BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tentang Ustadz *Gapleh*

Ustadz Evie Effendi, beliau ustadz *zaman now* yang identik dengan cara dakwah asyik, unik, dan sering dibumbui pantun yang mengikat hati. Beliau dikenal *nyentrik* karena sering tampil dengan busana gaul dalam ceramahnya dan selalu menyelipkan puisi, bahasa *Sunda* gaul, hingga lagu populer sembari menyelipkan pesan syariat Islam kepada para jamaah.

Pria kelahiran Bandung 19 Januari 1976 terlahir dari pasangan Teti Rusmiati dan Iyus Rusdi. Beliau ini rutin mengisi acara di Mutiara Pagi Hits Radio 103.9 FM Bandung, menjadi pembicara di Damai Indonesiaku TV One, menjadi *host* acara Risalah Hati Net TV biro Jabar, serta pernah mengisi acara Islam Itu Indah Trans TV. Perawakannya pendek, kurus, berkacamata, dan berkupluk. Dan, dengan gaya unik inilah beliau mudah diterima oleh kalangan remaja dan pemuda.

Bapak empat anak ini bawaannya memang kocak dan energik. Selain itu, performa kekinian melekat pada diri beliau setiap mengisi siraman rohani. Ia tampil beda dibandingkan da'i pada umumnya. Kerap menyambangi masjid-masjid di dalam dan luar Kota Bandung untuk

urusan kajian Islam, namun beliau kian meroket. Aktivitas mubaligh yang saat ini ramai dibahas di media sosial. Wajah dan suaranya makin tersohor lantaran sering muncul dalam progran acara di layar kaca televisi serta radio.

Seketika julukan dari masyarakat melekat kepadanya Beliau dijuluki sebagai ustadz gaul. Selagi menyampaikan ceramah di hadapan banyak orang, ia mengaku nyaman berbusana sehari-hari ala kawula muda berbalut kemeja *flannel*, *sweater hoodie* dan kaos. *Gapleh* yang merupakan akronim kata "*gaul tapi soleh*" menjadi motto ustadz Evie Effendi dalam mengajak kawula muda muslim menjadi para pecinta ilmu pengetahuan dan syariat agama Islam.[1]

Ustadz gapleh juga meliliki masa lalu yang kelam, ia pernah dipenjara pada tahun 2000 saat berusia 24 tahun, ia banyak merenungi tentang hidupnya ketika berada di dalam sel jeruji besi, ia menapaki lika-liku lembaran cerita baru. Selama di dalam rutan Kebonwaru hidupnya lebih agamis selalu mengerjakan salat dan zikir.[2]

Ketika ia menghirup udara bebas, ia memulai membuka lembaran baru, ia buang jauh-jauh riwayat kelamnya, ia percaya tak ada kata terlambat menuju arus kebaikan. Sampai ia selalu mendatangi kajian dan

[1]Abid Fadil Abyan, *Berguru Kepada Ustaz Zaman Now* (Yogyakarta: Laksana, 2018), h. 31-32.

[2]https://m.detik.com/news/berita-jawa-barat-/d-3605295/jalan-kelam-ustaz-gapleh-evie-kisah-penjara-ibu-dan-hijrah/. Diakses pada 12 Mei 2020.

pengajian di masjid-masjid, ia belajar lebih dekat memahami ilmu pengetahuan dan syariat ajaran Islam. Pendidikannya hanya sampai SMP.

a. Strategi dan Pendekatan Dakwah Ustadz Gapleh

Metode dakwah Ustadz *Gapleh* bergaya millenial dengan pilihan kata-kata populer. Menyampaikan dakwah aneka tema mengenai risalah Islam secara santai dan menghibur tapi sarat makna. Cara dakwah beliau ini mendapatkan *respons* positif dari kalangan muda-mudi di Kota Bandung.

Bersama rekan-rekan, beliau menggagas gerakan hijrah untuk menggiring anak muda muslim secara bertahap memahami lebih dalam ajaran Islam. Pemuda hijrah menjadi fenomena yang beliau harapkan akan terus berkembang. Salah satu kajian yang rutin dilaksanakan komunitas Pemuda Hijrah ini berlangsung tiap Rabu malam di Masjid Agung Trans Studio Bandung, Jalan Gatot Subroto. Acara ini selalu dihadiri anak-anak muda yang telah mengarungi langkah baru untuk hijrah.

Teknik penyampaian materi yang terbilang unik mampu menembus semua lapisan masyarakat di Indonesia, dari mulai ibu-ibu majelis ta'lim sampai generasi *millenial*. Beliau berfokus pada satu tujuan dalam dakwahnya yaitu, berdakwah dan mengajak generasi muda untuk berhijrah kepada hal yang lebih baik.

Tidak terlalu sulit bagi beliau untuk mempelajari bahasa *millenial*, karena latar belakang beliau yang aktif dalam *club* motor

bahkan hingga saat ini masih sering nongkrong dengan misi yang berbeda tentunya. Jika dulu datang untuk bersenang-senang, sekarang untuk saling mengingatkan.

Beliau pun berhasil menciptakan citra Islam yang baik, asyik, *cool*, dan bebas berekspresi. Islam bukan agama kekerasan dan bukan agama yang menyulitkan. Alhasil, beliau menjadi idola baru ustadz *zaman now* yang patut diapresiasi. Tema hingga materi yang disampaikan selalu menarik untuk disimak. Ada beberapa *tigline* yang akhirnya menjadi bahasa gaul untuk saling menasehati dengan sesama muslim.

Apa lagi gaya bahasa beliau yang ceplas-ceplos, apa adanya, dan mudah dicerna audiensi, menjadikan ustadz muda ini semakin viral di media sosial, dan setiap kali ceramah, selalu dibanjiri jamaah hingga ribuan orang. Bahkan, saat pertama kali berdakwah di Masjid Agung Garut, ribuan pendengar menyesaki ruangan masjid dan melebur ke halaman masjid terbesar di Kabupaten Garut itu.

Acara yang beliau pandu di satu radio swasta di Bandung, yang diberi judul Mutiara Hati banyak diminati pendengar muda. Salah satu tema kajian untuk anak muda yang beliau bawakan berjudul Y.O.L.O., singkatan dari *You Only Live Once* yang artinya hidup Cuma sekali. Ustadz *Gapleh* kerap menyetir guyon yang sedang tren di kalangan anak muda.

b. Pemikiran Ustadz Gapleh

Sebelum beliau terkenal seperti sekarang ini, ustadz *Gapleh* sudah berdakwah di berbagai tempat, termasuk mengajak anak-anak jalanan, dakwah ditempat prostitusi, seperti kawasan Saritem Bandung. Bahkan, ketika tinggal di Lapas Kebonwaru, beliau rajin berdakwah. Sehingga banyak anak jalanan, mantan narapidana yang hijrah dari kehidupan kelamnya.[3]

Ajakan dari ustaz *Gapleh* "saya malu kalau hidup ini tidak berkarya, berdakwah itu bukan hanya tugas ustadz, tapi tugas semua umat. Ajaklah mereka, jangan diejek, rangkul mereka, jangan dipukul. Salah satu pesan ustadz *Gapleh* yang paling diingat dan menjadi inspirasi kawula muda untuk hijrah menjadi lebih baik, ialah sebagai berikut:

Dear mantan, maafkan aku yang dulu..

Kalau dulu aku bejat, sekarang aku tobat

Kalau dulu aku judi, sekarang aku ngaji

Kalau dulu aku edan, sekarang aku adzan.

c. Karya- karya Ustadz *Gapleh*

Selain berdakwah melalui media sosial, dan *tabligh*, beliau juga berdakwah melalui buku atau dalam istilah dakwah dikenal dengan dakwah *bil- Qalam,* di mana beliau menuangkan ilmu-

[3] Abid Fadil Abyan, , *Berguru*, h. 33-36.

ilmunya ke dalam sebuah karya tulis berupa buku. Adapun beberapa buku yang telah ditulis oleh ustadz *Gapleh* diantaranya, sebagai berikut:

1) Buku Deet Tapi Ngepret



Gambar 4.1 Sumber internet[4]

Buku ini merupakan sebuah untaian kata-kata yang menceritakan perjalanan hidup, pengalaman, cita, rasa, dan cinta dari ustadz *Gapleh* yang dikemas sebagai untaian hikmah yang padat, sederhana tapi mengena untuk pembacanya. Terdapat 165 tutur hikmah yang ada pada buku tersebut dengan gaya bahasa sehari-hari, dan pengalaman yang pernah terjadi.

2) *Gapleh* "Gaul Tapi Soleh"



Gambar 4. 2 sumber internet[5]

[4]Diakses 25 November 2020

[5] Diakses 25 November 2020

Didalam buku ini ia menuliskan bahwa, anak muda identik dengan keonarannya karena miras dan ekstasi. Namun ia memberikan sebuah gambaran baik agar anak muda menjadi lebih baik.

Beberapa buku yang telah dituliskan oleh ustadz *Gapleh* tersebut di atas merupakan sebuah pemikiran untuk membawa suatu perubahan dalam kebaikan, dengan untaian kata yang ringan tetap berpedoman kepada Al-

Qur'an dan Hadits. Sehingga memudahkan untuk pembaca lebih memaknai dan menerimanya.

3) Youtube Channel Evie Effendi

Ustadz *Gapleh* membuat channel youtubenya pada tanggal 17 maret 2020, telah ditonton sebanyak dua ratus sepuluh ribu enam ratus delapan puluh lima kali.[6] Selama ini ia memiliki sebuah *tigline* yang akhirnya menjadi bahasa gaul untuk saling menasehati dengan sesama muslim. Ketika dalam sebuah masalah yang saat ini menimpa dunia, atau dapat kita sebut sebagai penyebaran virus *covid-19,* ustadz *Gapleh* mampu mengemas dakwahnya dengan sangat kreatif. Ia, menggunakan

salah satu media sosialnya yaitu youtube untuk tetap berdakwah walupun tidak terlihat meriah.

[6]Sumber youtube channel Evie Effendi

Video dakwah ustadz *Gapleh* yang terposting pada youtube channelnya, berjumlah sebanyak 34 video terhitung dari pertama upload di bulan Maret hingga Juni 2020. Durasi setiap video dakwahnya dari 2-26 menit pervideo.

Adapun gambaran postingan video dakwahnya pada media youtube ialah sebagai berikut;



Gambar 4.3
Sumber channel youtube evie effendi[7]

Postingan pertama pada youtubenya dalam berdakwah pada saat pandemi. Memberikan sebuah stimulasi agar tetap menjaga kesehatan pada diri.



Gambar 4.4
Sumber channel youtube evie effendi[8]

[7] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 25 November 2020.

[8] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 25 November 2020.

Dalam video tersebut ustadz *Gapleh* memberikan sebuah ajakan untuk bekerja di rumah pakai hati, terinspirasi dari sikap nabi, seperti mencuci pakaian sendiri padahal itu tugas seorang perempuan.

2. Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz *Gapleh* Berbasis Youtube

Komunikasi dakwah persuasif sangat terasa, dakwah yang dilakukan oleh ustadz *Gapleh* melalui youtube ini, dilakukan pada saat pandemi wabah virus *Covid-19*, yang mengharuskan seluruh aktivitas pekerjaan hingga berdakwah melalui jalur *Daring* (dalam jaringan). Sehingga ustadz *Gapleh* memberikan *trobosan* baru dalam strategi dakwahnya, dilakukan di kediaman beliau, dengan mengundang beberapa teman-teman komunitasnya serta membagikan video dakwah pada channel youtubenya yang dibuat pada 17 Maret 2020. Adapun beberapa video yang diunggah oleh ustadz *Gapleh*; ada 10 video yang dapat diambil sebagai sampel penelitian, dapat dilihat pada uraian tabel berikut:

TABEL 4.1 Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz *Gapleh* Berbasis Youtube

No	Tanggal Postinga/ Durasi	Judul Video	Komunikasi Dakwah Persuasif	Keterangan
1	19 Maret 2020 (9: 54– 13: 25)	Mengambil Hikmah dari Wabah *Covid- 19*	"Salatlah di rumah, karena amalnya pun sama dengan yang berjamaah di saat kondisi saat ini. Jangan menjadi zalim dengan nanti dikhawatirkan kepada jamaah	Meyakinkan (*docere*)

			lainnya. Untuk yang sehat haruslah berdoa dan memohon ampunan agar Allah Swt. Bisa menghentikan wabah ini".	
2	4 April 2020 (1: 39– 3: 24)	Work From Home = Work From Heart	"Apa yang bisa dikerjakan dirumah kerjakan saja dengan ikhlas, karena *mastatho'tum*, lakukan semampu kita dan itu menjadi sebuah kebaikan. " pandemi ini, cara Allah Swt. Menggiring dan mengistirahatkan". Bekerja di rumah pakai hati, "orang prustasi tapi kudu jadi prestasi" dengan takdir yang bergulir dan bergilir digiring semua keimanan dari Allah Swt.	Meyakinkan (*docere*)
3	4 April 2020 (4: 1– 7: 31)	Lockdown Di rumah Ustaz Evie Effendi	"Kalau tidak tahu dengan suatu permasalahan seperti contoh corona jangan bicarakan corona, karena jadi rumit dan berdampak *hoax* jadi tidak tenang hati. Mending menginformasikan bagaimana cara wudhu yang benar , bagaimana sholat	Mengulang-ulang (*frapper Toujour*)

			tepat waktu, hati-hati dengan ini. Salah satu penyebab khawatir itu, ilmu yang kurang, kurang komunikasi, kurang ngobrol. Seburuk dan sebusuk apapun masalah orang, jangan lupa bahagia. Cinta dunia karena takut mati, tidak ada kewajiban di atas kedaruratan, tidak ada paksaan di atas ketidak mampuan. Bagaimana orang menyikapi rasa takut dikala covid-19, menggunakan handsinitizer".	
4	6 Mei 2020 (0: 54– 1: 35)	Bogah atau Jodoh	"Obrolan ringan, berbagi frekuensi positif, tong pasif, tetap aktif keadaan mulai masif, tetap produktif, proaktif, walaupun tetap ibadah tetap dirumah saratnya *tong rudet*, rezeki masih diberi walaupun bukan materi, tapi setiap hela nafas yang kita rasakan itu jatah untuk berbuat kebaikan. Nasib kita ada di diri kita sendiri, tidak akan berubah nasib seseorang kalau tidak merubah, kita	Menarik Perhatian (*conoiliare*)

			akan berubah dari mulai bagaimana berpikir positif, pikiran melahirkan sangkaan dan sangkaan itu akan apa yang kita sangkakan seperti itulah yang akan kita dapat”	
5	9 Mei 2020 (7: 23– 12: 47)	SALATRI (Salah Memberi Arti)	“Jangan salah memberi arti , dunia rancu tanpa sangu akhirnya dilema, kembali kepada keyakinan masing-masing dengan cara yang mikro untuk merubah keadaan yang makro dan *multi-complicated* atau yang menjadi problem dunia. Manusia terbaik berlindung kepada Allah dari ilmu yang tidak bermanfaat. Artikan lain dari informasi yang meracuni fikiran mengganggu perasaan otomatis *mendistorsi* perilaku dan kelakuan. Jadi, berlindung pada informasi yang salah yang menyebabkan hati yang tidak ada rasa takut, ada rasa takutpun tidak proposional. Corona akan	Menarik Perhatian (*conciliare*)

			berlalu, wabah ini akan segera sirna. Menyeleksi informasi, memverifikasi, tabayyun sampai hati menjadi tenang memilih dan memilah. Kita salah melangkah karena kita salah mengartikan".	
6	23 Mei 2020 (3: 25– 5:35)	Masalah Mencari Maslahah	"Menghindari kemudharatan, memelihara tujuan atau meraih manfaat dari masalah mencari maslahah, masalah "Merubah duit menjadi barang" untuk sebuah keadaan dengan niat nabungnya untuk apa yang penting manfaatnya. Waktu muda menabung waktu tua beruntung".	Meresapi (*permovere*)
7	13 Mei 2020 (9: 10– 10: 52)	Ada Uang Abang Sayang	"Jadikan sabar dan salat sebagai penolongmu lalu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Kenapa tisu laku? Karena cinta tidak pernah kemarau. Saking mencintai keluarganya hanya duit 50 ribu rupiah aja kembali 10 ribu rupiah seorang suami menafkahi	Mengulang-ulang (*frapper Toujour*)

			keluarganya. Orang tidak sedang menyalahkan siapapun, tapi mengarahkan kepada bagaimana menyeru kesadaran yang melahirkan kesabaran bahwa kita perlu solusi bukan hanya sensasi. Merubah selfie pencitraan sepertinya sudah tidak diperlukan walaupun orang tidak niat kesitu, tapi kita jenuh dengan apa yang kita lihat sementara faktanya yang didengar seperti itu".	
8	6 Juni 2020 (5:45– 6: 16)	Anak Senja Nusantara	"*Inna fi khalqissamawati wal ardi wakhtilafillaili wan nahari la'ayatill li'ulill albab*. Selalu nikmat walaupun jarang senja itu, karena setiap kita *Otw (on the way)* senja tetapi tidak semua orang tua, karena dewasa juga pilihan. Minimal kita di sini bisa berbekal, berkumpul, jangan nunggu bahagia untuk berkumpul. Berkumpul biar saat itu juga kita dibahagiakan."	Meresapi (*permovere*)

9	16 Juni 2020 (0: 31– dan di deskripsi komentar)	BARISTA (Barisan Tantara Allah)	"*Ridhollah fi ridhol walidain wa sukhtullah fi shukhtil walidain*. *Tong* ngerasa jago, *tong* ngarasa bener, *tong* ngerasa pinter, *tong* ngerasa berhasil. Bener. Profesi apapun, selama kita bisa menjalankan dengan baik dan dengan syariat Islam insyaallah berkah, ".	Menarik Perhatian (*conciliare*)
10	19 Juni 2020 (1: 15– 2: 45)	Pecinta Kopi Senja	"Sisa kuota usia mampukah kita menuju senja? Kiamat itu didekatkan seperti waktu senja. Seperti waktu asar ke magrib itu waktu paling sempit makannya jangan akhir-akhir waktu dalam mengerjakan salat , karena bisa jadi salat asar tadi waktu terakhir salat asar kita. "pintu masuk gerbang menuju senja", sekeren-kerenya amal adalah salat tepat waktu . walaupun dengan proses senja kita , semoga dapat berkumpul disurga-Nya".	Meyakinkan (*docere*)

Sesudah melalukukan observasi penelitian dapat diberikan sebuah poin, jawaban dari rumusan masalah. Pada setiap judul video dakwah yang terposting berupa sebuah informasi tentang bagaimana komunikasi dakwah persuasif berbasis youtube pada, youtube *cahannel* Evie Effendi, yang akan diberi penjelasan sesuai dengan teori komunikasi dakwah persuasif.

a. Postingan Meyakinkan

1) Mengambil Hikmah Dari Wabah Covid-19



Gambar 4.5
Postingan: 19 Maret 2020[9]

Pada gambar terlihat seorang da'i muda asal Indonesia yang sedang melakukan dakwah di rumahnya yang dihadiri dari beberapa kerabat terdekat ustadz *Gapleh* saja. Aktivitas dakwah pertama yang dilakukan ustadz *Gapleh* di masa *sosial distancing* (pembatasan sosial), yang mana seluruh aktivitas manusia harus berjarak dan tidak boleh mengumpulkan banyak manusia sehingga memicu kerumunan. Sehingga seorang da'i harus berinovasi dalam melaksanakan penyampaian pesannya melalui media sosial sebagai tempat dakwahnya di saat ini.

[9] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021

Komponen komunikasi dakwah dipostingan tersebut meliputi da'i (komunikator) yang tidak lain adalah ustadz *Gapleh,* seseorang yang mengunggah postingan di atas. Mad'u (komunikan) adalah para penonton postingan, dapat dilihat dari *like* dan komentar yang didapat. Postingan diatas memiliki 62 rb x ditonton, 980 *like,* 30 *don't like* dan 145 komentar dari penonton (komunikan). Pesan (materi) berupa video dan media untuk menyebarkan aktivitas dakwah tersebut adalah youtube.

Ungkapan meyakinkan pada postingan di atas akan menarik perhatian mad'u (komunikan) untuk mengikuti aktivitas positif. Kalimat yang menunjukkan mengajak untuk meyakini adalah:

> "salat lah di rumah, karena amalnya pun sama dengan berjamaah", seorang ustadz *Gapleh* memberikan ajaran agama Islam dengan melihat suatu kondisi latar belakang seorang mad'u yang seluruh umat di dunia saat ini terkena dampak virus *Covid-19*, sehingga pergerakan ibadah di masjid-masjid atau di luar rumah terhambat. Serta memberikan sebuah kalimat ajakan kepada seluruh mad'u untuk saling memberikan energi positif dan selalu berdoa memohon ampunan kepada Allah Swt. dengan cara yang bijaksana.

2) *Work From Home = Work Form Heart*



Gambar 4.6
Postingan 4 April 2020[10]

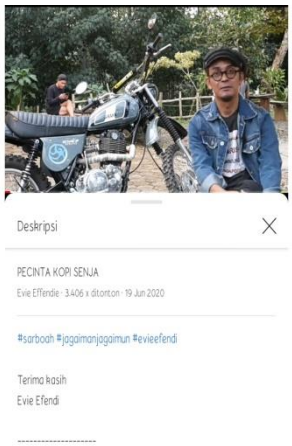
[10] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

Tidak berbeda dengan gambar , masih memberikan sebuah dakwah yang meyakinan bagi para mad'u (komunikan) untuk dilaksanakan.

Postingan dari judul *Work From Home = Work From Heart* Memiliki 2 ribu x ditonton, 94 *like*, dan 8 komentar dari penonton atau para *subscraber* youtube tersebut. Kalimat meyakinkan ditunjukan pada kalimat tentang:

> "pandemi ini, cara Allah Swt. menggiring dan mengistirahatkan. Bekerja dirumah pakai hati, orang prustasi tapi kudu jadi prestasi dengan takdir yang bergulir dan bergilir digiring semua keimanan dari Allah Swt".

3) Pecinta Kopi Senja



Gambar. 4.7
Postingan 19 Juni 2020[11]

Postingan di atas mengandung komponen komunikasi dakwah berupa da'i (komunikator) yaitu ustadz *Gapleh* saja

[11] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

mad'u (komunikan) dapat dilihat pada *like* (suka) dan komentar penonton, pesan berupa tulisan deskripsi pada beranda youtube.

Dalam postingan video dakwah ustadz *Gapleh* terdapat beberapa kalimat yang mampu menggugah emosi para mad'u (komunikan) dengan spontan. Postingan di atas mendapatakan 3,2 ribu x ditonton, 83 *like*, 76 *don't like,* dan 125 komentar. Menandakan banyaknya penonton yang menyukai dakwah di atas. Kalimat yang menunjukan cara meyakinkan mad'u adalah:

> "Sisa kuota usia mampukah kita menuju senja? Kiamat itu didekatkan seperti waktu senja. Seperti waktu asar ke magrib itu waktu paling sempit makannya jangan akhir-akhir waktu dalam mengerjakan salat , karena bisa jadi salat asar tadi waktu terakhir salat asar kita. "Pintu masuk gerbang menuju senja", sekeren-kerenya amal adalah salat tepat waktu . walaupun dengan proses senja kita , semoga dapat berkumpul di surga-Nya".

b. Postingan Meresapi

1) Masalah Mencari Maslahah



Gambar 4.8
Postingan 23 Mei 2020[12]

[12] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

Pada postingan di atas komponen komunikasi dakwah meliputi da'i (komunikator) yang tidak lain adalah ustadz *Gapleh*, mad'u (komunikan) pada postingan di atas dapat dilihat dari berapa kali ditonton, *like* (suka), dan komentar penonton. Postingan di atas mendapatkan 1,7 ribu x ditonton, 82 *like*, 3 *don't like,* dan 4 komentar.

Postingan di atas terdapat beberapa kalimat yang mengandung kalimat peresapan pada kehidup yang sering dirasakan oleh mad'u (komunikan). Dijelaskan secara ringan oleh ustadz *Gapleh* dalam dakwahnya sehingga emosi mad'u (komunikan) dapat terpengaruh. Ustadz *Gapleh* mencoba mengajak untuk setiap kali masalah dicari solusinya dengan baik. Bertujuan untuk menghindari suatu kegiatan yang mudharat dan memelihara tujuan meraih kebermanfaatan utuh:

> "Masalah "Merubah duit menjadi barang" untuk sebuah keadaan dengan niat nabungnya untuk apa yang penting manfaatnya. Waktu muda menabung waktu tua beruntung".

2) Anak Senja Nusantara



Gambar 4.9
Postingan 6 Juni 2020[13]

[13] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

Postingan di atas memiliki komponen komunikasi dakwah berupa da'i (komunikator) yang tidak lain adalah ustadz *Gapleh*, mad'u dapat dilihat dari berapa kali ditonton, *like* (suka), dan komentar pada postingan video dakwah di youtube.

Postingan di atas menerangkan tentang bagaimana kita harus mengingat usia senja tidak semua manusia merasakannya atau melewatinya. Postingan tersebut mendapatkan 1.2 ribu x ditonton, 55 *like*, 3 *don't like,* dan 5 komentar. Kalimat persuasif yang ada pada video tersebut terdapat pada kalimat:

"Selalu nikmat walaupun jarang senja itu, karena setiap kita *Otw (on the way)* senja tetapi tidak semua orang tua, karena dewasa juga pilihan. Minimal kita di sini bisa berbekal, berkumpul, jangan nunggu bahagia untuk berkumpul".

c. Postingan Menarik Perhatian

1) *Bogah* Atau Jodoh



Gambar 4. 10
Postingan 6 Mei 2020[14]

[14] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

Pada gambar di atas postingan video dakwah ustadz *Gapleh* memiliki tema dan judul yang menarik perhatian para mad'u (komunikan) sehingga mau menonton dan mendengarkan dakwah santai yang disampaikan oleh ustadz *Gapleh* pada youtubenya.

Komponen komunikasi dakwah meliputi da'i (komunikator) yaitu ustadz *Gapleh*, seorang pengunggah video dakwah di atas. Mad'u (komunikan) dapat dilihat dari banyaknya penonton, *like* (suka), dan komentar dari penonton. Postingan video dakwah di atas memiliki 5.8 ribu x ditonton, 246 *like*, 1 *don't like,* dan 38 komentar dari penonton (*subscriber*).

Kalimat komunikasi dakwah ditunjukan pada kalimat yang berupa pesan (materi) dakwah pada postingan video. Pesan (materi) yang terdapat adalah jangan pernah salah dalam memberikan arti, selalu membagikan frekuensi yang positif kepada manusia lainnya.

"Rezeki masih diberi walaupun bukan materi, tapi setiap hela nafas yang kita rasakan itu jatah untuk berbuat kebaikan. Nasib kita ada di diri kita sendiri, tidak akan berubah nasib seseorang kalau tidak merubah, kita akan berubah dari mulai bagaimana berpikir positif, pikiran melahirkan sangkaan dan sangkaan itu akan apa yang kita sangkakan seperti itulah yang akan kita dapat".

2) SALATRI (Salah Memberiarti)



Gambar 4. 11
Postingan 9 Mei 2020[15]

Postingan ini sama dengan postingan sebelumnya, yang mana komponen komunikasi dakwahnya meliputi da'i (komunikator), mad'u (komunikan), pesan (materi), dan media (youtube). Penyampaian pesan menggunakan bahasa yang ringan sehingga mudah untuk dipahami. Postingan ini mendapatkan 1. 754 x ditonton, 57 *like*, dan 12 komentar dari para mad'u (penonton).

[16]Dalam sebuah kalimat yang ditegaskan sebagai kalimat persuasif dapat dibuktikan dengan kalimat:

"Jangan salah memberi arti , dunia rancu tanpa sangu akhirnya dilema, kembali kepada keyakinan masing-masing dengan cara yang mikro untuk merubah keadaan yang makro dan *multi-complicated* atau yang menjadi problem dunia. Manusia terbaik berlindung kepada Allah dari ilmu yang tidak bermanfaat".

[15] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

[16] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

3) BARISTA (Barisan Tantara Allah)



Gambar 4.12
Postingan 16 Juni 2020[17]

Postingan ini mendapatkan 1.407 x ditonton, 81 *like,* 11 *don't like,* dan 12 komentar dari mad'u (penonton) video dakwah ustadz *Gapleh.* Dalam sebuah kalimat yang ditegaskan sebagai kalimat komunikasi dakwah persuasif adalah sebagai berikut:

"Profesi apapun, selama kita bisa menjalankan dengan baik dan dengan syariat Islam insyaallah berkah".

d. Postingan Mengulang-ulang

1) *Lockdown* Di rumah Ustadz Evie Effendi



Gambar 4. 13
Postingan 4 April 2020[18]

[17] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

[18] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

Pada gambar di atas pesan atau *caption* deskripsi pada youtube berisi tentang ajakan dalam cara mengulang-ulang kalimat agar para mad'u (komunikan) selalu mengingat apa yang menjadi benang merah pada pesan yang diberikan oleh ustadz *Gapleh*.

Komponen komunikasi dakwah meliputi da'i (komunikator) yaitu ustadz *Gapleh,* mad'u (komunikan) kerabat dekat dan para penonton, pemberi *like* (suka), dan komentar pada video postingan di youtube ustadz *Gapleh*.

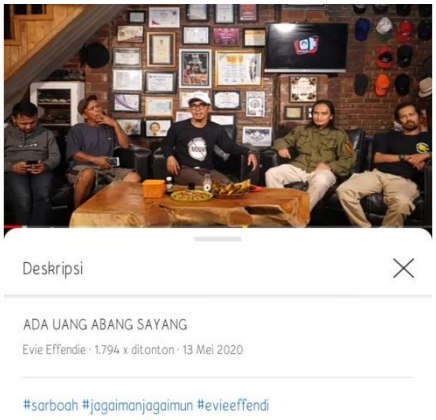
Postingan ini mendapatkan 4,1 ribu x ditonton, 127 *like*, 6 *don't like*, dan 16 komentar dari mad'u (penonton) video dakwah ustadz *Gapleh*.

Pesan (materi) yang disampaikan oleh ustadz *Gapleh* pada video adalah agar tetap tenang jangan mudah menyebarkan sebuah masalah yang belum tau kebenarannya, agar terhindar dari informasi *hoax*.

Adapun kalimat yang menunjukan tentang komunikasi dakwah persuasif adalah:

"Kalau tidak tahu dengan suatu permasalahan seperti contoh *Corona* jangan bicarakan *Corona*, karena jadi rumit dan berdampak *hoax* jadi tidak tenang hati. Mending menginformasikan bagaimana cara wudhu yang benar , bagaimana salat tepat waktu, hati-hati dengan ini".

2) Ada Uang Abang Sayang



Gambar 4. 14
Postingan 13 Mei 2020[19]

Komponen komunikasi dakwah diatas da'i (komunikator) yaitu ustadz *Gapleh,* mad'u (komunikan) yaitu kerabat dekat yang berada didekat rumahnya, dari penonton, *like* (suka), dan komentar dari postingan video dakwahnya di youtube.

Postingan ini mendapatkan 1.759 x ditonton, 86 like, 2 *don't like,* dan 10 komentar dari mad'u (penonton) video. Kalimat komunikasi dakwah persuasif yang menjadi bukti, bahwa ustadz *Gapleh* memberikan kalimat persuasif dengan cara mengulang-ulang adalah:

"Jadikan sabar dan salat sebagai penolongmu lalu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Kenapa tisu laku? Karena cinta tidak pernah kemarau. Saking mencintai keluarganya hanya duit 50 ribu rupiah aja kembali 10 ribu rupiah seorang suami menafkahi keluarganya".

[19] *Screenshot* Youtube@evie effendi official. Diakses tanggal 1 April 2021.

3. Tanggapan Mad'u Terhadap Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz *Gapleh* Berbasis Youtube

Tanggapan atau *feedback* dari seorang mad'u yang terdapat pada kolom komentar pada channel youtube ustadz *Gapleh* yang bernama *Evie Effendi*. Peneliti membagi ke dalam tiga jenis tanggapan, yaitu tanggapan golongan aktif, pasif dan antipati dalam sebuah yang dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4.2 Tanggapan Mad'u Terhadap Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz *Gapleh*

No	Judul dan Jumlah Komentar	Jenis Tanggapan		
		Golongan Simpati Aktif	Golongan Pasif	Golongan Antipatif
1.	Mengambil Hikmah Dari Wabah (*Covid-19*). (145 komentar)	60	34	50
2.	Work From Home = Work Form Heart. (8 komentar)	7	1	-
3.	Lockdown Dirumah Ustadz Evie Effendi. (16 komentar)	16	1	-
4.	Bogah atau Jodoh. (38 komentar)	38	-	-
5.	SALATRI (Salah Memberi Arti). (12 komentar)	12	-	-
6.	Masalah Mencari Maslahah. (4 komentar)	3	1	-
7.	Ada Uang Abang Sayang. (10 komentar)	10	-	-
8.	Anak Senja Nusantara. (5 komentar)	5	-	-
9.	BARISTA (Barisan Tantara Allah).	9	1	2

	(12 komentar)			
10.	Pecinta Kopi Senja. (125 komentar)	35	25	65

Setelah melakukan pengolahan data, peneliti mendapatkan sebuah informasi pada kolom komentar youtube ustadz Gapleh. Maka peneliti menemukan berbagai jenis tanggapan mad'u dalam setiap judul video yang terposting, sebagai berikut:

a. Mengambil Hikmah Dari Wabah (*Covid-19*).

Pada postingan video berdurasi 17 menit 51 detik terdapat berbagai macam komentar yang berjumlah 145 komentar. Diantaranya terbai ke dalam tiga jenis tanggapan, sebanyak 60 komentar merupakan jumlah tanggapan golongan simpati aktif, 30 pasif dan 50 antipati. Adapun beberapa tanggapan dari berbagai akun mad'u ialah sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@fariz madep "*A Evie mugia di paparin kesehatan dan kelancaran sagala rupina, nyungkeun pidoan oge ti A Evie kanggo abdi fariz. Haturnuhun sagala orasi atau tausiyah-na insyaallah nu bakal jadi obat kanggo jalmi anu gadah hate. Keun wios jalma nu sok teu pararuguh mahlm. Engke oge bakal karasa ku dirina sorangan! Sareng aya nu sok ngagokan unggul jalmi nu teu acan dirina oge BETUL sok risih ka abdi oge A. Menurut anu normal da teu ngarugikeun A Evie mah keur arurung di dalam ka sae'an.bahkan ngamalkeun nu ka sae'an. Bahkan ngamalkeun nu*

ka sae'an wae Ustaz Evie, sing gede Hate terus Pencerahan A Evie, sakali deui Haturnuhun.

*Salam_*

"Seseorang hamba yang membicarakan sesuatu yang belum jelas baginya (hakikat dan akibatnya). Akan dilempar ke neraka sejauh antara timur dan barat". (Riwayat Muslim)

@trio Yustiana *"Saya bodoh dalam agama saya tolol dalam agama.. Tapi setelah ada pa ustad ieu.. setidaknya saya paham.. Nuhun pak ustad..".*

Tanggapan golongan Pasif

@Rini Agustiani *"Resep".*

@Cikiwul Hilir *"Pretttt".*

Tanggapan golongan antipati

@Agus Ramdani *"Waduloh…. Waduk gitu loh…hahaha……ngaji deui ahh ulah asal cuap….*

@Agus Salim *"halo buat bapak evendi. Sebelum ceramah kesana kemari. Tolong belajar tafsir sorf dll dulu jngb asal ngomng. Ustad nasi uduk".*

b. Work From Home = Work Form Heart

Postingan berjudul Work From Home = Work Form Heart, berjumlah 8 komentar. Terdapat 7 tanggapan golongan simpati aktif, 1 golongan pasif dan 0 golongan antipati. Dapat di uraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@Rahmat Hidayat *"Mni ancin tad, aslina keur reseup bieu the ngabanungan, eh jol kaburu n=beak durasi video na".*

@blacdot motovlog *"Sehat terus tadz……".*

Tanggapan golongan pasif

@AQUA.Xesport *"Teraskn".*

c. Lockdown Dirumah Ustaz Evie Effendi

Tanggapan berjumlah 16 komentar, terdapat 15 tanggapan golongan simpati aktif, 1 tanggapan golongan pasif dan 0 golongan antipati. Dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@sedav Tv *"Kang videona sing panjang kang".*

@Coba Coba *"Asalamualaikum pa tetep sehat selamat walafiyat sinareung kulawargi, hatur nuhun kajian pa evi tersurat tersirat,,, mantap kajian pemadam memadamkan wabah hoax covid19, aya corona ieu the nya pa,,, aya congorna tergantung cara ngareugeup keun nana, syukhur alhamdulillah dugi detik sampai saat ini respon di kajian pa evi,,,walau hijrah yang terasa berat saat hijrah paling berat istiqomah sareung alhamdulillah ageuman di kajian pa evi teu ka ganggu kunu itu kunu ieu,, aya pamijahan aya mijahkeun hijrah awak walau di gulung ku ujian jeung cobaan tong di tinggal leutikna dicabakmah ngageudean nafsu rahmat pitulung Allah swt maksad the pa,,, pokokna suport pa evi".*

Tanggapan golongan pasif

@James Gender *"Lock buy".*

d. Bogah atau Jodoh

Tanggapan berjumlah 38 komentar, terdapat 38 tanggapan golongan simpati aktif, 0 golongan pasif dan 0 golongan antipati. Dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@nendah rohaeni *"leres pisan p ustad, hatur nuhun piwejangna, kaleresan nuju lockdowh jnten unggal dinten the muka Kajian Islam, Ustad Evi.Ustad Hanan, Ustad dr.Zaidul Akbar sreng Ustadjh dr.Aisyah Dahlan pokona mantep, semangat mudah-mudan dipasihkan kasehatan, aamiin".*

@ga jelas *"terlepas dari apapun yang terjadi, cara penyampaian kang Evie itu mudah di mengerti, tidak bosan karena kreatif dalam setiap cara penyampaian nya, sehat selalu untuk kita semua".*

e. SALATRI (Salah Memberi Arti)

Tanggapan berjumlah 12 komentar, terdapat 12 tanggapan golongan simpati aktif dan terdapat 0 tanggapan golongan pasif dan antipati. Dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@Ida Ida *"Alhamdulillah klu boleh minta Du'a yg tadi A'ustad yg supaya mendapat 'ilmu yang bermanfa'at, htur nhun".*

@Rizal Pasha *"Garut hadir tadz"*

f. Masalah Mencari Maslahah

Tanggapan berjumlah 4 komentar, terdapat 3 tanggapan golongan simpati aktif, 1 tanggapan golongan pasif dan 0 tanggapan golongan antipati. Dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@Yani muhtar *"Assalamualaikum pk ustad alhamdulilah sahur terakhir di barengi dg acara sarboah naturnuhun pk ustad".*

@emil sundanes *"Assalamualaikum kang ustaz,, Abdi asli org sindanlaya,, Kapungkur abi sok ningal di komplek bumi*

pasundan,, Langkung ti 10 tahun teu acan pernah pendak deui,,, Abi sering merantau tara di sindanglaya,, hehehe".

Tanggapan golongan pasif

@DASEP CP TV *"sip sip".*

g. Ada Uang Abang Sayang

Tanggapan berjumlah 10 komentar, terdapat 10 tanggapan golongan simpati aktif dan 0 tanggapan golongan pasif dan antipati. Dapat di uraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@M aep 123 *"Absen selalu paus evie".*

@Mang Endod *"Pantau terus SARBOAH,,,,,lanjut pa ustaz,,,,,,*

h. Anak Senja Nusantara

Tanggapan berjumlah 5 komentar, 5 tanggapan golongan simpati aktif dan 0 golongan pasif dan antipati. Dapat diuraikan sebagai berikut:

Tassssnggapan golongan simpati aktif

@irna indri *"assalamu'alaikum,, pak ustazd EE,, punteun perkenal keun abdi org plabuhan ratu penz utzd,, abdi aya pertanya'an,, hoyong dijawab,, sareung dijeulaskan,, kiyeu pertanyaan. KEBERHASILAN ITU SEBAGIAN DARI IMAN, ayi SEBAGIAN na the NAON?? Hoyong diperjelas,, punteun sateuacana,,".*

@Astronot Yuniverse *"Mantaaaaap pak ustazzzz".*

i. BARISTA (Barisan Tantara Allah)

Tanggapan berjumlah 12 komentar, terdapat 9 tanggapan golongan simpati aktif, 1 tanggapan golongan pasif dan 2 tanggapan golongan antipati. Dapat di uraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@Muhammad Andrianto *"Assalamualaikum Wr Wb Pak Ustaz kumaha damang? Salam ka sadayana. Semoga Pak Ustaz sehat*

terus dan semoga selalu dalam lindungan Allah SWT. Do'a abdi mah hoyong silaturahmi sareng Pak Ustaz. Amiin".

@Sudanis Moto Vlog Modivikasion *"Asalamualaikum pa ustad kenalin saya cecep Dhani Dari Komunitas Bebz Look Style_zone ciwidey pa ustad saya boleh reqwest ga boleh boleh ga kali kali topik sarboah nya tentang bikers hijrah, makasih pa ustad buat pencerahan nya selalu".*

Tanggapan golongan pasif

@Podol Sero *"nga gaur Syekh Siti Jenar ah,, ehehehe".*

Tanggapan golongan antipati

@Arek Ndeso *"Mending lihat yg lain yg ini gk ada manfaatnya alias ilmu ngawur".*

@cctv viral *"Akan ada suatu hari,,, Bukan lulusan pesantren di panggil ustad (Gusdur)".*

j. Pecinta Kopi Senja

Tanggapan berjumlah 125 komentar, terdapat 35 tanggapan golongan simpati aktif, 25 tanggapan golongan pasif dan 65 tanggapan golongan antipati. Dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanggapan golongan simpati aktif

@Sona Permana *"Assalamualaikum, kang mudah-mudahan Alloh memberikan kemudahan dan kesehatan untukmu, saya sering ngedenger ceramah akang, buat konten lagi dong, nunggu-nunggu nih".*

@Apih Nandang Official *"Assalamualaikum ustad faporit ku makasih ilmu ilmunya".*

Tanggapan golongan pasif

@M Z H *"KONTLLLL*LLLL".

@Eti Hermawati *"asli rujitt,,,".*

Tanggapan golongan antipati

@Inthong Maula *"awalnya gue suka gaya lu bro. tapi lama" mauk. Dr awal sok"an bicara hadits.hukum"*

fiqih,bid'ah,ngebaca Qur'an aja salah semua.lue ga pantes jd ustaz yg seperti itu bro. manusia itu punya takaran sendiri, ada yang ahli fiqih,hadits dll.nah elu ahli dlm ngebacot/kata" mutiara yg menyejukan,nah elu mending jadi setengah ustaz setengah pujangga. Jadi lebih keren. Dr pada lu sok baca qur'an, hadits, fiqih,bid'ahlm. Kalo pengen yg ke gtu nyantri dulu 10 tahun baru dpt sanad keilmuan nah baru di syi'arkan.

@Kakang Rajjata *"Oy Pak Ustad, waktu senja mah sejelek-jelek na waktu sholat karna babarengan jeng terbenam matahari. Haduh nu kieu jadi usutad mah ancur jamaah".*

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penyajian data komunikasi dakwah persuasif dan tanggapan mad'u terhadap komunikasi dakwah persuasif ustadz *Gapleh* berbasis youtube. Dapat diketahui suatu komunikasi dakwah persuasif yang terkandung dalam jumlah 34 video yang terposting dalam *channel* youtube Evie Effendi Official, dan 10 video yang di teliti. Sebagai bentuk komunikasi, dakwah dapat diterapkan ke dalam semua jenis komunikasi, salah satunya komunikasi persuasif. Memiliki sebuah maksud, para da'i (komunikator) dapat berdakwah dalam penyampaian pesan (materi) melalui proses komunikasi dengan metode persuasif. Dakwah yang dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka, hingga dakwah yang dilakukan dengan menggunakan media sosial sebagai wadah penyampaian pesan (materi) para da'i (komunikator).

Komunikasi dakwah persuasif terdapat pada kalimat yang berupa cara-cara persuasif, dan tanggapan mad'u terhadap dakwah persuasif ustadz *Gapleh*

yang terbagi menjadi tiga golongan yaitu tanggapan golongan simpati aktif, pasif dan antipati.

Setelah melakukan pengolahan data dari komunikasi dakwah persuasif berbasis youtube berupa paparan dari postingan video dakwah ustadz *Gapleh* dan tanggapan berdasarkan pada kolom komentar para *subscriber* yang diuraikan peneliti perjudulnya, oleh karena itu selanjutnya akan dianalisis secara kritis. Peneliti mendapatkan dua sisi yang dapat diungkap dalam penelitian ini, yang pertama adalah sisi komunikasi dan yang kedua adalah sisi dakwah. Sisi komunikasi dapat dilihat dari pesan komunikasi dalam hal berpakaian sedangkan dalam sisi dakwah ialah dari bahasa atau kalimat yang diucapkan secara verbal atau pun nonverbal dari ustadz *Gapleh* dengan menggunakan unsur-unsur dakwah. Sebagai berikut hasil dari analisis tersebut:

1. Komunikasi Dakwah Persuasif Usadz *Gapleh* Berbasis Youtube

Dengan data yang diperoleh dari sumber youtube, peneliti mendapatkan hasil komunikasi dakwah persuasif, dalam cara penyampaian ustadz *Gapleh* saat berdakwah.

a. Sisi Komunikasi

Dalam sisi komunikasi, pesan komunikasi dalam hal berpakaian memiliki fungsi antara lain guna sebagai perlindungan, kesopanan dan penyembunyian, ketidak sopanan dan daya tarik, ekspresi individualistik nilai sosial atau status, definisi peran sosial, dan reaksi.

Dari gaya berpakaian seorang ustadz *Gapleh* yang memiliki ciri khas ala kawula muda dengan balutan kemeja *flannel, sweater hoodie* dan baju kaos secara tidak langsung terdapat sebuah pesan komunikasi nonverbal. Memiliki makna pesan sendiri dalam suatu komunikasi persuasif, yang mana tujuan dari ustadz *Gapleh* ialah mengajak para anak muda yang berasal dari daerahnya tersebut yaitu kota Bandung.

Dengan menggunakan teori teknik komunikasi persuasif ada beberapa metode dalam menentukan apakah komunikasi tersebut adalah persuasif:

1) Metode Partisipasi

   Metode partisipasi adalah metode yang mengikut sertakan seorang atau publik kedalam suatu kegiatan, agar timbul saling pengertian dan saling menghargai diantara mereka. Ada 10 postingan video yang peneliti ambil sebagai bahan analisis di metode partisipasi ini. Pertama dalam video yang berjudul Mengambil Hikmah Dari Wabah (*covid-19*). Pada postingan tersebut terdapat beberpa orang rekan ustadz *Gapleh* yang menghadiri dakwah santai di rumah ustadz. Dapat dibuktikan pada video yang ter-*upload* pada *channel* youtube evie effendi official, dengan pertanyaan yang diucapkan dari salah satu rekannya “masih terkait dengan corona, bagaimana hukumnya kalo nanti salat jum’at berjamaah

namun kita tidak bisa berjamaah?". Hal tersebut menunjukkan bahwa postingan pada video youtube ustadz *Gapleh* memiliki metode partisipasi.

Kedua, video berjudul *Work From Home=Wrok From Heart*. Ketiga, video berjudul *Lockdown* Di rumah Ustadz Evie Effendi. Keempat, video berjudul Bogah Atau Jodoh?. Kelima, Video berjudul SALATRI (Salah Memberi Arti). Keenam, video berjudul Ada Uang Abang Sayang. Ketujuh, video berjudul Masalah Mencari Maslahah. Kedelapan, video berjudul Anak Senja Nusantara. Kesembilan, video berjudul BARISTA (Barisan Tantara Allah). Dan yang kesepuluh, video berjudul Pecinta Kopi Senja.

Dari 10 judul video dakwah ustadz *Gapleh* tersebut diatas semuanya menghadirkan rekan-rekan dekat yang berada di kota Bandung dan memberikan sebuah kesempatan kepada rekannya sebagai mad'u untuk bertanya dalam setiap judul pembahasan pada dakwah santainya tersebut. Sehingga memiliki pesan komunikasi yang terdapat pada metode komunikasi persuasif partisipasi.

2) Metode asosiasi

Metode asosiasi adalah metode yang menyajikan suatu pesan yang dihubungkan dengan suatu peristiwa atau objek yang populer serta menarik publik. Dari 10 video dakwah

ustadz *Gapleh* yang ter-*upload* ada 3 judul video yang memiliki metode asosiasi, yang mana dari ketiga judul video tersebut membahas tentang virus *Covid-19* yang mana judul tersebut sesuai dengan peristiwa yang saat ini terjadi diseluruh dunia.

Pada postingan video berjudul Mengambil Hikmah Dari Wabah (*Covid-19*), ustadz *Gapleh* mengajak kepada semua masyarakat tentunya untuk selalu berfikir positif dan terus berdoa. Judul video dakwah ustadz *Gapleh* tersebut di atas sangat menarik perhatian mad'u pada saat ini. Adapun kalimat yang menunjukkan tentang virus *Covid-19* adalah:

> "pandemik virus corona yang melanda hampir separuh negara di dunia menjadi permasalahan. Masjid yang tidak menggelar salat berjamaah dan salat jum'at itu yang masuk wilayah penyebaran corona."

Postingan kedua, video berjudul *Work From Home=Work From Heart* terdapat di kolom deskripsi video tersebut. Adapun kalimatnya yaitu berbunyi:

> "kebijakan *Work From Home=Work From Heart* yang diperpanjang menuai kecaman dari beberapa kalangan, terutama para pekerja dan pedagang kecil yang mengandalkan penghasilan harian dari para pekerja kantoran lainnya."

Sedangkan postingan ketiga, video tersebut berjudul *Lockdown* Di Rumah Ustadz Evie Effendie, terdapat pada kolom deskripsi pada video tersebut. Adapun kalimat tersebut adalah:

> “ Lockdown, upaya pemerintah untuk mempersempit penyebaran virus corona, apakah efektif?efisien?.”

Dari ketiga judul video ustadz *Gapleh* di atas mengandung metode asosiasi karena penyampaian tentang virus *Covid-19* (corona) merupakan peristiwa yang sedang hangat di perbincangkan, dan tentu postingan video terebut akan menarik perhatian para komunikan.

3) Metode *icing device*

Metode *icing device* adalah metode yang menyajikan suatu pesan dengan menggambarkan *emotional Appeal* agar menjadi lebih menarik, mendapatkan kesan yang tidak mudah dilupakan dan menonjol dari pada yang lain.

Terdapat 3 judul video yang didalamnya terdapat kalimat teknik komunikasi persuasif menggunakan metode *icing device*, judul video tersebut adalah, Bogah Atau Jodoh?, Ada Uang Abang Sayang dan Anak Senja Nusantara.

Postingan video pertama berjudul Bogah Atau Jodoh, kalimat dalam video tersebut yang mampu menggugah emosi komunikan adalah:

> “obrolan ringan, berbagai frekuensi positif, tong pasif, tetap aktif keadaan mulai masif, tetap produktif, proaktif.”

Postingan video kedua berjudul Ada Uang Abang Sayang, kalimat dalam video tersebut yang mampu menggugah emosi adalah:

> "orang tidak sedang menyalahkan siapapun tapi mengarahkan kepada bagaimana unsur kesadaran yang melahirkan kesabaran bahwa kita perlu solusi bukan sensasi."

Postingan video ketiga berjudul Anak Senja Nusantara, kalimat dalam video tersebut yang mampu menggugah emosi adalah:

> "minimal di sini bisa berkumpul jangan nunggu bahagia untuk berkumpul. Berkumpul biar saat itu juga kita dibahagiakan.

Ketiga judul video di atas, ada beberapa kalimat dalam video tersebut yang memiliki metode komunikasi persuasif *icing device*. Karena memiliki pesan yang bermakna mengandung emosi, dimana para komunikan atau penonton akan menaruh simpati bahkan empati setelah melihat video tersebut.

4) Metode *Pay-Off Idea*

Metode *pay-off idea* adalah metode yang menyajikan pesan mengandung sugesti yang jika ditaati, hasilnya akan memuaskan. Terdapat dua video yang berjudul Masalah Mencari Maslahah dan BARISTA (Barisan Tantara Allah). Adapun kalimat dalam video tersebut menggunakan metode komunikasi persuasif *pay-off idea*. Dengan kalimat yang berbunyi:

> "merubah duit menjadi barang", untuk sebuah keadaan dengan niat nabungnya untuk apa yang

> penting manfaatnya waktu muda menabung waktu tua beruntung."

Video kedua dengan judul BARISTA (Barisan Tantara Allah), dengan bukti kalimat yang berbunyi:

> "profesi apapun selama kita bisa menjalankan dengan baik dan dengan syariat Islam insyaallah berkah."

Kalimat yang di jelaskan oleh ustadz *Gapleh* tersebut memberikan sebuah gambaran bahwa sebuah permasalahan harus dicari jalan keluar atau solusinya.

5) Metode *Fear-Arrousing*

Metode *fear-arrousing* adalah metode yang menyajikan suatu yang dapat menimbulkan perasaan khawatir atau takut jika tidak mematuhi pesan tersebut.

Terdapat dua video yang menggunakan metode *fear-arrousing* dengan judul Ustadz *Gapleh* menyampaikan sebuah pesan, judul tersebut adalah SALATRI (Salah Memberi Arti) dan Pecinta Kopi Senja.

Postingan video pertama berjudul SALATRI (Salah Memberi Arti) dapat dibuktikan pada kalimat sebagai berikut:

> "jangan salah memberi arti, dunia rancu tanpa sangu akhirnya dilema, kembali kepada keyakinan masing-masing dengan cara mikro untuk merubah keadaan yang makro dan *mullti-complicated* atau yang menjadi problem."

Postingan video kedua dengan judul Pecinta Kopi Senja, dapat dibuktikan pada kalimat:

"sisa kuota usia mampukah kita menuju senja?."

Dari kedua postingan video tersebut di atas memiliki pesan yang bermakna sesuai dengan metode komunikasi persuasif yaitu metode *fear-arrousing* atau menimbulkan rasa khawatir (takut).

b. Sisi Dakwah

Menggunakan teori dari pendapat Suwito Kusumowidagdo dalam T.A Lathief Rousydy. Melihat dakwah persuasif agar menghasilkan kesan mendalam dengan menggunakan alat-alat psikologis. Menurutnya ada 8 alat psikologis yaitu: (DPFS3P) singkatan dari *docere, permovere, conciliare, frapper toujour, simbolis, sensasi, sugesti, dan prestise*.[20] Secara psikologi, dakwah persuasif dapat dilihat dari berbagai cara, namun penelitian ini hanya mengambil 4 dari ke 8 alat-alat psikologis di atas dengan hasil, sebagai berikut:

1) Meyakinkan (*docere*)

Docere, meyakinkan audiensi dengan menerangkan dan membuktikan kebenaran isi pesan dakwah, serta menunjukkan tidak benarnya pendapat lain yang bertentangan. Ada tiga postingan yang peneliti ambil

[20] Moh. Ali. Aziz, *Ilmu*, h. 446- 449.

sebagai bahan analisis. Pada postingan ini tampak ustadz *Gapleh* dalam berdakwahnya memberikan keyakinan pada mad'u dengan menerangkan dan memberikan bukti kebenaran isi pesan dakwahnya, serta menunjukkan tidak benarnya pendapat lain yang bertentangan didalam video dakwahnya tersebut.

Ditunjukkan pada video yang berjudul Mengambil Hikmah Dari Wabah *Covid-19*, dengan kata "*Salatlah dirumah, karena amalnya pun sama dengan yang berjamaah disaat kondisi saat ini*". Kalimat tersebut menunjukkan bahwa ustadz *Gapleh* berbicara dengan sumber Al-Qur'an dan As-Sunnah masalah ketaatan.

Dengan berlindung kepada kalimat Allah yang berbunyi: "A'uudzu bi kalimatillaahit-taamaati min syarri maa kholaq".

Artinya: "aku berlindung dengan kalimat-kalimat Allah yang sempurna, dari kejahatan ciptaan-Nya".

Selain itu pada postingan tentang *Work From Home = Work From Heart* cara meyakinkan mad'u (komunikan) ditunjukan pada kalimat "*Apa yang bisa dikerjakan dirumah kerjakan saja dengan ikhlas, karena mastatho'tum, lakukan semampu kita dan itu menjadi sebuah kebaikan*".

Gambaran ketiga pada postingan dakwah yang berjudul Pecinta Kopi Senja, yang menunjukkan sebuah cara da'i (komunikator) untuk meyakinkan para mad'u (komunikan). Ditunjukan pada kalimat "*Sisa kuota usia mampukah kita menuju senja? Kiamat itu didekatkan seperti waktu senja. Seperti waktu asar ke magrib itu waktu paling sempit. Sekeren-kerennya amal adalah salat tepat waktu".*

Ketiga postingan yang peneliti jabarkan semua memiliki kriteria alat psikologi dakwah persuasif meyakinkan (*docere*). Setiap kalimat yang diucapkan oleh ustadz *Gapleh* yang menjadi sampel tersebut di atas. Termasuk kedalam kategori cara meyakinkan karena kalimatnya cenderung berisi tentang bagaimana cara seorang da'i meyakinkan mad'u agar tetap beribadah walaupun di rumah serta memperbanyak doa dan ampunan.

2) Meresapi (*permovere*)

Permovere, cara menggerakkan perasaan dan kemauan audiensi, dengan kekuatan perasaan serta keyakinan, pembicara melahirkan kata hati dengan penuh semangat. Dari 10 video yang diposting, ada 2 alat psikologi dakwah kategori *permovere* (meresapi). Diantaranya adalah dengan judul Masalah Mencari Maslahah dan Anak Senja Nusantara. Menurut peneliti, ustadz *Gapleh* mampu

menggerakkan perasaan dan kemauan mad'u (komunikan) yang ditunjukan pada video yang berjudul Masalah Mencari Maslahah adalah terdapat pada kalimat "*Menghindari kemudharatan, memelihara tujuan atau meraih manfaat dari masalah mencari maslahah, masalah "merubah duit menjadi barang" untuk sebuah keadaan dengan niat nabungnya untuk apa yang penting manfaatnya. Waktu muda menabung waktu tua beruntung*".

Unggahan kedua yang mengandung alat psikologi dakwah adalah video yang berjudul Anak Senja Nusantara. Dengan ajakan untuk meresapi dari sebuah dakwah yang disampaikan oleh ustadz *Gapleh* yang dapat dibuktikan pada kalimat:

> "Selalu nikmat walaupun jarang senja itu, karena setiap kita *Otw (on the way)* senja tetapi tidak semua orang tua, karena dewasa juga pilihan. Minimal kita di sini bisa berbekal, berkumpul, jangan nunggu bahagia untuk berkumpul. Berkumpul biar saat itu juga kita dibahagiakan. *Inna fi khalqissamawati wal ardi wakhtilafillaili wan nahari la'ayatill li'ulill albab*".

Kedua kalimat di atas mengandung ciri alat psikologi dakwah persuasif berupa *permovere* (meresapi). Karena penyampaiannya berupa kalimat untuk mengingat bahwa manusia tidak ada yang kekal abadi di dunia. Sehingga para mad'u (komunikan) merasakan dari ucapan ustadz *Gapleh* tersebut benar.

3) Menarik perhatian (*conciliare*)

Conciliare, cara menarik perhatian pendengar terhadap isi ceramah dengan jalan: menunjukkan pentingnya masalah, menunjukkan bahwa pendengar mempunyai kepentingan langsung dengan masalah tersebut, menggunakan sopan santun ceramah, berbicara dengan tenang tetap pasti, dengan mengingat apa yang pantas dan tidak untuk dibicarakan kepada audiensi, memperhatikan cara berbicara, memberikan ketenangan kepada audiensi jika materi kurang baik untuk disampaikan. Dari 10 video postingan terdapat 3 video yang memiliki ciri sebagai alat psikologi dakwah persuasif, yaitu dengan video yang berjudul Bogah Atau Jodoh, SALATRI (Salah Memberi Arti), dan BARISTA (Barisan Tantara Allah).

Menurut peneliti, ustadz *Gapleh* sangat menarik perhatian pendengar terhadap isi ceramah dengan, menunjukkan pentingnya masalah, menunjukkan bahwa pendengar mempunyai kepentingan langsung dengan masalah tersebut, menggunakan bahasa yang ringan, berbicara dengan tenang dan pasti. Dengan mengingat apa yang pantas dan tidak untuk dibicarakan dalam materi dakwahnya, serta ustadz *Gapleh* mampu memberikan ketenangan kepada mad'u jika

materi kurang baik untuk disampaikan. Ditunjukkan pada video yang berjudul Bogah atau Jodoh pada kalimat:

> "Obrolan ringan, berbagi frekuensi positif, *tong pasif*, tetap aktif keadaan mulai masif, tetap produktif, proaktif, walaupun tetap ibadah tetap di rumah saratnya *tong rudet*, rezeki masih diberi walaupun bukan materi, tapi setiap *hela* nafas yang kita rasakan itu jatah untuk berbuat kebaikan. Nasib kita ada di diri kita sendiri, tidak akan berubah nasib seseorang kalau tidak merubah, kita akan berubah dari mulai bagaimana berpikir positif, pikiran melahirkan sangkaan dan sangkaan itu akan apa yang kita sangkakan seperti itulah yang akan kita dapat".

Pada postingan video kedua, dalam judul SALATRI (Salah Memberi Arti), alat psikologi dakwah persuasif yang memiliki ciri *conciliari* (mencari perhatian) adalah dapat ditunjukan pada kalimat:

> "Jangan salah memberi arti , dunia rancu tanpa sangu akhirnya dilema, kembali kepada keyakinan masing-masing dengan cara yang mikro untuk merubah keadaan yang makro dan *multi-complicated* atau yang menjadi problem dunia. Manusia terbaik berlindung kepada Allah dari ilmu yang tidak bermanfaat. Artikan lain dari informasi yang meracuni fikiran mengganggu perasaan otomatis *mendistorsi* perilaku dan kelakuan. Jadi, berlindung pada informasi yang salah yang menyebabkan hati yang tidak ada rasa takut, ada rasa takutpun tidak proposional. Corona akan berlalu, wabah ini akan segera sirna. Menyeleksi informasi, memverifikasi, tabayyun sampai hati menjadi tenang memilih dan memilah. Kita salah melangkah karena kita salah mengartikan".

Postingan video dakwah yang ketiga adalah, berjudul BARISTA (Barisan Tantara Allah), ditunjukan pada

kalimat "*Profesi apapun, selama kita bisa menjalankan dengan baik dan dengan syariat Islam insyaallah berkah*".

Ketiga kalimat persuasif tersebut memiliki ciri dari alat-alat untuk melihat kalimat sebagai dakwah persuasif. Serta ketiga kalimat tersebut berisi pesan ajakan untuk selalu berfikir positif jangan mudah menerima informasi *hoax.*

4) Mengulang- ulang (*frapper toujour*)

Frapper toujour (mengulang-ulang), maksud dari cara ini ialah memberikan pesan secara mengulang-ulang dan tegas pengertian itu disampaikan kepada audiensi sampai menimbulkasn rasa ingin tau dan timbul kepercayaan. Dari 10 postingan video terdapat 2 video yang memiliki ciri dari alat psikologi untuk melihat dakwah persuasif, video tersebut berjudul *Lockdown* Di rumah Ustadz Evie Effendi dan Ada Uang Abang Sayang.

Menurut peneliti, ustadz *Gapleh* telah memberikan pesan secara berulang-ulang dan tegas kepada mad'u serta memberikan sebuah pemahaman dari setiap materi yang disampaikan. Penegasan ini terdapat pada judul tiap-tiap video dakwahnya, penegasan tersebut dapat ditunjukan pada kalimat:

> "Kalau tidak tahu dengan suatu permasalahan seperti contoh corona jangan bicarakan corona, karena jadi rumit dan berdampak *hoax* jadi tidak tenang hati. Mending menginformasikan bagaimana

> cara wudhu yang benar , bagaimana sholat tepat waktu, hati-hati dengan ini. Salah satu penyebab khawatir itu, ilmu yang kurang, kurang komunikasi, kurang ngobrol. Seburuk dan sebusuk apapun masalah orang, jangan lupa bahagia. Cinta dunia karena takut mati, tidak ada kewajiban di atas kedaruratan, tidak ada paksaan di atas ketidak mampuan. Bagaimana orang menyikapi rasa takut dikala covid-19, menggunakan handsinitizer".

Postingan yang kedua berjudul Ada Uang Abang Sayang, kalimat komunikasi dakwah persuasifnya dapat ditunjukan pada kalimat:

> "Jadikan sabar dan salat sebagai penolongmu lalu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Kenapa tisu laku? Karena cinta tidak pernah kemarau. Saking mencintai keluarganya hanya duit 50 ribu rupiah aja kembali 10 ribu rupiah seorang suami menafkahi keluarganya. Orang tidak sedang menyalahkan siapapun, tapi mengarahkan kepada bagaimana menyeru kesadaran yang melahirkan kesabaran bahwa kita perlu solusi bukan hanya sensasi. Merubah *selfi* pencitraan sepertinya sudah tidak diperlukan walaupun orang tidak niat kesitu, tapi kita jenuh dengan apa yang kita lihat sementara faktanya yang didengar seperti itu".

Dari kedua postingan video dakwah di atas, memiliki kalimat yang memberikan motivasi untuk menjalankan hidup di dunia, dari bekerja hingga bertanggung jawab atas diri sendiri, yang mana ustadz *Gapleh* selalu mengulang-ulang kalimat tersebut hingga timbul sebuah pertanyaan bagi mad'u (komunikan). Sehingga menimbulkan rasa ingin tau mad'u muncul dengan sendirinya tanpa ada paksaan.

Dari 10 postingan video dakwah ustadz *Gapleh* pada *channel* youtubenya, dengan menggunakan teori ciri alat-alat psikologis untuk melihat dakwah persuasif menurut Suwito Kusmowidagdo dalam T.A Lathief Rousydy. Ada 3 yang termasuk kedalam alat psikologis dakwah persuasif *docere* (meyakinkan). Ada 2 yang termasuk kedalam alat psikologis dakwah persuasif *permovere* (meresapi). Ada 3 yang termasuk kedalam alat psikologis dakwah persuasif *conciliare* (menarik perhatian). Dan ada 2 yang termasuk kedalam alat psikologis dakwah persuasif *frapper toujour* (mengulang-ulang).

Dengan kesimpulan, bahwa di antara ke empat dari teori psikologis dakwah persuasif ustadz *Gapleh* tersebut, perbandingan dari alat- alat psikologis dakwah persuasif ustadz *Gapleh* dalam menarik minat mad'u adalah sama rata antara ke empat alat psikologis dakwah menurut Suwito Kusumowidagdo. Karena, dalam dakwahnya ustadz *Gapleh* banyak menggunakan komunikasi yang persuasif, sehingga dari ke empat alat psikologis tersebut digunakan.

Dari komunikasi persuasif tersebut, akan dapat terbentuk dengan baik, jika terdapat unsur-unsur komunikasi. Menurut pendapat Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L.De Fleur, berpendapat bahwa membangun unsur komunikasi yang sempurna ialah dengan menambahkan efek dan umpan balik (*feedback*). Adanya unsur-unsur komunikasi seperti

komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan umpan balik (*feedback*) akan menyempurnakan komunikasi yang disampaikan.

Harold D. Lasswell (1948) dalam konsep pesan persuasif dikategorikan dalam dua bentuk, yakni kode (*codes*) dan konten (*content*). Kode adalah sistem simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti ucapan lisan, tulisan, foto, musik, film (*moving picture*) dan lain-lain. Konten merupakan isi media yang merujuk pada makna pesan, dan pemaknaan menjadi sempurna dengan menggunakan pendapat dari Schutz (dalam Colhoun, *et al.*, 2007) menggunakan enam pemahaman simbol sebagai kendaraan untuk memaknai. Manusia hanya menggunakan simbol yang dapat menghadirkan makna pada diri (*meaning contect*). Simbol tersebut harus sudah diinterprestasikan sebelumnya dan menjadi bagian dari sistem simbol yang telah disepakati. Pemilihan, penggunaan dan pemanfaatan simbol tergantung pada sejauh mana konteks manusia terlibat dengan simbol tersebut. Makna yang sangat kontekstual hakikatnya adalah suatu tindak komunikasi (*sign-using as communicative act*). Komunikasi tidak hanya berwujud pada pengetahuan secra keseluruhan, tetapi juga memotivasi untuk menyadari, bersikap dan berprilaku tertentu. Tujuan berkomunikasi merujuk pada alasan mengapa seseorang malakukan tindakan tertentu.

Peran seorang komunikator, di dalam komunikasi persuasif sangatlah penting dan berpengaruh. Sehingga, ia harus memiliki nilai *performa* yang tinggi. Seorang komunikator yang memiliki nilai *performa* yang tinggi dapat

dicirikan dari kesiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan hingga kesederhanaannya dalam menyampaikan pesan.

Sehingga melahirkan tujuan dakwah yang relevan dengan pengertian dakwah menurut pendapat Nasarudin Latif menyatakan, bahwa dakwah ialah setiap aktivitas yang dilakukan dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati aturan Allah Swt, sesuai dengan nilai-nilai tauhid. Sehingga pada masa era digital kecanggihan teknologi mewarnai kehidupan, maka aktivitas dakwah itu sendiri mulai banyak dirasakan dan bisa dinikmati melalui rekaman digital (video) yang saat ini, banyak dikemas melalui internet . Saat ini pengguna internet dapat dengan mudah berbagi video melalui situs Youtube dengan membuat *channel* yang dapat diregistrasi secara geratis.

Popularitas youtube akan terus meningkat seiring denggan pengguna, youtube salah satu *platform online* paling populer saat ini. Begitu pula di Indonesia yang dimana penggunanya meningkat secara pesat dan telah menjadi aplikasi terpopuler di Indonesia maupun di dunia.

Dengan berbagai macam *platfrom* atau wadah berbasis teknologi benar-benar dapat membantu mempermudah segala aktivitas sesuai dengan keperluan dan tujuan kita.

2. Tanggapan Mad'u Terhadap Komunikasi Dakwah Ustadz *Gapleh* Berbasis Youtube

Berdasarkan penyajian di atas dapat ditemukan beberapa jenis tanggapan atau *feedback* berdasarkan komentar mad'u pada kolom komentar.

Dalam 10 postingan video yang diambil oleh peneliti diperoleh sejumlah 375 komentar. Yang terdiri dari 195 komentar golongan simpati aktif, 63 komentar golongan pasif dan 117 komentar golongan antipati. Peneliti menggunakan teori tanggapan mad'u terhadap dakwah yang ditulis oleh Wahyu Ilaihi, dengan judul bukunya yaitu komunikasi dakwah.

Berdasarkan tanggapan atau umpan balik mad'u terhadap dakwah yang terdapat pada kajian teori. Dapat digolongkan menjadi tiga tanggapan reaksi mad'u, sebagai berikut:

a. Tanggapan Simpati Aktif

Menurut peneliti, tanggapan atau umpan balik mad'u terhadap dakwah ustadz *Gapleh* dalam kolom komentar mad'u dapat dikatakan aktif karena ditunjukan pada mad'u yang menaruh simpati dan secara aktif memberi dukungan moril dan materil terhadap kesuksesan dakwah ustadz *Gapleh.* Dengan jumlah 195 komentar yang tergolong dalam tanggapan aktif dari 375 komentar.

b. Tanggapan Pasif

Menurut peneliti, tanggapan atau umpan balik mad'u terhadap dakwah, tidak hanya aktif saja. Namun ada jenis golongan tanggapan

pasif yang diberikan oleh mad'u terhadap dakwah yang disampaikan oleh ustadz *Gapleh.* Tanggapan ini dimaksud adalah komentar yang menunjukkan masa bodoh terhadap dakwah, tidak merintangi dakwah. Tanggapan yang diberikan berupa simbol *emoticon,* komentar dengan menuliskan ekspresinya dan bahkan hanya dengan simbol (tanda baca). Dengan jumlah data yang diperoleh 63 komentar yang tergolong dalam tanggapan pasif dari 375 jumlah komentar.

c. Tanggapan Antipati

Menurut peneliti, tanggapan atau umpan balik mad'u terhadap dakwah, yang tergolong antipati ini lebih mendekati dengan jumlah tanggapan simpati aktif. Tanggapan antipati di sini adalah mad'u yang tidak rela atau tidak suka akan terlaksananya dakwah. Mereka berusaha dengan berbagai cara untuk menggagalkan dakwah. Dengan adanya kolom komentar pada youtube ustadz *Gapleh,* sehingga memberikan kemudahan kepada mad'u untuk dapat memberikan komentar, dari komentar yang simpati aktif, pasif hingga antipati. Mad'u yang memberikan tanggapan antipati pada kolom komentar tersebut ditunjukkan dengan komentar yang kurang enak untuk dibaca. Dengan kata-kata kasar, tidak sopan, hingga sampai kata-kata yang menghakimi ustadz *Gapleh* dalam menyampaikan dakwahnya. Dengan jumlah 117 komentar tanggapan golongan antipati yang diberikan mad'u kepada dakwah ustadz *Gapleh.*

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi dakwah persuasif yang dilakukan oleh ustadz *Gapleh* berbasis youtube tergolong efektif. Karena reaksi yang diberikan oleh mad'u dalam proses dakwah ustadz *Gapleh* dikatakan lebih banyak yang memberikan *feed back* yang tergolong simpati aktif (baik). Efek jika menunjukkan suatu gejala yang sesuai dengan tujuan dakwah komunikasi terutama dakwah, maka dapat dikatakan hal ini sangat efektif.

Dari sebuah efek komunikasi dakwah, tentunya seorang komunikan penonton atau mad'u tentu memiliki suatu perubahan setelah melihat, mendengarkan, dan mendapatkan informasi seputar dakwah yang telah disampikan oleh komunikator, da'i, mubaligh atau pendakwah.

Sejalan dengan Judy Cornelia Peasrson dan Paul Edward Nelson (1982) menyebut paling tidak ada tiga tujuan pesan komunikasi persuasif yang mengindikasikan efektivitas komunikasi persuasif, yakni: Membentuk tanggapan, merupakan salah satu tujuan komunikasi persuasif untuk membentuk cara sasaran memberikan tanggapan, baik dengan ia banyak tahu tentang topik tersebut ataupun tidak. Pembentukan tanggapan baru selalu berkaitan dengan nilai-nilai yang mapan. Dalam proses pembentukan sikap dan tanggapan, komunikator harus mampu mempertalikan gagasan dengan nilai yang telah melekat dalam sistem masyarakat atau sasaran. Penguatan tanggapan, yaitu adanya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa hasil, gagasan dan isu. Pengubahan

tanggapan, yaitu perubahan tanggapan untuk mengubah perilaku komunikator terhadap suatu hasil, konsep atau gagasan.

Komunikasi yang efektif juga dapat dilihat dari banyaknya tanggapan positif dari komunikan terhadap sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dimana komunikasi dakwah persuasif yang ada disampaikan oleh ustadz *Gapleh* dalam setiap videonya. Tanggapan positif bermaksud untuk menyenangkan komunikator dari tanggapan positif komunikan terhadap dakwah yang dilakukan. Berupa dukungan moril untuk membangkitkan semangat dalam berdakwah sehingga komunikasi dapat berjalan lancar. Seperti dukungan yang disampaikan oleh salah satu akun dari kolom komentar youtube channel *Evie Effendi* @Sona Permana yang merupakan *subscriber* dari youtube cahannel ustadz *Gapleh*, komentar yang berbunyi:

"Assalamualaikum, kang mudah-mudahan Alloh memberikan kemudahan dan kesehatan untukmu, saya sering ngedenger ceramah akang, buat konten lagi dong, nunggu-nunggu nih".

Respon positif juga dapat dilihat dari tingkat kepahaman mad'u yang mengikuti video dakwah disampaikan melalui youtube, kemudian di tulis pada kolom komentar, seperti yang ditunjukkan oleh akun sebagai berikut: @Di Ningrat96 *"Ustad evi, saya selalu nonton vidionya lanjutkan I like you. Ceramahnya bagus bikin motipasi nasehat, dan jelas.*

@Amila Azmi *"Alhamdulillah ketemu ustad lagi :3:3 semoga jalan bagi ku untuk ttp soleh"*.

@Rendi Channel *"Selalu setia nonton sarboah☺mantep.*

Jadi, dari data di atas dapat dikatakan bahwa tanggapan atau *feedback* berdasarkan pada kolom komentar lebih dominan kepada komentar yang bersifat simpati aktif. Meskipun masih terdapat komentar yang bersifat pasif bahkan antipati terhadap postingan video dakwah ustadz *Gapleh* di channel youtubenya. Namun yang paling terihat atau banyak komentar atau tanggapan dari penonton (mad'u) adalah komentar yang bersifat simpati aktif, saat bertanya atau mengomentari video dakwah ustadz *Gapleh* pada *channel* youtube tersebut.

Efek dari sebuah dakwah itu sendiri juga terdapat pada unsur-unsur dakwah, sehingga efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah.

Beberapa komentar di atas, terlihat bahwa banyak dukungan dalam video dakwah santai yang telah di-***posting*** oleh ustadz *Gapleh*. Dari komunikasi yang disampaikan oleh ustadz *Gapleh* memberikan efek yang efektif kepada tanggapan mad'u pada kolom komentar di youtube.