

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Penelitian

Yayasan pemuda hijrah Indonesia hadir dari sebuah komunitas atau *Social Movement* yang terlahir dari anak main yaitu *Shift* atau Pemuda Hijrah merupakan Gerakan dakwah dengan desain warna anak muda oleh pelaku dunia anak muda dakwah pada tahun 2015 dengan founder Ustad Hanan Attaki. Namun untuk mencapai pergerakan dakwah yang lebih luas dan berbadan hukum, maka sekitar tahun 2021 komunitas Pemuda Hijrah ini diresmikan dan bertansformasi dari sebuah entitas komunitas menjadi yayasan. Perjalanan komunitas shift pemuda hijrah tidak hanya ingin pemuda giat ke masjid untuk mendengarkan kajian, namun juga bagaimana para pemuda dapat menerapkan dalam kehidupan mereka dan menjadi kebiasaan.

Untuk merealisasikan hal tersebut, maka Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia memiliki sebuah kawasan sebagai sarana prasarana penunjang untuk mencapai tujuan dakwah yaitu Pesan_Trend yang berada di Kaki Gunung Manglayang, Cilengkrang dengan suasana asrinya pengunungan yang mampu memberikan ketenangan dan rasa damai dalam diri. Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia merupakan pendiri dan pengelola kawasan pesan_trend memiliki berbagai program yang menarik dari berbagai bidang diantaranya *shift media*, *shift farm*, *shift care*, sekolah rimba Indonesia, *sarung time*, *forest camp* dan masih banyak lagi.

Program yang dibuat Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia begitu menarik dan menghubungkan serta memanfaatkan berbagai elemen yang telah Allah ciptakan

sebagai cara dakwahnya dan mencetak para pemuda untuk menjadi pemuda yang lebih baik lagi dan paham akan Islam. Berbagai program yang dibuat tidak pernah terlepas dari ajaran Islam. Salah satunya kegiatan *Forest Camp* yang dibentuk untuk membantu mengatasi permasalahan kesehatan mental yang dialami oleh para pemuda setelah dilakukannya riset oleh pihak Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia.

Forest Camp sebagai kegiatan dalam bentuk pelatihan yang disediakan untuk para pemuda sebagai tempat pelarian yang ingin mencari ketenangan diri, melepas segala penat hal dunia, dan mendekatkan diri kepada Sang Pencipta karena stress merupakan relief utama yang memenuhi hati dan jiwa serta menaruh harap hanya kepada Allah. *Forest Camp* memiliki beberapa program salah satunya *Mindful Escape*. Kegiatan *Forest Camp* "*Mindful escape*" menggunakan alam terbuka sebagai sarana untuk memperkuat tauhid dengan konsep yang menyenangkan, mampu menarik para pemuda saat ini dengan berbagai kegiatan dan pengalaman psikologi spiritual yang dipadukan dengan eksplorasi alam, menciptakan pendekatan holistik yang memperkuat kedekatan dengan Allah serta dipandu dengan para pelatih yang handal dalam membantu peserta mengatasi dan mengelola beban emosional, serta membuka ruang komunikasi yang mendalam mengenai spiritualitas dan hubungan dengan Allah.

Forest Camp memperkenalkan kepada peserta secara langsung mengenai hidup seperti gaya nabi, bukan hanya materi saja namun disertai dengan praktiknya juga. Program *Forest Camp* yang pada dasarnya untuk membantu mengenal diri sendiri dan memahami emosi diperlukan sebuah proses metode komunikasi yang efektif yang mampu mempengaruhi sikap, keyakinan dan pemikiran peserta. Dalam

program *Forest Camp* komunikasi yang digunakan oleh para komunikator mampu mempengaruhi sisi afeksi peserta. Hal ini menjadikan komunikasi yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif merupakan salah satu proses dan teknik dalam komunikasi dengan melibatkan komunikasi baik verbal maupun non-verbal antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan mengajak dan mempengaruhi pemikiran, sikap, keyakinan dan pendapat orang lain sesuai dengan keinginan komunikator tanpa adanya unsur paksaan. Komunikasi persuasif merupakan salah satu metode komunikasi yang digunakan dalam berdakwah karena memiliki kesamaan dalam tujuannya. Komunikasi persuasif menjadi komunikasi yang efektif dalam kegiatan dakwah karena dalam kerangka dakwah komunikasi yang selalu berorientasi pada segi psikologi mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam sehingga mereka bertindak seperti kehendaknya sendiri merupakan penerapan dakwah yang bersifat persuasif (Masruroh, 2020: 12-13).

Menurut Bettinghaus (1973) agar bersifat persuasif, suatu situasi komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan (Soemirat. S, 2017: 1.25). Persuasif memiliki tiga kunci karakteristik yaitu persuasi melibatkan interaksi simbolik dengan menggunakan simbol bersama, maka persuasi melibatkan komunikasi verbal dan nonverbal. Kedua, persuasi membutuhkan niat. Ketiga, persuasi melibatkan dua orang atau lebih. Dalam kegiatan dakwah, komunikasi persuasif dalam penerapannya memiliki beberapa

pendekatan yang dapat dilakukan oleh komunikator, salah satunya melalui pendekatan AIDA yaitu *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Hasrat/Keinginan), dan *Action* (Kegiatan).

Pendekatan ini menjelaskan bagaimana seseorang memiliki keinginan untuk merubah perilaku atau setuju dengan materi dakwah yang disampaikan oleh komunikator ditunjukkan melalui bagaimana proses seseorang tersebut dapat mencapai perubahan perilaku dengan melewati proses tertarik, kemudian berminat sehingga memiliki hasrat dan mengambil keputusan serta akhirnya sepakat dengan materi yang disampaikan atau merubah perilakunya. Hal ini menjadikan pendekatan tersebut sebagai tahapan atau proses penyampaian pesan dakwah dalam kegiatan pelatihan kemah dakwah forest camp.

Kegiatan dakwah pun tidak hanya sebagai proses penyampaian ajaran Islam saja, tapi kegiatan dakwah haruslah melahirkan kesadaran untuk menegakkan tauhid, menumbuhkan rasa persaudaraan dan menciptakan masyarakat yang Islami (Bahar, 2021). Namun hambatan yang terjadi seiring perkembangan zaman dalam dakwah yaitu pesan dakwah yang kurang dipahami dan dakwah dengan metode penyampaian tradisional yang memberikan kesan membosankan (Emi, 2023: 1743). Namun perkembangan dakwah dari zaman ke zaman memiliki perubahan, terutama saat ini dengan hadirnya berbagai macam teknologi menjadikan sarana dakwah yang mulai banyak digunakan. Dan dapat dikatakan efektif untuk persebaran dakwah yang luas.

Akan tetapi, perkembangan dakwah memiliki ketidakefektifan yang mana banyaknya pesan agama yang mengandung pro dan kontra. Dan kegiatan dakwah

secara langsung pun tergerus karena lebih banyak minat masyarakat terhadap dakwah yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan demikian kegiatan dakwah secara langsung perlu memiliki perkembangan yang mampu menarik kembali masyarakat. Dan menuntun kembali masyarakat kepada jalan kebenaran melalui dakwah. Oleh karena itu, untuk menciptakan suasana dakwah yang lebih menarik lagi, perlu sebuah inovasi dan kreativitas dalam pembentukan model atau cara berdakwah yang berbeda dengan biasanya.

Dakwah tidak hanya menyampaikan suatu pesan agama saja, namun perlu melihat bagaimana kondisi seorang mad'u untuk memudahkan tersampainya pesan dakwah tersebut secara tepat sasaran terutama jika fokus dakwah kepada para pemuda. Kegiatan dakwah yang berbeda mampu menarik perhatian anak muda, salah satunya kegiatan dakwah yang dilakukan di outdoor. Intervensi berbasis alam dapat secara efektif meningkatkan kesehatan mental dan kesejahteraan masyarakat (Conventry. PA, dkk, 2021:11).

Perpaduan kegiatan alam dengan kebutuhan pemuda terhadap kesehatan mental dan spriritual melalui kegiatan pelatihan dakwah memberikan pengalaman yang mengesankan dengan komunikasi yang baik sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima, dipahami, dan mampu mengajak pemuda untuk mengaji diri kembali. Kegiatan dakwah yang efektif harus mempertimbangkan banyak hal, dari segi kondisi mad'u, penyampaian komunikator, karena tidak semua kegiatan dakwah menghasilkan suatu yang memuaskan atau sesuai dengan tujuan komunikator dalam komunikasinya.

Sikumbang, dkk (2019: 30-46) mengatakan dalam hasil penelitiannya bahwa proses efektivitas komunikasi persuasif dalam dakwah suatu pembinaan majelis ta'lim dapat diperhatikan melalui bagaimana kredibilitas komunikator, bahasa yang digunakan, pesan yang disampaikan, persuasi yang digunakan dalam konteks apa dan penguasaan referensi serta media yang digunakan. Namun masih memiliki hambatan yang dialami terutama pada diri komunikator dalam proses penyampaian pesan dakwah. Hambatan yang terjadi pasti memiliki beberapa faktor yang perlu diperbaiki. Dalam hal ini juga, proses komunikasi yang dilakukan dalam kegiatan *Forest Camp* terlihat memiliki beberapa hambatan dalam komunikasi antara da'I dengan mad'u. Dalam penyampaian pesan pada kegiatan *Forest Camp*, seorang komunikator tentu akan menghadapi tantangan dalam komunikasi dengan komunikan, sehingga komunikator perlu menguasai komunikasi persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh komunikan.

Berdasarkan pemaparan tersebut dilakukannya penelitian dengan judul **“KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM KEGIATAN PELATIHAN KEMAH DAKWAH (Studi Deskriptif pada Program *Forest Camp* Yayasan Pemuda Hijrah”**. Hal ini untuk mengetahui bagaimana proses yang terjadi dalam penyampaian pesan dakwah menggunakan komunikasi persuasif.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana *attention* yang diberikan *coach* dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *forest camp*?
2. Bagaimana *interest* yang dibangun *coach* dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *forest camp*?

3. Bagaimana *desire* yang dibuat *coach* dalam komunikasi persuasif sehingga mampu menghasilkan keputusan peserta pada kegiatan pelatihan kemah dakwah forest camp?
4. Bagaiaman *action* dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah forest camp?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *attention* yang diberikan *coach* dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *forest camp*.
2. Untuk mengetahui *interest* yang dibangun *coach* dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *forest camp*.
3. Untuk mengetahui *desire* yang dibuat *coach* dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *forest camp*.
4. Untuk mengetahui *action* yang dilakukan dalam komunikasi persuasif pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *forest camp*.

D. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian memiliki suatu manfaat atau kegunaan baik manfaat secara akademis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat secara akademis

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberi kontribusi pada pengembangan ilmu dalam kajian ilmu dakwah dan komunikasi dan penyiaran Islam khususnya pengembangan dalam mata kuliah metode dakwah pada ranah khitobah.

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan praktis bagi para dai dan pendakwah yang ingin menggabungkan metode dakwah dalam kegiatan yang menyatu dengan alam. Dan penelitian ini memberikan rujukan kepada penyelenggara kegiatan Forest Camp di Pesantren untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan mereka dan mengimplementasikan hasil penelitian ini untuk meningkatkan pengalaman peserta dan efisiensi dalam mencapai tujuan dakwah.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Dalam upaya untuk mendapatkan penelitian yang ilmiah, maka diperlukan telaah pustaka dari berbagai sumber seperti jurnal, skripsi dan tesis sebagai sumber rujukan yang relevan dan memosisikan persamaan serta perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Adapun penelitian yang terkait yaitu:

Pertama, dalam Tesis Dwi Arini Yulianti (2020) dengan judul “Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi Dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta.” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan menggunakan teori pemrosesan informasi McGuire dan Fenomenologi Alfred Schutz. Penelitian ini mengenai pola komunikasi persuasif pemrosesan informasi dalam fenomena aktivitas dakwah komunitas terang Jakarta dengan hasilnya yaitu menunjukkan pada lima tahap komunikasi persuasif AIDDA. *Attention* dengan mengatur gaya bahasa dan busana dai, *interest* dengan mendesain kajian dengan kesan santai

dan tidak kaku, *desire* dengan memberikan wadah bagi pengalaman untuk menumbuhkan hasrat berbagi dan meringankan masalah, *decision* dengan mengarah jemaah untuk berubah kearah yang lebih baik dan *action* dengan perubahan jemaah dari segi kebiasaan dan perilaku. Penelitian yang dilakukan Dwi Arini memiliki kesamaan yaitu membahas mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan suatu Lembaga atau komunitas dalam dakwah. Adapun perbedaan terdapat pada objek dan fokus yang berbeda.

Kedua, dalam Skripsi Nurfadillah Bahar (2021) dengan judul “Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Pada Ikatan Remaja Masjid Al-Ikhlas Desa polewali Kec. Libureng Kab. Bone.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses, prinsip, dan metode komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada ikatan remaja masjid al-ikhlas Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone. Penelitian ini menggunakan metode field research dengan pendekatan teologis normatif dan psikologis. Hasil dari penelitian ini yaitu penelitian menggunakan proses SMCR, prinsip menggunakan teknik pemaparan yang selektif, partisipasi audience, suntikan dan perubahan yang besar sehingga kegiatan dakwah apapun konteksnya akan dibutuhkan umat manusia untuk mewujudkan kesalehan umat dan metode komunikasi dengan teknik asosiasi dan integrasi dengan teknik pay-off dan icing. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menggunakan pendekatan psikologis yang tertuju pada pemahaman manusia mengenai implementasi komunikasi persuasif dalam kegiatan yang akan diteliti mengenai pemahaman tauhid. Adapun perbedaan

penelitian ini terdapat pada segi objek dan memfokuskan pada teknik komunikasi persuasif saja dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada ikatan remaja masjid.

Ketiga, dalam skripsi Rezha Mardianty Rachmy (2023) dengan judul “Komunikasi Persuasif Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Family Development Session (FDS) Untuk Peningkatan Kualitas Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Di Kelurahan Way Halim Permai.” Penelitian secara lapangan ini menggunakan pendekatan purposive sampling dan menggunakan teori Pendekatan AIDDA serta data pendukung teori lainnya. Hasil penelitian ini yaitu komunikasi persuasif dilakukan dalam penyampaian modul kesehatan dan gizi terlaksana dengan baik namun tak terlepas pula dari adanya beberapa hambatan yang memerlukan perhatian khusus. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu mengetahui proses komunikasi persuasif. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu dari segi objek.

Keempat, dalam jurnal Fauzi (2023) dengan judul “Urgensi Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah” dari jurnal Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam. Penelitian ini menggambarkan penerapan komunikasi persuasif dalam dakwah dan menjelaskan urgensi keterampilan interpersonal dalam dakwah persuasif. Menggunakan jenis studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) komunikasi persuasif dalam dakwah menekankan penyampaian pesan dengan mempertimbangkan psikologi dan sosio mad'u, sehingga dapat mengubah sikap dan perilaku mereka serta mendorong mereka untuk menerapkan ajaran Islam. 2) Untuk mencapai tujuan

dakwah maka da'i harus memiliki kemampuan interpersonal. Kemampuan interpersonal sebagai faktor keberhasilan komunikasi persuasif dalam dakwah dijelaskan dalam konsep AIDDA yaitu perhatian, minat, keinginan, keputusan dan tindakan. Perbedaan penelitian ini yaitu ada pada studi dalam proses penelitian dan kesamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan konsep AIDDA.

Kelima, dalam skripsi Lika Hawani (2022) dengan judul “Analisis Komunikasi Persuasif Da’I Dalam Membina Jamaah Pengajian Di Masjid Syadatuttholibin Desa Wiramastra Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara.” Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan analisis komunikasi persuasif da’I dalam membina jamaah pengajian di Masjid Syadatuttholibin Desa Wiramastra. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif membantu da’I dalam menjalankan aktivitas dakwah dengan esensi dakwah berupa motivasi dan ajakan serta terjadinya pembimbingan kepada orang lain dalam memahami ajaran agama dan mengamalkannya melalui kesadaran diri guna memperoleh keuntungan pribadi dan bukan orang lain. Dan terdapat perubahan dari jamaah mulai dari wawasan yang bertambah mengenai ilmu agama, hingga kualitas ibadah yang terus meningkat. Persamaan penelitian ini yaitu meneliti komunikasi persuasif yang dilakukan oleh da’I atau komunikator. Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari segi objek.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode	Perbedaan
1.	Dwi Arini Yulianti, (Tesis, Tahun 2020)	“Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi Dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta.”	Lima tahap Komunikasi Persuasif AIDDA	Metode Kualitatif	Objek dan fokus yang berbeda.
2.	Nurfadillah Bahar, (Skripsi, Tahun 2021)	“Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Pada Iktan Remaja Masjid Al-Ikhlas Desa potewali Kec. Libureng Kab. Bone.”	Proses komunikasi persuasif melalui SMCR, teknik pemaparan yang selektif, partisipasi audience, suntikan dan metode komunikasi dengan teknik asosiasi dan integrasi dengan teknik pay-off dan icing	Metode Kualitatif	Terdapat pada segi objek dan memfokuskan pada teknik komunikasi persuasif saja dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada iktan remaja masjid.
3.	Rezha Mardianty Rachmy, (Skripsi, Tahun 2023)	“Komunikasi Persuasif Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Family Development Session (FDS) Untuk Peningkatan Kualitas Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Di Kelurahan Way Halim Permai.”	Proses komunikasi persuasif dengan menggunakan model AIDDA	Metode Kualitatif	Objek penelitian yang berbeda
4.	Fauzi, (Jurnal, Tahun 2023)	“Urgensi Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah”	Kemampuan interpersonal sebagai faktor keberhasilan komunikasi persuasif dalam dakwah dijelaskan dalam konsep AIDDA.	Metode Kualitatif	Studi dalam proses penelitian
5.	Lika Hawani, (Skripsi, Tahun 2022)	“Analisis Komunikasi Persuasif Da’I Dalam Membina Jamaah Pengajian Di Masjid Syadatuttholibin Desa Wiramastra Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara.”	Komunikasi persuasif membantu da’I dalam menjalankan aktivitas dakwah	Metode Kualitatif	Objek penelitian yang berbeda

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Dalam penelitian mengenai proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dalam kegiatan pelatihan kemah dakwah forest camp, maka akan digunakan teori model komunikasi AIDA yang dikembangkan oleh Elias St. Elmo Lewis (1898). Teori AIDA merupakan kepanjangan dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat/keinginan), dan *action* (tindakan). Model AIDA biasanya digunakan dalam kegiatan pemasaran digital, strategi penjualan, kampanye hubungan masyarakat (Sitaniapessy, 2021: 14) Menurut Onong U. Effendy (2008: 2014) formula AIDDA ini sebagai tahapan komunikasi persuasi. Formula yang dikutip oleh Onong merupakan perkembangan dari teori AIDA. Adapun Masruroh (2020) menjelaskan bahwa elemen AIDDA ini saling berkolerasi dalam penerapannya.

Pertama, *attention* merupakan tahap dalam menarik perhatian audiens agar fokus dalam memperhatikan dan memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kedua, *interest*, pada tahap ini audiens yang sudah terfokuskan perhatiannya kemudian ditumbuhkan minat terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Ketiga, *desire*, tahap komunikator mampu mengemas pesan sehingga audiens memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu. Keempat, dalam tahap *decision* ini keinginan yang sudah muncul perlu dilanjutkan dengan datangnya keputusan audiens untuk melakukan

sebuah tindakan/kegiatan. Kelima, *action*, tahap ini merupakan tahap audiens untuk bertindak sesuai dengan harapan komunikator.

Model AIDA ini banyak digunakan dalam komunikasi di bidang pemasaran, namun dalam dakwah dapat diadopsi terutama untuk menjelaskan suatu proses komunikasi dalam membujuk, membentuk, memperkuat dan mengubah pandangan orang lain sesuai dengan materi yang disampaikan komunikator kepada audiens dalam kegiatan pelatihan kemah dakwah forest camp.

2. Kerangka Konseptual

Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia menjadi suatu lembaga dakwah yang berfokus pada pengembangan pemuda Islam dan kegiatan kemasyarakatan terutama sasarannya kepada para pemuda. Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia memiliki berbagai program yang menarik, menghubungkan dan memanfaatkan berbagai elemen ciptaan Allah SWT untuk dakwah dan membentuk pemuda yang lebih baik dan paham akan Islam salah satunya program *Forest Camp*.

Program *forest Camp "Mindful Escape"* Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia merupakan bentuk pelatihan tentang isu mental health melalui pendekatan psikologi Islami di lingkungan alam. Program ini sebagai sarana dakwah dalam memperkuat tauhid, saling bersyukur setelah saling mendengarkan, sehingga berfikir bahwa solusi ini kembali lagi kepada Allah. Program *forest camp* ini menggunakan metode komunikasi efektif untuk mengenal diri dan memahami emosi dengan mempengaruhi sikap,

keyakinan, dan pemikiran peserta. Komunikasi yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri (Rakhmat, 2008: 14). Komunikasi persuasif memiliki tujuan yang sama dengan dakwah. Dalam perspektif Al-Qur'an konsep komunikasi persuasif merupakan sebuah komunikasi yang didalamnya mengandung unsur mengajak kepada kebaikan (Qadafi, 2015). Untuk menghasilkan komunikasi persuasif yang baik maka diperlukan suatu pendekatan atau model komunikasi dalam proses pelaksanaannya. Dalam hal ini komunikasi persuasif menggunakan pendekatan komunikasi melalui model AIDA yang merupakan akronim dari:

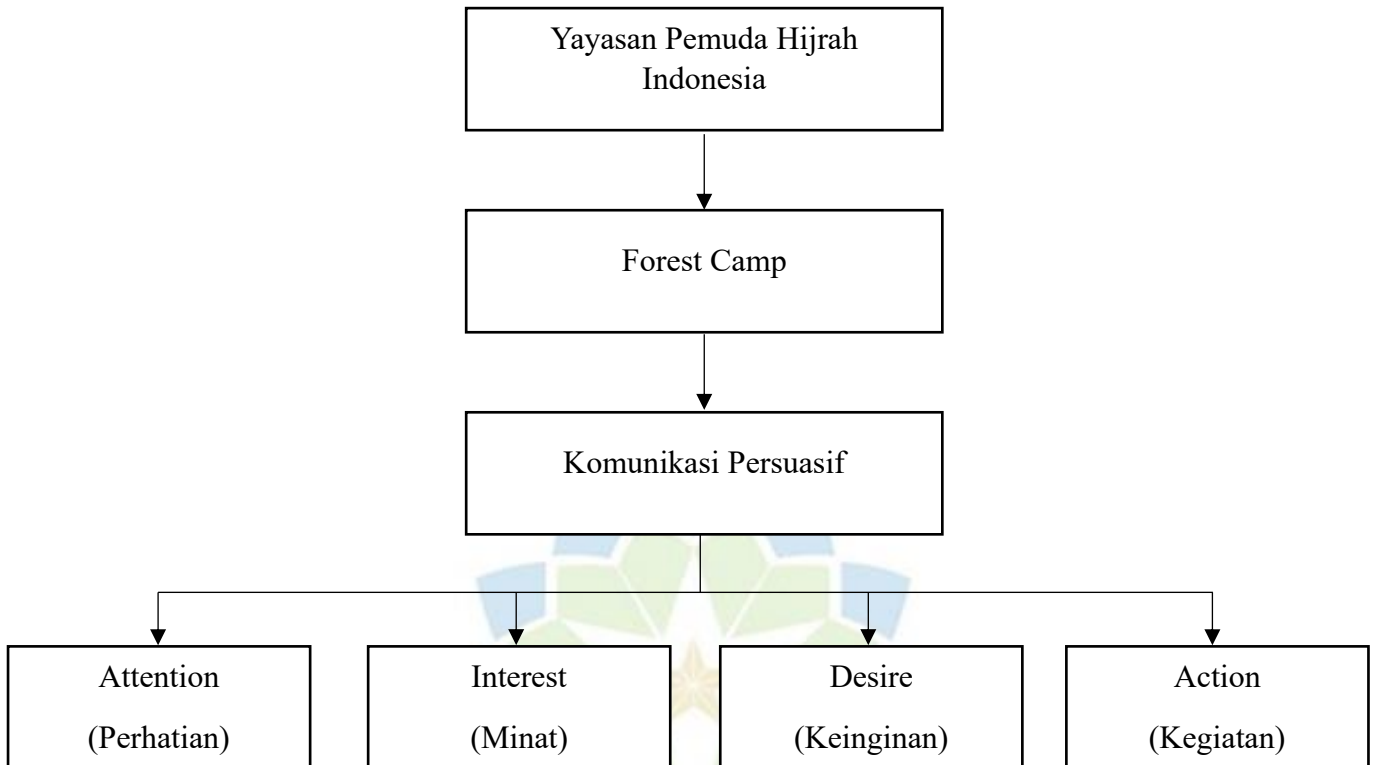
Attention (perhatian). Tahap awal dalam berkomunikasi adalah memastikan bahwa audiens merasa bahwa komunikator memiliki informasi atau ide yang penting dan bermanfaat untuk mereka dengarkan. Hal ini dilakukan dengan menyajikan masalah atau gagasan yang menarik yang akan membuat audiens tertarik untuk mendengarkan pesan dari komunikator. Komunikator perlu menggunakan susunan kata yang menarik, gaya berbicara dan gaya penampilan yang baik agar perhatian komunikan dapat tertuju pada komunikator. Perhatian tersebut juga dapat muncul jika komunikator memiliki kredibilitas yang baik.

Interest (minat). Tahap ini melibatkan penjelasan oleh pengirim pesan tentang pentingnya informasi yang diberikan kepada penerima. Pernyataan yang telah diuraikan sebelumnya dijelaskan lebih mendalam. Hal ini dilakukan untuk membantu penerima memahami dan mengintegrasikan pesan yang disampaikan dengan keuntungan atau manfaat yang bisa mereka peroleh. Komunikator dapat

menarik minat audien dengan memasukkan topik yang menarik dan relevan, memberikan kesempatan untuk kegiatan interaktif dan komunikatif, menciptakan lingkungan yang mendukung untuk bebas mengekspresikan diri (Mohammad, 2018).

Desire (keinginan). Pada tahap inilah komunikator mengubah keinginannya dengan menjelaskan bagaimana perubahan yang akan dilakukan nantinya dapat memberikan manfaat yang lebih baik bagi audien. Memastikan bahwa bukti apa pun akan digunakan untuk membuktikan gagasan secara langsung dan relevan dengan subjek. Menciptakan keinginan dengan cara-cara alternatif, seperti dengan melakukan ajakan atau bujukan dan perlu ditampilkan daya tarik emosional oleh komunikator agar pada tahap selanjutnya komunikator dapat segera mengambil keputusan (*decision*) untuk melakukan suatu tindakan atau perubahan seperti yang diharapkan oleh komunikator.

Action (kegiatan). Fase terakhir ini komunikator menyarankan tindakan spesifik yang diinginkan komunikator untuk dilakukan oleh audien. Kemudian perlu diingatkan kembali bahwa audien akan mendapatkan keuntungan dari tindakan yang akan dilakukan. Yang penting yaitu betapa mudahnya audien melakukan aksinya (Masriadi, 2021: 103).



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Panyawangan Raya No.72, RT.02/RW.06, Pasirwangi, Kec. Cilengkrang, Kota Bandung, Jawa Barat, lebih tepatnya di Kaki Gunung Manglayang, Kawasan *Pesan_Trend*. Kawasan *Pesan_Trend* dijadikan sebagai kawasan dakwah yang dibangun oleh ustad hanan attaki.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang menganggap ilmu pengetahuan dan realitas sosial sebagai hasil konstruksi mental subjektif berdasarkan pengalaman sosial individu. Hasil penelitian

konstruktivisme bersifat reflektif, subjektif, dan khusus, serta merupakan gabungan pendapat yang disepakati bersama. Paradigma ini menawarkan alternatif dalam mengejar kebenaran realitas sosial dengan menekankan pada rasionalitas praktis, serta memengaruhi nilai-nilai, etika, akumulasi pengetahuan, model pengetahuan, dan diskusi ilmiah (Irawati. dkk, 2021: 875-876). Peneliti menggunakan paradigma ini untuk memahami secara mendalam proses komunikasi persuasif dalam kegiatan pelatihan kemah dakwah *Forest Camp* dengan menekankan subjektivitas, konteks sosial, dan hubungan komunikator dengan komunikan.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada prinsip subjektivitas dan bukan menggunakan analisis statistik atau matematis. Dalam pendekatan ini, penilaian tidak dilakukan melalui angka atau skor, tetapi lebih kepada kategorisasi atau penilaian berdasarkan kualitas (Hasan, dkk, 2022: 16). Pendekatan kualitatif ini digunakan peneliti untuk memahami interaksi dalam komunikasi persuasif antara komunikator dengan peserta pada kegiatan pelatihan kemah dakwah *Forest Camp*.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang status suatu fenomena yang ada, yaitu menggambarkan keadaan fenomena sesuai dengan kondisi sebenarnya pada saat penelitian dilakukan, tanpa berusaha untuk menarik kesimpulan yang berlaku

secara umum atau generalisasi (Hikmawati, 2020: 88). Dengan pendekatan ini, peneliti mampu untuk menguraikan proses komunikasi persuasif yang terjadi pada kegiatan pelatihan kemah dakwah Forest Camp sesuai dengan kondisi sebenarnya.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data kualitatif dengan bentuk data berupa kata, kalimat, narasi, gerak tubuh, ekspresi wajah, began, gambar dan foto (Sugiyono, 2022: 10). Data kualitatif diperoleh dari teknik wawancara, dan observasi atau analisis. Data kuliitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum dari objek yang diteliti seperti gambaran umum kegiatan *forest camp* di *Pesan_Trend* Yayasan Pemuda Hijrah, dan penjelasan mengenai kegiatan dakwah yang dilakukan pada program *forest camp* untuk mengetahui metode dakwah yang digunakan.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti sebagai pengumpul data (Sugiyono, 2017: 137). Sumber data primer dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara yang mendalam dengan salah satu coach/pemateri dalam kegiatan Forest Camp, panitia program forest camp, dan bagian *networking* dan program Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari berbagai sumber, termasuk catatan lisan dan tertulis, dan bukan langsung dari objeknya sendiri. Data sekunder mengacu pada informasi yang sudah ada sebelumnya yang dikumpulkan dan digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian termasuk dokumen penting, situs web, buku, dan sumber relevan lainnya. Data sekunder mengacu pada jenis data yang tidak diperoleh secara langsung. Data sekunder dalam penelitian kualitatif sebagai hasil dari observasi dapat berupa teks, foto, video, rekaman.

5. Informan

Pemilihan informan berdasarkan pemahaman dan penguasaan subjek mengenai data, informasi dan fakta dari objek penelitian yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini informan atau objek penelitiannya yaitu Bunda Sofie Beatrix sebagai pemateri/coach untuk mengetahui proses komunikasi persuasif yang dilakukan kepada peserta, Hana sebagai panitia program Forest Camp, Gilang sebagai bagian *Networking and Program* Yayasan Pemuda Hijrah Indonesia.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Kegiatan observasi perlu dilakukan untuk mengamati setiap proses kegiatan objek penelitian. Menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan terusun dari berbagai proses biologis dan

psikologis terutama dari proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2022: 223). Kegiatan observasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi, gambaran lapangan, dan keadaan lapangan mengenai proses kegiatan forest camp yang tidak didapatkan melalui kegiatan wawancara.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan objek yang diteliti. Wawancara yang mendalam diharapkan agar dapat mengungkapkan dunia empirik mengenai berbagai hal yang dianggap penting untuk melengkapi informasi yang perlu diketahui. Kegiatan wawancara akan dilakukan terhadap informan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam hal ini merupakan data pendukung yang ada selain dari hasil observasi dan wawancara seperti data mengenai objek yang didapat dari website, dan dokumen lainnya.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data menurut Moeloeng merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas dan reliabilitas) menurut versi "positivisme" dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri (Moloeng, 1993: 171). Untuk keperluan pemeriksaan keabsahan data terdapat empat indikator yaitu: (1) *credibility* (kredibilitas), (2) *transferability* (keteralihan), (3) *dependability* (kebergantungan), dan (4) *confirmability* (kepastian) (Helaluddin: 2019, 22). Dalam penelitian kualitatif

untuk terjaminnya keakuratan data, maka digunakannya teknik triangulasi dalam memeriksa keabsahan data.

Menurut Wiersman, triangulasi merupakan validasi silang kualitatif untuk menilai kecukupan data sesuai dengan konvergensi kelipatan prosedur pengumpulan data atau sebagai suatu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Maka, triangulasi dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu triangulasi sumber, triangulasi pengumpulan data, dan triangulasi waktu (Haryoko, 2020: 413).

Menurut Norman K. Denzin, teknik triangulasi memiliki empat tipe, diantaranya:

- a) Triangulasi sumber data, adalah penggunaan beragam sumber data dalam suatu kajian;
- b) Triangulasi antar-peneliti atau biasa diistilahkan Triangulasi investigator (dilakukan secara berkelompok), penggunaan beberapa evaluator atau ilmuwan social yang berbeda;
- c) Triangulasi metode, penggunaan metode ganda untuk mengkaji masalah atau program tunggal, seperti wawancara, pengamatan dan dokumen dan sumber data lainnya; Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi;
- d) Triangulasi teori; adalah penggunaan sudut pandang ganda dalam menafsirkan seperangkat tunggal data (Haryoko, 2020: 414).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka untuk menentukan keabsahan data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu proses pengujian untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data yang nantinya dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, mana yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber-sumber data itu, dan tidak bisa dirata-ratakan. Setelah menghasilkan kesimpulan hasil, selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan sumber-sumber data tersebut (Haryoko, 2020: 414).

8. Teknik Analisis Data

Analisi data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema yang dapat dirumuskan hipotesisnya seperti yang dirumuskan oleh data (Affifudin, 2018: 145). Menurut Bogdan dalam sebuah analisis data terutama data kualitatif, dalam hal proses mencari dan menyusun dilakukan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Hardani, 2020: 161-162).

Dalam proses pencarian dan penyusunan data mengenai penerapan metode dakwah dalam kegiatan alam *Forest Camp*, penelitian ini akan menggunakan analisis data model Mathew B. Miles dan Michael Huberman, dimana analisis data menurut mereka dibagi menjadi tiga alur kegiatan. *Pertama*, reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan,

pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Mereduksi data ini berarti menyempurnakan data, mengurangi data yang tidak relevan atau pun menambah data yang masih kurang.

Kedua, penyajian data, memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan tahap selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. *Ketiga*, penarikan kesimpulan. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dalam pembuatan simpulan proses analisis data ini dilanjutkan dengan mencari hubungan antara apa yang dilakukan (*what*), bagaimana melakukan (*how*), mengapa dilakukan seperti itu (*why*) dan bagaimana hasilnya (*how is the effect*).