

**ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN YOUTUBE
USTADZ HILMAN FAUZI**

(Studi Penerimaan pada Penonton Youtube Ustadz Hilman Fauzi)

***PERSUASIVE COMMUNICATION ANALYSIS ON USTADZ HILMAN
FAUZI'S YOUTUBE ACCOUNT***

(Acceptance Study of Ustadz Hilman Fauzi's Youtube Viewers)

Yananti Putri Suci¹, Taufik Akhyar², Badarudin Azarkasyi³
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia^{1,2,3}
1910701011@radenfatah.ac.id, taufikakhyar_uin@radenfatah.ac.id
badarudinazarkasyi_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

Dakwah today does not only have to be delivered at recitations or events commemorating Islamic days and does not always take place in mosques, ta'lim assemblies, or other places. Da'wah delivered today can be conveyed through social media, one of which is YouTube. One of the preachers who utilizes social media YouTube as a means of preaching is Ustadz Hilman Fauzi, who he has a personal YouTube channel that often uploads da'wah content in the form of religious lectures. This study aims to analyze persuasive communication messages and YouTube audience acceptance of da'wah messages on Ustadz Hilman Fauzi's YouTube videos. The method used in this study is a qualitative method based on the reception analysis theory approach. Sources of data were obtained from the results of documentation, observation, and in-depth interviews. The results of the study show that there are several dominant messages displayed in Ustadz Hilman Fauzi's YouTube videos. Then the informants had various acceptances of the dominant discourse offered and were classified into three different positions, namely dominant positions, negotiations, and opposition.

Keywords: Audience, Persuasive Communication, Youtube

ABSTRAK

Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan pada pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim maupun tempat lainnya. Dakwah yang disampaikan pada masa sekarang dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya youtube. Adapun salah satu da'i yang memanfaatkan media sosial youtube sebagai sarana dalam berdakwah ialah Ustadz Hilman Fauzi, dimana beliau memiliki channel youtube pribadi yang kerap mengupload konten-konten dakwah berupa ceramah agama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan komunikasi persuasif dan penerimaan penonton youtube terhadap pesan dakwah pada video youtube Ustadz Hilman Fauzi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif berdasarkan pendekatan teori *reception analysis*. Sumber data diperoleh dari hasil dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa pesan dominan yang ditampilkan dalam video youtube Ustadz Hilman Fauzi. Kemudian informan memiliki penerimaan beragam terhadap wacana dominan yang ditawarkan tersebut dan diklasifikasikan ke dalam ketiga posisi berbeda yakni posisi dominan, negosiasi dan oposisi.

Kata Kunci: Audiens, Komunikasi persuasif, Youtube

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Untuk menjalin rasa kemanusiaan yang akrab dan harmonis maka diperlukan adanya komunikasi yang efektif, sehingga komunikasi tersebut dapat berdayaguna dan berhasil guna dalam kehidupan manusia sepanjang masa. Komunikasi dikatakan efektif apabila maksud dari pesan yang disampaikan oleh

komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan, dan komunikasi memberikan umpan balik seperti yang diharapkan oleh komunikator (Illaihi, 2010: 160). Komunikasi dalam Islam tentunya tidak bisa dilepaskan dari aktivitas dakwah. Tanpa dakwah, maka tidak akan terealisasi nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat sebagai rahmatan lil' alamin (Amin, 2009: 22). Aktivitas dakwah Islam saat ini tidak cukup dengan menggunakan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran (Amin, 2009: 112).

Namun disamping itu, tantangan dakwah di era digital saat ini menjadi semakin kompleks. Salah satunya adalah bagaimana kini pendakwah harus mampu mengemas pesan dakwah dengan semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian mad'u. Para dai juga harus mampu memahami media yang digunakan dengan sebaik mungkin karena bila para dai tidak mampu menguasai teknologi informasi atau media yang digunakan, inilah yang menjadi bukti salah satu tantangan dakwah di era digital. Tidak menutup kemungkinan terjadinya kegagalan dalam proses dakwah dan hal itu dapat disebabkan dari dai itu sendiri (Sayyid, 2019: 14). Untuk itu, pentingnya strategi dakwah yang matang untuk menghasilkan keberhasilan dakwah dan ini sangatlah penting untuk dipersiapkan dai dalam mengemban keberhasilan aktivitas dakwah.

Strategi komunikasi dalam dakwah menjadi kunci utama dalam keberhasilan dakwah. Dakwah harus dapat dikemas menggunakan pendekatan, teknik dan metode yang tepat. Semakin kompleks persoalan dakwah, maka dai harus mampu merancang strategi yang tepat dalam mengatasi persoalan-persoalan masyarakat yang menjadi mitra dakwah. Komunikasi dapat terjalin dengan baik bila komunikator dapat menggunakan komunikasinya dengan baik begitupula dengan dakwah, dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Islam, dibutuhkan teknik yang tepat agar pesan yang akan dikomunikasi ke mad'u dapat mempengaruhi (Astuti dkk., 2023; Jufrizal & Indasari, 2021; Sri Agustini & Sonia Nurprameswari, 2022), sehingga dakwah yang disampaikan dapat teraplikasikan dan diterapkan oleh mad'u. Adapun teknik yang tepat dalam dakwah adalah teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif menjadi suatu cara yang cukup efektif diterapkan dalam dakwah. Sebab dakwah bukanlah sebuah paksaan, dakwah tidak dapat dilakukan secara paksa. Dakwah yang dapat diterima adalah dakwah yang disampaikan dengan hikmah (bijak), damai dan menggunakan bahasa yang menyejukkan. Hal ini pula diterangkan dalam Al- quran surah An-Nahl ayat 125.

Di era globalisasi saat ini media sosial tidak asing lagi bagi masyarakat (Trisilia & Pebriana, 2023; Wulandari dkk., 2023; Yanto & Indasari, 2021). Penggunaan dan akses media sosial lebih dominan, karena memudahkan mengakses kebutuhan hiburan, pendidikan, dan pengetahuan. Begitu pula berdakwah dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih maka dalam menyampaikan dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara (Dina Novita dkk., 2022). Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim maupun tempat ibadah lainnya. Dakwah yang disampaikan pada masa sekarang dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya Youtube. Dengan menggunakan teknologi terkini seperti media sosial dapat membantu menyebarkan dakwah kepada khalayak dengan lebih cepat, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Diantara da'i yang memanfaatkan media sosial Youtube sebagai sarana dalam berdakwah ialah ustadz Hilman Fauzi, dimana beliau memiliki channel Youtube pribadi yang kerap di isi konten dakwah berupa ceramah. Channel Youtube tersebut diberi nama

beliau sendiri yaitu Ahilmanfauzi sebagai tanda bahwa channel tersebut benar-benar milik beliau. Berdasarkan informasi yang tertera di channel Youtube tersebut, beliau bergabung di Youtube sejak 9 Januari 2020. Ustadz muda ini memiliki jumlah subscriber mencapai



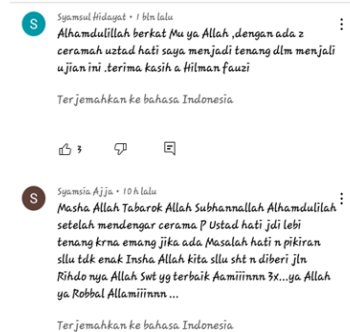
237 ribu dengan postingan sebanyak 268 konten video, dan telah ditonton sebanyak 22.819.237 kali. Hilman Fauzi dikenal sebagai da'i muda. Sasaran dakwah Hilman Fauzi adalah anak semua kalangan yang menggunakan media sosial youtube, ini juga menambah daya tarik tersendiri untuk diteliti.

Gambar 1. Profil Akun Youtube Ustadz Hilman Fauzi

Dakwah yang dilakukan oleh Hilman Fauzi melalui media youtube ini termasuk unik dan efektif dilihat dari banyaknya pengguna youtube lain yang berasal dari berbagai kalangan (Syariful Huda dkk., 2022), melihat video yang dibagikan di akunnya mencapai ribuan *likers*, ratusan ribu *viewers*, dan komentar-komentar yang positif dari para pengguna youtube lainnya. Selain itu cara berdakwahnya memiliki ciri khas dalam penyampaian dakwah dan mempersuafkan pesan dakwah tersebut sehingga khalayak dapat terpengaruh dan menerima pesan yang disampaikan olehnya, ciri khas tersebut dalam penyampaian dakwahnya menggunakan bahasa yang sederhana, lembut, dan santun, tanpa menyudutkan dan menyinggung pihak manapun sehingga dapat membuat khalayak termotivasi untuk berubah menjadi lebih baik, serta gaya dakwah yang sedang trend bahkan pesan dakwah yang disampaikan tidak bertele-tele serta simple, sehingga tidak heran lagi ceramahnya dapat diterima khalayak.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan, alasannya karena Ustadz Hilman Fauzi menggunakan media sosial youtube sebagai media dakwah, isi unggahan dari akun youtube nya pun berisi tentang dakwah-dakwah Islam yang dibuat secara sederhana dan mudah dipahami, seperti menampilkan tulisan dan visual yang berupa gambar atau video yang menjelaskan secara sederhana dan mudah dicerna oleh khalayak menjadi termotivasi untuk menjadi lebih baik, oleh sebab itu terlihatnya dari ribuan like, ratusan ribu viewers, dan

adanya komentar-komentar dari khalayak pengguna youtube lainnya. Berikut salah satu komentar yang peneliti screenshot dari youtube Ustadz Hilman Fauzi



Gambar 2. Screenshot Komentar pada Youtube Ustadz Hilman Fauzi

Maka berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, dalam hal ini penulis ingin memfokuskan apa saja pesan komunikasi persuasif pada video ustadz Hilman Fauzi di akun youtube nya serta bagaimana penerimaan penonton terhadap pesan komunikasi persuasif pada video ustadz Hilman Fauzi di akun youtube. Dari hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melahirkan penelitian dengan judul “Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Youtube Ustadz Hilman Fauzi” (Studi Penerimaan pada Penonton Youtube Ustadz Hilman Fauzi).

1.1. Reception Analysis Theory

Reception analysis memfokuskan bagaimana audiens dalam melakukan penerimaan atau pemaknaan terhadap suatu pesan yang disampaikan oleh media. Audiens dianggap berperan secara aktif untuk menerjemahkan sendiri makna dari pesan yang disampaikan dan mengintrepretasikan pesan tersebut sesuai dengan latar belakang serta pengalaman individu masing-masing. Dengan kata lain, pesan yang diproyeksi oleh pengirim atau media belum tentu akan diterima sama oleh penerima. Hal ini didasarkan melalui model encoding dan decoding oleh Stuart Hall, yang kemudian dijadikan dasar dalam teori analisis resepsi. Dimana encoding adalah tahapan yang dilakukan media dalam memproduksi teks yang maknanya dapat diterima audiens. Sedangkan decoding adalah tahapan yang dilalui oleh audiens dengan mendefinisikan realitas dari makna pesan tersebut.

Adapun Stuart Hall mencetuskan ada tiga posisi audiens dalam reception analysis atau penerimaan terhadap pesan media, yaitu:

- a. **Posisi Dominan (Dominan/Hegemonic Position)**, Posisi dimana audiens memiliki pemaknaan pesan yang berbanding lurus dengan media. Artinya media dan audiens memiliki interpretasi yang sama, sehingga pertukaran pesan yang dilakukan dari media kepada audiens sudah sempurna karena diterima secara dominan.
- b. **Posisi Negosiasi (Negotiated Position)**, Posisi ini menunjukkan bahwa audiens secara umum menerima ideologi dominan yang disampaikan media, namun tetap menyaring dan memodifikasi kembali makna sebelum diimplementasikan. Dengan kata lain audiens tidak menerima seutuhnya teks yang ditampilkan media, dimana ini menunjukkan adanya proses negosiasi terhadap pesan tersebut.
- c. **Posisi Oposisi (Oppositional Position)**, Posisi ini menggambarkan dimana audiens secara kritis dapat mengubah pesan yang disajikan media dan menciptakan analisisnya sendiri sebagai alternatif dari penerimaan makna yang telah diproyeksi media. Meskipun media memiliki kemampuan untuk membingkai pesan dengan makna

tertentu, namun audience dapat menolak ideologi dominan yang dibingkai media, dimana hal ini sesuai dengan asumsi dasar dalam teori resepsi. Media mengirimkan pesan yang berisi gabungan dari pengkodean berbagai tanda secara kompleks. Dimana media juga telah menentukan sebuah “preferred reading”. Sederhananya preferred reading adalah makna dominan yang ditawarkan sebuah teks. Media akan mengarahkan pemaknaan Audiens ke arah yang diinginkan. Di sisi lain audience memaknai pesan sesuai dengan realitas yang ia jalani, namun bukan suatu hal yang benar pula jika audience secara sengaja mengabaikan makna dominan yang ditawarkan. Hal ini lah yang menjadi landasan terbentuknya reception analysis sebagai pendekatan baru dalam penelitian audiens.

2. METODE PENELITIAN

Dalam menjawab suatu permasalahan dan mencapai satu tujuan dibutuhkan pendekatan dan metode yang tepat untuk sebuah penelitian. Adapun metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang berkenaan dengan reception analysis yang bersifat deskriptif. Sugiyono (2018:213) menyatakan penelitian kualitatif ialah penelitian yang cenderung menekankan makna mendalam dibalik data yang tampak. Artinya penelitian menggunakan metode kualitatif menghasilkan suatu interpretasi dari suatu data yang terlihat. Untuk memahami interaksi sosial dan perasaan seseorang jika bukan melalui metode kualitatif. Hal ini karena metode kualitatif membuat peneliti secara langsung ikut serta dan melakukan wawancara mendalam, yang membuat peneliti dapat merasakan perasaan informan.

Adapun tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menguraikan sedalam-dalamnya tentang suatu fenomena dengan cara pengumpulan data yang detail dan sedalam-dalamnya pula. Jika data yang didapat terstruktur dan mendalam, maka akan semakin baik kualitas penelitian tersebut. Maka berdasarkan anggapan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan untuk memecahkan masalah dengan menganalisis data-data yang bersifat uraian yang berasal dari interpretasi informan. Jenis penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi apa adanya mengenai apa saja pesan komunikasi persuasif dan penerimaan penonton terhadap pesan komunikasi persuasif pada video dakwah ustadz Hilman Fauzi di akun youtube nya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Pesan Komunikasi Persuasif pada Video Dakwah Ustadz Hilman di Akun Youtube.

Dalam penelitian reception analysis langkah awal yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengumpulan data atau dokumentasi untuk kemudian dianalisis encoding. Aktivitas analisis encoding, merupakan metode untuk menemukan makna dominan yang ditawarkan oleh teks atau pesan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis encoding terhadap satu video dalam youtube Ustadz hilman fauzi yang berjudul “Sebab Hidupmu Terasa Berat”.

1. Pesan Mengingatn untuk Selalu Bersandar kepada Allah

Pesan komunikasi persuasif yang di tampilkan dalam video yang berjudul sebab hidupmu terasa berat adalah mengingatkan untuk selalu bersandar kepada Allah. Bersandar kepada Allah adalah menyerahkan segala sesuatu kepada-Nya melalui amalan dan kegiatan yang Allah ridhoi. Tak hanya memperlihatkan pesan mengingatkan untuk selalu bersandar kepada Allah, video tersebut juga memperlihatkan ustadz Hilman mengkaitkan realita yang dialami dengan hadist Ali bin Abi Thalib dan Imam Syafi’i. Hadist menurut Ali bin Abi Thalib yang dikaitkan didalam video ustadz Hilman Fauzi berbunyi seperti berikut, “Aku

pernah merasakan semua kepahitan hidup, semua kesulitan hidup dan tidak ada sesuatu yang paling pahit aku rasakan kecuali saat hati terlalu berharap, bersandar kepada selain Allah”. Pada hadist yang dikaitkan ustadz Hilman Fauzi didalam video tersebut menunjukkan bahwa terlihat benar adanya perubahan seseorang terhadap kehidupan yang dijalani jika bersandar kepada Allah saja, hal ini ditunjukkan pada kalimat hadist tersebut. Kemudian hadist Imam Syafi’i yang dikaitkan ustadz Hilman Fauzi terhadap realita kehidupan manusia didalam video tersebut “ barang siapa yang terlalu berharap kepada seseorang atau sesuatu selain Allah, maka siap-siap dia akan merasakan pahitnya harapan karena kekecewaan yang didapatkan”. Dalam video tersebut dikatakan pada hadist Imam Syafi’i tersebut ditunjukkan bahwa benar adanya jika bersandar ke selain Allah akan mendapatkan kekecewaan yang pahit dalam kehidupan.

Berdasarkan penelitian pada video tersebut dapat dikatakan bahwa ustadz Hilman Fauzi telah menunjukkan bagaimana mengajak audiens untuk selalu bergantung, dan selalu bersandar kepada Allah. Bersandar kepada Allah tidak akan pernah kecewa, akan tetapi jika kita terlalu berharap kepada selain Allah maka ia adalah orang yang menyekutukan Allah. Di dalam video nya ustadz hilman juga menggunakan bahasa yang santun,serta penggunaan intonasi yang lemah lembut pada setiap kata-kata yang disampaikan.

2. **Pesan Mengingatkan Jangan Merasa Memiliki Atas Apa Sebenarnya yang Tidak Kita Miliki.**

Analisis encoding selanjutnya ialah terhadap pesan jangan merasa memiliki atas apa sebenarnya yang tidak kita miliki. Pada video “Sebab Hidupmu Terasa Berat” memperlihatkan ustadz hilman menyampaikan pesan tersebut dengan bahasa yang santun, diiringi intonasi yang lemah lembut sehingga pengucapan kata-kata disampaikan oleh ustadz Hilman Fauzi dapat dikemas dengan baik. Pada video tersebut juga ustadz Hilman Fauzi menggunakan gesture tubuh untuk mengekspresikan terhadap pesan yang disampaikannya kepada audiens. Dalam video tersebut ustadz Hilman mengatakan bahwa urusan dunia yang kita lakukan saat ini dihiasi dengan berbagai perhiasan dunia yang sebenarnya itu hanyalah titipan saja dari Allah kepada kita. Kemudian dari hasil penelitian peneliti pada video tersebut peneliti melihat beliau mengkaitkan pesan tersebut dengan realita kehidupan manusia, yaitu bahwa harta, pekerjaan, tempat tinggal dan keluarga, semua adalah titipan dari Allah SWT dan pada saatnya kita akan berpisah, kita akan dipisahkan dengan apa yang kita cintai itu. Pada video “Sebab Hidupmu Terasa Berat” telah menunjukkan bahwa ustadz hilman mengajak audiens terhadap pesan jangan merasa memiliki atas apa yang sebenarnya tidak dimiliki. Semua yang dimiliki oleh manusia hanyalah titipan. Jika tidak ingin merasa kehilangan, maka jangan merasa memiliki. Hakikatnya memang tidak ada yang kita punya, semua hanya titipan. Bukan hilang, tapi Allah mengganti dengan yang lebih baik dan lebih indah.

3. **Pesan Mengingatkan untuk Selalu Mendekatkan Diri kepada Allah**

Pada video “Sebab Hidupmu Terasa Berat” memperlihatkan ustadz Hilman Fauzi menampilkan pesan untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah. Pada durasi menit ke 04.20 detik ustadz Hilman mengatakan hidup terasa berat dan hati terasa gelisah karena jauh dari pertolongan Allah Swt. Selama ini manusia sering kalau sedang ditimpa persoalan kita mencari pertolongan pada manusia padahal ingat tidak ada yang bisa menolong kita kecuali Allah SWT. Allah selalu memberikan pertolongan kepada umatnya ketika mereka selalu mendekatkan diri kepadaNya. Tak hanya memperlihatkan pesan untuk selalu mengingat Allah tapi ustadz

Hilman juga memperlihatkan penyusunan kata-kata yang dikemas dengan rapi dan sangatlah menarik perhatian khalayak. Penggunaan gesture tubuh sangatlah mengekspresikan pesan untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah yang disampaikan pada video tersebut. Dapat dikatakan bahwa video tersebut telah memperlihatkan bagaimana Ustadz Hilman Fauzi mempersuasifkan pesan untuk selalu mengingat Allah kepada para audiens . Pentingnya selalu mengingat Allah adalah merupakan kewajiban kita sebagai umat muslim karena hanya Allah lah yang Maha Segalanya.

4. Pesan Mengajak untuk Selalu Mengingat Allah .

Didalam video “Sebab Hidupmu Terasa Berat” menampilkan ustadz Hilman Fauzi menyampaikan pesan untuk selalu mengingat Allah SWT. Dalam penyampaian pesan dakwah tersebut terlihat ustadz Hilman Fauzi menggunakan intonasi yang lemah lembut dalam membacakan ayat Al-Qur’an tentang untuk selalu mengingat Allah, penggunaan bahasa yang santun sehingga enak didengar. Ayat Al-Qur’an yang terdapat pada video dakwah yang disampaikan ustadz Hilman Fauzi untuk mempersuasifkan kepada khalayak bahwa jika manusia ingin hidupnya menjadi tenang dan tentram cukuplah selalu dengan mengingat Allah dimana pun dan kapan pun karena sesungguhnya Allah lah yang selalu ada untuk hambanya. Terlihat pada video yang disampaikan oleh ustadz Hilman Fauzi dalam mempersuasifkan audiens menggunakan Ayat Al-Qur’an memang benar karena sesungguhnya jika kita selalu melibatkan Allah dalam segala urusan maka Allah akan membuat kehidupan kita menjadi tenang , tentram dan akan mendapat balasan-balasan kebaikan dari Allah SWT.

5. Terlihat didalam video tersebut ustadz Hilman menggunakan komunikasi verbal dan non verbal untuk mendukung penyampaian pesan dakwahnya. Pesan yang disampaikan beliau sangat relavan untuk kehidupan manusia karena mengingatkan kita untuk selalu mengingat Allah, berzikir kepada Allah , menyebut nama Allah dan kemudian kita banyak meminta kepada Allah agar hati kita ditenangkan, tubuh kita dikuatkan dalam menghadapi skenario hidup yang kita jalani saat ini. Berdasarkan pada hasil penelitian yang peneliti lihat pada video tersebut dapat dikatakan bahwa Ustadz Hilman Fauzi telah menunjukan bagaimana beliau mempersuasifkan pesan untuk selalu mengingat Allah kepada audiens dengan menggunakan ayat al qu’an bahwa apa yang disampaikan ustadz Hilman Fauzi memang benar kejelasannya, sehingga dapat diterima dan mudah dipahami oleh audiens.

B. Penerimaan Penonton terhadap Komunikasi Persuasif pada Video Dakwah Ustadz Hilman Fauzi di Akun Youtube

Melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa informan yang berbeda dan latar belakang sosial yang berbeda-beda. Maka menunjukkan hasil jika informan memiliki reception (penerimaan) yang beragam terhadap komunikasi persuasif dalam video “Sebab Hidupmu Terasa Berat”. Dalam kaitannya dengan penerimaan dan makna oleh informan, terdapat tiga posisi penerimaan yang diidentifikasi oleh Stuart Hall, yaitu posisi dominan (*dominant position*), posisi negosiasi (*negotiated position*), dan posisi oposisi (*oppositional position*). Ketiga posisi ini merujuk pada cara informan memahami atau menafsirkan pesan dalam video youtube ustadz Hilman Fauzi, dan bagaimana penerimaan informan terhadap komunikasi persuasif pada akun youtube ustadz Hilman Fauzi.

1. **Posisi Dominan (*Dominant/Hegemonic Position*)**, Posisi dominan mengacu pada posisi penerimaan sepenuhnya dimana informan menerima makna

yang dihasilkan oleh pengirim dan tidak menawarkan perubahan atau tafsiran yang signifikan. Dimana informan menerima dan mengadopsi makna yang dihasilkan dalam video secara pasif dan tanpa kritis. Dalam penelitian ini terdapat 2 informan yang menempati posisi dominan, yakni Gita dan Tia. Kedua informan ini memberikan afirmasi yang berbeda sebagai bentuk persetujuan kepada pesan yang ditampilkan dari video tersebut.

a. Afirmasi Pesan Komunikasi Persuasif pada Video “Sebab Hidupmu Terasa Berat”.

Pesan Dominan yang disetujui serta diterima oleh informan adalah pesan mengingatkan untuk selalu bersandar kepada Allah, mengingatkan jangan merasa memiliki atas apa yang sebenarnya tidak dimiliki, mengajak untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah dan untuk selalu mengingat Allah. Respon Informan Gita menyatakan setuju terhadap pesan persuasif dan cara penyampaian dakwah oleh ustadz Hilman Fauzi di dalam video tersebut, karena informan mengatakan pada pernyataannya diatas bahwa pesan persuasif untuk selalu melibatkan Allah dan cara penyampaian dakwah ustadz Hilman Fauzi mempengaruhinya untuk ingat Allah dan membuat ia menyadari hal-hal yang belum dilakukannya. Melibatkan Allah dalam segala urusan, maka tentu yang berat akan menjadi ringan, yang sulit akan menjadi mudah dan yang senang akan mendamaikan. Respon informan tersebut secara tegas memberi afirmasi terhadap pesan komunikasi persuasif yang dikirim dalam video tersebut. Pada informan kedua yaitu Tia menyatakan bahwa ia merasa tersadar dan mengevaluasi diri untuk menjadi lebih baik. Artinya informan Tia menyetujui dan menerima pesan komunikasi persuasif yang dilakukan ustadz Hilman Fauzi pada video tersebut karena terlihat pada pernyataan informan diatas terlihat pada kata-kata yang disampaikan oleh ustadz Hilman Fauzi dapat membuat hatinya terenyuh dan cara penyampaian dakwahnya membuat terpengaruh. Informan terfokus terhadap pandangannya yang terpukau terhadap pesan yang disampaikan dan tidak memberikan tanggapan lain. Pernyataan kalimat diatas terlihat pada kata -kata ustadz Hilman Fauzi tentang melibatkan Allah agar hidup menjadi tenang dan tentram, pada kalimat tersebut ustadz Hilman menggunakan intonasi yang lembut dan diiringi bakcksound yang bisa membuat hati terenyuh saat memperhatikan video yang disampaikan ustadz Hilman Fauzi.

b. Dari pernyataan kedua informan ini memiliki kesamaan, dimana informan memberikan respon yang positif terhadap pesan persuasif pada video “Sebab Hidupmu Terasa Berat”. Respon positif merupakan salah satu bentuk afirmasi. Afirmasi pesan adalah proses mengkonfirmasi kembali pesan yang diterima dengan tujuan menunjukkan bahwa pesan telah diterima dan dipahami dengan baik. Dengan demikian, kedua informan telah menyetujui dan menerima makna dominan yang ditampilkan sehingga berada diposisi dominan.

c. **Afirmasi Komunikasi Persuasif pada Video “Sebab Hidupmu Terasa Berat”**

Makna dominan berikutnya yang di setuju oleh informan adalah komunikasi persuasif pada video Ustadz Hilman Fauzi. Informan pertama memberikan afirmasinya terhadap komunikasi persuasif dalam video sebab hidup terasa berat adalah informan Tia. Informan diatas secara langsung mengkonfirmasi bahwa komunikasi persuasif ustadz Hilman Fauzi di dalam video tersebut dapat mempengaruhi. Pada pernyataan di atas informan memuji komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ustadz Hilman Fauzi, terlihat pada kalimat “bahasa yang santun”, “intonasi yang lemah lembut”, dan “kata-kata yang enak didengar”. Dalam penyampaian dakwah penggunaan bahasa, intonasi dan kata-kata yang dipilih dapat mempengaruhi audiens untuk menerima dan melakukan terhadap pesan yang dikirimkan oleh audiens. Respon informan dalam pernyataan tersebut secara tegas memberikan konfirmasi terhadap komunikasi persuasif yang dikirim dalam video tersebut, informan berikutnya pun memberikan tanggapan positif terhadap komunikasi persuasif yang disampaikan dalam video sebab hidupmu terasa berat.

Respon informan Gita menyatakan setuju dengan komunikasi persuasif ustadz Hilman Fauzi pada video sebab hidupmu terasa berat karena pernyataannya diatas menunjukkan dengan jelas bahwa posisi informan menyetujui dan merasa terpengaruh setelah melihat video tersebut, terlihat juga pada pernyataan informan ia memuji komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ustadz Hilman Fauzi hal ini ditunjukkan pada kalimat “bagus”. Berhasilnya pelaksanaan dakwah seseorang dai ialah bisa mempengaruhi audiensnya dalam menerima pesan yang disampaikan oleh seorang dai serta melakukan pesan yang disampaikan tersebut.

Kedua pernyataan diatas menunjukkan kesamaan bahwa informan menerima komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ustadz Hilman Fauzi dan menyetujui pesan yang disampaikan pada video sebab hidupmu terasa berat. Dengan demikian kedua informan diatas telah menyetujui dan menerima makna dominan yang ditampilkan pada video tersebut sehingga berada dalam posisi dominan.

d. **Posisi Negosiasi (*Negotiated Position*)**

Posisi yang kedua adalah posisi negosiasi atau negotiated position dimana informan menyeleksi isi video mana pesan yang bisa diterima. Dengan kata lain, masih terdapat keraguan dari informan untuk menerima secara utuh pesan yang disampaikan. Posisi negosiasi terbentuk ketika audiens tidak sepenuhnya mengadopsi posisi dominan yang ditawarkan oleh produsen pesan, namun juga tidak sepenuhnya memiliki posisi oposisi atau bertentangan.

Pemahaman yang terbentuk melalui posisi negosiasi juga dapat lebih akomodatif terhadap perbedaan dan keragaman individu dan kelompok. Sehingga posisi negosiasi dapat menghasilkan beragam pemaknaan yang

mungkin tidak terdapat dalam posisi dominan atau oposisi. Terdapat dua informan yang berada dalam posisi negosiasi yakni, Nopi dan Junia. Informan diklasifikasikan ke dalam posisi ini dikarenakan secara garis besar menunjukkan respon keraguan dan kekhawatiran yang sama terhadap pesan yang ditawarkan dalam video youtube ustadz Hilman Fauzi.

e. Negosiasi Terhadap Komunikasi Persuasif Ustadz Hilman Fauzi pada Video “Sebab Hidupmu Terasa Berat”

Bentuk respon Negosiasi yang pertama adalah terhadap komunikasi persuasif ustadz Hilman Fauzi yang terdapat dalam video sebab hidupmu terasa berat. Jika dilihat secara sekilas di awal informan menyatakan kesetujuannya akan pesan yang disampaikan. Secara implisit, hal ini menunjukkan adanya sikap afirmasi terhadap makna dominan yang ditampilkan. Akan tetapi informan masih memberikan pernyataan “namun”, yang menunjukkan masih adanya keraguan dari informan untuk menerima secara sepenuhnya terhadap komunikasi persuasif yang disampaikan. Informan menyadari pesan yang disampaikan oleh ustadz Hilman Fauzi tentang selalu melibatkan Allah, tetapi informan memberi catatan lain bagi pengirim pesan untuk memperhatikan cara penyampaian dakwah yang dapat diterima oleh audiens. Sama halnya dengan pernyataan informan berikutnya menerima pesan yang disampaikan namun masih menegosiasikan keraguannya.

Respon negosiasi dari informan kedua yaitu terlihat pada pernyataan informan di atas bahwa ia memahami isi pesan yang disampaikan akan tetapi pada pernyataannya ada keraguan terhadap pesan yang dikirim pada video tersebut karena adanya kata “namun” dalam pernyataannya. Dalam pernyataan informan diatas mengatakan bahwa cara penyampaian dakwahnya biasa-biasa saja oleh sebab itu ia tidak merasa tersentuh atau terpengaruh terhadap apa yang disampaikan oleh ustadz Hilman Fauzi. Artinya respon informan diatas meragukan cara penyampaian dakwah ustadz Hilman Fauzi karena tidak dapat mempengaruhinya terhadap pesan yang akan disampaikan.

Berdasarkan analisis yang sudah dijabarkan di atas, maka ketiga respon informan ini dikategorikan ke dalam posisi negosiasi. Proses negosiasi menjadi indikator adanya ketidaksesuaian antara pemahaman audiens dengan pesan yang ditawarkan oleh produsen pesan. Namun, posisi negosiasi juga dapat menunjukkan adanya kemampuan audiens dalam mengambil jarak dan melakukan penilaian kritis terhadap pesan yang diterima (Afrida, 2018).

f. Negosiasi Penggunaan Backsound pada Video “Sebab Hidupmu Terasa Berat”.

Makna dominan menimbulkan respon negosiasi bagi informan adalah penggunaan backsound dalam video sebab hidupmu terasa berat. Informan masih menegosiasikan pesan dengan kenyataan yang ada disekitarnya. Informan di atas menyatakan “cukup relevan” terhadap backsound yang digunakan pada video tersebut. Pernyataan informan

tersebut menunjukkan adanya sikap afirmasi terhadap makna dominan yang ditampilkan. Namun informan masih memberikan pernyataan “akan tetapi”, yang menunjukkan masih adanya keraguan dari informan untuk menerima secara sepenuhnya terhadap penggunaan backsound yang digunakan. Informan menyadari makna yang disampaikan oleh ustadz Hilman Fauzi, tetapi informan memberi catatan lain bagi pengirim pesan untuk memperhatikan dalam penggunaan backsound yang dapat diterima oleh audiens sehingga dapat membuat audiens nyaman untuk mendengarkan tausiyah. Berdasarkan dari pernyataan informan di atas menunjukkan bahwa informan berada di posisi negoisasi.

2. Posisi Oposisi (Oppotional Position)

Posisi yang terakhir dalam reception analysis adalah posisi oposisi atau oppotional position. Posisi oposisi dapat berupa pandangan atau interpretasi yang bertentangan dengan makna yang dimaksudkan atau diusulkan oleh pengirim pesan. Dalam penelitian ini, terdapat satu orang informan yang berada dalam posisi oposisi yaitu Joanna. Informan ini diklasifikasikan ke dalam posisi oposisi karena memberikan penolakan secara implisit.

Pernyataan informan di atas menunjukkan penolakan terhadap komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ustadz Hilman Fauzi karena secara jelas dalam pernyataan informan tersebut mengatakan tidak tersentuh dan tidak termotivasi terhadap komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ustadz Hilman Fauzi. Kemudian informan memberikan masukan untuk ustadz Hilman Fauzi dalam berkomunikasi untuk menyampaikan dakwahnya terhadap audiensnya yaitu dalam segi visual seharusnya ustadz Hilman Fauzi harus menggunakan background yang dramatis serta mecocokannya dengan tema yang akan disampaikan, dan penggunaan backsound sedih yang cocok dengan tema yang disampaikan juga. Informan dengan sangat jelas menolak pesan yang disampaikan tanpa mempertimbangkan kembali apa yang ada dalam video tersebut. Berbeda dengan informan yang berada diposisi dominan yang menerima sepenuhnya pesan yang disampaikan tanpa ada penolakan secara kritis.

Pernyataan informan kemudian menjadi dasar atas klasifikasi informan yang berada di posisi oposisi, karena menentang sepenuhnya pesan yang disampaikan. Posisi oposisi telah menghadirkan sudut pandang yang berbeda atau pandangan alternatif dari penerima berdasarkan hasil interpretasi pesan. Posisi oposisi mengacu pada pandangan kritis atau kritik yang berbeda dari penerima terhadap pesan yang disampaikan (Ardiansyah, 2020).

6. PENUTUP

Berdasarkan data dan analisis yang sudah dipaparkan oleh peneliti. Maka dalam penelitian Analisis Komunikasi Persuasif pada Akun Youtube Ustadz Hilman Fauzi (Studi Penerimaan Pada Penonton Youtube Ustadz Hilman Fauzi) berdasarkan reception analysis Stuart Hall, terdapat beberapa kesimpulan. Pertama, hasil analisis encoding terhadap video “Sebab Hidupmu Terasa Berat” dalam youtube ustadz Hilman Fauzi menampilkan beberapa makna dominan berupa, pesan mengingatkan untuk selalu bersandar kepada Allah, mengingatkan jangan merasa memiliki atas apa

sebenarnya yang tidak kita miliki, mengingatkan untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah dan mengajak untuk selalu mengingat Allah.

Kedua, penerimaan penonton terhadap komunikasi persuasif dalam video youtube Ustadz Hilman Fauzi diklasifikasikan ke dalam tiga posisi yang berbeda hal ini berdasarkan perbedaan kode yang diterima, dinegosiasikan, dan ditolak oleh informan. Dari lima orang informan, dua orang berada dalam posisi dominan yang menerima pesan secara keseluruhan. Adapula dua informan dalam posisi negosiasi yang masih mempertimbangkan dan mengolah kembali pesan. Sedangkan hanya satu orang informan dalam posisi oposisi dimana penerimaan informan bertolak belakang dengan makna dominan yang ditampilkan.

REFERENCES

- Afrida, P. N. (2018). *Analisis Resepsi Mahasiswa Universitas Brawijaya Pembaca DetikNews terhadap Berita Radikalisme di DetikNews Periode Juli sampai Oktober 2018*. Universitas Brawijaya. Skripsi
- Agama, Departemen. (1980). *Al-Qur'an, 16 : 125. Al- Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta : Dikretorat Jendral Bimas Islam dan Urusan Haji.
- Amin, Samsul. Munir. (2009). *Ilmu Dakwah* . Jakarta: Amzah.
- Ardiansyah, Aan. (2020). *Analisis Resepsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya Terhadap Pesan Youtube Bangga Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Skripsi.
- Astuti, M., Ginting, E., & Azarkasyi, B. (2023). Komunikasi Cerdas Komika Pada Penonton dalam Penyampaian Materi Stand Up Comedy: Studi Pada Komunitas Stand Up Comedy Palembang. *JSIKOM*, 2(1), 53–69. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/14406>
- Azwar, Saifudin. (1997). *Sikap Manusia : Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi. *Fakultas Dakwah dan Komunikasi* , UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Djamalludin, Dedy. *Komunikas Persuasif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1997.
- Dina Novita, Yenrizal, & Badarudin Azarkasyi. (2022). Strategi Komunikasi Siaran TVRI Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(01).
- Effendy, Onong. Uchjana. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Firdaus, Y. R. (2018). “*Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube*” (*Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015 -2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga*). IAIN Salatiga.
- Faiqah, F, dkk. 2016. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2
- Febiani, F. (2015). Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Hijab I'm In Love Karya Oki Setiana
- Harahap, Nursapia. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Illaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jufrizal, & Indasari, F. (2021). Komunikasi Persuasif Antara Guru Dan Siswa (Penelitian Di Man 1 Pidie Jaya). *Jurnal Tabayyun*, 2(02), 1–13. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun/article/view/11595>
- Jumantoro, Totok. (2001). *Psikologi Dakwah dalam Aspek Aspek Kejiwaan yang Qur`ani* . Wonosobo: Amzah.
- Kafie, Jamaluddin. (1993). *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Indah Surabaya.

- Moleong, J. Lexy (2001). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Nuh, Sayyid M. 2019. *Kegagalan Dalam Berdakwah (Kajian Teoritis Dalam Buku Penyebab Gagalnya Dakwah Karya Dr. Sayyid M.Nuh)*, Jurnal An-Nicla, Vol.11, No.1
- Panuju, Radi. (1997). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prasetya, Irawan. (1999). *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: STIA-LAN.
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi Untuk Penelitian Gender dan Media*. Malang: Tim UB Press.
- Qotriah, L. (2019). *Teknik Komunikasi Persuasif dalam Novel Islami Anak Rantau*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
- Rahmawati, I. (2019). *"Dakwah Melalui Video Blog (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Wirda Mansur)"*. Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati.
- Rangkuti, Y. F. (2018). *Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Ikatan Remaja Masjid Alhuda (IRMAH) Dalam Meningkatkan Pengamalan Agama Di Kelurahan Sudirej o II Kecamatan Medan Kota*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.
- Soemirat, Soleh dkk. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sri Agustini, & Sonia Nurprameswari. (2022). Komunikasi Persuasif antara Konselor dan Odhiv dalam pelayanan VCT di Puskesmas Dempo Palembang. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(2), 64–73.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/issue/view/809>
- Syariful Huda, Reza Aprianti, & Gita Astrid. (2022). Interpersonal Communication of Parents in Participating in Building Positive Character in Their Children At Islamic Boarding School (Studi at Al-Falah Islamic Boarding School Sukamaju Babat Supat Musi Banyuasin). *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(01), 38–46.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/12701>
- Trisilia, A. L., & Pebriana, R. (2023). Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram Di Sekretariat Dprd Kota Lahat: Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram Di Sekretariat Dprd Kota Lahat. *Jsikom*, 2(2), 1–9.
<https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/17450>
- Wulandari, W., Yenrizal, Y., & Azarkasyi, B. (2023). Inovasi Masyarakat Desa Bumi Pratama Mandiri Dalam Pemasaran Media Sosial Facebook: Studi Masyarakat Defa Bumi Pratama Mandira, Kecamatan Sungai Penang, Kabupaten OKI, Sumatera Selatan. *JSIKOM*, 2(1), 109–117.
<https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/14413>
- Yanto, & Indasari, F. (2021). Pembentukan Opini Publik Pada Media Massa: Program Satu Milyar Satu Kelurahan Di Kecamatan Singaran Pati Panorama Kota Bengkulu. *Seminar Ilmu-Ilmu Sosial*, 27–34–27–34.
<https://proceeding.unived.ac.id/index.php/siis/article/view/104>
<https://uloom.id/speaker/ustadz-hilman-fauzi/> .Biodata Ustadz Hilman Fauzi. Diakses Pada 08 Agustus 2022
<http://www.youtube.com/c/AHILMANFAUZI> diakses tanggal 29 Oktober 2022
Tjanatjantia. Widika. (2013). Sejarah Berdirinya Youtube Sejarah Dunia
<https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube> diakses pada tanggal 29 Oktober 2022



Jurnal Studi Ilmu Komunikasi

Volume 03, Nomor 02, Mei 2024

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>

P. ISSN : 2985-9549

E. ISSN : 2986-4593