

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era digital, yang ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi seperti saat ini, dalam berdakwah harus menggunakan media yang relevan yang disenangi oleh khalayak (mad'u).<sup>1</sup> Media sosial merupakan media online yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berpartisipasi aktif dengan berbagi (sharing) konten dalam bentuk pesan lisan, video maupun artikel. Oleh karena itu, kemunculan media sosial sangat berkaitan dengan penyebaran informasi dan aktivitas harian orang di seluruh dunia, baik yang berisi informasi umum maupun keagamaan. Dengan kata lain, media sosial juga dapat digunakan untuk melakukan aktivitas dakwah islam.

Dengan adanya perkembangan media digital, telah muncul struktur komunikasi baru. Oleh karena itu, sangat penting bagi pegiat dakwah, akademisi komunikasi, dan praktisi dakwah untuk mendapatkan pemahaman tentang perubahan yang dihasilkan oleh perkembangan ini. Ada berbagai macam bentuk teknologi, salah satunya media YouTube. Semua khalayak dapat mengakses YouTube sebagai media yang informatif. Mereka dapat mengakses berbagai macam kumpulan video

---

<sup>1</sup> Fahrurrozi, dkk, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Prenadamedia, 2019), Hlm. 122.

seperti dakwah Islam. Pemanfaatan media YouTube sebagai dakwah agar memperluas pandangan dan pengetahuan tentang Islam. Dalam hal ini, banyak dai pada era modern menggunakan YouTube sebagai salah satu media dakwah.

Media YouTube menjadi sarana praktis dan ampuh untuk berbagi motivasi dan inspirasi bagi masyarakat luas. Keunggulan media YouTube pastinya akan dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila dimanfaatkan sebagai suatu metode untuk menyebarkanluaskan pesan dakwah sebagai bagian dari mempertahankan dakwah Rasulullah SAW di dunia saat ini. Berdakwah melalui YouTube tentu hal ini merupakan sebuah terobosan baru dalam mengajak serta mengingatkan agar mendekati yang ma'ruf dan menjauhi perbuatan yang munkar melalui pesan yang mudah dipahami dan dikemas dengan konten yang menarik. Akan tetapi, berdakwah melalui media sosial, kita harus berniat agar perbuatan baik kita dinilai hanya oleh Allah SWT.

Pemanfaatan YouTube sebagai saluran dalam berdakwah dan juga menyampaikan materi agama telah dilakukan oleh beberapa ustadz dan ulama, salah satunya ialah akun youtube Aa Gym Official. Aa Gym memang sudah banyak dikenal masyarakat cukup lama di media sosial, pada kanal YouTube Aa Gym memiliki jumlah subscriber yang luar biasa yaitu sebanyak 935rb subscriber. Selain memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai media penyiaran yang cepat dan efektif, akun

youtube Aagym juga menawarkan konten dakwah yang update, menarik, dan pastinya memotivasi semua kalangan.

Dakwah mempunyai visi untuk memotivasi orang lain agar melakukan hal yang positif dan mengikuti jalan petunjuk, serta melakukan amar ma'ruf nahi munkar dengan tujuan mendapatkan kesuksesan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>2</sup> M. Yunan Yusuf sebagaimana dikutip Munir, mengungkapkan bahwa dakwah harus dikemas dengan metode dan cara yang tepat. Dakwah harus menarik, aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual yang dimaksud untuk memecahkan masalah masyarakat yang sedang hangat ditengah masyarakat.<sup>3</sup>

Dalam berdakwah seorang dai harus memiliki kemampuan untuk mengubah cara pandang serta perilaku masyarakat agar lebih baik dari sebelumnya. Karena itu, dakwah harus dilakukan secara teratur, intens, berkesinambungan, dan terstruktur agar dapat membawa hasil yang baik. Idealnya, dakwah mampu membimbing dan memberi bimbingan yang jelas kepada para mad'u, baik secara individu maupun kelompok, dengan berorientasi kepada "jalan yang benar".<sup>4</sup> Dalam berdakwah, seorang dai harus mempunyai tujuan yang jelas, agar kegiatan dakwah bisa lebih terarah.

---

<sup>2</sup> Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, (Bandung: Alfabeta, 2016), Hlm 18.

<sup>3</sup> M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), Hlm. 13.

<sup>4</sup> M. H. Israr, *Retorika dan Dakwah Islam Era Modern* (Jakarta: Firdaus, 1993), Hlm. 65.

Sebenarnya, tujuan dakwah itu dapat diartikan sama dengan tujuan diturunkannya agama Islam bagi manusia, yaitu agar membuat manusia memiliki aqidah, ibadah, serta akhlak yang berkualitas. Selain itu, aktivitas dakwah juga bertujuan untuk mengubah cara berpikir, bersikap, dan berperilaku dalam rangka terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan.<sup>5</sup>

Penyampaian dakwah sendiri perlu disampaikan secara persuasif, agar masyarakat merasa sebagai mad'u yang didakwahi dan mereka dapat mematuhi serta menerima seruan dai sehingga mereka merasa sedang melakukan keinginannya sendiri bukan atas keterpaksaan atau kehendak orang lain. Teknik komunikasi persuasif sendiri dapat diartikan salah satu teknik komunikasi yang dilaksanakan komunikator sehingga komunikan dapat menerima suatu keyakinan maupun pengertian, melaksanakan suatu tindakan atau perbuatan.

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, komunikasi dikatakan efektif bila dapat melakukan minimal lima hal dan salah satu diantara itu mempengaruhi atau membujuk pada perilaku seseorang (bersifat persuasif). Komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan dalam menyampaikan informasi kepada seseorang dengan cara membujuk, tujuannya untuk mempengaruhi perilaku emosional persuasif. Sama halnya tujuan komunikasi persuasif dalam dakwah, yaitu dai mampu untuk mempengaruhi perilaku, pendapat dan sikap dari mad'u. Dalam

---

<sup>5</sup> Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Primaduta, 1983), Hlm. 2.

menggapai tujuan tersebut maka teknik komunikasi harus didukung dengan teknik komunikasi persuasif yang benar.

Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji teknik komunikasi persuasif yang disampaikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar dalam menyampaikan dakwah di media YouTube. Penelitian ini menggunakan lima teori teknik komunikasi persuasif yang dijabarkan Onong Uchjana Effendy yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik fear arousing, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik red-herring. Sebagai contoh pada dua video K.H. Abdullah Gymnastiar “Kiat Agar Hati Tidak Galau Terhadap Masa Depan” yang di unggah pada tanggal 24 Maret 2022 dalam menit 4.09 pada video tersebut beliau mengatakan : *“Allah lah yang paling tahu apa yang terbaik untuk kita jadi jangan risau dengan masa yang akan datang tetapi risaulah apabila kita tidak disukai Allah karena Allah tahu apa yang akan terjadi sudah tertulis di Lauhul Mahfudz”*. Dalam kalimat tersebut terdapat salah satu teknik persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yaitu teknik integrasi, karena K.H. Abdullah Gymanstiar berupaya menyatukan diri kepada mad’u dengan menggunakan kata “kita”. Beliau juga mengingatkan kita dari kalimat tersebut bahwa seharusnya kita risau apabila kita tidak disukai Allah bukan risau terhadap masa depan yang kita belum tahu itu pasti akan terjadi. Pada video selanjutnya berjudul “Tidak Akan Bahagia Bila Dunia Tujuannya” yang di unggah pada tanggal 11 Februari 2023 dalam menit 20.39 pada video tersebut beliau mengatakan : *“Dunia bakal datang ke*

*kita kalau tadi harus pontang panting dengan keribetan dengan kecemasan tetap segitu gitunya ini dibalik urusannya jadi enak dihati sakinah datang itu dunia ke kita tanpa membuat kita beresiko, ini beneran hadirin ini janji Allah bagi ahlul yaqin ini betul-betul pegangan. Jadi jangan disamakan dunia dengan akhirat, tidak sama sama sekali”.*

Ungkapan K.H. Abdullah Gymnastiar dari kalimat diatas sangat terlihat jelas beliau mengatakan jangan disamakan dunia dan akhirat dan beliau memberikan kalimat ganjaran (reward) apabila kita mengejar akhirat maka dunia juga akan datang ke kita, semua urusan jadi mudah sehingga hati menjadi tenang. Dari dua video yang akan diteliti ada beberapa teknik persuasif dan pastinya mempunyai isi dakwah yang menarik yaitu mengenai cara kita agar bersabar menghadapi ujian dan berhusnuzan kepada Allah atas ketetapan yang ia berikan. Yang membuat menarik, beliau menyampaikan dakwah dengan suara lembut kalimat yang mudah dipahami sehingga terdapat beberapa teknik komunikasi persuasif didalamnya. Metode ceramah beliau pun dapat dibilang tidak menggurui, tetapi seperti sedang bercerita kepada temannya. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengkaji lebih dalam mengenai bentuk-bentuk teknik persuasif yang digunakan K.H. Abdullah Gymnastiar dalam dakwahnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari berbagai penjelasan yang dibahas dalam latar belakang, maka fokus masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah “Bagaimana Teknik Pesan Dakwah Persuasif K.H. Abdullah Gymnastiar Pada Channel Youtube Aagym Official ?”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini menurut rumusan masalah di atas, yaitu "Untuk mengetahui secara spesifik terkait teknik pesan dakwah persuasif yang disampaikan oleh K.H. Abdullah Gymnastiar pada channel youtube Aa Gym Official."

## **D. Signifikansi Penelitian**

Signifikansi Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis atau praktis. Penulis berharap hasil penelitian dapat menjadi bahan referensi bagi para pembaca mengenai dakwah persuasif pada Youtube Channel Aagym Official.

### **1. Teoritis**

Diharapkan penelitian ini akan menunjukkan bahwa dakwah persuasif adalah salah satu penelitian tentang pendekatan dakwah dan merupakan salah satu referensi teori keilmuan serta dapat menjadi acuan dan referensi dakwah bagi para dai dan daiyah. Hal ini akan memberikan kontribusi yang positif kepada khazanah keilmuan mengenai dakwah persuasif dan dapat dimanfaatkan oleh para peneliti

lain sebagai sumber informasi yang akan diteliti pada penelitian yang sejenis.

## **2. Praktis**

Bisa memberikan pemahaman baru tentang evolusi ilmu dakwah, membantu menerapkan esensi kandungan dakwah yang disampaikan melalui penyampaian dakwah, dapat menjadi bahan ajar, dan juga dapat menjadi inspirasi bagi dai sebagai materi dakwah.

## **E. Definisi Operasional**

Definisi Operasional bertujuan untuk menjaga fokus penelitian yang terdapat pada kajian judul sehingga lebih terperinci dan terarah, dan untuk menghindari penjabaran konsep yang lepas dari konteks bahasan. Definisi operasional akan menjelaskan hanya beberapa elemen dari struktur kajian judul. Konsep-konsep ini dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Pesan Dakwah**

Suatu pesan dapat didefinisikan sebagai ide, gagasan, informasi, dan pendapat yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mempengaruhi kearah sikap yang diinginkan komunikator.<sup>6</sup> Sedangkan dakwah ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu “da’a - yad’u - dakwatan”, artinya mengajak, menyeru, memanggil. Warson Munawwir, mengungkapkan bahwa dakwah artinya memanggil (to call), mengundang (to invite), mengajak (to summon),

---

<sup>6</sup> Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teroti dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta 1997), Hlm. 7.



menyeru (to propose), mendorong (to urge) dan memohon (to pray).<sup>7</sup> Oleh karena itu, pesan dakwah terdiri dari berbagai jenis informasi yang berasal dari al-qur'an dan hadits. Istilah "pesan dakwah" digunakan untuk menjelaskan isi pesan dakwah, seperti kata, gambar, lukisan, dll.

## 2. Persuasif

Dalam bahasa Latin, persuasi berarti persuasion, dan kata kerjanya adalah persuader, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.<sup>8</sup> Persuasif dapat dikatakan juga sebagai upaya untuk merubah sikap seseorang dengan menyampaikan pikiran, ide, pendapat, dan bahkan fakta baru melalui komunikasi.<sup>9</sup>

Jadi dapat diartikan bahwa dakwah persuasif adalah proses mempengaruhi mad'u dengan pendekatan psikologis, sehingga mereka merasa bahwa mereka melakukan sesuatu atas kehendak mereka sendiri.<sup>10</sup> Aktivitas dakwah persuasif juga dapat dikatakan sebagai penyebaran ajaran Islam dengan menggunakan data dan fakta psikologis dari mad'u sehingga mereka menyadari kebenaran dan kesadaran yang memengaruhi sikap dan tindakan mereka terhadap

---

<sup>7</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm. 1.

<sup>8</sup> Onong U. Effendy, *Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm. 21.

<sup>9</sup> Saifudin Azwar, *Sikap Manusia dan Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 1997), Hlm. 61.

<sup>10</sup> Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Fidaus, 1999), Hlm. 161.

ajaran Islam.<sup>11</sup> Dakwah persuasif yaitu dakwah yang menekankan pada kekuatan moral atau akhlak mulia dan menekankan pada keteladanan dan keluhuran budi pekerti.

Effendy berpendapat bahwa AIDDA dapat digunakan sebagai landasan untuk pelaksanaan dakwah persuasif. AIDDA tersebut merupakan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif, yaitu A = Attention (Perhatian), I = Interest (Minat), D = Desire (Hasrat), D = Decision (Keputusan), A = Action (Kegiatan).

Dalam mewujudkan dakwah yang persuasif, diperlukan seorang dai untuk memiliki beragam keunggulan dan keterampilan terutama dalam hal cara dan bahasa dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Karena persuasif atau tidaknya sebuah dakwah sangat bergantung pada kemampuan dai dalam menguasai bahasa, baik lisan, tulisan maupun bahasa tubuh.

### **3. YouTube Sebagai Media Dakwah**

Menurut Lasswell media mempunyai tiga fungsi, yakni: the surveillance of the environment (memberikan informasi tentang lingkungan); correlation of the components of society in making a response to the environment (memberikan pilihan untuk memecahkan masalah atau hubungan); dan transmission of the social inheritance

---

<sup>11</sup> Slamet, "Efektifitas Komunikasi dalam Dakwah Persuasif", dalam Jurnal Dakwah, 10 (2), 2009, Hlm. 181.

(sosialisasi serta pendidikan yang dikenal dengan transmisi).<sup>12</sup>

Sedangkan menurut Wright, menambah fungsi media menjadi empat yakni surveillance; correlation; cultural transmission dan entertainment.<sup>13</sup>

YouTube merupakan platform yang berbentuk sebuah video rekaman yang dapat menampilkan suara dan gambar visual bergerak yang mengandung pesan informasi yang dimaksudkan untuk mendidik. YouTube juga termasuk media sosial yang populer untuk berbagi video yang sekarang ini banyak diminati oleh semua kalangan. Konten di dalam YouTube biasanya seperti film, tv, vlog, video klip, bahkan ceramah. YouTube tersedia di hampir setiap negara di dunia dan disetiap komputer yang memiliki akses internet, serta dikunjungi setiap hari oleh jutaan orang. YouTube pada saat ini menjadi salah satu media penyampaian dakwah. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh para ustadz semakin banyak digemari oleh kalangan masyarakat khususnya yang sering mengakses internet. Dakwah melalui YouTube yang dimaksud oleh peneliti adalah dua video dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar yang terdapat dalam Channel Youtube Aa Gym yang

---

<sup>12</sup> Harold D. Lasswell, *"The Structure and Function of Communication in Society"*, 2017, <https://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf>. Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 407. diakses 1 Juni 2024.

<sup>13</sup> Charles R. Wright. *"Functional Analysis and Mass Communication Revisited"* In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications*, 205. Beverly Hills: SAGE Publications, Inc, 1974), [https://repository.upenn.edu/asc\\_papers/86](https://repository.upenn.edu/asc_papers/86) diakses 1 Juni 2024

berjudul “Kiat agar hati tidak galau terhadap masa depan” dan “Tidak akan bahagia bila dunia tujuannya”.

## F. Penelitian Terdahulu

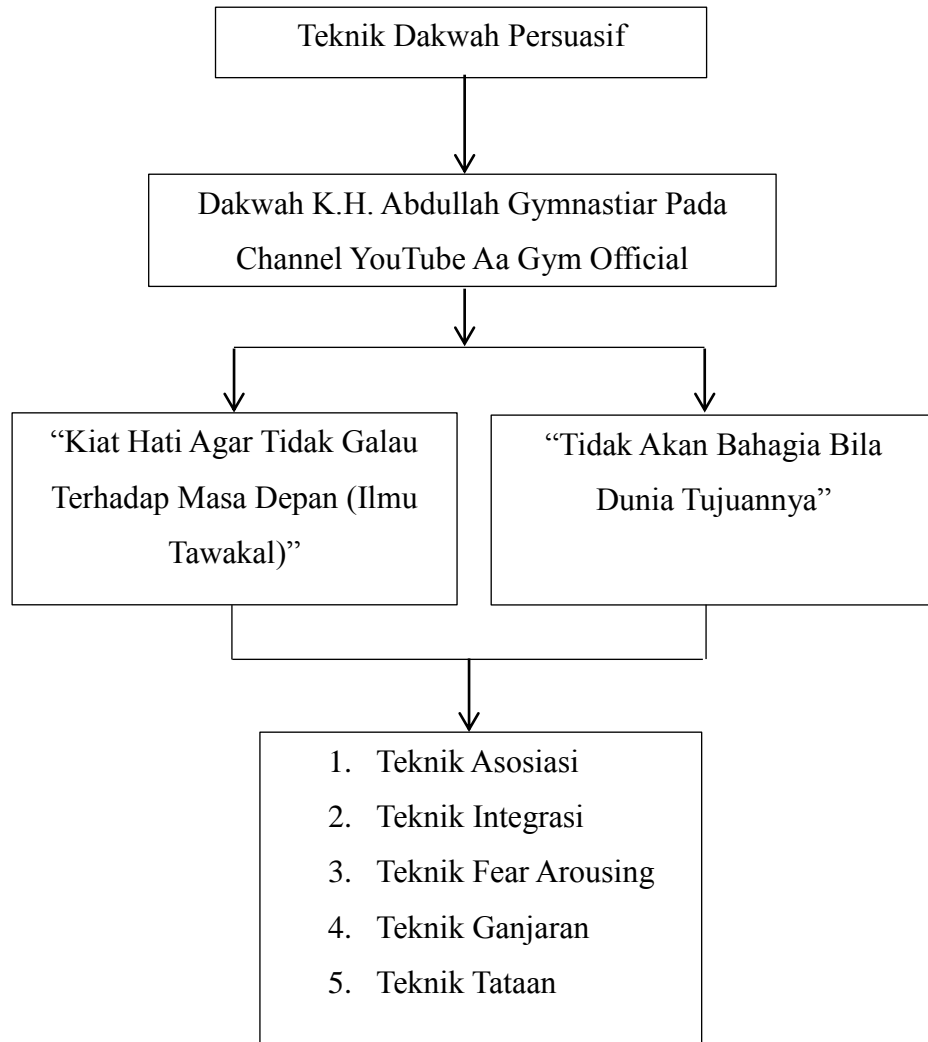
**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Penelitian  | Perbedaan  | Persamaan  | Hasil Penelitian  |
|----|---|--|--|---|
| 1. | Gaya Retorika Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar Di Channel YouTube Aagym Official. Oleh Puspa Hafsari, Mahasiswi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.  | Gaya retorika sebagai objek peneliian            | K.H. Abdullah Gymnastiar sebagai objek penelitian<br><br>Pendekatan kualitatif | Berupa data deskripsi yang berupa pernyataan analisis yang diamati    |
| 2. | Pesan Dakwah Persuasif K.H. Abdullah Gymnastiar Pada Kanal Youtube Kajian Al-Hikam Tentang Cara Terbaik Menyikapi Persoalan Hidup. Oleh : Toyiz Zaman, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan | Judul episode Menggunakan kajian analisis wacana | Meneliti kajian dakwah pada YouTube channel Aa Gym official                    | Menggiring hati mad'u untuk menerima persoalan-persoalan takdir hidup |

| No | Judul Penelitian   | Perbedaan  | Persamaan  | Hasil Penelitian  |
|----|--|--|--|---|
|    | Ampel Surabaya.  |  |  |   |
| 3. | Dakwah Persuasif Pada Film Animasi Adit Dan Sopo Jarwo Episode 46-48 Di Channel Youtube MD Animation Tentang Makna Kehidupan (Analisis Isi).<br>Oleh : Zuljihad Rahmatullah,<br>Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram | Subjek penelitian menggunakan film animasi Adit dan Sopo Jarwo | Meneliti tentang konsep dakwah persuasif                             | Konsep dakwah persuasif pada film animasi Adit & Sopo Jarwo ini adalah penyampaian pesan dakwah tentunya tidak semata-mata dengan cara tradisional saja seperti khutbah, majelis ta'lim dan penyampaian nasihat secara lisan. |
| 4. | Dakwah Persuasif Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Lensa Hijrah.<br>Oleh : Siti Fatimah,<br>Mahasiswi Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin  | Ustadz Handy Bonny sebagai subjek penelitian.                  | Menggunakan metode komunikasi persuasif<br><br>Meneliti pesan dakwah | Dakwah persuasif Ustadz Handy Bonny menggunakan empat metode komunikasi persuasif yaitu asosiasi, integrasi, pay-off dan fear arousing, dan icing   |
| 5. | Teknik Komunikasi Persuasif dalam  | Subjek penelitian menggunakan                                  | Menggunakan teori komunikasi   | Hasil penelitian menunjukkan teknik   |

| No | Judul Penelitian  | Perbedaan      | Persamaan  | Hasil Penelitian  |
|----|---|----------------|------------|---|
|    | Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban melalui Media Tik Tok.<br>Oleh : Anggun Luthfia Tsani, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. | n media tiktok | persuasive | komunikasi persuasif dalam mengelola pesan dakwah di tiktok. Terdapat video yang lebih dari satu teknik komunikasi persuasive yang diterapkan |

## G. Kerangka Teori



## H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah kajian untuk mempelajari aturan yang terdapat pada penelitian. Jadi, dapat dipahami bahwa metode penelitian yaitu teknis yang dilakukan dalam proses penelitian.

Berdasarkan pemaparan diatas, pada bab ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif, bukan numerik. Jadi, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan ilmiah yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan melalui kata-kata dengan menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan dari situasi tertentu. Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Terkait dengan jenis penelitian, peneliti memilih *library research* atau disebut juga penelitian kepustakaan. Data dan informasi akan dikumpulkan secara merinci dari berbagai sumber, termasuk literatur, buku, majalah, catatan, dan hasil penelitian sebelumnya. Setelah menganalisis, maka



langkah selanjutnya menganalisis nilai-nilai keislaman dengan teknik persuasif yang dijadikan sebagai pokok bahasan.<sup>14</sup>

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sumber utama data penelitian yang meliputi data terkait variabel-variabel yang diteliti. Yang termasuk subjek pada penelitian seperti orang, tempat, organisasi, media, atau sejenisnya. Subjek pada penelitian ini adalah Konten dakwah pada YouTube K.H. Abdullah Gymnastiar

### **b. Objek Penelitian**

Masalah yang diteliti atau masalah yang akan dijadikan objek penelitian yang harus dijelaskan pada penelitian merupakan objek penelitian. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan rumusan masalah yaitu teknik dakwah persuasif K.H. Abdullah Gymnastiar Pada Channel YouTube “Aagym Official”.

## **3. Sumber Data**

Menurut Moleong, sumber data penelitian kualitatif terdiri dari kata-kata dan tindakan, sedangkan dokumen dan bahan lainnya hanya merupakan data tambahan. Menurut Loftland, data penelitian kualitatif terdiri dari kata-kata dan tindakan, dan selebihnya adalah data pendukung, seperti dokumen. Jadi, selama proses penelitian, peneliti

---

<sup>14</sup> Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication Second Edition*, (London: Sage Publications Ltd., 2009), 2.

dapat mendapatkan informasi yang mereka cari dengan bertanya, mencermati, dan menginterpretasikan berbagai objek kajian yang relevan. Data primer berasal dari objek penelitian, sedangkan data sekunder berasal dari informasi yang diakumulasikan dari sumber lain, seperti literatur atau dokumen terkait. Dua jenis data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

**a. Data Primer**

Data primer yang dimaksudkan untuk dikaji dalam penelitian ini, berasal dari video ceramah Aa Gym yang ditemukan di kanal YouTube. Video ini dianggap sebagai sumber data utama yang digunakan untuk memberikan informasi yang diinginkan melalui proses penelitian yang optimal.

**b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data tambahan atau pelengkap dari data utama. Data sekunder berfungsi sebagai pendukung dan informasi tambahan untuk data yang sudah ada. Contohnya sumber-sumber seperti artikel jurnal, media cetak, dan internet.

**4. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

**a. Observasi**

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dikerjakan dengan cara memerhatikan dan mencatat dengan teratur

fenomena yang sedang diteliti. Teknik yang digunakan ialah observasi secara langsung (direct observation).<sup>15</sup> Pada penelitian ini peneliti akan menonton, mengamati dan mencatat video dari video YouTube yang akan diteliti.

#### **b. Dokumentasi**

Metode yang digunakan untuk mendapatkan dokumentasi adalah dengan mencari informasi mengenai hal-hal atau variabel yang terdapat dalam catatan, transkrip, buku, koran, majalah, prasasti, notulensi rapat, jadwal, dan sejenisnya.<sup>16</sup> Analisis dokumen merupakan salah satu tahapan penting dalam sebuah penelitian. Untuk mendapatkan data utama dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dokumen, mencatat, menafsirkan, dan menghubungkannya dengan fenomena lain. Teknik dokumentasi adalah tahapan dari pengumpulan dokumen.

#### **c. Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan ialah membaca yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam studi literatur, yang biasanya memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data

---

<sup>15</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Hlm. 58.

<sup>16</sup> Dewi Saidah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), Hlm.

penelitian. Riset kepustakaan membatasi kegiatan hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja.<sup>17</sup>

Dalam studi literatur, membaca digunakan untuk mengumpulkan data, studi kepustakaan biasanya memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian. Oleh karena itu, penulis harus membaca berbagai referensi yang berkaitan dengan topik video dakwah yang diunggah oleh K.H. Abdullah Gymanastiar pada kanal YouTube Aagym Official.

## **5. Teknis Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan sebuah tahapan secara sistematis dengan mencari data lalu menyusunnya yang didapat dari hasil teknik dokumentasi, selanjutnya data diorganisasikan ke dalam kategori, melakukan pemilihan yang penting dan yang dipelajari, lalu menarik kesimpulan sehingga peneliti maupun pembaca mudah memahami.

Dalam Eriyanto pada analisis isi secara universal terdiri atas tiga bagian yakni unit sampel, unit pencatatan (recording units), konteks (context units). Berdasarkan hal tersebut, langkah- langkah analisis isi pada penelitian ini yaitu :

- a. Menetapkan unit yang akan dianalisis. Bagian dari isi ini berisi teks, kalimat, paragraf, foto, dan audiovisual.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), Hlm. 17.

- b. Melakukan penelitian dengan cara menonton video ceramah K.H. Abdullah Gymnastiar pada kanal YouTube nya, menentukan unit sampel
- c. Selanjutnya, memilih dan mengkategorikan berdasarkan kategori teknik komunikasi persuasif yang telah ditentukan ke dalam unit pencatatan (recording units).
- d. Penerapan teknik komunikasi persuasif yang telah didapat berdasarkan unit konteks (context units) dengan mengamati isi video sehingga peneliti dapat menginterpretasikan berdasarkan teori yang sesuai agar dapat dijadikan argumentasi.
- e. Membuat kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan.

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan memungkinkan penulisan yang lebih sistematis dan jelas. Struktur penulisan untuk bab tersebut pada penelitian ini mencakup :

**BAB I PENDAHULUAN**, pada bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II DESKRIPSI UMUM TOKOH/KITAB/KONSEP** pada bab ini berisi deskripsi mengenai KH. Abdullah Gymnastiar.

---

<sup>18</sup> Matthew B. Miles and A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis* (Los Angeles: SAGE Publications, 2014), hal. 12-13.

**BAB III KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN**, pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai dakwah persuasif sebagai pokok pembahasan pada penelitian.

**BAB IV ANALISIS-KRITIS ATAU PEMBAHASAN**, penyajian data dari hasil penelitian yang berisi laporan dan analisis hasil dari penelitian yang menguraikan tentang deskripsi data dan analisis data.

**BAB V PENUTUP**, bab ini merupakan akhir penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang konstruktif sebagai akhir dari pembuatan penelitian.