

**STRATEGI KOMUNIKASI USTADZ MUHAMMAD FAIZAR
MELALUI RUQYAH SYAR'IIYAH DI MEDIA SOSIAL
YOUTUBE**



**PROGAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Fauzan

NIM 1717102091

Jenjang : S-1

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Ustadz Muhammad Faizar Melalui Ruqyah Syar'iyah Di Media Sosial YouTube** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 27 September 2023

Menyatakan



Ahmad Fauzan
NIM. 1717102091



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF.KH. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax ; 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN
Skripsi berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI USTADZ MUHAMMAD FAIZAR
MELALUI RUQYAH SYAR'IIYAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

Yang disusun oleh Saudara: **Ahmad Fauzan**, NIM. 1717102091, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Jurusan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 4 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dr. Sulhkan Chakim, S.Ag., M.M.
NIP. 19680508 200003 1 002

Sekretaris/ Penguji II

Arsam, M.S.I.
NIP. 19780812 200901 1 011

Penguji Utama

Dr. Aris Saefuloh, M.A.
NIP. 19790125200501 1 001

Purwokerto, 23 Oktober 2023

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosah Pembimbing

Sdr. Ahmad Fauzan

Lamp :

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan dan korelasi terhadap Penulisan Skripsi dari:

Nama : Ahmad Fauzan

NIM : 1717102091

Jenjang : S-1

Fakultas/ Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : **Strategi Komunikasi Ustadz Muhammad Faizar Melalui Ruqyah Syar'iyah Di Media Sosial YouTube**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 20 September 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M.

NIP. 196805082000031002

STRATEGI KOMUNIKASI USTADZ MUHAMMAD FAIZAR MELALUI RUQYAH SYAR'IYYAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE

Ahmad Fauzan
fauzan57722@gmail.com, Komunikasi Penyiaran Islam
NIM. 1717102091

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah manusia menjadi lebih dinamis. Hal ini terlihat dari perilaku masyarakat yang bertransformasi dari masyarakat industri ke masyarakat informasi. Begitu juga yang dilakukan oleh Ustad Muhammad Faizar yang menyampaikan dakwahnya melalui Youtube.

Metode dakwah yang dilakukan oleh Ustad Muhammad Faizar melalui youtubena @Muhammad Faizar Official ialah dengan metode ruqiyah syari'yyah, yang merupakan teknik terapi untuk penyembuhan penyakit batin, gangguan Jin dan Sihir juga penyakit jiwa lainnya, dengan cara membacakan ayat-ayat Al-Quran dan doa-doa kepada pasien dengan sesuai ketentuan-ketentuan Al-Quran dan As-Sunnah.

Metode yang digunakan adalah strategi komunikasi dengan metode Harold Lasswell, yang merupakan bagaimana komunikasi bisa sampai kepada komunikan dan juga memberikan efek yang baik kepada komunikan. Komunikasi yang dilakukan oleh Ustad Muhammad Faizar kepada pasiennya merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi karena bertujuan untuk mengubah dan mempengaruhi, sikap dan perilaku seseorang secara langsung.

Hasil penelitian ini adalah bahwa, setiap penyakit itu pasti akan ada obatnya, asalkan semuanya dikembalikan lagi pada sang maha pencipta Allah SWT. Karena Ruqiyah juga merupakan komunikasi dengan Tuhan. Bahwasanya, Strategi komunikasi yang dilakukannya dengan ruqyah syar'yyah di media sosial merupakan cara yang tepat untuk menyembuhkan penyakit batin, gangguan jin dan sihir yang mampu dilakukan dengan secara langsung.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Ustad Muhammad Faizar, Media Sosial.

USTADZ MUHAMMAD FAIZAR COMMUNICATION STRATEGY VIA RUQYAH SYAR'IIYAH ON YOUTUBE SOCIAL MEDIA

Ahmad Fauzan

fauzan57722@gmail.com, Islamic Broadcasting Communications
NIM. 1717102091

ABSTRACT

The development of communication technology has changed humans to become more dynamic. It can be seen from society's behavior, which is transforming from an industrial society to an information society. Likewise, Ustad Muhammad Faizar conveyed his message via YouTube.

The method of preaching used by Ustad Muhammad Faizar via his YouTube @Muhammad Faizar Official is the Ruqiyah Syari'yyah method, which is a therapeutic technique for healing mental illnesses, Jinn, and Magic disorders as well as other mental illnesses, by reciting verses from the Koran and prayers to patients in accordance with the provisions of the Al-Quran and As-Sunnah.

The method used is communication strategy using the Halrod Lasswel method, which is how communication can reach the communicant and also have a good effect on the communicant. The communication carried out by Ustadz faizar to his patients is a form of communication strategy because it aims to change and influence a person's attitudes and behavior directly.

The results of this research are that, for every disease, there will definitely be a cure, as long as everything is returned to the Almighty Creator, Allah SWT. Because Ruqiyah is also our communication with God. In fact, the communication strategy he uses using ruqyah syar'yyah on social media is the right way to cure mental illness, jinn disorders and magic which can be done directly.

Keywords: Communication Strategy, Ustad Muhammad Faizar, Social Media.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah Ayat 286)¹



¹Diambil dari <https://quran.kemenag.go.id/>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rahmatnya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semoga kedepannya skripsi ini dapat menjadi ilmu yang berguna dan bermanfaat.

Sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Kiamah kelak. Dengan ketulusan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam kehidupan penulis, yang senantiasa memberikan do'a serta dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua saya yaitu, Bapak Mugiono dan Ibu Siti Musyarofah yang selalu memberikan do'a, semangat, dan dukungan serta selalu memberikan yang terbaik untuk putranya dalam segala kondisi apapun. Berkat do'a dan dukungan yang tak terhingga penulis bisa sampai di titik ini. Tak lupa pula juga untuk Adik kandung saya Makhbubah, S.H., terima kasih karena telah memberikan do'a dan semangat agar penulis cepat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian.

Terima kasih tak terhingga penulis haturkan kepada Bapak Dr. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M selaku pembimbing skripsi penulis yang telah banyak berjasa dalam membimbing, mengarahkan penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas arahan, bimbingan, dukungan, kesabaran, serta waktu yang diluangkan untuk penulis.

Rasa terima kasih juga saya haturkan kepada Ketua Jurusan dan Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ibu Uus-Uswatussolihah, M.A, yang telah memberikan bekal ilmu, motivasi, bimbingan serta doa bagi penulis dan mahasiswa yang lain dalam menjalani perkuliahan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terima kasih untuk seluruh dosen Fakultas Dakwah khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal ilmu serta bimbingan selama penulis mencari ilmu di bangku perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamin. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, yang kita nantikan syafa'atnya di hari akhir nanti. Penyelesaian tugas skripsi ini adalah satu syarat memperoleh kelulusan dan gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

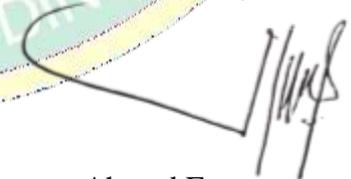
Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tak lain karena penulis banyak mendapatkan bimbingan, ilmu baru, dukungan, bantuan, semangat dan do'a yang tiada henti-hentinya dari pihak lain. Maka dari itu, perkenankan penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Mohammad Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. KH. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, S.Pd, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, MA., Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dra. Amirotun Sholihah M.S.I., selaku Dosen Pendamping Akademik.
8. Prof. Dr. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sepenuh hati membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas pengorbanan waktu, tenaga maupun pikirannya.

9. Segenap Dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya Dosen Progam Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah banyak memberikan ilmu dengan tulus, semoga berkah dan bermanfaat.
10. Segenap Staff Administrasi Fakultas Dakwah serta Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kedua orang tua penulis Bapak Mugiono dan Siti Musyarofah serta tidak lupa pula Adik kandung penulis yakni Makhbubah, S.H., terima kasih selalu menjadi support system penulis selama mengerjakan skripsi ini, dan selalu memberikan semangat seerta do'a yang tiada henti.
12. Sahabat penulis Refina Dhanis Adelia yang selalu ada dikala susah dan senang, selalu memberikan do'a, dukungan dan semangat terkhusus dan tidak lupa juga teruntuk teman-teman KPI C 2017 dan semua penyemangat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah menemani penulis berjuang dari awal masuk kuliah.
13. Tak lupa kepada diriku sendiri, terima kasih telah bertahan dan mampu berjuang sampai saat ini dan detik ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kekurangannya. Semoga ini bisa menjadi pintu awal penulis menuju kesuksesan. Aamiin.

Purwokerto, 27 September 2023

Penulis,



Ahmad Fauzan
NIM 1717102091

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Strategi	16
1. Pengertian Strategi	16
2. Tahapan Strategi	17
3. Evaluasi Strategi	17
4. Tipe-tipe Strategi	18
B. Komunikasi	19
1. Pengertian Komunikasi	19
2. Unsur-Unsur Komunikasi	20
3. Fungsi dan Tujuan Komunikasi	21
4. Jenis-Jenis Komunikasi	24
5. Hambatan Komunikasi	26
C. Strategi Komunikasi	27

1. Pengertian Strategi Komunikasi	27
2. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi.....	28
3. Komponen Strategi Komunikasi.....	29
4. Tahapan Strategi Komunikasi.....	29
D. Ruqiyah Syar'iyah	31
1. Sejarah Ruqyah Syar'iyah	31
2. Pengertian Ruqyah Syar'iyah.....	32
3. Metode Terapi Ruqyah Syar'iyah	33
4. Ruqyah Syar'iyah Sebagai Alternatif Pengobatan.....	35
E. Media Sosial	36
F. Youtube.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
C. Teknik Pengumpulan Data	41
D. Sumber Data	42
E. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	47
A. Gambaran Umum Objek.....	47
1. Profil Ustadz Muhammad Faizar	47
2. Media Sosial Youtube @Muhammad Faizar Official	48
3. Karya-karya buku Muhammad Faizar	49
4. Visi-Misi Youtube Muhammad Faizar Official.....	52
B. Strategi Komunikasi Ustadz Muhammad Faizar Melalui Ruqyah Syar'iyah Di Media Sosial Youtube	52
C. Implementasi Strategi Komunikasi Ustadz Faizar Melalui Ruqiyah Syar'iyah Di Media Sosial Youtube	60
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Wawancara dengan Ustadz Muhammad Faizar

Lampiran 2 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal

Lampiran 3 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif

Lampiran 4 Sertifikat Bahasa Arab

Lampiran 5 Sertifikat Bahasa Inggris

Lampiran 6 Sertifikat APLIKOM

Lampiran 7 Sertifikat BTA PPI

Lampiran 8 Sertifikat PPL

Lampiran 9 Sertifikat KKN

Lampiran 10 Blanko Bimbingan Skripsi

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah kebutuhan dalam kehidupan yang terdapat unsur-unsur bahasa, gerak tubuh, dan ekspresi dalam menyampaikan pemikiran yang disebut sebagai pesan. Dengan mengutarakan sebuah pesan maka terjadi suatu aktifitas antara komunikator yakni diri sendiri dengan komunikan yaitu orang lain yang disebut dengan aktifitas makhluk sosial yang sifatnya dasariah, sehingga pada akhirnya komunika menjadi sebuah kebutuhan permanen manusia yang membentuk keberlangsungan kehidupan makhluk sosial.²

Komunikasi efektif apabila menimbulkan pengaruh pada sikap seseorang, komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan lima hal, salah satunya mempengaruhi sikap seseorang. Secara istilah komunikasi persuasif diartikan sebagai usaha sadar dalam mengubah pikiran dan tindakan manipulatif motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Persuasi dapat dilakukan rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seorang.³

Kehadiran internet untuk para pengguna merupakan media baru yang menawarkan kebebasan dalam mengakses informasi. Mudahnya dalam mengakses informasi membuat para pengguna dengan mudah mengakses berita di manapun dan kapan pun mereka ingin mengaksesnya. Dunia yang dikatakan luas menjadi seperti ada pada genggaman tangan. Saat ini tidak ada pelosok dunia yang tidak terjangkau dengan berkembangnya media dan informasi. Beragam informasi di internet memaksa pengguna berpindah dari media *old* ke *new media* (*media massa baru*).

Kecepatan dan kemudahan mengakses informasi membuat manusia memasuki era kecanggihan teknologi dan komunikasi. Ini ditandai dengan era

² Ahmad Nurul Macky. "Komunikasi Persuasif Khaitami Nuh, Dalam Menarik Minat Para Donatur Melalui darul Aitam Yayasan Aqshal Ghayat Jakarta Barat". *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatulloh, 2017). Hlm. 1.

³ Siti Aisyah Hajar dan Muhammad Syukron Anshori." Strategi Kounikasi Persuasif Farag qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media". *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol.7, No. 2, 2021. Hlm. 63.

zaman sekarang yang akrab dengan media informasi. Di sinilah media sosial menjadi titik penentu perkembangan informasi bagi penggunanya.

Pada era globalisasi saat ini umat Islam dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan media informasi bagi kehidupannya. Pemanfaatan media sosial sudah banyak digunakan untuk media belajar, tempat dokumentasi, media marketing dan media bisnis. Dalam pengetahuan islam, media digunakan untuk berdakwah, dakwah pada masa ini harus semaksimal mungkin menggunakan media sosial. Efektifitas dalam penggunaan media sosial menjadikan gerakan dakwah Islam dapat dilakukan dengan mudah.⁴

Dakwah menggunakan media internet menjadi paling efektif, terutama untuk memudahkan para da'i menghempaskan sayap dalam menyebarkan syiar-syiar islam. Penggunaan media internet merupakan suatu tantangan dan kesempatan untuk menambah khazanah dan cakrawala islam. Kesempatan yang ada pada media tersebut merupakan alternatif untuk memudahkan proses dakwah islam. Umat islam harus mempunyai kemampuan dalam menguasai teknologi informasi dan media sosial, dari sisi tersebut internet mempunyai banyak manfaat dan kekuatan.⁵

Dakwah berupa perbuatan lisan, tertulis, dan sadar yang bertujuan mempengaruhi seseorang, baik secara individu maupun kelompok, agar dapat memahami ajaran agama yang diberikan tanpa unsur paksaan. Seperti yang dijelaskan dalam Qs. An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ. إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa*

⁴ Ibrahim, *Teknologi emansipasi dan transgender, Wacana Peradaban Visi Islam*, (Bandung, Mizan, 1994) hlm 199.

⁵ Nur Ahmad. "Tantangan Dakwah di era teknologi dan Informasi: formulasi karakteristik, Popularitas dan Materi Di Jalan Dakwah". *Jurnal Addin*, Vol.8, 2014. hlm 324-327.

yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Beberapa Ulama saat ini memiliki berbagai cara untuk menyampaikan pesan dakwah di media. Penyebarluasan dakwah dan informasi tidak hanya dilakukan di perpustakaan dan masjid saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi telah menciptakan berbagai jenis media untuk berdakwah dan menyampaikan informasi. Instagram, You Tube, WhatsApp, dll menjadi media yang dapat mengirim pesan-pesan Dakwah. You Tube Social Media merupakan situs web yang didalamnya terdapat berbagai video, sehingga pengguna dengan mudah mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis.⁶

Media sosial umumnya merupakan sebuah wadah untuk bersosialisasi, kini media sosial juga menjadi sebuah ruang publik baru yang dapat dimanfaatkan untuk banyak hal, seperti untuk penyebaran suatu informasi, untuk menyampaikan pendapat, hingga untuk menjadi sebuah lahan bisnis baru. Anak-anak muda saat ini bahkan cenderung sangat mengikuti perkembangan media sosial ini. Salah satu media sosial yang saat ini sedang diminati oleh banyak penggunanya adalah youtube. Youtube merupakan sebuah platform di mana memungkinkan penggunanya untuk dapat mengunggah sebagai video, selain itu youtube juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi melalui kolom komentar. Mengutip dari artikel <http://www.techno.okezone.com> sejak diluncurkan pada Februari 2005, youtube diklaim menjadi webiste ketiga yang paling banyak dikunjungi di dunia dengan total 1,3 miliar pengguna. Dalam hal ini media sosial, youtube dapat digunakan untuk suatu hal positif yang dapat memberikan manfaat dan pengaruh pada masyarakat.

Youtube dapat digunakan untuk menyampaikan dakwah, pengguna dapat dengan cepat melihat gambar visual, berbagai pola dan gaya, akses mudah ke informasi dakwah, dan informasi yang sangat mudah. Karena itu,

⁶Fatty Faiqah, dkk. "You Tube Sebagai Komunikasi Bagi Komunitas MakassarVidgram", *Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol. 5 No. 2, Juli- Desember 2016, hal 259.

media sosial Youtube sangat efektif sebagai media promosi. Berdasarkan data tren pengguna media sosial Indonesia pada tahun 2021, masyarakat Indonesia kemungkinan besar menggunakan media sosial berupa YouTube sebesar 93,8%.⁷

Selama 2019-2022 media sosial ini, ulama-ulama Indonesia terkenal dengan dakwah motivasi bagi kaum muda, diantara adalah Ustad Hanan Attaki yang terkenal dengan dandan dan dakwah motifasi beliau yang tertuju kepada para remaja, Ustad Adi Hidayat yang terkenal dengan dakwah dengan metode pengajaran menggunakan media papan tulis, Ustad Abdul Somad menyampaikan maharnya dalam bahasa, penampilannya sederhana dan selalu netral. Para imam menggunakan media dan strategi komunikasi mereka sendiri.

Ruqyah syari'yyah adalah sarana dakwah yang sangat efektif untuk menyelamatkan aqidah masyarakat dari bahaya kesesatan dan kesyirikan yang diakibatkan oleh maraknya dunia klinik dan perdukunan di tengah masyarakat akhir-akhir ini. Ruqyah syar'iyah merupakan sarana yang efektif dalam penjagaan dan peningkatan kondisi rohani dan keimanan khususnya bagi aktivitas dakwah islam.⁸

Salah satu imam milenial yang menggunakan Youtube sebagai media untuk Dakwah adalah Ustadz Muhammad Faizar. Dia adalah salah satu ulama terkenal di Stasiun televisi Trans7 di Indonesia. Kegiatan ini merupakan salah satu pengobatan bagi mereka yang terkena gangguan jin. Ruqyah Syar'iyah adalah kegiatan membacakan bacaan ayat-ayat dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah bagi orang yang terkena gangguan jin. Ruqyah merupakan salah satu sunnah rosul.

Dilihat dari sudut kebahasaan, pengertian ruqyah adalah jampi atau mantra. Sedangkan istilah ini sering diartikan sebagai segala macam bacaan atau doa yang dilafalkan adalah ayat-ayat Al-quran atau bersumber dari ajaran rosululloh, ruqyah semacam ini disebut *ruqyah syar'iyah*. Sebaliknya jika

⁷ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, Indonesia digital report 2021, diakses 09 November 2021 pukul 13.37 WIB.

⁸ Malik Saefudin. "Strategi Dakwah Klinik Abu Albani Center Dalam Terapi Ruqyah di Duren Sawit Jakarta timur". *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatulloh, 2015). Hlm. 3.

mantra yang dibaca selain dari keduanya (Al-quran dan Doa dari Rosululloh) disebut dengan *ruqyah syirkiyyah*. Yakni yang dilarag oleh syariat karena mengandung unsur-unsur penyektuan terhadap Alloh SWT.⁹



Gambar 1

Profile Akun Youtube @muhammadfaizar

https://www.youtube.com/results?search_query=ustadz+muhammad+faizar+ruqyah

Ruqyah syar'iyah termasuk salah satu dari terapi Islam. Terapi adalah melakukan sesuatu secara teratur, terprogram dengan baik dan berulang-ulang untuk tujuan memperbaiki diri agar menjadi lebih sehat dan memperoleh kehidupan yang baik.¹⁰ Terapi islam mempunya beberapa fungsi, sebagaimana yang dirumuskan oleh Hamdani Bakran diantaranya *pertama*, berfungsi pencegahan (*prevention*), *kedua*, berfungsi penyembuhan dan perawatan (*treatment*), *ketiga*, berfungsi sebagai pensucian atau pembersihan.¹¹

⁹ Kholilul Rohim. *Terapi Juz Amma: Ragam Manfaat Surah-Surah Pendek Juz ke-30 untuk Kesehatan dan Keselamatan Hidup Dunia-Akhirat*. (Jakarta: PT Mizan Pubika Cetakan 1, 2008). Hlm.44.

¹⁰ Lukman Hakim. *Terapi Qurani uuntuk Kesembuhan dan Rizki yang tak Terduga*. (Jakarta: Link Consulting, 2012). Hlm.13.

¹¹ Millaty Hanifa. "Dampak Terapi Ruqyah Syar'iyah Dalam Memulihkan Kesehatan Mental Pasien di Rumah Ruqyah Indonesia Cililitan Jakarta Timur". *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatulloh, 2015). Hlm.16.



Gambar 2

Beranda Akun Youtube @muhammadfaizar

https://www.youtube.com/results?search_query=ustadz+muhammad+faizar+ruqyah

Pelaksanaan ruqyah sya'iyah di youtube Ustadz Muhammad Faizar ini lebih banyak berinteraksi langsung dengan pasien ruqyah (mad'u). Berbeda dengan penyampaian dakwah yang lainnya, dengan Ruqyah syar'iyah ini Ustadz Muhammad Faizar menyampaikan pesan-pesan dakwahnya setelah pasien itu selesai melakukan ruqyah sya'iyah.

Dengan latar belakang permasalahan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan teknik komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustad Muhammad Faizar. Hal ini dikarenakan dakwah Ustadz Faizar berbeda dengan dakwah lain yang melaksanakan dakwahnya dengan pemberian Ruqyah Syar'iyah. Ruqyah syar'iyah biasanya berjalan secara langsung ditempat seperti masjid, namun berbeda dengan Ust Faizar yang menyampaikan dakwah Ruqyahnya dengan bantuan media Youtube. Oleh karena itu, peneliti ingin mempelajarinya lebih dalam tentang **Strategi**

Komunikasi Ustadz Muhammad Faizar melalui Ruqyah Syar'iyah di Media Sosial Youtube.

B. Penegasan Istilah

1. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan.¹² Strategi merupakan suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai pedoman atau peta yang hanya menunjukkan arah dan tujuan saja, melainkan strategi juga harus menunjukkan bagaimana cara operasionalnya.¹³

Komunikasi secara epistemologi berasal dari bahasa latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* mempunyai arti kata sama. Sama yang di maksud adalah sama makna. Jadi komunikasi adalah penyampaian suatu makna yang mempunyai arti sama atau satu makna. Sama di sini maksudnya adalah sama sama mengerti satu sama lain.¹⁴

Sedangkan strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.¹⁵ Strategi komunikasi juga merupakan paduan dari perencanaan dan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Karena itu, strategi komunikasi menentukan berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif.¹⁶

¹² Dian Sarastuti. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol.16.1,2017. Hlm. 55.

¹³ Adelia Masrifah Cahyani. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani Dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.10.1,2020. Hlm.3.

¹⁴ Rochajat Harun& Elfinaro Ardianto, *Komunikasi Peembangunan dan perubahan sosial: Prespektif Dominan, Kaji Ulang dan Teori Kritis*, (Jakarta, sRajawali Pers, 2012), hlm 160

¹⁵ Dian Sarastuti. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana...hlm.55.

¹⁶ Adelia Masrifah Cahyani. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya...hlm.3-4

Strategi komunikasi memiliki fungsi ganda baik secara makro (planned multi-media strategy) maupun secara mikro (single communication medium strategy) yaitu (1) menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal. (2) menjembatani cultural gap akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.¹⁷

Oleh karena itu, apabila terdapat kesamaan makna dalam suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan maka disitulah komunikasi terjadi. Namun, situasi kurang komunikatif bisa terjadi apabila tidak terdapat kesamaan makna baik secara lisan maupun tulisan, misalnya pidato, ceramah, khutbah, dan lain-lain.¹⁸

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah seni menyampaikan pesan oleh komunikator kepada komunikan sedemikian rupa, dapat difahami oleh kedua belah pihak yang dapat menimbulkan dampak sesuatu kepada komunikan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat berupa ide, gagasan, informasi, harapan, pernyataan, dan sebagainya.¹⁹

2. Ruqyah Syar'iyah

Ruqyah berasal dari bahasa Arab (الرُقْيَة) bentuk jamaknya (الرُقْي) artinya jampi, mantera, suwuk, azimat. Ruqyah juga (العوذة) yang artinya perlindungan.²⁰ Dalam al-Qur'an terdapat satu kata yang seakar dengan kata ruqyah (mantra) yaitu terdapat dalam QS. al- Qiyaamah [75].

Artinya: "Dan katakanlah (kepadanya):"siapakah yang dapat menyembuhkan?" Dalam Tafsir al-Mishbaah M. Quraish Shihab, mengatakan bahwa kata dapat dipahami sebagai kata yang berasal dari kata

¹⁷ Dian Sarastuti. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana...hlm.55.

¹⁸ Onong Uchjana Effendy. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditia Bakti). Hlm. 15.

¹⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, Pemuda Rosda Karya, 2010), hlm 5

²⁰ Muhammad bin Mukrim Ibn Manzur, *Lisan al-., Arab, XIV* (Bairut: Dar Shadir, tt), hal 332.

(رُقِي - رُقِي) raqā-yarqī maka disini kata rāq (راق) dimaknai dengan arti penyembuh.²¹ Sedangkan menurut istilah, Ibnu Atsir dalam Lisanul Arab mengatakan bahwa ruqyah merupakan untaian permohonan serta bacaan yang digunakan untuk mengobati orang yang terkena penyakit demam, ketakutan, dan penyakit-penyakit lainnya.²²

Ruqyah juga diartikan dengan membaca ayat-ayat al-Qur'an, nama-nama Allah dan sifat-sifatNya, disamping doa-doa syar'ī yang menggunakan bahasa Arab atau selain bahasa Arab yang diketahui maknanya disertai hembusan nafas sebagai bentuk perlindungan (penjagaan) dari segala macam bahaya.

Doa yang dimaksudkan adalah doa yang ditujukan untuk "mengharapkan kesembuhan", maka dengan begitu tidak semua yang diucapkan termasuk dalam ruqyah.²³ Dari kutipan di atas ruqyah syariyyah adalah bacaan atau doa-doa yang berasal dari al-Quran dan as-sunnah atau dari kalam-kalam ulama yang bermaksud mengharap kesembuhan perantara bacaan al-Quran agar di beri kesembuhan dan kesehatan jasmani dan rohani.

3. Media Sosial

Menurut Van Dijk Media Sosial adalah atap media yang mempunyai fasilitas untuk para pengguna untuk tetap eksistensi tentang dirinya masing-masing. Menurut Andres Kaplan dan Michael Henlein²⁴, mendefinisikan media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet dibuat dengan dasar teknologi, yang memungkinkan penggunaannya mengupload konten tentang penggunaannya.

Menurut Kaplan dan Henline ada 6 jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya liputan 6.com), blog dan microblog (misalnya twitter), komunitas konten (misalnya youtube), situs jaringan sosial (misalnya

²¹ Ahmad Zuhdi, *Studitentang Ruqyah: Tinjauan al-Qur'an, al-Hadith dan Sejarah*, Jurnal Qurthuba, Vol. 1, No. 1, 2017, hal 45.

²² Muhammad bin Mukrim Ibn Manzur, *Lisan al-., Arab*, XIV...hal 332.

²³ Allama, Alaudin Shidiqi, *Panduan Ringkas Jam'iyah Ruqyah Aswaja (JRA)*, (Jombangtp, 2018), hal 3.

²⁴ Andres Kaplan, Michael Henlein. "Users Of The World, Unite! The Challenges and opportunities Of Social Media". (Busines Horizons 53, 2010). Hlm. 61.

whatsapp), virtual game (misalnya mobile legend), virtual sosial (misalnya line).²⁵

Media sosial merupakan media online, para penggunanya dapat mengakses vlog, video maupun foto yang sedang mereka lakukan pada saat itu. Penggunaan media sosial yang sudah tidak ada batasannya. Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan jarak, batasan waktu kapan pun dan di manapun mereka ada.

4. YouTube

Media *Youtube* merupakan layanan berbagi video yang di sediakan oleh google untuk para penggunanya agar para penggunanya dapat memuat, mengunggah melihat dan menonton video secara gratis. teknik komunikasi adalah seni menyampaikan pesan oleh komunikator kepada komunikan sedemikian rupa, dapat di fahami oleh kedua belah pihak yang dapat menimbulkan dampak sesuatu kepada komunikan. You Tube merupakan bentuk perkembangan dari teknologi internet (*Word Wide Web*) dari “*read only web*” ke “*ke read write web*”, yakni ketika keadaan internet hanya menyediakan bacaan bagi penggunanya sampai ketika internet menyediakan bacaan dan penggunanya dapat membagikan bacaanya kepada pengguna lainnya. Pergeseran tersebut membuat you tube menjadi media yang paling banyak di akses oleh para penggunanya.

Para penguana internet pasti sudah pernah menggunakan you tube. Baik untuk media hiburan maupun untuk media informasi. Bahkan pada zaman sekarang media sosial you tube bahkan menjadi ajang untuk pencarian uang. Para pengusaha dapat menjadi pengusaha sukses lewat channelnya di you tube.

5. Akun You Tube @Muhammad Faizar Official

Channel you tube ini di buat pada tanggal oleh ustaz Muhammad Faizar yang memiliki 1.330.000 jt subscriber, 102.170.087 kali d tonton.²⁶

²⁵ Gusti Aditia Lesmana, Tesis, *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Brand Attachemen* (Studi PT.XL AXITA), Program Megister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia), hal 10-11.

Channel ini mempunyai 391 video pertanggal 30 november 2021. Video di channel you tube ini menggunakan live streaming yang nyata, dan tidak dibuat-buat.

C. Rumusan Masalah

Dari hasil pemaparan di atas, dapat dirumuskan pokok rumusan masalahnya yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi Ustadz Muhammad Faizar dalam dakwahnya di akun Youtube @Muhammad Faizar official?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendalami Bagaimana Komunikasi Persuasif Dakwah Ustadz Muhammad Faizar dalam menyampaikan dakwahnya melalui Ruqyah Syariyyah di media sosial Youtube

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

- 1) Menambah ilmu pengetahuan baru bagi para Da'i dalam metode dakwah dengan menggunakan metode Ruqiyah Syar'iyah, dan bagaimana cara menyampaikan pesan dakwah metode Ruqiyah Syar'iyah dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif.
- 2) Hasil penelitian diharapkan dapat menambah khazanah Islam baru bagi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, serta para pembaca khususnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Menambah khazanah ilmu pengetahuan baru bagi para penulis mengenai strategi komunikasi persuasif dalam menyampaikan dakwah dengan menggunakan metode ruqiyah.
- 2) Sebagai ilmu pengetahuan baru agar para da'i dapat menyampaikan dakwah secara efektif dan profesional.

²⁶<https://www.youtube.com/c/MuhammadFaizarOfficial/about>, diakses pada tanggal 9 juni 2022, pukul 10.21 wib.

E. Kajian Pustaka

Telaah pustaka dilakukan untuk menjelaskan posisi peneliti dalam penelitian ini, dengan kata lain untuk menunjukkan kebaharuan dari penelitian yang akan peneliti lakukan, di antaranya:

- a. Pertama skripsi yang ditulis oleh Rini Astuti Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam yang berjudul "*Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Jilbab Dalam Mensosialisasikan Pemakaian Jilbab Syar'i Di Kalangan Muslimah*". Penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan oleh komunitas peduli jilbab dalam gerakan untuk memakai jilbab. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas strategi komunikasi menggunakan teori Harold Lasswell hanya saja jika peneliti meneliti pada komunitas sedangkan penulis meneliti di media sosial youtube.
- b. Kedua, skripsi yang ditulis oleh Nur Ahmad Zulkifli jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Saifudin Zuhri Purwokerto yang berjudul "*Strategi Dakwah Ustadz Ujang Bustomi Dalam Meluruskan Kemusyrikan di Channel You Tube Kang ujang Bustomi Cirebon tahun 2021*". Penelitian ini membahas tentang strategi dakwah dalam Channel You tube Tube Kang ujang Bustomi Cirebon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah Ustad' kang ujang Bustomi dalam memberantas kemusyrikan. Adapun letak persamaan penelitian di atas dengan peneliti adalah subjek penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Pada penelitian di atas objek penelitiannya adalah tentang memberantas kemusyrikan sedangkan objek penulis adalah tentang bagaimana berdakwah menggunakan mediasi ruqyah syar'iyah.
- c. Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Imam Kurnia Saputra jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan yang berjudul "*Teknik Komunikasi Da'i Nahdatul Ulama dalam meningkatkan Kesadaran Zakat*".

*di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas.*²⁷ Penelitian ini membahas tentang teknik komunikasi da'i Nahdhatul Ulama dalam meningkatkan kesadaran zakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi memahami tentang kesadaran zakat. Adapun letak persamaan penelitian diatas dengan peneliti adalah subjek penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Pada penelitian di atas objek penelitiannya adalah tentang memberi pemahaman tentang zakat sedangkan objek penulis adalah tentang bagaimana berdakwah menggunakan mediasi ruqyah syar'iyah

- d. Keempat, oleh Muhammad Nurdin, M. Ag. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Usuludhin, Adab, dan Dakwah Istitut Agama Islam Negri (IAIN) Ponorogo, dengan Judul "*Dakwah Melalui Media Sosial You Tube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual Pada Channel You tube Transformasi Iswah Wahyudi.*"²⁸ Skripsi ini dengan penulis meliki kesamaan yaitu membahas tentang dakwah di media sosial. Perbedaannya, penelitian penulis membahas dakwah ust. Faizar melalui media ruqyah syar'iyah, sedangkan penelitian ini membahas tentang analisis media siber dalam etnografi virtual pada *channel* You tube Transformasi Iswahyudi.
- e. Kelima, penelitian oleh Ais Zuli Fitriana jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi Institut agama islam Negri Kudus dengan judul "*Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial YouTube di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus Channel Menara Kudus)*"²⁹. Skripsi ini dengan penulis

²⁷ Imam Kurnia Syaputra, *Teknik Komunkasi Da'i Nahdatul Ulama dalam meningkatkan Kesadran Zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas*, (Universitas Islam Negri Sumatra Utara), 2019

²⁸ Muhammad Nurdin M. Ag., "*Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual Pada Channel You tube Tansformasi Iswah Wahyudi)*". *Skripsi*. Dakwah Istitut Agama Islam Negri (IAIN) Ponorogo", 2020.

²⁹ Fitriana, AisZuli, *ImplementasiStrategiDakwahMelalui Media Sosial YouTube di Yayasan Masjid Menara MakamSunan Kudus*, (StudiKasus Channel Menara Kudus), Undergraduate thesis, IAIN KUDUS, 2020.

memiliki kesamaan objek yang ditelitinya yaitu membahas tentang strategi dakwah melalui *channel* you tube. Perbedaannya skripsi di atas membahas mengenai Implementasi (Studi Kasus Channel Menara Kudus), sedangkan penulis membahas tentang dakwah ust. Faizar melalui media ruqyah syar'iyah.

- f. Keenam, skripsi ditulis oleh Lis Wahyuni dengan judul “Peran Youtube Sebagai *Media Dakwah Dalam memberikan Pemahaman Keislaman Kepada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah*” dari Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.³⁰ Persamaan dari skripsi dan penelitian penulis sama-sama meneliti penyampaian pesan dakwah menggunakan media sosial You Tube, sedangkan perbedaannya dari skripsi di atas membahas peran You Tube sebagai sarana dakwah untuk memberikan pemahaman keIslaman, dan bagaimana pemahaman keIslaman mahasiswa terkait youtube sebagai media dakwah sedangkan penulis meneliti tentang bagaimana strategi dakwah melalui media ruqyah syar'iyah.
- g. Ketujuh, dalam skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Azizatur Robiyah yang berjudul “*Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Krakatau FM 93,7 MHZ Dalam Menarik Minat Pendengar*”. Ia mengatakan bahwa mengikisnya penggunaan radio menjadikan berkurangnya pendengar radio, tetapi bagi radio krakatau FM 93,7 MHZ bukanlah masalah. Dalam penelitian ini sama-sama membahas strategi komunikasi hanya saja yang membedakan ialah jika peneliti meneliti strategi komunikasi radio krakatau FM 93,7 MHZ dalam menarik pendengar sedangkan penulis meneliti strategi komunikasi Ustadz Faizar melalui ruqyah di media sosial youtube.
- h. Kedelapan, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Syarif Hidayatulloh Jakarta, Wahyudin dalam skripsinya

³⁰Lis Wahyuni, (“Peran Youtube Sebagai Media Dakwah Dalam memberikan Pemahaman Keislaman Kepada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah”), “(Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kendari)”, 2020

yang berjudul “*Strategi Komunikasi Majelis Syubbanul Muslimin Dalam Mengajak Generasi Millennial Bershalawat Melalui Youtube*”. Mengatakan bahwa strategi komunikasi Majelis Syubbanul Muslimin dalam mengajak bershalawat di youtube cukup efektif karena mudahnya dalam mengakses media. Begitu juga yang dilakukan oleh penulis, efektifnya strategi komunikasi Ustadz Faizar dalam melakukan ruqyahnya yang diposting di akun youtubanya.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika Pembahasan adalah suatu susunan atau urutan dari penulisan proposal penelitian atau skripsi, untuk memudahkan dalam memahami isi proposal ini, maka sistematika dalam pembahasan penulis membagi dalam lima Bab:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Sistematika Pembahasan.

BAB II Kajian Teori, dalam kajian teori penelitian ini berisi tentang Strategi Komunikasi, Ruqyah Syar’iyah, Media Sosial, You Tube.

BAB III Metode Penelitian, terdiri dari: Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Sumber Data, Teknis Analisis Data.

BAB IV Penyajian dan Analisis Data, terdiri dari: Gambaran Umum Akun You Tube @Muhammad Faizar Official, Penyajian data dengan analisis data, Pembahasan.

BAB V Penutup, terdiri dari Kesimpulan, Saran-Saran, Penutup.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara etimologis, berasal dari bahasa Yunani “*Strategos*” yang terdiri dari dua kata yaitu “*Stratos*” yang mempunyai arti militer dan “*Ag*” yang mempunyai arti memimpin, yang berarti *generalship*, atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang untuk memenangkan perang.³¹

Strategi seringkali diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan demi mencapai suatu tujuan yang sifatnya jangka panjang. Definisi strategi menurut para ahli pun sangat beragam diantaranya:³²

- a. Menurut S. Sumarsono, strategi merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengimbangkan kekuatan (ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya dan hukum) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- b. Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya untuk memberikan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.
- c. Menurut A. Halim dan Rr. Suhartini dalam bukunya manajemen Pesantren, strategi adalah suatu cara dimana organisasi/lembaga akan mencapai tujuannya sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal

Dengan memahami beberapa definisi dari para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi adalah suatu cara dan taktik yang sudah direncanakan untuk mencapai suatu tujuan yang

³¹ Setiawa Hari Purnomo, Zulkifrimansyah. *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*. (Jakarta: lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI. 1998). Hlm. 8.

³² Yusuf Tadarusman. *Strategi Komunikasi PT. Republika* Penerbit dalam Mempromosikan Novel Islami. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah). 2013. Hlm. 18-19.

diharapkan dengan memperhatikan peluang dan ancaman yang akan dihadapi.

2. Tahapan Strategi

Dalam melakukan strategi perlu melalui beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahapan, yaitu:³³

a. Permusatan Strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi. Jika tidak, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan.

Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

3. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang dapat dicapai, dapat diukur untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi

³³ Yusuf Tadarusman. Strategi Komunikasi PT. Republika Penerbitdalam...Hlm. 19-21

dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

4. Tipe-Tipe Strategi

Pada prinsipnya, strategi dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe strategi, yaitu: strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.³⁴

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strateg ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubuga dengan keuangan.

³⁴ Yusuf Tadarusman. Strategi Komunikasi PT. Republika Penerbitdalam...Hlm.21-22

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio*. Istilah tersebut bersumber dari perkataan *communis* yang artinya sama makna atau sama arti.³⁵ Everet M. Rogers (1985) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah laku mereka.³⁶

Secara terminologi, istilah komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan, tau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang, yang mengundang arti atau makna, atau lebih jelasnya, suatu pemindahan atau penyampaian informasi, mengenai pikiran dan perasaan-perasaan.³⁷

Menurut Onong Uchayana, komunikasi berarti suatu proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain.³⁸ Adapun pengertian komunikasi terdapat banyak pendapat para ahli komunikasi, diantaranya:³⁹

- a. Menurut Everett M. Rogers, mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka.
- b. Laswell, mengatakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa (*who*), mengatakan apa (*says what*), dengan saluran apa (*in which channel*), kepada siapa (*to whom*), dan dengan akibat atau hasil apa (*with what effect*).
- c. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lain-lain.

³⁵ Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Bandung: Pustaka Setia, 2015). Hlm. 14.

³⁶ Hafied, Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013). Hlm. 33.

³⁷ James, Robbins. Barbara, Jones. *Komunikasi yang Efektif*. (Jakarta: CV. Peddoman Ilmu Jaya, 1995). Hlm. 1.

³⁸ Onong, Uchayana. *Dinamika Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 1998). Hlm. 18)

³⁹ Roudhonah. *Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Atma Kencana Publishing, 2013). Hlm. 164.

Dari beberapa pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses transformasi pesan antara dua individu atau lebih yang memiliki makna berupa simbol dalam bentuk kata (verbal), gerakan (non-verbal) dengan efektif sehingga bisa dipahami dengan mudah untuk tujuan tertentu.

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi pada hakikatnya berlangsung atas proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Pikiran berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Dalam prosesnya komunikasi dibangun dengan beberapa unsur, yaitu:⁴⁰

a. Komunikator (*Sender*)

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan. Encoder adalah istilah lain yang mempunyai pengertian yang sama dengan komunikator. Encoder dalam menyampaikan pesan sifatnya encoding, yaitu suatu usaha komunikator dalam menafsirkan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, agar komunikan dapat memahaminya. Dalam hal ini yang menjadi komunikator adalah ustad Muhammad Faizar

b. Pesan (*Message*)

Pesan adalah keseluruhan dari pendapat yang disampaikan oleh komunikator, pesan seharusnya mempunyai inti sebagai pengarah di dalam usaha, untuk mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan yang disampaikan oleh ustad Muhammad Faizar berupa dakwah melalui ruqyah di media sosial youtube.

c. Komunikan (*Receiver*)

Komunikan adalah orang yang menerima pesan. *Decoder* adalah istilah lain yang mempunyai pengertian sama dengan komunikan. Dalam menerima pesan, decoder mempunyai sifat decoding, yaitu suatu usaha komunikan dengan menafsirkan pesan yang disampaikan oleh

⁴⁰ Ahmad, Nurul Macky. "Komunikasi Persuasif DR. K.H. Khaitami M. Nuh, M.A Dalam Menarik Minat Para Donatur Melalui Darul Aitam Yayasan Aqshal Ghayat Jakarta Barat". *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatulloh). 2017. Hlm. 14.

komunikator. Komunikasi disini yaitu para pasien ruqyah Ustad Muhammad Faizar.

d. Media (*Channel*)

Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Media yang dipakai oleh Ustad Muahmmad Faizar berupa dakwah melalui kegiatan pengobatan ruqyah yang dilakukan di media media sosial-youtube.

e. Efek (*Effect*)

Efek adalah perubahan yang terjadi di pihak komunikan sebagai akibat diterimanya pesan melalui komunikasi. Efek dari pesan yang disampaikan oleh ustad Muhammad Faizar berdampak kepada kesembuhan pasien yang melakukan ruqyah dan juga menjadikan pasien tetap melaksanakan ibadah kepada Alloh SWT.

f. Umpan balik (*Feedback*)

Feedback dapat diartikan sebagai respon, umpan balik dan penguatan adalah pesan dikirim kembali dari penerima sumber, dan memberi tahu sumber tentang reaksi penerima dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya.

Menurut uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa proses terjadinya komunikasi terdiri dari beberapa unsur, seperti komunikator (*sender*), pesan (*message*), komunikan (*receiver*), media (*channel*), efek (*effect*), dan umpan balik (*feedback*), demi tercapainya tujuan komunikasi.

3. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok berkaitan dengan tukar menukar data, fakta, dan ide.⁴¹ Menurut Onong Uchayana (1996), ada beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi, yaitu sebagai berikut:

⁴¹ Ahmad, Nurul Macky. "Komunikasi Persuasif Khaitami M. Nuh..." Hlm. 16.

- a. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.
- b. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.
- c. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek ataupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d. Debat dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- e. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.
- f. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
- g. Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan imaji dari tari, drama, kesenian, kesusastraan, musik, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.

- h. Integrasi menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.⁴²

Pendapat lain mengatakan, bahwa komunikasi mempunyai tiga fungsi sosial, yaitu:

- a. Fungsi pengawasan, menunjukkan pada upaya pengumpulan, pengolahan, produksi dan penyebarluasan informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi baik di dalam maupun di luar lingkungan suatu masyarakat. Upaya ini selanjutnya diarahkan pada tujuan untuk mengendalikan apa yang terjadi di lingkungan masyarakat. Misalnya, mencegah kekerasan, memelihara ketertiban dan keamanan.
- b. Fungsi korelasi, menunjukkan pada upaya memberitakan interpretasi atau penafsiran informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi. Atas dasar interpretasi informasi ini diharapkan berbagai kalangan atau sebagian masyarakat mempunyai pemahaman, tindakan atau reaksi yang sama atas peristiwa-peristiwa yang terjadi. Dengan kata lain, melalui fungsi korelasi ini komunikasi diarahkan pada upaya pencapaian konsensus (kesepakatan). kegiatan yang demikian, lazim disebut sebagai kegiatan propaganda.
- c. Fungsi sosialisasi merujuk pada upaya pendidikan dan warisan nilai-nilai, norma-norma, dan prinsip-prinsip dari satu generasi ke generasi lainnya atau dari anggota kelompok masyarakat.⁴³

Dari berbagai penjelasan fungsi di atas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek, misalnya untuk mendapatkan pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati dan sebagainya.

⁴² Suryanto. *Pengantar ilmu Komunikasi*. (Bandung: Pustaka Setia, 2015). Hlm.28-29.

⁴³ Sasa, Djuarsa Sendjaja. *Pengantar Komunikasi*. (Jakarta: Universitas Terbuka. 1999).

Adapun jangka panjangnya dapat diraih melalui keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing, ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan tersebut saling berkaitan dalam arti bahwa berbagai pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karir, misalnya memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial dan kekayaan.

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M Dallas Burnent, dalam buku beliau yang berjudul "*Teaching for Effective Communication*" bahwa tujuan sentral komunikasi terdiri atas tiga tujuan, yaitu:⁴⁴

- a. *To secure understanding* (untuk menyamakan pemahaman)
- b. *To establish acceptance* (membangun penerimaan)
- c. *To motivate action* (memotivasi tindakan)

Tujuan pertama dari komunikasi adalah *to secure understanding* yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Setelah komunikan mengerti dan menerima maka penerimanya harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motive action*). Jadi, tujuan komunikasi bagaimana suatu pesan dapat sampai dan diterima oleh komunikan sehingga menimbulkan efek tertentu.

4. Jenis-Jenis Komunikasi

Pengelompokan jenis-jenis komunikasi bertujuan untuk membedakan antara bentuk satu komunikasi dan komunikasi yang lainnya dengan tujuan efektifitas pesan komunikasi tertentu, pada sasaran dan media yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan agar sesuai dengan tujuan komunikasi.

Jenis komunikasi dapat dibedakan menjadi:

- a. Komunikasi personal terdiri atas:
 - 1) Komunikasi intrapersonal

⁴⁴ Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Bandung: Bumi Aksara, 1997). Hlm. 10.

Komunikasi intrapribadi atau komunikasi intrapersonal adalah proses penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi dalam diri komunikator, antara diri sendiri. Jenis komunikasi ini merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolis dari pesan-pesan yang diproduksi melalui proses pemikiran internal individu.

Aktivitas dari komunikasi intrapribadi yang dilakukan sehari-hari dalam upaya memahami diri pribadi, diantaranya berdoa, bersyukur, introspeksi diri dengan meninjau perbuatan, seperti melamun, merencanakan aktivitas yang akan dilakukan, dan berimajinasi secara kreatif.

2) Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara individu yang lain atau kurang lebih secara tatap muka (*face to face*). Sebagaimana dikatakan oleh R. Wayne Pace yang dikutip oleh Hafied Changara, "*international communicatio involving to more people in face to face setting*".⁴⁵

Menurut sifatnya komunikasi antar pribadi dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu komunikasi diadik dan komunikasi triadik. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi diadik adalah komunikasi yang berlangsung dua orang secara tatap muka. Oleh karena perilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan seorang itu.

Sedangkan komunikasi triadik adalah komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka yang anggotanya antara satu sama lain saling berinteraksi. Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference*

⁴⁵ Hafied, Changara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*....Hlm. 31.

komunikasikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi.⁴⁶

b. Komunikasi publik

Komunikasi publik adalah proses komunikasi yang terjadi antara satu individu dengan khalayak yang banyak secara tatap muka seperti acara pidato presiden, ceramah agama, khutbah jumat, dan pengajian majelis ta'lim. Dalam komunikasi publik, penyampaian pesan berlangsung secara kontinu dengan pembicara dan yang dapat diidentifikasi, Interaksi antara narasumber dengan penerima pesan sangat terbatas. Hal ini karena waktu yang digunakan juga cukup terbatas.⁴⁷

c. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi dimana pesan yang disampaikan secara langsung oleh komunikator, tapi melalui sebuah media massa seperti radio, televisi, media cetak dan internet. Perbedaan komunikasi massa dengan komunikasi lain intinya adalah sifat pesan dan komunikasi massa yang terbuka dengan khalayak yang variatif baik dilihat dari segi agama, suku, pekerjaan, dan sebagainya.

5. Hambatan Komunikasi

Dalam proses komunikasi, tentunya ditemukan beberapa hambatan yang dapat menghambat kelancaran komunikasi tersebut. Menurut Effendy, hambatan-hambatan komunikasi sebagai berikut:

a. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik. *Pertama*, gangguan mekanik merupakan gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. *Kedua*, gangguan semantik merupakan pesan yang pengertiannya

⁴⁶ Alo, Liliweri. *Komunikasi Antarpersonal*. (Jakarta: Kencana, 2015). Hlm. 16.

⁴⁷ Hafied, Changara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*....Hlm. 33.

menjadi rusak, terjadi perubahan pengertian kata-kata atau pengertian kata-kata yang sebenarnya.

b. **Kepentingan**

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Seseorang juga akan memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya.⁴⁸

c. **Motivasi Terpendam**

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang benar sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Karena seseorang memiliki keinginan, kebutuhan dan kekurangan yang berbeda-beda dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat karenanya motivasi itu berbeda dengan intensitasnya.

d. **Prasangka**

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi, oleh karena orang yang mempunyai prasangka selalu bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Karena biasanya komunikasi dengan timbulnya kecurigaan akan menimbulkan emosi yang memaksa menarik kesimpulan atas prasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional bukan pikiran yang subjektif.⁴⁹

C. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Dimensi-dimensi Komunikasi” mengungkapkan bahwa, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan *komunikasi (communication*

⁴⁸ Onong, Uchjana Effendy..... Hlm. 45-48.

⁴⁹ Ahmad, Nurul Macky.....Hlm. 24.

Planning) dan komunikasi manajemen (*communicatinn managemet*) untuk mencapai suatu tujuan.⁵⁰

Definisi lain dikemukakan oleh Ami, mengenai strategi komunikasi yaitu sesuai yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirimannya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁵¹

Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatan (*apparoch*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.⁵²

2. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi

Berhasil tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi media massa dalam bentuk apapun atau bahkan lembaga-lembaga yang mengikutsertakan komunikasi akan berpengaruh pada hasil negative. Dengan ini secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communicaton medium strategy*) mempunyai fungsi ganda:⁵³

- a) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informasi, persuasif dan intruksi secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b) Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibairkan akan merusak nilai-nilai budaya.

⁵⁰ Wahyudin. Strategi Komunikasi Majelis Syubbanul Muslimin Dalam Mengajak Generasi Milenial Bershalawat Melalui Youtube. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah). 2019. Hlm. 19.

⁵¹ Muhammad Ami. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2004). Hlm.65.

⁵² Onong Uchjana Effendy. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. (bandug: Alumni, 1981). Hlm.84.

⁵³ Wahyudin. Strategi Komunikasi Majelis Syubbanul Muslimin...hlm.20-21.

Sedangkan tujuan komunikasi dituturkan oleh Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett, yaitu yang pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa penerima pesan mengerti pesan yang diterimanya. Dan apabila sudah dapat mengerti dan menerima, maka yang menerima tersebut harus dijalin dan dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya setelah dimengerti kemudian dijalin atau dibina, maka selanjutnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*).⁵⁴

3. Komponen Strategi Komunikasi

Dalam keberhasilan strategi komunikasi diperlukan adanya komponen-komponen yang terlibat di dalamnya. Komponen strategi komunikasi dalam praktiknya akan berhubungan dengan etos dari seorang komunikator. Komponen-komponen tersebut merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang sejalan dengan rumus Lasswell yaitu:⁵⁵

- a) *Who?* (siapa komunikatornya)
- b) *Says what?* (pesan yang disampaikan)
- c) *In which channel?* (media yang digunakan)
- d) *To whom?* (siapa komunikannya)
- e) *With what effect?* (efek apa yang diharapkan)

4. Tahapan Strategi Komunikasi

Menurut Chris Fill (1995) dalam bukunya yang berjudul *Marketing Communication*, strategi komunikasi terbagi menjadi tiga teori utama, yang pertama adalah *pull strategy*, dimana strategi komunikasi pada bagian ini difokuskan untuk meraih khalayak yang bertujuan untuk mengarahkan khalayak dapat melihat produk, mempertimbangkan, kemudiannya masuk kedalam jaringan perusahaan. Kemudian ada *push*

⁵⁴ Onong Uchjana Effendy. *Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007). Hlm. 32.

⁵⁵ Risha Shafira Deskhansa. *Strategi Komunikasi Quran Indonesia Project Dalam Menyampaikan Al-Quran Berbahasa isyarat Kepada Penyandang Tuli*. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah). 2019. Hlm.20-21.

strategy, strategi ini mengarahkan pada terwujudnya kekuatan untuk mendorong kesetiaan dan komitmen karyawan. Terakhir *profile strategy*, strategi komunikasi untuk mempertahankan image perusahaan dan prosesnya mengarahkan pada tujuan untuk menjaga hubungan dengan relasi pelanggan perusahaan.⁵⁶

Strategi tidak cukup hanya perumusan konsep dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan menurut Fred R. David dalam strategi juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan berhasil atau tidak.⁵⁷

Dalam teori manajemen strategi milik David mengemukakan tiga tahapan strategi diantaranya:⁵⁸

a) Perumusa Strategi

Perumusan strategi merupakan tahapan pertama dalam strategi. Dalam tahap ini para pencipta, perumus, penkonsep harus berfikir matang mengenai kesempatan dan ancaman dari luar perusahaan dan menetapkan kekuatan dan kekurangan dari dalam perusahaan, serta menentukan sasaran yang tepat. Menghasilkan strategi cadangan dan memilih strategi perusahaan menentukan masalah-masalah di dalam perusahaan. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.

b) Implementasi Strategi

Implementasi strategi, tahapan dimana setelah strategi dirumuskan yaitu pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Pelaksanaan tersebut berupa penerapan atau aksi dari strategi. Strategi yang dimaksudkan adalah strategi yang telah direncanakan pada tahap pertama yaitu perumusan strategi. Pada tahap ini membutuhkan komitmen serta kerjasama dari seluruh

⁵⁶ Chirs Fill. Marketing Communication. (Amerika: Prentice Hall Inc,2005). Hlm.256-257.

⁵⁷ Risha Shafira Deskhansa. Strategi Komunikasi *Quran Indonesia Project*...Hlm.22-23.

⁵⁸ Fred R David. Manajemen Strategi Dan Konsep. (Jakarta: Prehalindo, 2002) Hlm. 3.

divisi dalam perusahaan. Jika komitmen serta kerjasama dari seluruh divisi tidak teratasi dengan baik akan kecil kemungkinan strategi terwujud. Sebab ujung tombak dari strategi adalah kepemimpinan perusahaan dan budaya perusahaan yang saling mendukung.

c) Evaluasi Strategi

Tahapan terkahir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk penetapan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidak, sesuai atau tidaknya strategi yang telah diterapkan. Maksudnya dalam tahap evaluasi dari strategi ini bisa terlihat bagaimana strategi yang dijalankan telah benar atau masih butuh perbaikan. Misalnya dari strategi yang direncanakan awal belum tentu pada saat penerapannya situasi serta kondisinya berjalan beriringan, akan ada suatu halangan yang menghambat.

D. Ruqiyah Syar'iyah

1. Sejarah Ruqyah Syar'iyah

Sebelum islam datang, orang Arab telah mengenal nama ruqyah. Akan tetapi ruqyah yang dikenal dalam tradisi Arab ketika itu adalah ruqyah (mantra) yang dibacakan oleh dukun-dukun (*kahin*) yang mengandung *syirik* karena berisi pemujaan dan permintaan tolong kepada jin atau syetan.⁵⁹

Oleh karena itu setelah Islam datang, para sahabat bertanya tentang mantra yang pernah mereka praktikan di zaman Jahilliyah. Auf bin Malik Al Asja'i menceritakan, "Kami di zaman jahilliah pernah melakukan ruqyah, lalu kami bertanya kepada Rosululloh, 'bagaimana pendapatmu tentang ini ya Rosululloh?'" Maka Rosululloh bersabda, "perlihatkan kepada saya

⁵⁹ Ana Noviana. "Terapi Ruqiyah Syar'iyah Bagi Penderita Gangguan Emosi di Bengkel Rohani Ciputat". *Skripsi*. (Jakarta: Univeristas Sayrif Hidayatulloh, 2010). Hlm. 16.

ruqyah kalian itu, tidak masalah dengan ruqyah selama ia tidak mengandung syirik”.⁶⁰

Dalam konteks ke-Indonesiaan, ruqyah syar’iyyah kurang begitu mendapatkan perhatian. Doa-doa ruqyah memang dikenal dan dipelajari di pesantren atau pengajian, akan tetapi dalam pengalaman dan praktiknya terasa banyak bercampur dengan hal-hal yang bersifat bid’ah, khurafat dan syirik. Sedikit sekali yang benar-benar sesuai dengan syar’iyat dan selaras dengan akidah. Hal ini tidak begitu aneh, karena praktisi “pengobatan dengan Al-Quran” sering dilakoni oleh orang-orang yang tidak mengerti Al-Quran dan As-Sunnah, bahkan sama sekali tidak memahami apa yang dibacanya.⁶¹

Di sisi lain, pengaruh budaya, keyakinan dan agama sebelumnya sangat kuat. Aroma ajaran hindu, budha, dinamisme, animisme masih terium dalam praktek pengobat yang dilakukan umat Islam Indonesia saat ini. Hal ini menjadi tradisi atau budaya karena masih melekatnya pemahaman bahwa pada benda-benda tertentu ada kekuatan, seperti batu, di pohon, pada binatang tertentu, keris, tombak, sungai dan sebagainya sehingga timbul penyembuhan atau ritual untuk mengagungkannya.

2. Pengertian Ruqyah Syar’iyyah

Ruqyah dalam bahasa Arab artinya al-audzah atau at-ta’wudz, yaitu doa atau bacaan perkindungan. Pengertian ruqyah dalam istilah tidak berbeda jauh dengan maknanya dalam bahasa Arab. Menurut Syaikh Al-Bani mengatakan bahwa ruqyah adalah bacaan yang dibaca untuk meminta kesembuhan yang berasal dari Al-Quran dan hadist yang shahih. Adapun sesuatu yang diucapkan oleh sebagian orang berupa kalimat-kalimat bersajak yang dipahami maknanya, kadang-kadang merupakan kalimat kufur dan syirik, maka (ucapan seperti ini) dilarang.⁶²

Bila dilihat dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ruqyah adalah bacaan atau doa yang dibacakan untuk memohon kesembuhan.

⁶⁰ Ana Noviana...Hlm. 16.

⁶¹ Ana Noviana....Hlm.17

⁶² Ana Noviana....Hlm. 15.

Namun dari definisi ruqyah menurut Syaikh Al-Bani terdapat dua unsur yang bertolak belakang mengenai bacaan-bacaan yang dibacakan, yaitu antara bacaan yang berasal dari Al-Quran dan hadist dengan bacaan yang mengandung kalimat kufur dan syirik. Oleh karena itu definisi ruqyah saat ini tidaklah cukup untuk menjadi sebuah rujukan dalam pengobatan Islam tetapi definisi ruqyah ditambahkan sebuah kalimat syar'iyah yang menggambarkan pengobatan Islam.

Islam adalah agama yang penuh dengan solusi, begitupun yang diajarkan oleh Rosululloh kepada umatnya yang sedang mengalami berbagai persoalan termasuk dalam masalah pengobatan dan salah satunya adalah ruqyah, bahkan “secara langsung, beliau pernah meruqyah istrinya, cucunya dan sahabat-sahabat beliau yang lain, bahkan Rosululloh sendiri pernah diruqyah oleh malaikat Jibril sebagaimana diriwayatkan dalam sebuah kitab shahih Muslim.⁶³

Jadi menurut istilah syarat islam, ruqyah sya'iyah adalah bacaan yang terdiri dari ayat Al-Quran dan hadist yang shahih untuk memohon kepada Alloh akan kesembuhan orang yang sakit.

3. Metode Terapi Ruqyah Syar'iyah

Dalam penerapan terapi ruqyah terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pentrapi dan pasien, baik sebelum dilakukannya proses terapi ruqyah, syarat bagi seorang peruqiyah, dan proses terapi ruqyah syar'iyah yang mencakup bacaan-bacaan ruqyah. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan sebelum pelaksanaan terapi ruqyah, yaitu:⁶⁴

- a. Menyiapkan suasana yang kondusif untuk melakukan ruqyah
- b. Membersihkan tempat ruqyah dari pelanggaran-pelanggaran syariat
- c. Memberikan taushiyah kepada pasien dan keluarganya tentang akidah sehingga menghilangkan ketegangan mereka
- d. Mendiagnosa kondisi pasien dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui gejalanya

⁶³ Ana Noviana...Hlm. 16-17.

⁶⁴ Ana Noviana....Hlm. 18.

- e. Sunnah berwudhu bagi peruyyah dan pasien
- f. Wajib menutup aurat bagi wanita yang hendak diruqyah dan menjaga semua kemungkinan auratnya akan terbuka saat pengobatan
- g. Tidak boleh meruqyah seorang wanita tanpa didampingi suami atau mahramnya dan tidak boleh menyentuhnya tanpa alas tangan (sarung tangan tebal).
- h. Berdoa kepada Allah agar diberi pertolongan.

Sedangkan syarat bagi seorang peruyyah diantaranya adalah:⁶⁵

1. Beraqidah dengan aqidah salafus shalih, yaitu aqidah yang benar dan bersih
2. Merealisasikan tauhid yang murni (tidak tercampur syirik) dalam ucapan dan perbuatan
3. Berkeyakinan bahwa ayat-ayat dan doa-doa punya pengaruh kesembuhan dengan izin Alloh semata.
4. Menjauhi hal-hal yang diharamkan, karena itu merupakan pintu syeitan untuk mengganggu dan menyerang manusia
5. Melaksanakan dan mendukung berbagai bentuk ketaatan kepada Alloh dan Rosul-Nya
6. Senantiasa memohon pertolongan dari Alloh dan banyak berdzikir dengan dzikir yang sudah diajarkan dan dicontohkan oleh Rosululloh.

Dalam pelaksanaan rterapi ruqyah, peruyyah meletakkan tangannya dikepala pasien dengan membacakan ayat-ayat Al-Quran secara tartil dengan suara yang dapat didengar oleh pasien dan keluraganya (jika didampingi), hal ini dilakukan agar jelas bahwa ayat-ayat yang dibacakan benar-benar ayat yang diambil dari Al-Quran dan doa-doa yang diajarkan oleh Rosululloh bukan mantra yang mengandung syirik.

Adapun ayat-ayat yang menjadi bacaan ruqyah, yaitu:⁶⁶

- 1) Isti'adzah
- 2) Lafadz basmallah
- 3) Surat Al-fatihah Ayat 1-7
- 4) Surat Al-Baqarah ayat 255, dan ayat 284-286
- 5) Surat Al-A'raf ayat 54-56
- 6) Surat Al-Mukminun Ayat 115-118
- 7) Surat Ash-Shaaffat ayat 1-10
- 8) Surat Ar-Rahman ayat 33-36
- 9) Surat Al-Hasyr ayat 21-25
- 10) Surat Al-Ikhlash
- 11) Surat Al-Falaq
- 12) Surat An-Naas

4. Ruqyah Syar'iyah Sebagai Alternatif Pengobatan

Sakit dapat digolongkan menjadi sakit fisik dan psikis. Melihat adanya perbedaan yang sangat kontras antara keduanya maka perawatan dan pengobatannya juga sangat berbeda antara satu sama lain. Dalam pengobatannya, seperti pada umumnya kita ketahui bahwa penyakit fisik dapat diobati dengan cara medis yang bersifat ilmiah dan logis, namun pada hakikatnya penyembuhan medis hanya tertuju pada fisik, lalu bagaimana dengan sakit non fisik yang lebih dikenal gangguan kejiwaan yang bersifat *immateri* atau tidak terlihat.

Di Indonesia banyak sekali pengobatan dan cara penyembuhan yang ditawarkan baik berupa media maupun non-medis. Dalam banyak kasus, masyarakat Indonesia salah mengartikan suatu penyakit, apakah itu penyakit media atau non-medis. Seperti halnya anak yang demam dibawa ke pengobatan alternatif karena takut kesambet, padahal bila dilihat dari gejalanya sakit seperti demam.

⁵¹ Ana Noviana....Hlm.32-34.

Sistem pengobatan dan penyembuhan ruqyah syar'iyah banyak dilaksanakan dalam As-Sunnah dan sebagian juga telah dijelaskan dalam Al-Quran, oleh karena itu ruqyah syar'iyah termasuk dalam sistem pengobatan *Thibbun Nabawi*.

Ruqyah Syar'iyah selain bertujuan untuk penyembuhan, tetapi juga mengajak pasien untuk lebih berserah diri kepada sang pencipta yang menurunkan penyakit dan hanya Dia-lah yang bisa menyembuhkan. Dapat dirumuskan bahwa “obat-obatan *Ilahiyyah* sasarannya pada fisik, psikis, dan ruh. Obat jenis ini akan menghantarkan manusia pada ketenangan hati dan dan keteguhan jiwa yang sering hilang sehingga menimbulkan penyakit fisik. Obat-obatan *Thabi'yyah* sasarannya pada fisik dan psikis saja.”⁶⁷

Terhadap pasien yang mengalami gangguan kejiwaan (penyakit psikis) selain mendapatkan pengobatan dan dokter spesialis jiwa sangat dianjurkan pula untuk melakukan ruqyah syar'iyah, sebab ayat-ayat Al-Quran dapat memberikan pengaruh positif terhadap syarat dan kekebalan pasien.

E. Media Sosial

Menurut Rulli Nasrulloh, Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan secara virtual.⁶⁸

Menurut Zarella, media sosial terdiri dari:⁶⁹

1. *Blogs*, sebuah jurnal yang dapat digunakan secara personal maupun untuk kebutuhan perusahaan. Blog sendiri hadir dalam berbagai macam website, misalnya Blogspot, Tumblr, Wordpress, dan sebagainya.
2. *Microblogs*, merupakan format blog yang mempunyai keterbatasan karakter dalam memposting, salah satu contoh microblogs adalah twitter.

⁶⁷ Ana Noviana.... 34.

⁶⁸ Rulli Nasrulloh. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Media, 2015). Hlm. 11.

⁶⁹ Dan Zarella. *The Social Media Marketing Book*. (USA: Oreily Media. 2010). Hlm.53-54.

3. *Sociak networks*, merupakan sebuah website dimana individu dapat terkoneksi dengan individu lain, salah satu social networks terbesar adalah Facebook.
4. *Media-sharing site*, sebuah website yang memungkinkan pengguna menciptakan dan mengunggah konten multimedia, misalnya Youtube.

F. Youtube

Perkembangan teknologi komunikasi massa melahirkan tren baru dalam media komunikasi. Termasuk diantaranya perkembangan aplikasi media sosial pada era modern ini yang melahirkan berbagai jenis media social termasuk aplikasi youtube. Youtube merupakan situs web yang diluncurkan pada Mei 2005 oleh salah satu perusahaan milik Google dengan tujuan sebagai aplikasi yang dapat menyediakan berbagai macam konten yang berupa video blog, dokumenter, sampai dengan film. Setelah didirikan, youtube mendapat suntikan modal pertamanya dari seorang investor yaitu Sequoia Capital sebesar \$ 11,5 juta di bulan November 2005-April 2006. Dengan tambahan modal yang cukup besar, Youtube mulai berkembang secara pesat dari bulan Juli 2006, ada lebih dari 65.000 video baru yang di upload setiap hari di Youtube, dan ada 100 juta video yang di tonton per harinya.⁷⁰

Karena perkembangannya yang semakin pesat, youtube berhasil menarik minat dari perusahaan Googl.inc. Bulan Oktober 2006 Google.inc mengakuisi youtube dengan nilai transaksi sebesar \$1,65 Miliar. Saat itu, menurut penyedia data market internet “ComScore”, situs Youtube merupakan penyedia video daring online terbesar di Amerika Serikat dengan di maret share 43 persen dan lebih dari 6 milillar video dilihat di bulan Januari 2009. Dengan format berkas atau file FLV (Flash Video) yang mudah dijangkau dimana-mana itu sebagai standar pengodean video yang di upload oleh para user. Cara ini membuat Youtube semakin mudah diakses masyarakat secara instan di internet. Ditambah dengan kemudahan mengakses situs youtube

⁷⁰ Leny Setyawati. Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Via Youtube Dimasa Pandemi Covid-19. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatulloh. 2021). Hlm. 56.

melalui smartphobe, masyarakat membuat youtube menjadi tontonan alternatif selain televisi. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial, proyek kolaborasi (wikipedia), blog dan microblogs (twitter), komunitas konten (youtbe), situs jaringan (facebook, instagram), virtual game (Word of Warcraft), dan virtual social (Second Life), dan Youtube yang massuk kategori jaringan sosial didalamnya.⁷¹

Youtube saat ini merupakan salah satu situs sosial yang banyak digunakan oleh kalangan remaja mencari informasi. Berdasarkan data dari Alexa.com pada bulan mei 2016, youtube merupakan situs aplikasi media sosial terpopuler nomor dua di dunia setelah instagram, bahkan di Indonesia youtube merupakan aplikasi media sosial terpopuler dan menempati urutan ketiga.⁷²

Youtube mempunyai misi yaitu memberi kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukan dunia kepada setiap orang. Youtube juga memiliki empat nilai yang didasarkan pada kebebasan utama untuk menentukan jati diri, sebagai berikut.⁷³

- a) Kebebasan berekspresi youtube yakin setiap orang harus punya kebebasan untuk bicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka, dan kebebasan berkreasi dapat menghasilkan suara, format, dan kemungkinan baru.
- b) Kebebasan mendapatkan informasi youtube yakin setiap orang harus memiliki akses yang mudah dan terbuka untuk mendapatkan informasi. Selain itu, video adalah media yang paling berpotensi untuk semua bidang.
- c) Kebebasan menggunakan peluang youtube meyakini bahwa setiap orang harus punya peluang untuk ditemukan, membangun bisnis, dan meraih sukses sesuai keinginannya sendiri.

⁷¹ Daniella Putri Islamy. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai Tangerang Selatan. Skripsi. (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah, 2015). Hlm. 12.

⁷² Jefferly Herlianthusonfri. Youtube Marketing (Jakarta: Kompas Gramedia, 2016). Hlm. 5.

⁷³ Leny Setyawati. Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Via Youtube Dimasa Pandemi Covid-19...Hlm. 57-58.

- d) Kebebasan memiliki tempat berkarya youtube meyakini bahwa setiap orang perlu menemukan komunitas yang saling mendukung satu sama lain, menghilangkan perbedaan, melampaui batas-batas diri, dan berkumpul bersama atas dasar minat dan passion yang sama.

Pengguna youtube belakangan ini bukan hanya menjadi media untuk membagikan informasi bagi seorang tokoh publik, melainkan juga sebagai alat untuk membangun sebuah branding dari para penggunanya dalam bentuk konten video yang menampilkan wujud aktivitas kontemporer kepada audience. Namun banyaknya pengguna youtube, tentunya akan menimbulkan sebuah persaingan yang ketat, khususnya dalam hal melakukan kegiatan promosi. Disinilah diperlukan sebuah media yang dapat menampilkan sebuah keunikan di dalam proses promosi.⁷⁴

Industri hiburan di youtube berkembang secara cepat karena dapat dilihat dari banyaknya konten-konten hiburan yang ditampilkan di youtube. Program hiburan yang ditawarkan di situs youtube bertujuan untuk menghibur audiens atau viewers dalam bentuk musik, video klip, tutorial, parodi, review. Kehadirannya tentu mendapatkan sambutan baik dan juga langsung memiliki pengaruh besar dalam masyarakat yang memiliki ketertarikan khususnya dalam bidang dunia pembuatan video tetapi tidak memiliki tempat untuk mempublikasikan karyanya tersebut.

Dengan akses yang mudah digunakan dan tidak memerlukan biaya yang tinggi, aplikasi ini tentu dengan mudah diterima dan memiliki tempat tersendiri bagi khalayak yang ingin bebas mengunggah konten-konten menarik yang dibuat dan publikasikan kepada khalayak.⁷⁵

⁷⁴ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra. Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. (Sekolah Tinggi Desain Bali, 2019). Hlm. 260.

⁷⁵ Leny Setyawati....Hlm.58-59.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang dilakukan melalui proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial dengan berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik (menyeluruh dan tidak dapat dipisahkan) secara lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara rinci dan disusun dalam bentuk karya ilmiah sesuai dengan data yang ditemukan dari hasil wawancara. Hal ini dikarenakan bahwa permasalahan yang diteliti dengan wawancara dan telaah yang jelas dan kompleks.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara rinci melalui pengumpulan data secara mendalam. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian interpretative. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menyajikan suatu gambar yang terperinci tentang suatu situs khusus, *setting* sosial, ataupun hubungan.⁷⁶ Dengan penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk mengolah data terkait situasi serta kejadian yang nantinya memperoleh sebuah hasil yang dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian merupakan orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi terkait dengan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Akun Youtube Muhammad Faizar Official merupakan subjek dalam penelitian ini. Sumber data yang dapat memberikan informasi tentang data-data yang dibutuhkan dalam strategi dakwah Ustadz Muhammad Faizar.

⁷⁶ Uber, Silalahi. Metode Penelitian Sosial. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012). Hlm. 77

2. Objek Penelitian

Sementara objek dalam penelitian merupakan apa yang diteliti atau diselidiki. Dalam hal ini, strategi komunikasi Ustadz Muhammad Faizar dalam melakukan ruqiyah adalah objek dalam penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan memaparkan fenomena yang terjadi di lapangan yang didalamnya mencakup interaksi dan percakapan yang terjadi antara subjek yang diteliti. Dalam metode ini ada dua jenis metode observasi yakni metode partisipan dan non partisipan. Kemudian hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.⁷⁷

Pada metode penelitian ini, peneliti melakukan observasi melalui pihak yang terkait yaitu ustad Muhammad Faizar di Akun Youtubanya Muhammad Faizar Official. Peneliti bisa mendapatkan informasi dan penjelasan dari responden yang mungkin tidak dapat diperoleh melalui metode wawancara maupun dokumentasi. Serta peneliti akan melihat sendiri dan mengamati secara langsung proses strategi komunikasi yang diterapkan oleh ustad Muhammad Faizar Faizar di Akun Youtubanya Muhammad Faizar Official dalam upaya penyembuhan ruqiyah.⁷⁸

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi mengenai bentuk strategi komunikasi oleh ustad Muhammad Faizar dalam menangani pasien ruqiyah yang diterapkan di Akun Youtubanya Muhammad Faizar Official.

⁷⁷ Rachmat, Krisyantoro. Teknik Praktis Riset Komunikasi. (Jakarta: Kencana, 2006). Hlm. 106-107

⁷⁸ A. Chaedar, Alwasih. Pokoknya Kualitatif. (Bandung: PT. Dunia Pustaka Jaya, 2007). Hlm. 111

2. Wawancara Data

Wawancara adalah percakapan dua orang atau lebih yang berlangsung antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan mengumpulkan data-data berupa informasi. Oleh karena itu, teknik wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data, misalnya untuk penelitian tertentu.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mendapatkan sesuatu mengenai data yang berisi catatan, agenda, buku, surat, dan lain sebagainya.⁷⁹ Dalam penelitian ini yang termasuk dalam dokumen penelitian adalah video dan beberapa dokumen yang tertulis pada akun @Muhammad Faizar Official.

D. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang berbentuk dokumen atau peninggalan lainnya. Sumber data dari penelitian ini adalah video-video yang di ambil dari akun youtube @Muhammad faizzar official.

Tabel 1
Data Postingan

No	Tanggal Postingan	Judul Postingan	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Link Pendaftaran
1	14 September 2021	Bongkar Rahasia Uskun, Pesulap Merah Muntah Paku	66 rb	5.224 rb	https://www.youtube.com/watch?v=3kmZFJhQwb4
2	07 Desember 2020	Cek Adakah Jin Di Tubuhmu	494 rb	44.969 rb	https://www.youtube.com/watch?v=yDC4EfpTY8&si=yUkOBS3a1QKa4bZ0
3	16 Desember 2021	Jin Masuk Mempengaruhi Psikis Manusia	3,8 rb	440	https://www.youtube.com/watch?v=wPB7KAdsiE
4	16 Oktober	Menaklukan Jin Jahat dengan	3,2 rb	339	https://www.youtube.com/watch?v=5P7hjbOI

⁷⁹ Arikunto Suhaimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. (Jakarta: Rajawali, 2002), hlm 236

	2021	Al-Quran			67k
5	09 Oktober 2021	Kemampuan Dari Jin, Membaca Karakter Sifat Orang	5 rb	471	https://www.youtube.com/watch?v=bKTkQ3PAFY8
6	06 Oktober 2021	Sihir Hancur Dengan Kekuatan Al-Quran	6,6 rb	745	https://www.youtube.com/watch?v=lvWopk3soEQ
7	02 Oktober 2021	Sihir Tafriq (Pemisah)	9,5 rb	759	https://www.youtube.com/watch?v=SYMg-VSA7K4
8	29 September 2021	Gangguan Jin Fisik Dan Jiwa	3,8 rb	348	https://www.youtube.com/watch?v=6awG5XrFYxw
9	1 Juli 2021	Retrokognisi Ulah Jin	3,1 rb	382	https://www.youtube.com/watch?v=pQmFbOhK-8
10	24 Agustus 2024	Bagaimana Sihir Bekerja	7,9	765	https://www.youtube.com/watch?v=SYMg-VSA7K4

Tabel 2
List Ayat-Ayat Ruqiyah

No	Surat	Ayat
1	Al-Fatihah	1-7
2	Al-Baqarah	1-5
3	Al-Baqarah	102-103
4	Al-Baqarah	163-173
5	Al-Baqarah	255-257
6	Al-Baqarah	285-286
7	Ali Imaran	1-4
8	Ali Imran	18
9	Al A'Raf	54-56
10	Al Anfal	50-51

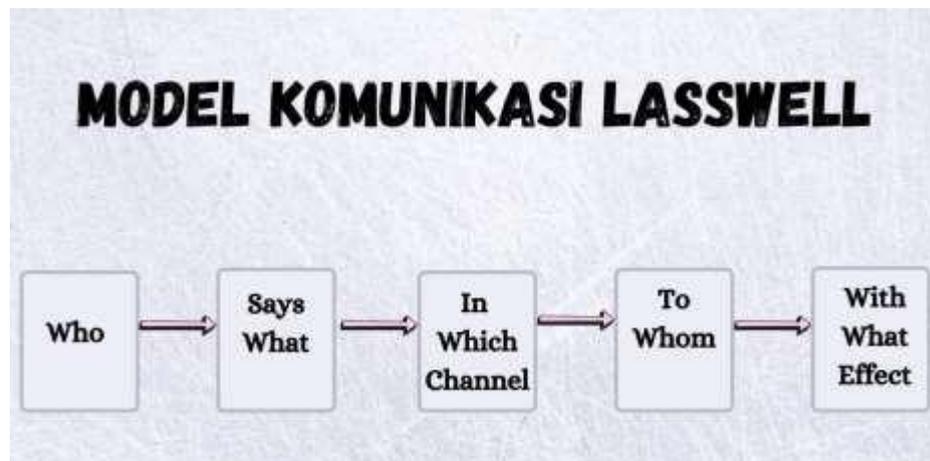
11	At Taubah	14
12	At Taubah	128-129
13	Ibrahim	15-18
14	Al Hijr	16-18
15	Al Isra	80-81
16	Al Kahfi	1-10
17	Al Kahfi	29-31
18	Al Kahfi	102-110
19	Maryam	68-72
20	Taha	1-8
21	Al Mu'minun	97-101
22	Al Mu'minun	115-118
23	Yasin	58-61
24	As Saffat	1-10
25	As Saffat	158-159
26	Az Zumar	22-23
27	Fussilat	19-36
28	Ad-Dukhan	43-49
29	Ar Rahman	33-34
30	Al Hasyr	21-24
31	Al Ahqaf	29-32
32	Al Ikhlas	1-4
32	Al Falaq	1-5
33	An Nas	1-5

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data murni merupakan sumber-sumber yang merupakan kebutuhan murni yang di butuhkan peneliti, dengan menggunakan visualisasi data dan dokumentasi.

E. Teknik Analisis Data

Dari sekian banyak teori komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, teori dasar terkait strategi komunikasi adalah teori Harold Lasswell atau biasa dikenal dengan Formula Lasswell yang menyatakan bahwa ccara yag terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi atau cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindak komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect*” (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana).



Gambar 3
Peta Analisis Harold Lasswell

<https://www.google.com/search?q=teori+lasswell&sca>

- a. *Communicator*, maksud dalam komunikator disini merupakan yang menyampaikan pesan atau sebagai sumber.
- b. *Message*, merupakan kabar atau pesan yang disampaikan kepada khalayak. Pesan tersebut dapat disampaikan dengan teknik kampanye, dimana penyampaian ide, gagasan dan informasi serta aktivitas tertentu dapat dipublikasikan dengan tujuan agar publik dapat mengetahui, mengenal dan memahami serta menerimanya.
- c. *Medium*, merupakan sarana yang paling penting dalam menyampaikan pesan kepada publik. Dan juga sebagai mediator antara komunikator dengan komunikan.
- d. *Receiver*, merupakan publik yang menjadi target atau sasaran komunikasi, pemahaman komunikator terhadap komunikan merupakan sesuatu yang penting agar timbul rasa saling percaya, toleransi dan saling kerjasama untuk memperoleh dukungan.
- e. *Effect*, merupakan respon atau reaksi setelah proses komunikasi tersebut berlangsung yang bisa menimbulkan umpan balik yang positif maupun negatif

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, namun bisa jadi

tidak, karena seperti yang telah dipaparkan, bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berlangsung di lapangan. Tetapi apabila kesimpulan yang dipaparkan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan menggali data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang teruji.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek

1. Profil Ustadz Muhammad Faizar

Ustadz Faizar memiliki nama lengkap Muhammad Faizar Hidayatullah. Ia berasal dari Sokaraja, Banyumas, Jawa Tengah. Ustadz Faizar lahir di Bandung, Jawa Barat, 1991 silam, merupakan Alumni Pondok Darussalam Gontor Ponorogo dan pernah mengenyam Pendidikan di Universitas Al-Azhar Kairo, Mesir.⁸⁰

Ustadz Muhammad Faizar selain berdakwah melalui media sosial Youtube Muhammad Faizar Official dan tayangan di televisi, beliau juga merupakan ustadz yang dakwahnya menggunakan metode ruqyah dan penceramah sebagai cara untuk menyebarkan syariat Islam.⁸¹

Tak hanya itu, Ustadz Muhammad Faizar juga semakin di kenal oleh public usai dirinya membedah kitab Syamsul Maarif Kubro yang dipakai oleh Gus Samsudin Blitar. Di sisi lain, ustadz Muhammad Faizar juga memiliki beberapa karya berupa buku seperti Mukjizat Penyembuhan Ayat Al-Qur'an, Rahasia Indigo, Potensi Ghaib dan Risalah Pelebur Jin Leluhur.

Selain menjadi founder Arsyada Yadaka dan Umfstore, beliau pemilik subscriber pada channel youtube Muhammad Faizar Official sebanyak 1,56 juta. Ustadz Muhammad Faizar sudah memiliki istri bernama Aisyah Jelita dan telah dikaruniai satu anak perempuan. Tidak hanya aktif di youtube saja, beliau juga aktif berdakwah di media sosial lainnya seperti

⁸⁰<https://www.sinergipapers.com/khazanah/pr-2874283879/profil-dan-biodata-ustadz-muhammad-faizar-lengkap-asal-nama-istri-hingga-karya-bukunya?page=2>. Di akses pada hari Sabtu: 18 Februari 2023. Pukul 20.03

⁸¹<https://cerdikindonesia.pikiran-rakyat.com/news/pr-865373110/profil-dan-biodata-ustadz-faizar-peruqyah-syariyyah-yang-jadi-partner-pesulap-merah#:~:text=Ustadz%20Faizar%20memiliki%20nama%20lengkap,Universitas%20Al%20Azhar%20Kairo%2C%20Mesir>. Di akses pada hari Sabtu: 18 Februari 2023. Pukul 19.00

Instagram yang saat ini memiliki followers 617 ribu dan Facebook mencapai 67 ribu anggota.⁸²

Ustadz Muhammad Faizar awalnya mulai suka dunia pengobatan sejak kecil karena sering memijat kakeknya. Ustadz Muhammad Faizar terinspirasi dari kakeknya yang dulunya merupakan ahli saraf dan ahli urat. Kemudian Ustadz Muhammad Faizar baru belajar pengobatan ruqyah pada tahun 2004 ketika masih SMP dan belajar mendalami dunia ruqyah pada saat berada di Pondok Pesantren Gontor Darussalam Ponorogo. Ustadz Muhammad Faizar waktu kuliah di Mesir juga membeli kitab-kitab tentang ruqyah serta belajar dengan ulama Mesir terkait dunia ruqyah.⁸³

Ustadz Muhammad Faizar aktif melakukan aktivitas dakwahnya baik itu datang dari majelis ke majelis ataupun melalui media sosial berupa Instagram dan Youtube. Ustadz Muhammad Faizar juga mendirikan organisasi keagamaan yang bernama Arsyada Yadaka Indonesia (Instagram @arsyadayadaka_id) yaitu organisasi yang bergerak pada bidang Ruqyah Syar'iyah dan Ustadz Muhammad Faizar juga menjual produk kesehatan yang sudah melalui proses Ruqyah Syar'iyah serta terdaftar di BPOM, produk kesehatan tersebut bernama UMF Herbal (Instagram @umf.herbal). Ustadz Muhammad Faizar juga menerbitkan empat buku karyanya yang berjudul Mukjizat Penyembuhan Ayat Al-Quran, Rahasia Indigo dan Potensi Ghaib Manusia, Risalah Pelebur Jin Leluhur, dan Panduan Mudah Ruqyah Syariyyah.⁸⁴

2. Media Sosial Youtube @Muhammad Faizar Official

Ustadz Muhammad Faizar aktif melakukan aktivitas dakwah di media sosial salah satunya pada channel Youtube yang bernama “Muhammad Faizar Official”. Ustadz Muhammad Faizar bergabung dengan

⁸²<https://www.jabartranding.com/hiburan/pr-6304281022/biodata-ustadz-muhammad-faizar-ada-pendidikan-nama-istri-biaya-ruqyah-hingga-akun-instagram?page=2>. Di akses pada hari Sabtu: 18 Februari 2023. Pukul 19.30.

⁸³ Sisworo, Catur Pamungkas. “Pesan Dakwah Dalam Tayang “Menyingkap Tabir Misteri” Pada Channel Youtube Muhammad Faizar Official (Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)”. *Skripsi*. (Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri. 2022). Hlm. 56

⁸⁴ Sisworo, Catur Pamungkas. “Pesan Dakwah Dalam Tayang “Menyingkap Tabir Misteri” Pada Channel Youtube Muhammad Faizar Official....Hlm.57.

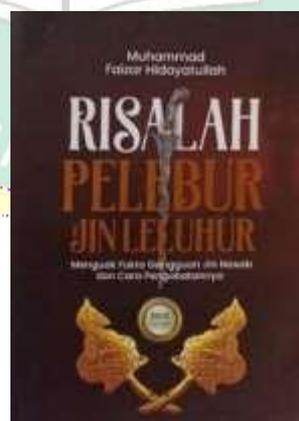
channel Youtube pada tanggal 8 Februari 2020. Youtube “Muhammad Faizar Official” memiliki subscribers sebanyak 1,75 juta serta sudah memposting video sebanyak 514 video dengan jumlah viewers secara keseluruhan sebanyak 156.538.274 juta penonton.

Dakwah yang Ustadz Muhammad Faizar sampaikan di media sosialnya yaitu mengenai seputar ajaran agama Islam, membahas tentang pengobatan Ruqyah Syar’iyyah, dan mengungkap peristiwa ghaib dalam perspektif masyarakat berupa cerita mistis dan mitos. Pada kajian mengungkap cerita mistis dan mitos ini dibahas sesuai dengan kajian Islam yang bersumber dari petunjuk Al-Quran dan AsSunnah. Konten dakwah yang dikemas secara sederhana, jelas, tegas dan selalu menegakan ajaran syariat Islam dalam penyampaianya membuat Mad’u lebih mudah dalam memahami setiap kajian dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Muhammad Faizar.

3. Karya-karya buku Muhammad Faizar

Ustadz Faizar selain kesibukannya sebagai Ustadz mengobati orang-orang dengan ruqiyah, beliau juga mempunyai beberapa karya yang bersangkutan dengan metode komunikasinya yaitu dengan ruqiyah, di antara karyanya ialah sebagai berikut:

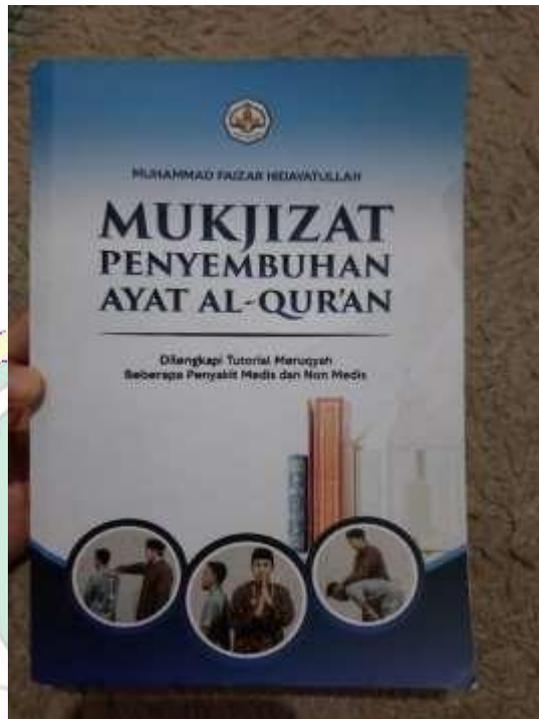
- 1) Buku Risalah Pelebur Jin Leluhur



Gambar 4

<https://www.google.com/search?q=Buku+Ustadz+Muhammad+Faizar>

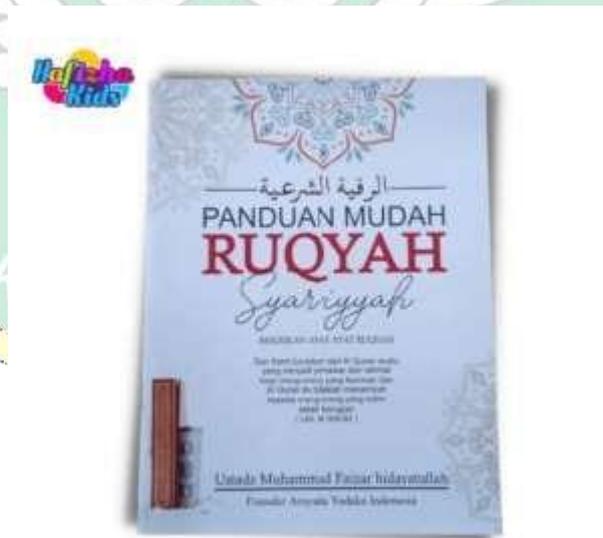
2) Mukjizat Penyembuh Ayat Al-Quran



Gambar 5

<https://www.google.com/search?q=Buku+Ustadz+Muhammad+Faizar>

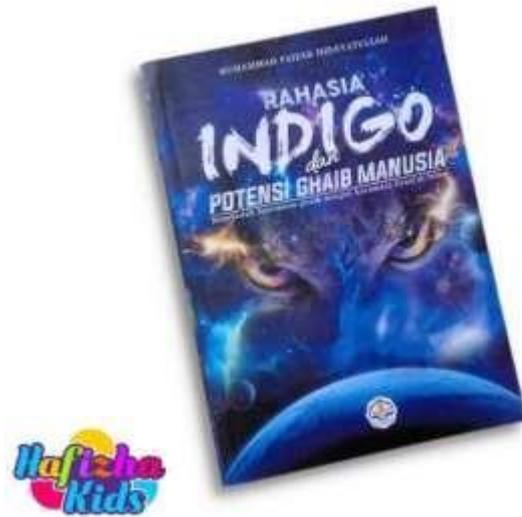
3) Panduan Mudah Ruqyah



Gambar 6

<https://shopee.co.id/Buku-Ruqyah-Ustadz-Muhammad-Faizar-%28Panduan-Ruqyah-Syarriyyah%29-i.326709758.16720808379>

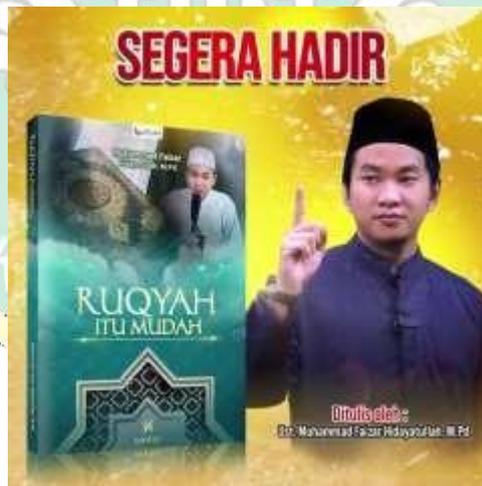
4) Rahasia Indigo dan Potensi Gaib Manusia



Gambar 7

<https://www.google.com/search?q=Buku+Ustadz+Muhammad+Faizar>

5) Ruqyah Itu Mudah



Gambar 8

<https://www.google.com/search?q=Buku+Ustadz+Muhammad+Faizar+ruqiyah>

4. Visi-Misi Youtube Muhammad Faizar Official

a. Visi

Visi besar Youtube Muhammad Faizar Official untuk mensyiarkan pengobatan yang sesuai dengan sunnah Nabi Muhammad SAW dan juga yang masih selaras dengan syariat Islam. Oleh karena itu Youtube Muhammad Faizar Official hadir sebagai pembanding ditengah masyarakat yang semakin hari kian marak pengobatan-pengobatan dukun yang hanya memakai trik dan tipu daya dalam prakteknya⁸⁵

b. Misi

- 1) Menyajikan kajian yang asik dan mudah dengan tajuk kasersan (kajian serius tapi santai).
- 2) Mensyiarkan pengobatan bernuansa Islam khususnya dengan Ruqyah Syarr'iyah dan pola sehatnya Nabi Muhammad SAW.
- 3) Menyingkap tabir misteri yang ada disekitar masyarakat terkait peristiwa yang bersifat ghaib, dengan penjelasan ilmiah dan dalil-dalil yang ada.⁸⁶

B. Strategi Komunikasi Ustadz Muhammad Faizar Melalui Ruqyah Syar'iyah Di Media Sosial Youtube

Strategi komunikasi merupakan suatu rencana yang memiliki tujuan untuk dicapai. Agar bisa sampai pada tujuan tersebut diperlukan rangkaian rencana yang sesuai dan terarah. Jika diaplikasikan dalam strategi komunikasi Ustadz Faizar melalui ruqiyah syar'iyah di media sosial youtube, maka tujuan utama Ustadz Faizar di sini adalah mengobati pasiennya dengan menggunakan ruqiyah syar'iyah.

Berkaitan dengan strategi komunikasi Ustadz Faizar dalam mengobati pasiennya dengan ruqiyah, maka harus didukung dengan teori. Karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman empiris yang suda diuji kebenarannya. Dalam hal ini, menurut Harold d. Lasswell menyatakan cara

⁸⁵ Wawancara langsung kepada Ustadz Muhammad Faizar, pada 09 Desember 2022

⁸⁶ Wawancara langsung kepada Ustadz Muhammad Faizar, pada 09 Desember 2022

yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Untuk memantapkan strategi komunikasi, maka segala sesuatu harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dari pertanyaan rumusan Lasswell tersebut.

Kemudian hal tersebut didasarkan pada temuan dan hasil wawancara dengan informan mengenai strategi komunikasi Ustadz Muhammad Faizar melalui ruqiyah syar’iyah di media sosial youtube diantaranya:

1. *Who* (Siapa)

Unsur *who* ini ditempati oleh Ustadz Faizar. Dalam unsur *who* memiliki peran sebagai penyampai pesan dalam kegiatan komunikasi. Ustadz Faizar juga berperan sebagai pembawa alur komunikasi, artinya Ustadz Faizar yang mengendalikan proses ruqiyah yang berlangsung. Untuk itu, seorang Ustadz Faizar harus memiliki ciri khas atau karakternya masing-masing sebagai identitasnya dan memperhatikan bagaimana karakteristik atau pembawaan. Dari hasil data yang ditemukan, strategi komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Faizar dalam unsur ini yaitu karakteristik harus ditonjolkan, cara mengobrol dengan pasien dan keluarga pasien harus akrab dan juga sopan tanpa adanya tindakan memihak atau memojokan.

Ustadz Faizar selalu mengucapkan:

“semoga ibu dan bapak sekeluarga selalu diberikan kesehatan dan juga selalu diberikan kebahagiaan selamanya”

“Ibu ingin sehat? Pengen sembuh? Kalo pengen sembuh ibu harus kuat, harus lawan jin dalam diri ibu. Jangan lemah dan mau terpedaya oleh jin yang ada dalam tubuh bu, ayok bu”

“setelah pengobatan ini, jangan lupa harus tetap memperkuat ibadah dan harus memaafkan semua kejahatan yang sudah orang lain berikan. Karena surga tertinggi adalah dengan memaafkan

orang yang telah menyakiti kita. Jadi etelah ini harus tetap bahagia jangan terlalu banyak bersedih”



Gambar 9

<https://www.youtube.com/watch?v=6awG5XrFYxw>



Gambar 10

<https://www.youtube.com/watch?v=5P7hjbOI67k>

2. *Says What* (Pesan Apa)

Selanjutnya ialah unsur *says what* atau pesan yang disampaikan. Komunikasi itu efektif apabila ada pesan yang disampaikan. Oleh karena itu unsur pesan sangat penting untuk memantapkan strategi komunikasi. Dari hasil data wawancara diketahui bahwa pesan yang disampaikan dalam ruqiyah yang

dilakukan Ustadz Faizar ialah pesan edukasi, informasi, religi, rohani dan keagamaan. Pesan yang disampaikan oleh Ustadz Faizar dapat diterima dan dipahami oleh pasien karena pesannya jelas juga pembawaan gaya bicara Ustadz Faizar yang halus.



Gambar 11

<https://www.youtube.com/watch?v=yDC4EpfTY8&si=yUkOBS3a1QKa4bZ0>

3. *In Which Channel* (Media Apa Yang Digunakan)

Unsur channel atau media menjadi penting bahkan harus ada dalam komunikasi. Karena unsur ini sangat berpengaruh di era perkembangan media baru pada masa ini. Seperti yang kita ketahui, bahwa saat ini keberadaan dan penggunaan youtube sudah cukup banyak yang menggunakan. Oleh karena itu, Ustadz Faizar perlu mengikuti roda perkembangan zaman dalam menyampaikan strategi komunikasinya dengan menyampaikan lewat media sosial youtube.

Strategi komunikasi dengan ruqiyah yang dilakukan oleh Ustadz Faizar dengan menggunakan youtube memudahkan akses antara Ustadz Faizar dengan publik khususnya dengan pasien. Dalam hal ini tidak hanya memudahkan akses saja, melainkan juga

sebagai branding bagi Ustadz Faizar, sehingga fitur dalam youtube yang sudah cukup lengkappun memudahkan publik mengakses kegiatan Ustadz Faizar dan juga Ustadz Faizar dengan mudah mengetahui langsung bagaimana respon publik terhadap starteginya melalui kolom komentar juga jumlah tayangan dan like yang diberikan publik.



Gambar 12

https://www.youtube.com/results?search_query=ustadz+muhammad+faizar

4. *To Whom* (Pada Siapa)

Strategi komunikasi dengan ruqiyah syar'iyah di media sosial youtube yang dilakukan oleh Ustadz Faizar untuk menyampaikan informasi kepada khaylak pada umumnya, dan khususnya kepada publik yang memiliki gejala kejiwaan juga kerohanian. Sehingga bagi publik yang memiliki masalah kerohanian dan kejiwaan dan ingin sembuh bisa dengan mudah mengaksesnya.

Sehingga, strategi ini tidak hanya disampaikan pada pasien saja melainkan juga pada khalayak banyak karena teraksesnya di youtube. Walaupun ruqiyah dikhususkan bagi pasien, tapi Ustadz Faizar juga meminta bantuan sodara, keluarga atau mahromnya

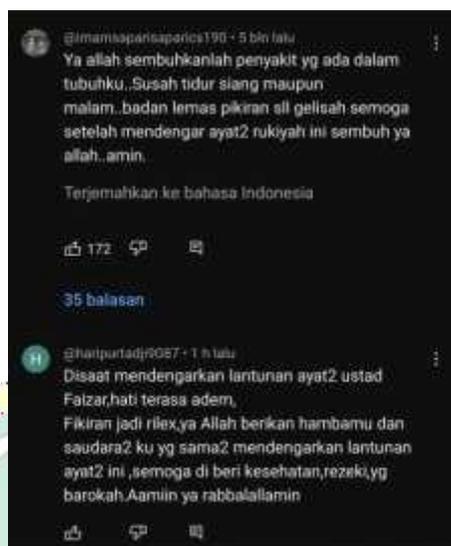
pasien dalam melakukan kegiatan ruqiyah. Karena ruqiyah juga perlu adanya dukungan dan dorongan dari keluarga pasien.

Jadi sasaran Ustadz Faizar disini tidak hanya pada pasien yang memiliki masalah kejiwaan ataupun kerohanian agar lekas sembuh. Melainkan juga kepada khalayak umum agar lebih bisa mendekatkan diri pada Tuhan dan lebih bisa menguatkan keimanan dan ketaqwaannya kepada Tuhan melalui perantara kasus-kasus yang menimpa pasien.



Gambar 13

<https://www.youtube.com/watch?v=wPB7KAJsiiE>



Gambar 14

<https://www.youtube.com/watch?v=yDC4EpfTY8&si=yUkOBS3a1QKa4bZ0>

5. *With What Effect* (Efek Apa Yang Diharapkan)

Efek yang dimaksud disini adalah sesuatu hak yang terjadi setelah proses komunikasi berlangsung. Efek yang diharapkan adalah tujuan dari strategi komunikasi Ustadz Faizar dengan ruqiyah yaitu bagi pasien yang memiliki masalah kejiwaan ataupun kerohanian agar lekas sembuh. Dan untuk khalayak umum agar lebih bisa mendekati diri pada Tuhan dan lebih bisa menguatkan keimanan dan ketaqwaannya kepada Tuhan melalui perantara kasus-kasus yang menimpa pasien.

Efek dari adanya ruqiyah yang dilakukan oleh Ustadz Faizar memberikan kesembuhan secara langsung kepada yang melakukannya. Seperti halnya badan menjadi lebih tenang, lebih enteng, tidak lagi sering pusing dan mulai. Badan juga tidak lagi sering pegal dan juga panas apalagi merasa terdengar bisikan-bisikan lagi.

Dari hasil wawancara dengan Ustadz Faizar dan respon dari pasien juga khalayak umum di kolom komentar youtube

memberikan nilai juga tanggapan positif. Khususnya khalayak menjadi sadar dan lebih mendekatkan dirinya pada Allah SWT.



Gambar 16

<https://www.youtube.com/watch?v=yDC4EpfTY8&si=yUkOBS3a1QKa4bZ0>



Gambar 17

<https://www.youtube.com/watch?v=yDC4EpfTY8&si=yUkOBS3a1QKa4bZ0>

C. Implementasi Strategi Komunikasi Ustadz Faizar Melalui Ruqiyah Syar'iyah Di Media Sosial Youtube

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa teori Harold Lasswell menggambarkan proses komunikasi dengan menjawab *who says what in which channel to whom with what effect*, yang artinya siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana. Berdasarkan definisi tersebut dapat diturunkan pada lima unsur model komunikasi yang saling bergantung atau sama lain yaitu, sumber, pesan, saluran atau media, penerima dan efek, yang akan diimplementasikan dengan strategi komunikasi Ustadz Faizar melalui ruqiyah di media sosial youtube.

1. Sumber

Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber disini ialah Ustadz Faizar dalam menyampaikan kebutuhannya. Ustadz Faizar dalam menyampaikan ruqiyahnya menggunakan bahasa-bahasa yang halus, akrab tapi tegas.

Hal itu pula yang dilakukan saat Ustadz Faizar saat menruqiyah pasien jiwa. Sebelum melakukan ruqiyah Ustadz Faizar berbiicag-bincang mengenai gejala yang dialami. Baik pada pasien ataupun pada keluarga pasien. Selain itu, pembawaan Ustadz Faizar juga cukup tenang. Seperti yang dilakukan saat diserang oleh pasien jiwa juga pasien kena sihir. Ustadz Faizar tetap santai tanpa panik. Juga selalu megajak ngobrol pasiennya. Baik itu saat pasien dalam keadaan sadar atau saat dirasuki Ustadz Faizar selalu mengajak ngobrol pasiennya. Bahkan selalu mengajak jin yang ada dalam tubuh pasien untuk membacakan kalimat syahadat.

2. Pesan

Pesan adalah seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan nilai, gagasan atau maksud dari sumber kepada penerima. Pesan disini ialah metoder ruqiyah yang disampaikan kepada

publik. Proses ruqiyah yang dilakukan oleh Ustadz Faizar menggunakan tiga tahapan:

a. Tahap persiapan

Pada tahap ini pasien mulai berkonsultasi atas gejala-gejala penyakit yang dideritanya. Pasien diruqiyah sendiri dengan didampingi mahromnya atau keluarganya. Dalam tahap ini, pasien juga keluarga dianjurkan untuk bersuci (beristinja atau berwudhu) terlebih dahulu. Lalu memposisikan dirinya dengan nyaman. Bisa tiduran ataupun duduk asal didampingi keluarga. Bagi pasien yang terkena kiriman sihir biasanya Ustadz Faizar membuat pasiennya untuk pingsan terlebih dahulu. Tidak lupa Ustadz Faizar mengingatkan kepada pasiennya untuk mengeluarkan efek-efek selama pengobatan seperti muntah dan lain sebagainya.

b. Tahap pengobatan

Inilah tahapan untuk menghilangkan dan mengobati penyakit setelah terjadi atau sesudah seseorang terkena suatu penyakit. Dalam tahap pengobatan ini Ustadz Faizar menggunakan ayat-ayat quran seperti Isti'adzah, Lafadz basmallah, Surat Al-fatihah Ayat 1-7, Surat Al-Baqarah ayat 255, dan ayat 284-286, Surat Al-A'raf ayat 54-56, Surat Al-Mukminun Ayat 115-118, Al-Mulk 1-10, Surat Ash-Shaaffat ayat 1-10, Surat Ar-Rahman ayat 33-36, Surat Al-Hasyr ayat 21-25, Surat Al-Ikhlash, Surat Al-Falaq, Surat An-Naasn.

c. Tahap penguatan

Pada tahapan penguatan inilah seorang terapis Ustadz Faizar bisa juga berperan sebagai dokter. Hal itu juga yang dilakukan Ustadz Faizar kepada pasien ruqiyahnya yang sering di masukin jin tapi karena pola pikir buruk pasien yang dibentuk oleh pasien sendiri. Sehingga setelah pengobatan Ustadz Faizar membuat ramuan obat tradisional dari kunyit

dan lidah buaya untuk mengecek pasiennya apakah ada pengaruh panas dalam diri pasien. Setelah itu, Ustadz Faizar juga menyarankan untuk berobat ke psikiater juga berpesan kepada keluarga pasien untuk memberikan motivasi dan selalu memberikan semangat. Bedahalnya jika memang gangguan itu dari sihir, maka Ustadz Faizar akan mencari sihir tersebut dan membuangnya dengan - secara baik agar tidak memiliki pengaruh kembali

Dalam pengobatan lain yang memerlukan kontak fisik, Ustadz Faizar tidak melakukan kontak fisik secara langsung melainkan menggunakan sarung tangan dan juga tetap yang melakukan kontak fisik hanya pihak dari keluarga. Sekalipun saat pengobatan dan pembacaan ayat quran. Tidak hanya itu, Ustadz Faizar juga memberikan nasihat kepada pasiennya untuk tetap beriman dan bertaqwa kepada Allah, juga untuk bisa memaafkan diri sendiri dan orang-orang yang sudah berbuat jahat pada kita.

3. Saluran/Media

Saluran atau media, adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Media yang digunakan oleh Ustadz Faizar ialah media sosial youtube. Melihat youtube sendiri yang sudah mudah diakses dan sangat banyak digunakan baik dari kalangan muda hingga tua. Maka Ustadz Faizar melakukan strategi komunikasi ruqiyahnya juga dengan media sosial youtube. Dilihat dari akunnya @Muhammad Faizar Official dengan memiliki subscriber sebanyak 2,26 jt dan postingan sebanyak 672 video. Hal itu mempermudah Ustadz Faizar berkomunikasi dengan khalayak banyak selain dengan pasiennya.

Karena yang diposting oleh Ustadz Faizar tidak hanya proses penyembuhan ruqiyah saja melainkan juga kajian-kajian

dan doa-doa untuk lebih menjaga diri kita dari berbagai sifat jahat dan juga sebagai terapi ruqiyah secara pribadi. Karena pada hakikatnya, setiap manusia perlu melakukan ruqiyah untuk dirinya sendiri agar sehat dari jasmani dan juga rohani.

Tidak hanya itu, Ustadz Faizar juga memposting video perihal trik dan juga tips tentang sihir-sihir yang sering mengganggu kejiwaan kita. Seperti kegiatan yang harus kita lakukan (banyak berdoa, dan rilekasi diri, perbanyak kegiatan positif dan produktif, konsumsi makanan dan ramuan herbal dan lain sebagainya) dan juga kegiatan yang harus kita hindari (tidak memaafkan, mudah syirik dan iri hati, banyak melakukan maksiat dan subhat dan lain sebagainya).

4. Penerima

Penerima adalah orang yang menerima pesan dari sumber. Penerima pesan disini adalah pasien ruqiyah Ustadz Faizar dan juga followers Ustadz Faizar di youtube. Pasien disini tidak hanya pasien karena gangguan jin atau sihir melainkan juga gangguan kejiwaan, bisa juga bagi mereka yang memiliki keinginan untuk membersihkan rohaninya sendiri.

5. Efek

Efek adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku dan sebagainya. Dalam strategi komunikasi Ustadz Faizar melalui ruqiyah di media sosial ini memberikan banyak dampak dan efek. Khususnya bagi pasien yang diruqiyah langsung Ustadz Faizar akan langsung mendapatkan efeknya. Jika ruqiyah tersebut dari sihir bisa langsung disembuhkan dengan dibersamai perbanyak ibadah. Tapi bagi mereka yang memiliki masalah kejiwaan mereka juga harus dibersamai dengan berobat ke psikiater. Bagi mereka yang hanya ingin membersihkan diri bisa

denga membaca ayat-ayat ruqiyah dan juga meningkat kembali keimanan pada diri sendiri.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data-data yang telah penulis teliti, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Ustadz Faizar dalam melakukan ruqiyah syari'yyah di akun youtube Ustadz Faizar meliputi. *Pertama*, strategi komunikasi komunikator yaitu bagaimana Ustadz Faizar, kepada pasiennya saat melakukan ruqiyah syariyah dengan cara melakukan komunikasi secara personal, pendekatan yang akrab, menyampaikan secara halus walaupun tegas juga memberikan semangat juga dorongan untuk pasiennya. *Kedua*, adanya pesan komunikasi, pesan disini ialah ruqyah syari'yyah yang dilakukan oleh Ustadz Faizar kepada pasiennya yang memiliki masalah kejiwaan, kerohaniaan dan juga masalah keimanan. *Ketiga*, strategi pemilihan media komunikasi. Ustadz Faizar dalam metode ruqiyahnya sebagai strategi komunikasi yang menggunakan media media sosial youtube akun yang bernama @Muhammad Faizar Official. melihat youtube masih banyak penggunaannya dan juga mudah diakses baik oleh kalangan muda ataupun kalangan tua. *Keempat*, strategi komunikasi disampaikan kepada siapa, maksud yang dituju disini ialah pasien Ustadz Faizar juga semua followers dan penonton akun youtubanya. *Kelima*, adanya efek. Harusnya dengan adanya strategi komunikasi ini memiliki efek, begitu juga strategi yang dilakukan oleh Ustadz Faizar, memiliki efek khususnya untuk pasien ruqyahnya, umumnya untuk seluruh khalayak yang menonton akun youtube Ustadz Faizar.

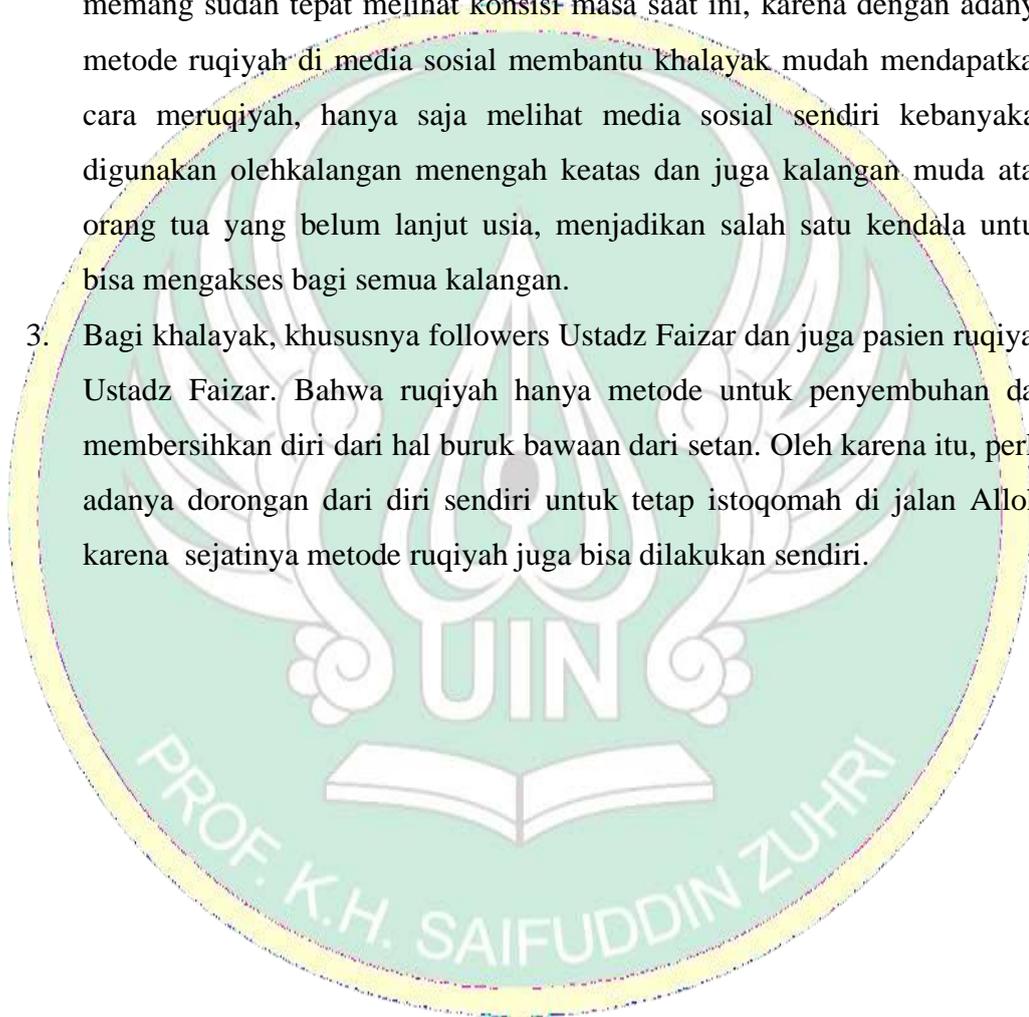
B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari kajian dan pembahasan ini maka ada beberapa yang perlu penulis sarankan yakni:

1. Bagi peneliti, peneliti mengakui bahwa skripsi ini berpotensi memiliki kekeliruan, karenanya para pembaca perlu meninjau kembali literature mengenai analisis komunikasi persuasif secara utuh. Analisis komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Maka

disarankan kepada peneliti-peneliti lain agar memperluas wawasan tentang persuasi karena dalam penelitian komunikasi persuasif menggunakan metode ilmiah sosial. Karena penelitian ini lebih condong pada aliran humanistik. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para peneliti lain khususnya penelitian komunikasi persuasif.

2. Bagi akun @Muhammad Faizar Official ustad, penggunaan media sosial memang sudah tepat melihat kondisi masa saat ini, karena dengan adanya metode ruqiyah di media sosial membantu khalayak mudah mendapatkan cara meruqiyah, hanya saja melihat media sosial sendiri kebanyakan digunakan oleh kalangan menengah keatas dan juga kalangan muda atau orang tua yang belum lanjut usia, menjadikan salah satu kendala untuk bisa mengakses bagi semua kalangan.
3. Bagi khalayak, khususnya followers Ustadz Faizar dan juga pasien ruqiyah Ustadz Faizar. Bahwa ruqiyah hanya metode untuk penyembuhan dan membersihkan diri dari hal buruk bawaan dari setan. Oleh karena itu, perlu adanya dorongan dari diri sendiri untuk tetap istiqomah di jalan Allah, karena sejatinya metode ruqiyah juga bisa dilakukan sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, Lesmana Gusti. Tesis *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Brand Attachemen*. Program Megister Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Studi PT. XL AXITA.
- Ahmad, Nur. 2014. *Tantangan Dakwah di era teknologi dan Informasi:formulasi karakteristik, Popularitas dan Materi Di Jalan Dakwah*. Jurnal ADDIN, Vol.8.
- Ais, Zuli Fitriana. 2020. *Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial YouTube di Yayasan Masjid Menara MakamSunan Kudus*. Studi Kasus Channel Menara Kudus Undergraduate Thesis, IAIN Kudus.
- Allama, Alaudin Shidiqi. 2018. *Panduan Ringkas Jam"iyyah Ruqyah Aswaja (JRA)*, Jombang: Tp.
- Changara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Faiqah Fatty, dkk. 2016. "You Tube Sebagai Komunikasi Bagi Komunitas MakassarVidgram". Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5 No. 2, Juli-Desember.
- Hajar, Siti Aisyah dan Anshori, Muhammad Syukron. 2021." Strategi Kounikasi Persuasif Farag qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media". *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol.7, No. 2.
- Hakim, Lukman. 2012. "*Terapi Qurani uuntuk Kesembuhan dan Rizki yang tak Terduga*". Jakarta: Link Consulting.
- Hamidi. 2010. *Teori Komunkasi dan Strategi Dakwah* .Malang: UMM Pres.
- Hanifa, Millaty. 2015. "Dampak Terapi Ruqyah Syar'iyyah Dalam Memulihkan Kesehatan Mental Pasien di Rumah Ruqyah Indonesia Cililitan Jakarta Timur". *Skripsi*. Jakarata: Universitas Syarif Hidayatulloh

Harun Rochajat & Elfinaro Ardianto. 2012. *Komunikasi Peembangunan dan perubahan sosial: Prespektif Dominan, Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hilmawan, Kahfi. 2019. *Teknik Komunikasi Persuasif Ustadzah Mamah Dedeh Rosidah Syarifuddin dalam Program Acara Religi (Analisis isi pada acara mamah dan aa Beraksi di Indosiar*. Universitas Muhammadiyah Malang.

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, Indonesia digital report 2021, diakses 09 November 2021 pukul 13.37 WIB.

<https://www.youtube.com/c/MuhammadFaizarOfficial/about>. Diakses pada tanggal 9 juni 2022. Pukul 10.21 WIB.

Ibrahim. 1994. *Teknologi emansipasi dan transgender, Wacana Peradaban Visi Islam*. Bandung: Mizan.

J Moleong Lexy. 2009. *Metode Penulis Kualitatif*. Bandung: Reamaja Rosdakarya.

J. Moleang Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses 9 juni 2022. Pukul 02.09 WIB.

Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN-Maliki Press.

Kumala, Sari Nur. 2013. *Pelaksanaan Ruang Rekreatif Pada RBM (Ruang Belajar Modern) dalam meningkatkan Minat Kunjungan Pemusatan di Perpustakaan Daerah Provinsi- Jawa Tengah*, Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kurnia, Syaputra Imam. 2019. *Teknik Komunkasi Da'i Nahdatul Ulama dalam meningkatkan Kesadran Zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas*. Universitas Islam Negri Sumatra Utara.

Macky, Ahmad Nurul. 2017. "Komunikasi Persuasif Dr. K.H. Khaitami M. Nuh, M.A Dalam Menarik Minat Para Donatur Melalui darul Aitam Yayasan

Aqshal Ghayat Jakarta Barat”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatulloh.

Muhammad bin Mukrim Ibn Manzur. *Lisan al-., Arab, XIV*. Bairut: Dar Shadir, tt.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Pemuda Rosda Karya.

Nazir M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nurdin, Muhammad. 2020. *Dakwah Melalui Media Sosial You Tube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual Pada Channel You tube Transformasi Iswah Wahyudi*. Skripsi Dakwah Istitut Agama Islam Nègri (IAIN) Ponorogo.

Rahmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*, cet 27. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rohim, Kholilul. 2008. *Terapi Juz Amma: Ragam Manfaat Surah-Surah Pendek Juz ke-30 untuk Kesehatan dan Keselamatan Hidup Dunia-Akhirat*. Jakarta: PT Mizan Pubika Cetakan 1.

Saefudin, Malik Saefudin. 2015 “Strategi Dakwah Klinik Abu Albani Center Dalam Terapi Ruqyah di Duren Sawit Jakarta timur”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatulloh, 2015.

Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak Dua.

Sugiono, Dendy. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Tim Redaksi. Jakarta: Pusat Bahasa.

Suhaimi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rajawali.

Sukayat, Tata. 2009. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka cipta.

Surakhmad, Winarto. 1994. *Pengantar Ilmiah: Dasar, Metode, Teknik*. Bandung: Tarsito.

Ucjhaneffendy Onong. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Pemuda Rosdakarya.

Wahyuni, Lis. 2020. *Peran Youtube Sebagai Media Dakwah Dalam Memberikan Pemahaman Keislaman Kepada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah*. Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Warner J. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan Di Media Massa Edisi ke Lima*. Jakarta: Kencana.

Zuhdi, Ahmad. 2017. *Studententang Ruqyah: Tinjauan al-Qur'an, al-Hadith dan Sejarah*, Jurnal Qurthuba. Vol. 1, No. 1.



LAMPIRAN LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Wawancara dengan Ustadz Muhammad Faizar



Lampiran 2 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553www.uinsozku.ac.id

**SURAT KETERANGAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI
NOMOR : B.1024/UN.19/FD.J.MKI/PP.05.2/7/2022**

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam mencrangkan bahwa proposal skripsi dengan judul sebagaimana tersebut dalam daftar di bawah ini benar-benar telah diujikan Pada hari ini Kamis, 18 Juli 2022

No	Nama	Nim	Judul
1	Fikih	1617102013	Pesan Dakwah Dalam Video Hal Sepete Yang Menghancurkan MimpiBesamu/ Di Channel Youtube RenoSinari Bumi (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)
2	Ahmad Fauza	1717102091	Teknik Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Faizar Melalui RuyyahSyar'iyah Di Media Sosial You Tube
3	Arif Rahman	1617102001	Nilai-Nilai Tasawuf Dalam AkunInstagram @Iqomic
4	Eifanida Zahra /	1617102058	Islam Dan Kearifan Lokal Pada Ikan Sirup Marjan Versi Ramadan1443 H (Analisis Semiotika John Fiske)
5	Mahdiyyah Nuur Jannah	1817102025	Etika Komunikasi Dakwah HusainBasyaiban Melalui Media Tiktok
6	Nur Khanifah	1817102120	Narasi Nilai Kemanusiaan Dalam Serial Drama Squid Game (Analisis Naratif Tzvetan Todorov)
7	Rizka Nur Farkhatl	1917102007	Strategi Dakwah Melalui Fungsi Komunikasi Ritual Dan Instrumental (Studi Kasus Kegiatan Yasin Tahill Dan Maudizah (Yasintama) Di Ranting NU Kutasari 2 Batumraden)
8	Risa Nur Azizah Hanum	1817102123	Tingkat Ketergantungan Mahasiswa UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto Terhadap Content Cyberreligion Di Media Sosial
9	Riri AnindyaRahma	1817102082	Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Sumatera Dalam Menghadapi Culture Shock Di UIN Kh Saifudin Zuhri Purwokerto

26 Juli 2022
Ketua Jurusan,
Lus Nawatusolihah, MA

Lampiran 3 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinszu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : B.1084 /UIN.19/FD.J.BKI/ PP.07.3/8/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi meorangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah benar-benar telah melaksanakan ujian Komprehensif pada hari Rabu, tanggal 3 Agustus 2022 dan dinyatakan **LULUS**

No	Nama	Nim	Nilai	No	Nama	Nim	Nilai
1	Iklim Zuana Alfa	1717102065	B	19	Imam Nur Mahmudi	1717102111	A-
2	Ardiansya Ainsamillah	1717102052	B	20	Mukam Sari Alfiah	1817102115	B+
3	Ahmad Fauzah	1717102091	B+	21	Rifki Ardiyansah	1817102079	B+
4	Mahdiyyah Niur Jannah	1817102025	B-	22	Ahmad Rubangi	1817102004	B
5	Risa Nur Azizah Hanum	1817102123	C+	23	Muhammad Asy'ary	1817102072	B+
6	Nur Elisa Kusuma Wardani	1817102118	B+	24	Muhammad Borhan Fahrurrozi	1817102073	B+
7	Wilda Ulil Albab	1817102132	B	25	Welly Agus Walvudi	1817102089	B+
8	Ananda Rosanita Azhari	1717102004	B	26	Tryawinda Kiranajaya	1817102129	B+
9	Muhamad Khoibul Uroam	1717102073	B	27	Muhammad Irfan	1617102026	B+
10	Muhammad Irfan agic Razaky	1717102021	B+	28	Nur Rohmah Sri Rejeki	1717102120	B
11	Reoni Zarida	1717102055	A	29	Arif Rahman	1617102001	B-
12	Ulfatul Khoolidah	1817102045	A-	30	Fair Muzakki	1817102015	B
13	Rafiq Mansyur	1817102035	B+	31	Riri Anindya Rahma	1817102082	B
14	Gia Tarita	1717102062	B+	32	Malya Ayu Pramesti	1817102027	A-
15	Sisworo Catur Pamungkas	1717102038	B+	33	Fedriansyah Lubis	1817102059	B
16	Farhan Nur Effendi	1717102012	B+	34	Fitri Safa Kamila	1817102103	A-
17	Firman Ismail	1817102102	B	35	Hanny Damayanti	1817102062	B-
18	Nur Khamifah	1817102120	B-				

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.


 3 Agustus 2021
 Ketua Jurusan
 Ust. Saifuddin Zuhri, MA

Lampiran 5 Sertifikat Bahasa Inggris



Lampiran 6 Sertifikat APLIKOM

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Telp. 0281-63624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53128



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPO/S200/11/2021

SKALA PENILAIAN		
SKOR	HURUF	ANGKA
85-100	A	4.0
81-85	A-	3.8
75-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

MATERI PENILAIAN	
MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	85 / A-

Diberikan Kepada:

AHMAD FAUZAN
 NIM: 1717102091
 Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 15 Juli 1997

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TPO IAIN Purwokerto.





Purwokerto, 29 Maret 2021
 Kepala UPT TPO



Dr. H. Fajar Hidayono, S.Si, M.Sc
 NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 7 Sertifikat BTA PPI

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53128
 Telp : 0281-635824, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

IAIN PURWOKERTO

SERTIFIKAT

Nomor: B-205/ln.17/UPT.MAJ/Sti.011/X/2017

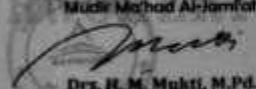
Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

AHMAD FAUZAN
 1717102091

Sebagai tanda yang bersangkutan telah **LULUS** dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	73
2. Yaitil	70
3. Kitabih	73
4. Praktek	70

Purwokerto, 10 Oktober 2017
 Muallim Ma'had Al-Jami'ah



Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
 NIP. 19570521 198503 1 002

NO. SERI MAJ-MB-2017-045

Lampiran 8 Sertifikat PPL

IAIN PURWOKERTO

SERTIFIKAT

Nomor : 079//In.17/Pan.PPL.ED/PP.009/4/2021

Ahmad Fauzan

NIM. 1717102091

sebagai tanda yang bersangkutan mengikuti Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021 mulai tanggal 26 Januari 2021 - 6 Maret 2021 di Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap dengan nilai A dan dinyatakan LULUS

Dekan Fakultas Dakwah
H. H. Abdul Basit, M.Ag.

IAIN Purwokerto, 12 April 2021
Ketua Panitia,
Nur Azizah, M.Si.

KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 9 Sertifikat KKN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uin-saizu.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor: B-708/Un.19/K.LPPM/PP.06/7/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. H. Ansori, M.Ag.**
NIP : 19650407 199203 1 004
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
(LPPM) UIN SAIZU Purwokerto

Menerangkan nama di bawah ini:

Nama : **AHMAD FAUZAN**
NIM : 1717102091
Fakultas/Prodi : Fakultas Dakwah/KPI

Telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-46 Tahun 2020 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **95 (A)**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 10 Juli 2023
Ketua LPPM,

Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004



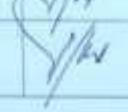
Lampiran 10 Blanko Bimbingan Skripsi

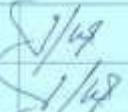
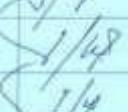
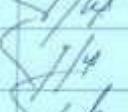
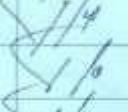
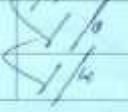


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DA'WAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 404 Purwokerto 5106
 Telp: (021) 433024 Fax: (021) 433024 Website: www.uin-pw.kemdiknas.go.id

BLANKO/KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Fauzan
 NIM : 1717102011
 Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Dosen Pembimbing : Dr. Sukhan Chalik, S.Ag., M.M.
 Judul Skripsi : Teknik Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Fauzan Melalui Ruang Syar'iyah Di Media Sosial YouTube

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan	
				Pembimbing**)	Mahasiswa**)
1.	Desember	Selasa, 7-12-2021	Kontribusi proposal skripsi		
2.	Juni	Jum'at, 3-6-2022	Revisi pendahuluan dan latar belakang masalah		
3.	Juni	Jum'at, 17-6-2022	Revisi kependahuluan dan daftar pustaka		
4.	Juni	Rabu, 22-6-2022	Akt untuk seminar proposal skripsi		

5.	Oktober	Rabu, 19-10-2022	Revisi Bab I terkait penjelasan latar belakang masalah		
6.	Desember	Rabu, 23-1-2023	Revisi Bab II dan penandatangan materi		
7.	Mai	Selasa, 15-5-2023	Revisi Bab III		
8.	Juni	Rabu, 14-6-2023	Revisi Bab IV dan Perubahan Bab V terkait kesimpulan dan saran		
9.	Juni	Selasa, 27-6-2023	Skripsi Akhir untuk sidang Mumpungsiah		

*) atau pokok-pokok bimbingan
 **) atau ditetapkan bimbingan

Purwokerto, 27 Juni 2023
 Dosen Pembimbing,

 Dr. Sukhan Chalik, S.Ag., M.M.
 NIP. 19630502000011052

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ahmad Fauzan
2. NIM : 1717102091
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 15 Juli 1997
4. Alamat Rumah : Jalan Kauman No. 55 Rt. 02/01 Kesugihan Kidul, Kec. Kesugihan, Kab. Cilacap
5. Jurusan/Prodi : MKI/Komunikasi Penyiaran Islam
6. Nama Ayah : Mugiono
7. Nama Ibu : Siti Musyarofah
8. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
9. Pekerjaan Ibu : Wiraswasta

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, tahun lulus : SD N 01 Kesugihan, 2009
 - b. SMP/MTs, tahun lulus : SMP N 2 Maos, 2012
 - c. SMA/MA, tahun lulus : Kulliyatul Mu'allimin Al-Islamiyah Pondok Modern Darussalam Gontor, 2014.
 - d. S1, tahun masuk : 2017

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Faktapala UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Anggota HMI UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Anggota HIMACI UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Ketua Tapak Suci UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2018-2020
5. Ketua Rayon Pondok Darussalam
6. Anggota Pimda Tapak Suci Purwokerto
7. Ketua Alumni Pondok Modern Darussalam Gontor Angkatan 2016
8. Ketua Konsulat Karesidenan Banyumas

Purwokerto, 27 September 2023



Ahmad Fauzan
1717102091