, karena menciptakan musik, gaya hidup, komunitas dan kebudayaan sendiri. Berawal dari kegemaran itu munculah kelompok penggemar musik punk. Mulai dari gaya hidup, pakaian, hingga perilaku yang terkesan menyimpang dan mengganggu masyarakat. Anak punk memiliki beberapa tanda yang ada di fisik mereka seperti tato, lubang anting, pakaian sobek, cat rambut, celana *jeans*, dan sepatu *boots*. Tujuan itu semua adalah untuk mengekspresikan diri mereka sebagai anak punk dan mencari kebebasan dalam menjalani hidup.

Kultur anak-anak punk cenderung ke hal yang negatif dan membuat resah masyarakat sekitar, seperti meminum alkohol, narkoba, pemberontak atau pengacau, dan lain sebagainya. umumnya mereka berkelompok dan meninggalkan rumah nya untuk membebaskan diri dari rutinitas dan ikatan atau peraturan.

Kebanyakan anggota Punk Hijrah merupakan seorang *Punkers*, dengan lebih memilih hidup dijalan mereka rata-rata anak punk yang kurang pengawasan atau ditinggal orang tuanya yang telah berpisah atau yang lainnya, masih yang banyak yang baru berumur belasan tahun, disaat umur tingkatan emosi mereka masih labil dan masih mencari jati diri, melalui cara itu mereka mengekspresikan dirinya dengan memilih ngepunk dijalan yang seharusnya mereka diperhatikan dan diawasi oleh orang tuanya. Tidak hanya anak-anak punk dijalan, banyak juga dari personel band punk, mereka menganggap musik kesenangan mereka dan karena music pula lantas mereka melupakan shalat, karena musik mereka melupakan semua perintah-perintah Allah dan melakukan hal-hal yang dilarang di Agama Islam.

Anggota Punk Hijrah berubah menjadi lebih baik disaat mereka mulai merasa resah dan bosan dengan keseharian mereka yang selalu banyak masalah dan merusak diri mereka, untuk bersenang-senang pun sudah diulangi dan mereka mulai sadar karena dengan kesenangan itu bersifat sementara. Meskipun tidak semua dapat dilakukan dengan instan, harus membutuhkan proses.

Karena banyak yang mengucilkan mereka sehingga mereka tidak percaya diri untuk melakukan tindakan berhijrah, mereka belum menemukan media atau komunitas untuk membantu mereka dalam berhijrah, oleh sebab itu komunitas Punk Hijrah hadir menjadi wadah bagi anak-anak punk dalam membantu jalannya proses untuk berhijrah. Komunitas Punk Hijrah mempunyai kreatifitas tersendiri untuk mengajak para anggotanya agar melakukan kegiatan amar ma'ruf nahi munkar karena dari sekian banyak anak

punk belum memiliki tingkat kerohanian yang tinggi, maka dari itu komunitas tersebut mempunyai ide agar lebih untuk membenahkan diri kepada anak-anak punk dan diadakannya untuk berlomba-lomba untuk menghilangkan tato.

Kegiatan komunitas Punk Hijrah sangatlah bermanfaat yaitu diantaranya mengajarkan membaca Al-Quran atau iqra untuk mengenal Al-quran shalat berjamaah di masjid, safari dakwah, menghapus tato, memberikan tausiyah memperdalam ilmu aqidah dan fiqih atau bertukar pikiran tentang agama kepada para kelompoknya.

Dan pada dasarnya, kebutuhan manusia terhadap agama lazimnya dan kepada Islam khususnya, bukanlah hanya merupakan kebutuhan sekunder maupun sampingan, melainkan ia merupakan kebutuhan dasar dan primer yang berhubungan erat dengan hal-hal kehidupan, misteri alam wujud dari hati nurani manusia yang paling dalam. Maka Gerakan Komunitas Punk Hijrah berperan aktif dalam mengajak orang-orang khususnya anak muda untuk semakin dekat kepada Allah SWT dan membuat mereka tidak hanya terlihat gaul dihadapan manusia juga gaul dihadapan Allah SWT.

Dakwah sebagai proses menyampaikan ajaran-ajaran agama dengan tujuan untuk menuntun orang-orang mengerjakan kebaikan sesuai dengan petunjuk yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Pengertian dakwah diungkapkan oleh Syekh Ali Mahfudz yang terdapat dalam buku metode dakwah karya M. Munir, dkk ialah sebagai proses mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka untuk berbuat baik dan melarang untuk berbuat kejelekan agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁸

Dakwah merupakan aktivitas yang bersifat *urgent* di dalam agama Islam, karena dengan dakwah, Islam dapat tersebar serta diterima oleh masyarakat. Dakwah juga

⁸ M. Munir. Dkk, "*Metode Dakwah*", (Jakarta: Predana Media, 2003), 7

berfungsi untuk menata kehidupan yang agamis menuju keharmonisan dan kebahagiaan masyarakat. Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik individual maupun kelompok supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan.⁹ Disinilah peran dakwah diharapkan dapat menyadarkan manusia akan arti hidupnya. Melalui penyampaian pesan dakwah yang tepat seorang pendakwah dapat membantu sesama manusia untuk lebih menghargai pemberian Illahi atas kehidupannya dengan saling mengingatkan untuk melakukan hal-hal yang baik dan bermanfaat.

Dalam kegiatan berdakwah, kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi salah satu unsur penting yang perlu diperhatikan terutama pada saat menyampaikan isi dakwah. Sebab dengan begitu dakwah yang dimaksudkan dapat tersampaikan dan sasaran dakwah dapat mudah memahami isi beserta pesan dakwah yang disampaikan.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik itu secara langsung maupun tidak secara langsung. Mengenai definisi komunikasi Onong Uchjana Effendy mengungkapkan komunikasi sebagai upaya menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan memberitahu, merubah sikap atau prilaku, baik itu secara lisan atau tidak langsung melalui media.¹⁰ Dalam kegiatan dakwahnya Komunitas Punk Hijrah, komunikasi menjadi salah satu unsur penting agar pesan atau isi dakwah tersebut dapat diterima dengan baik. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan oleh pengurus Komunitas Punk

⁹ H.M Arifin. *Psikologi Dakwah*. (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), 17.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, "*Dinamika Komunikasi*", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 20

Hijrah sangatlah berpengaruh pada perubahan sikap serta penerapan yang disampaikan kepada anggotanya.

Dari berbagai macam komunikasi yang berpengaruh adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif sebagai komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan usahanya untuk mengubah pendapat, perilaku dan sikapnya sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator sebagai lawan komunikasi. Selanjutnya strategi komunikasi persuasif menjadi pendukung bagi Pengurus Komunitas Punk Hijrah dalam berdakwah. Dalam upaya mengajak anak muda untuk datang dalam kajiannya, pengurus Komunitas Punk Hijrah menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan informasi kajian, sebab media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan anak muda pada masa kini, selain itu hampir semua anak muda saat ini memiliki media sosial baik itu *Instagram*, *Facebook*, *Line*, *WhatsApp*, dan lain sebagainya. Selain media sosial, ajakan yang mereka lakukan juga dengan cara yang kreatif yakni membuat poster dengan desain gaya anak muda yang lebih update serta kekinian.

Selanjutnya agar pesan-pesan yang dimaksudkan dapat diterima, pengurus Komunitas Punk Hijrah menggunakan tema-tema kajian yang lebih ringan dan sedang digandrungi oleh orang-orang zaman sekarang, ditambah dengan gaya bicara atau bahasa ustadz yang mengisi kajian pun mengikuti tren sekarang agar tidak menjadi membosankan atau kurangnya perhatian dengan tetap Al-Qur'an dan Hadist yang menjadi pedomannya dalam berdakwah.

Alasan peneliti tertarik dalam memilih komunitas punk hijrah untuk dijadikan objek penelitian yaitu karena disaat kebanyakan orang lain ,menganggap anak-anak punk ini dengan pandangan negatif, akan tetapi hal itu berbanding terbalik dengan apa yang dilakukan dengan kelompok ini. Kelompok ini menyediakan wadah untuk anak-anak punk ini agar mereka tetap bisa berkarya, dengan menyediakan fasilitas berupa buku-buku bacaan tentang islam, poster kaligrafi islam

dan masih banyak yang lainnya. Di sela-sela mereka saat berkumpul, mereka tetap tidak lupa melaksanakan shalat berjamaah di masjid. Di saat pulang mereka mulai membahas ceramah apa yg tadi mereka dengar.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

- a. Strategi Komunikais Persuasif Komunitas Punk Hijrah
- b. Komunitas Punk Hijrah dalam Berdakwah di Bandar Lampung

2. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi untuk mencegah terjadinya pembahasan yang terlalu luas. Batasan tersebut yaitu, penulis hanya meneliti komunikasi yang dilakukan oleh pengurus Komunitas Punk Hijrah sebagai komunikator dalam upaya berdakwah mengajak untuk berhijrah kepada anggota sebagai komunikan melalui komunikasi persuasif.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dikemukakan dalam latar belakang diatas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas *Punk* Hijrah dalam Berdakwah di Bandar Lampung?”

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Punk

Hijrah dalam Berdakwah (Studi pada Pengurus Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung)”.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memicu wawasan keilmuan yang luas, yaitu dibidang dakwah dan ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu, khususnya mengenai Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Punk Hijrah dalam Berdakwah kepada Anggotanya.

2. Secara Praktis

Secara praktisi skripsi ini diharapkan dapat memberikan wawasan luas dan dapat mengambil pelajaran dari cara strategi komunikasi persuasif dalam berdakwah dari komunitas punk hijrah, sehingga dapat dicontoh maupun dipraktikkan terhadap para komunitas yang lain nya dan diharapkan memberikan suatu sumbangan baru pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Kajian pustaka atau penelitian terdahulu bertujuan untuk menjelaskan hasil bacaan terhadap literature (buku ilmiah dan hasil penelitian) yang berkaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti. Dengan demikian, penulis mendapat rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding dalam menyusun skripsi. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Rizki Mulyana. “Fenomena Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah di Bandung.”¹¹ Universitas Pasundan, Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif

¹¹ Rizki Mulyana .“*Fenomena Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah di Bandung*”. (Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, Bandung, 2016)

dengan studi fenomenologi. Teknik yang digunakan pun memakai teknik wawancara mendalam dan observasi di lapangan dengan partisipan yang berjumlah sepuluh orang yang berada di kota Bandung. Tujuan dan kegunaan penelitian ini bertujuan untuk mengungkap beberapa motif yang mendasari jamaah pemuda hijrah yang mengikuti komunitas Gerakan Pemuda Hijrah. Baik melihat darisisi fenomena yang sedang terjadi, motif dan tindakan atau pun maknanya. Skripsi tersebut meneliti tentang beberapa motif yang mendasari jamaah pemuda hijrah yang mengikuti komunitas Gerakan Pemuda Hijrah. Persamaan pada skripsi ini yaitu dikarenakan perasaan yang timbul dari diri pemuda untuk berhijrah. Perbedaan pada skripsi ini yaitu pada proses untuk melakukan berhijrah penelitian yang mendeskripsikan tentang komunitas Gerakan Pemuda Hijrah di Bandung.

2. Yeti Nurhayati. “Pengaruh Pengajian Terhadap Sikap Keberagamaan Komunitas *Punk* Muslim Diterminal Pulogadung Jakarta Timur”.¹² Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengajian terhadap perubahan sikap keberagamaan pada Komunitas *Punk* Muslim. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeti Nurhayati sama-sama menggunakan metodologi Kualitatif dan teknik pengumpulan data sama-sama dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah dilakukan analisis diperoleh hasil bahwa Pengajian telah banyak merubah sikap dari komunitas *punk* yang semula sangat akrab dengan narkoba dan *free sex*. Sekarang anggota *punk* muslim hidup normal sebagaimana manusia yang lain dan sebagai hamba Allah SWT. Dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti teliti terletak pada teori yang digunakan

¹² Yeti Nurhayati. “Pengaruh Pengajian Terhadap Sikap keberagamaan Komunitas *Punk* Muslim Diterminal Pulogadung Jakarta Timur”. (Skripsi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011)

yang mana peneliti menggunakan teori strategi komunikasi persuasif”.

3. Arif Suranto. “Strategi Komunikasi Komunitas Punk Hijrah Dalam Berhijrah pada Anggotanya”.¹³ Skripsi tersebut mengkaji tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung dalam mengajarkan anggotanya untuk berhijrah. Perbedaan nya dengan penelitian ini terletak pada terletak pada objek nya, sedangkan penulis mendeskripsikan penelitian ini berfokus pada pengurus nya dalam melakukan dakwah pada komunitas punk hijrah dengan strategi menggunakan komunikasi persuasif, dimana komunikasi persuasif itu sendiri yaitu komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha nya untuk mengubah pendapat, prilaku dan sikapnya sesuai yang diharapkan komunikator tersebut, karena dalam kegiatan berdakwah kemampuan berkomunikasi yang baik dapat menjadi salah satu unsur penting yang perlu diperhatikan terutama dalam menyampaikan pesan dakwah agar dapat dengan mudah memahai isi pesan dakwah tersebut.

H. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.¹⁴ Penelitian Kualitatif menurut Badgon dan Taylor yang dikutip oleh

¹³ Arif Suranto. “*Strategi Komunikasi Komunitas Punk Hijrah Dalam Berhijrah pada Anggotanya*”. (Skripsi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2020)

¹⁴ Haris herdiansyah, *Metodologi penelitain Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hal. 9

Lexy J. Moleong adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁵ Pendekatan kualitatif selain dari memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu juga memberikan gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara gejala atau lebih.¹⁶ Pendekatan penelitian kualitatif ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Komunitas Punk Hijrah dalam menanamkan dakwah-dakwahnya.

Jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada narasumber.¹⁷ Penelitian lapangan dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya, penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode yang menemukan secara khusus dan realistik apa yang telah terjadi di tengah masyarakat.¹⁸

Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang yang sebenarnya ada di komunitas tersebut, terhadap Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas *Punk Hijrah* dalam Berdakwah.

b. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif (*deskriptive research*), yaitu penelitian yang bermaksud membuat pencandraan (diskripsi) yang menggambarkan keadaan untuk menentukan kesimpulan yang sudah diambil dari suatu objek mengenai situasi atau kejadian. Penelitian ini

¹⁵ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 4

¹⁶ Iwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 35

¹⁷ M.Iqbal Hasan, *Metode Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: ghalia Indonesia, 2002), 11.

¹⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung Manjar Maju, 1996), 32.

mencandra mengenai situasi atau kejadian-kejadian, sifat populasi atau daerah tertentu dengan mencari informasi faktual, justifikasi keadaan, membuat evaluasi sehingga memperoleh gambaran yang jelas.¹⁹ Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya yaitu untuk membuat diskripsi, gambaran atau lukisan secarasistematis, factual dan akurat mengenai fakta fakta, sifat sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Dalam penelitian ini, penulis hanya mengemukakan dan menggambarkan secara apa adanya tentang Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Punk Hijrah dalam Berdakwah kepada Jamaah nya.

c. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti atau masalah yang harus dipecahkan melalui penelitian. Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus Komunitas Punk Hijrah dalam upaya berdakwah. Subjek adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian, adapun subjek dalam penelitian ini adalah pengurus Komunitas Punk Hijrah.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap

¹⁹ Suharsini Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Bandung, Tarsito, 1995), 98

Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Punk Hijrah dalam Berdakwah pada Anggotanya.

1. Observasi

Adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara tersusun gejala-gejala yang diamati.²⁰ Pada umumnya observasi dengan melihat, mengamati, meninjau dengan seksama suatu objek, bahkan begitu dekatnya kata-kata observasi dengan manusia, aktivitas observasi ini sebenarnya dilakukan setiap orang pada saat berinteraksi dengan orang lain baik disadari atau tidak.²¹

Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data tentang komunitas *punk* hijrah, dalam penelitian ini peneliti datang ke tempat kegiatan yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Perhatian peneliti hanya terfokus pada kegiatan langsung ke pengurus komunitas *punk* hijrah dengan cara mengamati, merekam, memotret, mempelajari, dan mencatat tingkah laku atau fenomena yang diteliti.

Guna memperoleh data-data yang akurat mengenai objek penelitian, metode ini digunakan untuk menggali data yang terkait dengan proses kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan. Seperti membuat *zine* (menggambar), *Punk* Kajian, kegiatan mengaji Bersama, membuka lapakan membaca dan *sharing* satu sama lain, hingga tabligh akbar.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) diartikan sebagai tukar menukar pandangan antara dua orang atau lebih.

²⁰Cholid Narbuko, *Metodelogi Penelitian*; (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2015), 70.

²¹ Ni'matuzahroh, Susanti, *Observasi Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*, (Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018, 1.

Kemudian, istilah ini diartikan lebih lanjut, yaitu sebagai metode pengumpulan data atau informasi dengan cara tanya jawab sepihak, dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan. Tujuan wawancara sendiri ada pengumpulan data atau informasi (keadaan, gagasan atau pendapat, sikap atau tanggapan, keterangan dan sebagainya) dari suatu pihak tertentu.²² Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data tentang penelitian agar penulis bisa mendapatkan informasi lebih mendalam dan faktual tentang komunitas *punk* hijrah.

Menggunakan wawancara semiterstruktur (*semistructure interview*) dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya, dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.²³ Peneliti tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan-permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah disiapkan sebelumnya. Jadi wawancara semiterstruktur sangat membantu berjalannya proses penelitian, karena bersifat bebas dan terbuka sehingga dapat rileks dalam menyampaikan pendapat atau informasinya dan juga tidak keluar konteks dalam pokok permasalahan yang dilakukan wawancara oleh informan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat, majalah, prasasti, foto, agenda,

²² Arif Subyantoro, FX Suwarti *Metode dan Teknik Penelitian Sosial* (Yogyakarta C.V Andi Offset, 2017), 97.

²³ *ibid*, hal.320

dan sebagainya.²⁴ Studi dokumentasi dapat dijadikan sebagai data pelengkap dari observasi dan wawancara. Data-data diambil dari beberapa sumber baik itu artikel, buku-buku maupun sumber-sumber yang berkaitan dengan kajian penelitian, sehingga data-data tersebut dapat menguatkan penelitian.²⁵ Adapun dokumentasi yang sudah dikemukakan diatas, penulis memerlukan dokumentasi untuk mendukung analisis berupa foto kegiatan-kegiatan komunitas *punk* hijrah dalam program yang dibuat oleh komunitas tersebut.

I. Analisis Data

Analisis data menurut Paton yang dikutip oleh Lexy J. Moleong adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan urutan data.²⁶ Maksud dari teknik analisis data yaitu proses pengumpulan data dan mengurutkannya ke dalam pola dan mengelompokkan data. Selanjutnya data di analisis dengan metode deduktif, induktif, yakni berangkat dari faktor-faktor secara umum untuk ditarik kesimpulan bersifat khusus.

Pengumpulan data yang didapat baik itu dari hasil observasi yang dilakukan terhadap seluruh kegiatan serta program yang dimiliki oleh pengurus Komunitas *Punk* Hijrah serta data yang berasal dari wawancara kepada pihak yang terkait dengan penelitian ini. Selanjutnya data dokumentasi yang dapat digunakan menjadi pelengkap untuk penelitian ini. Terakhir dari analisis ini, penulis mengecek keabsahan data yang ada agar menghasilkan data-data yang kongkrit mengenai strategi komunikasi pengurus Komunitas *Punk* Hijrah dalam berdakwah.

²⁴ Atwar Bajari, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung : simbiosis rekatama media, 2015), 106.

²⁵ Mahi M. Hikmat *Metode Jurnalistik Literary Journalism* (Jakarta Timur : Prenada Media Grup, 2018), 83.

²⁶ Lexy J. Moleong, MA., *Metode Penelitian Kualitatif*, 280

J. Sistematika Penulisan

Hasil Penelitian ini disajikan dalam bentuk laporan yang bersifat deskriptif yang terdiri dari beberapa dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang penegasan judul, menguraikan latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DAN KOMUNITAS PUNK HIJRAH

Memuat uraian tentang teori Pengertian Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Punk Hijrah

BAB III : STRATEGI KOMUNIKASI PENGURUS KOMUNITAS PUNK HIJRAH DALAM BERDAKWAH

Pada bab ini berisi gambaran umum objek yang akan diteliti, penyajian fakta dan data penelitian.

BAB IV : ANALISIS PENELITIAN

Berisi : (1) Strategi Komunikasi Pengurus Punk Hijrah (2) Gambaran umum Komunitas Punk Hijrah, awal berdiri, visi, misi, tujuan, keanggotaan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir berisi kesimpulan dan rekomendasi, kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS PUNK HIJRAH DALAM BERDAKWAH

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari kata Yunani klasik “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan. Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.²⁷

Sebagaimana di kutip Hafied Cangara menurut Roger memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.²⁸

Dalam konteks komunikasi, strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada,

²⁷ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 61.

²⁸ *Ibid*, 61.

khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi. Menurut Mulyana komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi)²⁹

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) komunikasi dan manajemen (*management*) komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³⁰

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apa pun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, sebab teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya.

Harold D.Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*Who Says What In Channel To With What Effect?*”.

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut.

2. *Who?* (Siapakah komunikatornya)
3. *Says What?* (Pesan apa yang dinyatakan)

²⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja RosdaKarya, 2002), 107.

³⁰ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja RosdaKarya, 2006), 32.

4. *In Which Channel?* (Media apa yang digunakannya?)
5. *To Whom?* (Siapa komunikannya)
6. *With What Effect?* (Efek apa yang diharapkannya?)

Sehubungan dengan penggunaan teori tersebut, ada alasan bahwa teori ini sangat erat dalam hubungannya dengan strategi untuk memberikan pengaruh kepada norma-norma dan batas-batas situasi perorangan.

Pertama: Pesan komunikasi bisa memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce exiting patterns*) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.

Kedua: Media massa bisa menciptakan keyakinan baru (*creat new shared conviction*) mengenai topik, dengan topik mana khalayak kurang berpengalaman sebelumnya. Ketiga: Media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada (*change exiting norm*) dan karenanya mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang lain.³¹

Strategi komunikasi perlu disusun secara luas sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang terpengaruh. Untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif, seorang strategis komunikasi perlu memahami sifat-sifat komunikasi dan pesan guna dapat menentukan jenis media yang akan diambil dan teknik komunikasi yang akan ditetapkan.³²

Dari penjelasan diatas, penulis pahami bahwa strategi komunikasi adalah pelaksanaan untuk mencaoai tujuan, dimana untuk mencapai tujuan, diaman untuk mecapai

³¹ Endang Rismawati, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM LA NUGRAHA Lampung Pada Program Siraman Rohani*, (Bandar Lampung : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN RADEN INTAN Lampung, 2018), 35.

³² *Ibid*, 34.

suatu tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah saja akan tetapi harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya.

2. Tujuan Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan tujuan dari strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada tujuan strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. R. Wayne Pace, Brent D, dan M. Dallas Burnett mengatakan dalam bukunya *Techniques for effective communication* bahwa tujuan strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

- A. *To secure understanding* Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- B. *To establish acceptance* Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- C. *To motive action* Penggiatan untuk memotivasinya.
- D. *The goals which the communication sought to achieve* Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.³³

Tujuan dalam teknik komunikasi adalah dalam rangka memperoleh hasil atau efek yang sebesar-besarnya, sifatnya tahan lama bahkan kalau mungkin bersifat abadi. Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah pelaksanaan untuk mencapai tujuan, dimana untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai

³³ *Ibid*, h. 40.

petunjuk arah saja akan tetapi harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya.

3. Komponen Strategi Komunikasi

Cutlip menegaskan bahwa agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikkan strategi komunikasi, maka kita harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi supaya mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut ini langkah-langkah tersebut.

a. Membingkai pesan

Prinsip pertama dari pembingkaiian isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau karyawan dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audien.

b. Semantic

Semantic adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa berubah, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.

c. Symbol

Komunikasi bukan sekedar semantic, komunikasi juga menggunakan symbol dan stereotip. Simbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan banyak orang dijalur komunikasi yang panjang. Symbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

d. Rintangan dan stereotip

Hambatan untuk menjelaskan pesan ada dipihak komunikator dan audiennya. Seperti dicatat Lippmann, setiap orang tinggal didalam lindungan (kepompong) lingkungannya sendiri sendiri. Kepompong ini menyekat individu dari serbuan informasi yang tak ada hentinya dan semakin meningkat intensitasnya. Ada rintangan sosial, rintangan usia, rintangan bahasa atau kosakata,

serta rintangan ekonomi dan politik. Ada rintangan ras rintangan dan distorsi yang menutup komunikasi tampak jelas dalam perbedaan antar kelompok etnis dan ras di masyarakat Amerika yang multikultural. Sama halnya di Indonesia tentunya yang juga memiliki keanekaragaman suku ras dan kepercayaan. Juga ada rintangan yang sering dilupakan yakni, kemampuan atau kesediaan audien untuk menyerap pesan. Terakhir ada persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di arena publik.

Dalam komunikasi, tak ada yang lebih menyulitkan ketimbang kenyataan bahwa kebanyakan audien media massa punya akses terbatas terhadap fakta. Dengan akses yang terbatas dan dengan beberapa informasi yang membingungkan ketimbang menjelaskan, orang sangat mengandalkan pada stereotip. Kesan spesifik dan signifikan menjadi sesuatu yang sangat umum atau digeneralisir.

e. Memasukan semuanya ke dalam kampanye

Hyman dan Sheatesley menyebutkan alasan utama mengapa banyak kampanye organisasi batal. Alasan itu antara lain:

1. Ada orang yang tidak tau apa-apa tapi keras kepala. Orang-orang ini sulit diajak bicara, bahkan dengan informasi yang kuat sekalipun.
2. Yang banyak mendapatkan informasi adalah orang-orang yang berminat pada informasi tersebut.
3. Orang mencari informasi yang sesuai dengan sikap mereka dan menghindari informasi yang tidak sesuai dengan sikap mereka.
4. Informasi tidak selalu merubah sikap. Perubahan pandangan atau perilaku setelah mendapat informasi pesan mungkin dipengaruhi predisposisi individual.³⁴

³⁴ Nur Kholisoh, “*Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi*”,

Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3,(September - Desember 2015). h.195-197.

B. Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif

1. Definisi Komunikasi Persuasif

Kata persuasi (*persuasion*) berasal dari bahasa Latin: *Persuasio*. Kata kerjanya adalah: *persuadere* yang dalam bahasa Inggris: *to persuade, to induce, to believe*, atau dalam bahasa Indonesia: membujuk, merayu.³⁵

Soleh Soemirat, Hidayat Satari dan Asep Suryana dalam bukunya “Komunikasi Persuasif” mendefinisikan persuasi, yakni melakukan upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang *luwes*, manusiawi, dan halus, dengan akibat munculnya kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan *persuader*.³⁶ Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persuasif adalah suatu proses mempengaruhi sikap, pendapat, serta perilaku dengan cara yang halus sehingga timbullah kesadaran untuk berubah mengikuti apa yang dikatakan persuader atau orang yang mempersuasi.

Definisi mengenai komunikasi persuasif banyak diungkapkan oleh para ahli, diantaranya:

- a. Dalam Soleh Soemirat, Brembeck dan Howell mendefinisikan komunikasi persuasi sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif orang lain ke arah tujuan yang sudah ditetapkan.³⁷
- b. Dalam Roudhonah, Phil Astrid mengartikan persuasif dalam komunikasi adalah suatu teknik memengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikasi yang hendak dipengaruhi.³⁸

³⁵ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, 54

³⁶ Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Persuasif*, 126

³⁷ Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Persuasif*, 124

³⁸ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, 54

- c. Dalam Soleh Soemirat, Ilardo mendefinisikan komunikasi persuasi sebagai *communicative proses of altering the beliefs, attitude, intentions, or behavior of another by the counscious or unconscious use of words and nonverbal messages* (persuasi adalah proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian, atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan non-verbal).³⁹
- d. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul psikologi komunikasi mengungkapkan bahwa persuasi didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologi sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.⁴⁰
- e. Menurut Mar'at komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk. Kegiatan yang dimaksud adalah mempengaruhi sikap emosi komunikan/persuadee.⁴¹

Berdasarkan definisi-definisi yang diungkapkan oleh beberapa ahli mengenai komunikasi persuasif, dapat di pahami bahwa komunikasi persuasif adalah suatu teknik komunikasi dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku dengan memanfaatkan data psikologi *persuade* dan dilakukan secara verbal ataupun non verbal. Sehingga *persuade* akan melakukan hal yang sesuai dengan persuader dengan sukarela.

³⁹ Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Persuasif*, 154

⁴⁰ Jalaludin Rakhmat. 2007. "Psikologi Komunikasi". Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 125

⁴¹ Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Persuasif*, 129

2. Tahapan Komunikasi Persuasif

Dalam komunikasi persuasif perlu tahapan agar tujuan dapat tercapai secara sistematis. Formula AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif. penjelasannya sebagai berikut:⁴²

- a. *Attantion* (Perhatian)
- b. *Interest* (*Minat*)
- c. *Desire* (*Hasrat*)
- d. *Desicion* (*Keputusan*)
- e. *Action* (*Kegiatan*)

Pada proses petahapan ini dimaksudkan agar komunikasi persuasif dimulai dengan jalan membangkitkan perhatian (*Attention*) terlebih dahulu. Tanpa ada perhatian dari komunikan terhadap komunikator, komunikasi tak akan berlangsung. Persuasi tidak dapat dilakukan. Usaha membangkitkan perhatian ini bukan saja dalam mengemukakan pesan, tetapi juga dalam “*Appearance*” yakni pemunculan ketika menghadapi komunikan. Dalam komunikasi berhadapan seorang komunikator dengan senyum simpatik sudah dapat membangkitkan perhatian.⁴³

Apabila perhatian sudah berhasil terbangkitkan, kini menyusul upaya membangkitkan minat. Upaya ini bisa berhasil dengan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikan. Karena itu komunikator harus mengenal siapa komunikan yang dihadapinya. Tahap berikutnya adalah memunculkan *hasrat* pada komunikasi untuk melakukan ajakan, bujukan, atau rayuan komunikator. Disini imbauan emosional (*emotional appeal*) perlu ditampilkan oleh komunikator, sehingga pada tahap berikutnya komunikan mengambil keputusan

⁴² Onong Uchjana Effendy. 2015. “Dinamika Komunikasi”. Bandung: PT Remaja Rosdakaryah, 25

⁴³ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, 166

untuk melakukan suatu kegiatan sebagaimana diharapkan dari padanya.⁴⁴

3. Unsur- Unsur Komunikasi Persuasif

Model komunikasi persuasif terdiri atas empat unsur utama, yaitu sumber (*source*), penerima (*receiver*), pesan (*message*) dan saluran (*channel*).³⁸

1. Pengirim Pesan (*Persuader*) atau Sumber (*Sources*)

Sumber (*sources*) adalah yang berinisiatif untuk berkomunikasi. Sumber tersebut bias berupa individu atau kelompok. Sumber yang berinisiatif berkomunikasi adalah pengirim (*sender*) atau pembicara yang melakukannya secara verbal dan atau *nonverbal* dengan tujuan berkomunikasi³⁹ Sumber atau persuader adalah orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun non verbal. Dalam komunikasi persuasive persuader harus memiliki etos yang tinggi. Etos adalah nilai diri seseorang yang merupakan panduan dan aspek kognisi, efeksi dan konasi. Seorang persuader yang memiliki etos yang tinggi dicirikan kesiapan, kesungguhan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan.

Jika komunikasi persuasif ingin berhasil, persuader harus memiliki sikap reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transitif. Sifat reseptif yaitu bersedia menerima gagasan dari orang lain, selektif dalam menerima berbagai informasi, digestif yaitu mampu menerima berbagai gagasan, asimilatif yaitu mampu menciptakan gagasan- gagasan baru yang orisinal sebagai bahan untuk komunikasi, transitif yaitu memiliki kemampuan memilih kata-kata yang

⁴⁴ Onong Ucgjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 25

fungsional, mampu menyusun kata secara logis, memilih waktu yang tepat untuk komunikasinya dan lain-lain.⁴⁰

2. Penerima Pesan (*Persuade*) atau Penerima (*receiver*)

Penerima (*receiver*) adalah individu atau kelompok yang merupakan sasaran dari sumber komunikasi. Sumber bertindak untuk membuat perubahan sikap, nilai, dan atau perilaku penerima.⁴¹ *Persuade* adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan dan disalurkan oleh persuader baik secara verbal maupun non verbal. *Persuade* adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu tersampaikan. Sebelum melakukan perubahan dirinya, sebenarnya *persuade* melakukan suatu aktivitas fundamental yang sifatnya intern, didalam diri yakni belajar. Belajar biasanya tidak hanya merupakan suatu proses sesaat. Setiap *persuade* menerima stimulus, menafsirkan kembali, memberikan respon baru, menafsirkan seterusnya. Hal ini dilakukan terus menerus sehingga *persuade* mendapat kebiasaan memberikan respon dalam satu cara tertentu terhadap suatu stimulus tertentu.⁴²

3. Pesan (*Message*)

Pesan (*message*) adalah informasi yang dioperkan antara sumber dan penerima. Terdapat dua bentuk dasar pesan non verbal dan verbal.⁴³ Pesan juga merupakan segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Pesan bias berbentuk verbal maupun non verbal, baik disengaja maupun tidak disengaja. Isi pesan persuasif juga perlu diperhatikan karena isi pesan persuasive harus berusaha untuk mengkondisikan, menguatkan, atau membuat perubahan tanggapan sasaran. Wilbur Schramm menampilkan apa yang disebut "*the condition of success in communication*", yakni

kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian persuade.
2. Pesan harus menggunakan lambing-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara oeseader dan persuade, sehingga sana-sama mengerti,
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi persuade dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut,
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana persuade berada pada saat ia digerakkan utuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.⁴⁴

4. Saluran (*channel*)

Saluran (*channel*) adalah sarana dimana pesan mengalir antara sumber dan penerima.⁴⁵ Saluran merupakan perantara diantara orang-orang yang berkomunikasi, bentuk saluran tergantung dengan jenis komunikasi yang dilakukan. Saluran komunikasi adalah media yang digunakan untuk membawa pesan. Hal ini berarti bahwa saluran merupakan jalan atau alat untuk perjalanan pesan antara *persuader* dan *persuade*.⁴⁶

5. Umpan Balik (*feedback*)

Umpan balik (*feedback*) mengacu pada berulangnya proses komunikasi dimana sumber dapat mengetahui bagaimana pesan yang dioperkan, siinterpretasikan.⁴⁷ Umpan balik atau balasan dari

perilaku yang diperbuat, dapat berbentuk eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi persuader atas pesan yang disampaikan sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi persuade atas pesan yang disampaikan.

6. Efek Komunikasi Persuasif

Efek Komunikasi Persuasif yaitu perubahan yang terjadi pada diri persuade sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi adalah dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku.⁴⁸

C. Strategi Komunikasi Persuasif menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rocceach

1. *The Psychodynamic Strategy*

The Psychodynamic Strategy atau Strategi Psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional atau faktor kognitif. Salah satu asumsi dasarnya bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Esensinya bahwa pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individu dengan berbagai cara, dimana sasaran merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan *persuader*.⁴⁵ Menurut Greenwald, sebagaimana dikutip oleh Werner J. Severin & James W. Tankard Jr bahwa dalam kasus persuasi tertentu penerima pesan mempertimbangkannya, menghubungkannya dengan sikap- sikap, pengetahuan, dan perasaan yang ada. Dalam melakukan hal itu, penerima pesan mengulang-ngulang materi kognitif yang telah tersimpan.⁴⁶

Strategi psikodinamika didasari oleh asumsi bahwa:

⁴⁵ Soleh Soemirat, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), 8.30.

⁴⁶ Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 203

- a. Ciri- ciri biologis manusia itu merupakan hal yang diwariskan,
- b. Terdapat sekumpulan faktor lain yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosional, dan
- c. Terdapat sekumpulan faktor yang diperoleh atau dipelajari yang membentuk struktur kognitif individu

Oleh karena itu bagi manusia, faktor organisme (dalam teori S-O-R), merupakan hal yang kompleks, yang terbentuk dari unsur biologis, emosional dan komponen kognitif yang memberikan arahan pada respon yang akan diberikan terhadap stimulus atau rangsangan yang diterimanya.⁴⁷ Dengan kata lain, untuk komunikasi persuasif yang efektif terletak dalam belajar hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh *persuader*. Asumsi tersebut akan mengubah struktur internal psikologis individu, seperti kebutuhan, rasa takut, sikap, dan lain-lain yang hasilnya tampak pada perilaku yang tampak.⁴⁸

Kondisi psikologis internal yang berpengaruh pada perilaku adalah disonansi kognitif. Kebutuhan untuk menjalani dunia yang konsisten adalah faktor motivasi yang kuat membentuk perilaku kita. Jika seseorang mendeteksi ketidakkonsistenan dalam keyakinan, sikap, atau perilaku maka hal tersebut akan menjadi dorongan untuk mengubah apa yang sedang dilakukan untuk mengembalikan konsistensi.

2. *The Sociocultural Strategy*

The Sociocultural Strategy atau Strategi Sosiokultural didasari oleh asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan dari luar diri individu. Perilaku seseorang dikendalikan oleh harapan sosial yang ada dalam sistem sosial di mana kita berinteraksi dengan orang lain lebih dari

⁴⁷ Soleh Soemirat, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), 8.30

⁴⁸ *Ibid*, 8.27

kecenderungan internalnya.⁴⁹ Setiap kelompok dimana seseorang menjadi anggota memberikan serangkaian kendali yang kuat untuk mengendalikan orang tersebut, seperti norma, peran yang diberikan, sistem rangking, dan menyetujui sistem kontrol sosial.

Pendekatan sosiokultural dalam komunikasi adalah bagaimana pengertian, makna, norma, peran dan aturan yang bekerja dan saling berinteraksi dalam proses komunikasi. Suatu realitas dibangun melalui proses interaksi yang terjadi di kelompok, masyarakat dan budaya. Makna dari kata-kata dalam situasi sosial yang sesungguhnya menjadi sangat penting, juga pola-pola perilaku dan apa yang dihasilkan dari interaksi.⁵⁰

Untuk menetapkan strategi, kelompok sosial menyediakan pengertian kultur tentang perilaku yang cocok, yang melukiskan harapan-harapan dalam suatu tindakan, agar seseorang mendapatkan tempat. Kuncinya adalah pesan harus ditentukan dalam konsensus bersama. Yang juga penting untuk diperhatikan, seseorang akan termotivasi untuk bergabung ke dalam kelompok yang paling menarik atau memberikan keuntungan di mana ia menjadi anggota, dan kelompok di mana ia berasal dan berada akan menunjukkan identitas sosialnya.

Strategi sosiokultur yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasif menegaskan pada individu tentang aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak, yang akan mengatur aktivitas. Dalam strategi ini, persuader menegaskan kepada persuade tentang aturan-aturan bagi pelaku sosial, jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut.

⁴⁹ *Ibid* 8.34

⁵⁰ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 51-52.

3. *The Meaning Construction Strategy*

Menurut strategi ini, pengetahuan dapat memengaruhi perilaku. Strategi ini berawal dari konsep di mana hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. *The meaning construction strategy* diimplementasikan dengan cara mengkonstruksi makna. Persuader berupaya memberikan pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang yang dipersuasi dari lingkungan sekitar atau berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pengertian dalam benak masyarakat bahwa hal tersebutlah yang harus diikuti, yang juga diinginkan oleh *persuader*. Pada strategi ini *persuader* berupaya untuk memanipulasi makna, untuk mempermudah orang yang dipersuasi dalam memahaminya. *persuader* juga memberikan perumpamaan- perumpamaan terhadap suatu makna, namun, tidak mengurangi arti dan pengertian aslinya.

D. Ruang Lingkup Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti: panggilan, seruan, atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *masdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru, atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).⁵¹

Sedangkan dakwah menurut beberapa ahli, diantaranya:

- a. Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah satu proses menghidupkan manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁵²
- b. Prof. H.M. Arifin menyatakan bahwa dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan,

⁵¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 1

⁵² M. Munir, dkk, “*Metode Dakwah*”, 7

tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.⁵³

- c. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah islam sebagai upaya mengajak dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan di akhirat.⁵⁴
- d. Ahmad Ghalwasy, dakwah sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengacu pada upaya menyampaikan ajaran islam kepada seluruh manusia yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak.⁵⁵
- e. M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran lebih luas.⁵⁶

Berdasarkan beberapa definisi diatas mengenai dakwah, dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan seruan, ajakan, serta memberi pemahaman kepada orang lain mengenai ajaran agama islam dengan harapan agar mengikuti semua ajaran yang telah ditetapkan oleh agama serta meninggalkan semua yang dilarang.

⁵³ Samsul Munir Amin, "*Ilmu Dakwah*", (Jakarta: Amzah, 2009),4

⁵⁴ Wahidin Saputra, "*Pengantar Ilmu Dakwah*",

⁵⁵ Wahyu Ilaahi, "*Komunikasi Dakwah*", 16

⁵⁶ M. Quraish Shihab, "*Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*", (Bandung: Mizan, 1988),Cet. Ke 17, 194

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), materi dakwah, media dakwah, dan efek dakwah.

a. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan, atau perbuatan yang dalam hal ini dapat dilakukan secara individu, kelompok, atau bentuk organisasi atau lembaga. Berdakwah pada dasarnya dapat dilakukan oleh semua pribadi muslim, namun hal tersebut dapat dikelompokkan menjadi:⁵⁷

1. Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang *Mukallaf* (dewasa) dimana bagii mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah: "Sampaikanlah walau satu ayat".
2. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhasis*) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.

b. Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.⁵⁸ Dari keterangan tersebut menyatakan bahwa dakwah dapat dilakukan kepada siapapun termasuk kepada mad'u yang bukan beragama Islam, yang membedakan ialah tujuan dari dakwah tersebut

⁵⁷ Wahyu Ilahi, "Komunikasi Dakwah", 19

⁵⁸ M. Munir dan Wahyu Illahi, "Manajemen Dakwah", (Jakarta: Kencana, 2009), Cet. Ke 2, 23

Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:⁵⁹

1. Golongan cerdik cendikiawan yaitu orang yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, dan cepat menangkap persoalan.
2. Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian- pengertian yang tinggi.
3. Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.

c. Materi Dakwah

Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *Maudlu' al-da'wah*. Istilah tersebut lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *Maddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberi pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah”.⁶⁰

Ada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al- Qur'an dan Hadits. Pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam.

Endang Saifuddin Anshari membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:⁶¹

⁵⁹ Wahyu Ilahi, “*Komunikasi Dakwah*”, 20

⁶⁰ Moh. Ali Aziz, “*Ilmu Dakwah*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 318

⁶¹ Moh. Ali Aziz, “*Ilmu Dakwah*”, 332

1) Akidah

Dalam pengertian istilah, akidah ialah “keyakinan keagamaan yang dianut oleh seseorang dan menjadi landasan segala bentuk aktivitas, sikap, pandangan, serta pegangan hidupnya.⁶²

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ
آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن
قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

“Dialah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka Kitab dan Hikmah (As Sunnah). Dan sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata”.

(Q.S. Al-Jumu'ah [62]:2)

Akidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.⁶³ Aspek akidah tidak hanya akan menimbulkan keimanan kepada Tuhan, juga akan membentuk perilaku (akhlak) manusia.

⁶² Rubiyana, & Ade Masturi, “Pengantar Ilmu Dakwah”, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), 82

⁶³ Samsul Munir Amin, “Ilmu Dakwah”, 90

2) Syariah

Syariah adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri. Pengertian syariah mempunyai dua aspek hubungan yaitu hubungan antar manusia dengan Tuhan (vertikal) yang disebut ibadah, dan hubungan antar manusia dengan sesama manusia (horizontal) yang disebut muamalat.⁶⁴

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ
الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

“Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui.” (QS. Al-Jasyiah [45] :18)

Materi dakwah di bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, serta pandangan yang jernih dalam melihat setiap persoalan yang muncul sesuai dengan ketentuan hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah.⁶⁵ Materi dakwah yang berkaitan dengan unsur syariat perlu menggambarkan dan menginformasikan hukum-hukum dalam segala hal baik itu hukum yang bersifat wajib, *sunnah*, *mubah*, *makruh*, dan haram (dilarang).

⁶⁴ *Ibid*, 91

⁶⁵ Rubiyana, & Ade Masturi, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 84

3) Akhlak

Akhlak secara etimologis berasal dari bahasa Arab , jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat.⁶⁶ Sedangkan menurut terminologi, Akhlak merupakan tata aturan atau norma perilaku yang mengatur hubungan antara sesama manusia, tetapi juga norma yang mengatur hubungan antar manusia dengan Tuhan, bahkan dengan alam semesta sekalipun. Menurut Imam Al-Ghazali, akhlak ialah sifat yang tertanam dalam jiwa, yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran serta pertimbangan.⁶⁷

اِنَّ مَا اُوْحِيَ اِلَيْكَ مِنَ الْكِتَابِ وَاَقِمِ الصَّلَاةَ ۗ اِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ ۗ وَاذْكُرِ اللّٰهَ اَكْبَرُ ۗ وَاللّٰهُ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ

"Bacalah apa yang telah diwahyukan kepadamu, yaitu Al Kitab (Al-Quran) dan dirikanlah shalat. Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan munkar. Dan sesungguhnya mengingat Allah (salat) adalah lebih besar (keutamaannya dari ibadah-ibadah yang lain). Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan," (QS. Al-'Ankabût [29]: 45).

Pada dasarnya, ketika dai menyampaikan materi dakwah harus disesuaikan kepada mad'u sebagai objek dari dakwahnya, juga harus melihat situasi dan kondisi mad'u. Dengan demikian, pesan- pesan dakwah yang berisi materi dakwah

⁶⁶ M. Munir & Wahyu Ilahi, "Manajemen Dakwah", 28

⁶⁷ Rubiyana, & Ade Masturi, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 84-85

tersebut dapat diterima secara baik oleh mad'u dan pada akhirnya materi dakwah yang disampaikan tersebut bisa diamalkan dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

i. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Dalam menyampaikan materi dakwah, da'i dapat menggunakan berbagai media.

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima macam, yaitu:⁶⁸

- a. Lisan, merupakan media paling sederhana yang dapat digunakan sebagai media dakwah yakni hanya dengan lidah dan suara. Dakwah dengan media lisan ini dapat berupa ceramah, pidato, dan penyuluhan.
- b. Tulisan, media dakwah dengan tulisan dapat berupa buku, artikel, spanduk, dan sebagainya.
- c. Lukisan adalah media dakwah dapat berupa gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d. Audiovisual, media dakwah yang memanfaatkan indra pendengaran dan penglihatan sehingga sasaran dakwah menangkap materi dakwah menggunakan indra pendengaran dan penglihatannya sekaligus. Seperti Televisi, Film, Internet dan sebagainya.
- e. Akhlak, media dakwah dengan akhlak ini adalah dengan mencerminkan ajaran Islam secara langsung kepada sasaran dakwah atau *mad'u* melalui perbuatan-perbuatan yang dilakukan oleh *da'i*.

⁶⁸ M. Munir & Wahyu Ilahi, "Manajemen Dakwah", 32

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media dakwah berbagai macamnya mulai dari lisan, tulisan, gambar, audiovisual, dan akhlak. Dan da'i sebagai penyampai dakwah dapat memilih media dakwah yang akan digunakan sesuai dengan keadaan dan kondisi sasaran dakwahnya.

E. Komunitas *Punk Hijrah*

1. Pengertian Komunitas

Komunitas di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kelompok organisasi yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu, masyarakat, paguyuban.⁶⁹ Sedangkan menurut kamus Pocket Oxford Dictionary, komunitas adalah masyarakat yang hidup dalam satu tempat daerah atau negara, masyarakat agama atau suatu profesi masyarakat dengan kepentingan sama, dan masyarakat yang saling memiliki.⁷⁰ Komunitas (*community*) merupakan salah satu konsep yang tersamar dan sulit dipahami dalam sosiologi, dalam arti sempit komunitas mengacu pada kumpulan orang-orang di wilayah geografis. Definisi secara luas, komunitas sering kali mensyaratkan tiga elemen lain:

- a. Komunitas dapat dianggap sebagai kolektifitas orang dengan struktur sosial tertentu. Gagasan ini seringkali menyamakan komunitas dengan pedesaan atau perindustri.
- b. Adanya rasa memiliki atau semangat komunitas.

⁶⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), cet ke-3, 385.

⁷⁰ Jamal Ma'mur Asmani, *Tips Membangun Komunitas di Sekolah*, (Jogjakarta: Diva Press, 2014), 44.

- c. Semua kegiatan sehari-hari baik pekerjaan dan non pekerjaan berlangsung dalam wilayah geografis yang mandiri.⁷¹

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang saling berinteraksi di daerah tertentu dan mempunyai visi-misi yang sama dalam organisasinya.

2. Pengertian Punk

Punk adalah sekelompok orang yang memiliki kepercayaan budayanya sendiri, punk lahir di Inggris, pada awalnya, kelompok punk selalu dikacaukan oleh golongan kaum *Skinhead*. Sejak tahun 1980-an saat punk merajalela di Amerika, golongan punk dan *Skinhead* seolah-olah bersatu. Keduanya mempunyai semangat yang sama dan suara yang sama. Punk bisa berarti suatu pendasaran hidup yang mencakup aspek sosial dan politik.⁷² Pemuda yang ikut gerakan masyarakat, mapan, dengan menyatakan lewat musik, gaya berpakaian, dan gaya rambut khas.

Punk adalah merupakan sebuah pola hidup yang lahir di Inggris dan berkembang di Amerika Serikat. Punk berkembang menjadi sebuah aliran musik punk rock dan sebagai trend remaja dalam fashion serta musik. Punk sebagai pemula yang punya keberanian membrontak, memperjuangkan kebebasan dan melakukan perubahan. Punk terdiri dari kumpulan orang yang ingin lepas dari kemampuan dan merasakan hidup di jalanan.

Fenomena yang ditangkap oleh masyarakat di sekitar Poris Pelawad adalah sekelompok orang (*Punkers*) yang berkumpul pada lokasi tertentu dengan berpakaian lusuh dan atribut-atribut atau aksesoris yang dipakai seperti bretel, ikat

⁷¹ M. Dzaki, *Sosiologi Konsep, Teori dan Metode*, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2015), 40

⁷² [https:// Communication.Binus.ac.id/2019/01/19/menelusuri-apa-itu-Punk/](https://Communication.Binus.ac.id/2019/01/19/menelusuri-apa-itu-Punk/)

pinggang spike (menyerupai paku), kalung rantai, gelang spike, sepatu boots, jeansstretch, kaos oblong, jaket kulit yang di penuh emblem, rambut dengan gaya mohawk (seperti rambut suku Mohican Indian), spikky, gladiator, corrison yang dicat berwarna-warni, hingga terkesan “garang” dan kadang terlibat tawuran, kekerasan dan kriminalitas, dan membawakan lagu yang penuh distorsi yang memekakan telinga. Baju lusuh dan “kampring” dengan boots yang jarang lepas dari kaki, rambut warna-warni yang dibentuk seperti landak, menambah dandanan menjadi ngejereng (kontras dan mencolok), karena Punks dianggap sebagai korban trend dan mode dalam menciptakan style mode tersendiri.⁷³

Dalam buku Jhon Martono dan Arista Pinandita dalam buku *Punk! Fesyen-subkultur-identitas* menjelaskan bahwa punk adalah salah satu contoh gerakan subkultur dimana terdapat pola-pola aksi pemakaian simbol-simbol lewat cara “pencurian” simbol, seperti penggunaan objek-objek pakaian seragam militer, asesori yang sudah mapan, untuk menghasilkan makna dan identitas yang bersifat ironis. Melalui ”pencurian” makna dan simbol ini subkultur menempatkan diri sebagai suatu bentuk subversi, paling tidak secara simbolik menyampaikan sikap politis terhadap orde yang mapan.

Terlepas dari segala macam pengertian punk menurut berbagai pengamat musik dan subkultur. Punk tidak bisa di artikan dalam satu sudut pandang yang sempit. Bukan hanya di Indonesia saja hampir di seluruh dunia banyak orang yang menganggap bahwa mendefenisikan punk adalah suatu yang sulit dilakukan. Sejak awal kemunculan hingga saat ini punk mengalami banyak perubahan bentuk dan defenisinya. Bahkan dengan kita memberikan defenisi yang rinci justru akan memberi batasan-batasan yang mengikat pada punk itu sendiri. Jika itu terjadi, maka akan sangat bertolak belakang

⁷³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*

dengan apa yang di perjuangkan punk selama ini “kebebasan”.⁷⁴

Secara keseluruhan, unsur-unsur yang melekat pada style punk mudah dikenali misalnya, baju yang dipenuhi aksesoris yang berbahan logam (berbentuk bulat, segitiga, atau yang menyerupai duri), sepatu boots, rambut mohawk ala suku indian. Punk merupakan salah satu bentuk budaya anak muda yang memiliki semangat anti kemapanan namun menjunjung tinggi kebebasan individu dalam berekspresi.⁷⁵

Komunitas Punk membangun solidaritas yang kuat diantara mereka, dengan prinsip yang dianut adalah D.I.Y (*Do It Your Self*), *Anarchy*, *Equalilty*, dan mengusung sikap anti kemapanan, anti kapitalisme, anti konglomerasi, anti imperialisme yang dipatuhi oleh semua anggotanya.

Kemapanan bagi punkers, merupakan sebuah bahaya sosial karena berpotensi untuk membatasi kebebasan berfikir. Pembatasan kebebasan berfikir dapat mengakibatkan masyarakat tidak dapat melihat kebenaran dari sebuah realitas. Masyarakat dipaksa untuk menuruti kehendak yang sebenarnya bukan kehendak yang sebenarnya bukan kehendak mereka melainkan kehendak kapitalis.⁷⁶

Pemikiran kapitalis, yang berusaha mendapatkan keuntungan ekonomi sebanyak-banyaknya dengan pengeluaran yang sedikit mungkin, banyak menimbulkan penindasan-penindasan. Salah satu penindasan yang dilakukan kapitalis adalah tidak seimbangnya hak pendapatan pekerja dengan kewajiban jam kerja atau tenaga yang dikeluarkan pekerja. Dengan pendapatan yang sedikit, seorang pekerja harus mengeluarkan tenaga yang banyak.⁷⁷

⁷⁴ Aditya Rahman Yani, *Melawan Arus*, (Jakarta: Kanzun Books,2017) 1.

⁷⁵ Martono Jhon, Pinandita Arsita, *Punk!! Fesyen-subkultur-identitas*, (Jogjakarta: Halilintar Books, 2017) 27-28.

⁷⁶ Ridwan Hardiansyah, *Sedikit Cerita Punk dari Bandar Lampung*, (Jogjakarta: Indie Book Corner, 2011), 38.

⁷⁷ *Ibid*, h. 39.

Mengingat paham yang disebarkan adalah kebebasan, maka jangan heran pengaruh Punk bisa begitu dasyatnya di kalangan anak muda, tidak saja dalam musikalitas, tetapi juga aspek kehidupan yang lainnya. Namun jangan salah, ada aturan yang mereka sepakati bersama yang menegaskan untuk tidak terlibat aksi tawuran ketika sedang menyaksikan konser musik Punk. Mereka bahkan berprinsip untuk menahan lapar dari pada harus datang ke *MC. Donald* misalnya, atau membeli sepatu *Nike*.

3. Pengertian Hijrah

Hijrah mempunyai definisi secara *syar'i* berawal pada peristiwa hijrah (migrasi) Rasulullah dari Mekah ke Yatsrib (yang kemudian hari diubah namanya menjadi Madinah) dalam upaya menyelamatkan dakwah Islam dari gangguan kafir Quraisy yang memiliki perluasan makna yaitu meninggalkan segala bentuk kemaksiatan dan kemungkaran, baik dalam perasaan (hati), perkataan dan perbuatan. Makna hijrah secara ruhiyah, yaitu seseorang yang meninggalkan perbuatan maksiat dan tidak menoleh pada hal-hal yang menyebabkan Allah murka.⁵⁶

Menurut Armawati Arbi di dalam bukunya yang berjudul *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, konsep hijrah diartikan sebagai manusia hijrah yang dimensi *jism* (jasmani) dirinya meningkat. Adapun hijrah yang dimaksud di sini adalah hijrah menjaga keseimbangan antara aspek *jism*, ruh, akal, kalbu, dan nafs. Hijrah ke faktor situasi lingkungan yang memperteguh potensi fitrah kemanusiaan.⁵⁷

Hijrah adalah semangat untuk membenahi diri untuk lebih baik lagi. Semangat hijrah juga seharusnya selaras dengan perkembangan zaman yang ada saat ini. Bukan berarti hijrah yaitu melarikan diri dari zaman saat ini yang beberapa dari mereka anggap sudah menyimpang. Dari hal tersebut mengapa menarik mengamati hijrah yang tidak lagi disesuaikan dengan semangat zaman.

Inilah mengapa hijrah dalam konteks saat ini semata-mata bukan hanya karena aspek nilai dalam agama itu sendiri, juga terdapat aspek lain di luar agama yang menjadi penyebabnya. Inilah yang oleh Warsito Raharjo Jati ia mengatakan Islam yang seperti ini mempunyai karakteristik sendiri dengan sebuah habitus dalam konteks kelas menengah.⁷⁸

Fenomena sekarang ini di kalangan umat muslim, yaitu munculnya fenomena hijrah di kalangan muslim kelas menengah. Hijrah dalam konteks material yaitu berpindahnya dari satu tempat ke tempat yang lain. Sedangkan dalam konteks agama Islam sendiri, Hijrah yaitu memiliki dua makna. Yang pertama adalah hijrah ditinjau dari aspek sejarah yaitu suatu perjalanan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad bersama sahabatnya menuju Madinah.⁷⁹

Kemudian dari sinilah Nabi Muhammad membuat sebuah gerakan serta menghimpun beberapa kekuatan dengan jumlah yang cukup besar, yang oleh para sejarawan disebut dengan istilah *Arab exploitation*.

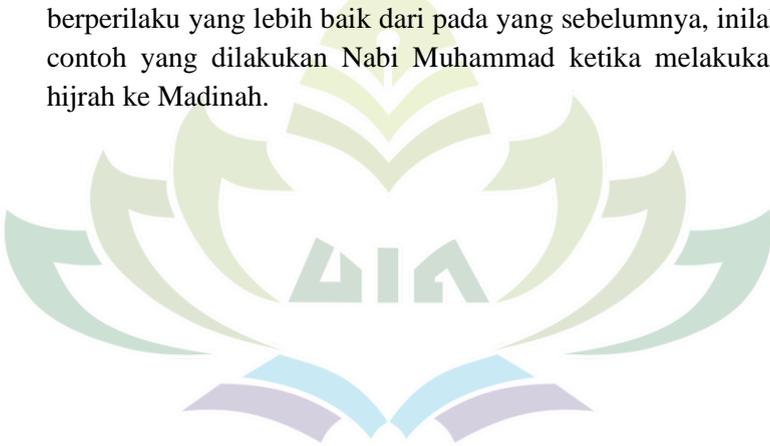
Pertanyaannya adalah mengapa hanya seorang Nabi Muhammad dengan membawa satu ajaran tauhid mampu mengubah seluruh aspek kehidupan orang-orang Makkah dan Madinah pada waktu itu. Tentunya hijrah kaum kafir Quraisy ke jalan tauhid bukanlah tanpa sebab, mereka orang-orang kafir Quraisy menganggap bahwa kehidupan yang mereka selama ini jalani memanglah tidak rasional. Seperti contoh di mana patung-patung yang mereka jadikan Tuhan itu bisa hancur. Selain itu juga hijrah mereka dalam mempercayai satu Tuhan disebabkan oleh ajaran-ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhamad memanglah ajaran yang berlandaskan pada ajaran ketuhanan dan kemanusiaan, yaitu cara umat muslim

⁷⁸ Warsito Raharjo Jati, “Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia”, Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam, Vol 4, No. 1, Juni 2015, 140.

⁷⁹ Moenawar Khalil, *Kelengkapan Tarikh Jilid I* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 406.

mengesakan Tuhan mereka selain dengan solat, membaca Al-Qur'an serta puasa yaitu dengan cara mengasihi dan mencintai antara sesama.⁸⁰ Inilah sebab utama mereka memilih untuk pindah keyakinan, mereka melihat bahwa agama Islam disebarkan dengan cinta.

Era serba digital seperti sekarang ini, terkadang umat Islam lupa akan esensi dari hijrah itu sendiri. Melakukan kegiatan hijrah tidak didasari lagi pada suatu bentuk ritualitas yang sakral. Padahal makna hijrah tidak hanya berhenti dalam ruang material saja, tetapi terdapat ruang lain dalam konteks hijrah yaitu cara berpikir dan bertindak. Hijrah tidak hanya sebatas berpindahnya satu kaum dari satu tempat ke tempat yang lainnya saja. Juga harus diikuti dengan pola fikir dan berperilaku yang lebih baik dari pada yang sebelumnya, inilah contoh yang dilakukan Nabi Muhammad ketika melakukan hijrah ke Madinah.



⁸⁰ Philip K. Hitti, *History Of Arab* (Jakarta: Serambi, 2006), 43.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Subyantoro, *FX Suwanti Metode dan Tehnik Penelitian Sosial* (Yogyakarta C.V Andi Offset, 2017).
- Atwar Bajari, *Metodelogi Penelitian Komunikasi* (Bandung: simbiosis rekayasa media, 2015)
- Cholid Narbuko, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2015).
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007, cet ke-3
- Effendy, Onong. Uchjana . *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008.
- Effendy, Onong. Uchjana . *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008. Cet. Ke 21
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika. 2010.
- Jamal Ma'mur Asmani, *Tips Membangun Komunitas di Sekolah*, Jogjakarta: Diva Press. 2014.
- Liliwari, Alo. *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015).
- Liliwari, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media. 2011.
- M. Dzaki, *Sosiologi Konsep, Teori dan Metode*, Jakarta, Mitra Wacana Media, 2015.
- Mahi M. Hikmat. *Metode Jurnalistik Literary Journalism* (Jakarta Timur :Prenada Media Grup, 2018).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.

Ni'matuzahroh, Susanti, *Observasi Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*, Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018

Ramayulis, P. D. *Psikologi Agama*. Jakarta: Kalam Mulia. 2013.

Roudhonah, Dr. Hj. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Pers. 2007.

Soemirat, Soleh, dkk, *Komunikasi Persuasif*, Jakarta: Universitas terbuka, 2007.

Jurnal/Skripsi

Nur Kholisoh, "Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 13, Nomor 3, (September -Desember 2015).

Nur Syam, "Radikalisme dan Masa Depan Hubungan Agama-Agama: Rekonstruksi Tafsir Sosial Agama", *Akademi*, Vol. 22 No. 11. (Januari-Juni 2017).

Rizki Mulyana . "*Fenomena Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah di Bandung*". (Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, Bandung, 2016).

Yeti Nurhayati. "*Pengaruh Pengajian Terhadap Sikap keberagamaan Komunitas Punk Muslim Diterminal Pulogadung Jakarta Timur*". (Skripsi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011)

Arif Suranto. "*Strategi Komunikasi Komunitas Punk Hijrah Dalam Berhijrah pada Anggotanya*". (Skripsi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2020)

Internet

<https://communication.binus.ac.id/2019/01/19/menelusuri-apa-itu-Punk/>