

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF: Komunitas *Bikers* Subuhan Pangkalpinang dalam Mewujudkan Visi Organisasi

Sekar Putri

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
putrisekar230@gmail.com

Amelia

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
ameliaspc09@gmail.com

Abstract

The Subuhan Pangkalpinang Bikers Community is a forum for youth or bikers who want to study Islam together and participate in the morning prayer in congregation to enliven the existing mosques by persuading others. This type of research is qualitative description, using data collection techniques, observation, interviews, and documentation. The results showed that the subuhan Pangkalpinang biker community used persuasive communication strategies, namely psychodynamics, socio-cultural and meaning construction. In the psychodynamic strategy, namely through an approach that touches the emotional aspect through Islamic traps, studies, other activities to strengthen friendship, after that the Subuhan biker community provides motivations, understandings in order to influence people's cognitive. As for the socio-cultural strategy, the management of the Subuhan Pangkalpinang biker community utilizes the environment and culture to persuade people to a better and positive direction. In the meaning construction strategy, Subuhan bikers use social media as a forum to convey information related to the activities that have been carried out.

Keywords: Communication Strategy, Persuasive Communication, Subuhan Bikers.

Abstrak

Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang merupakan wadah para pemuda atau bikers yang ingin belajar agama Islam bersama-sama dan ikut sholat subuh berjama'ah meramaikan masjid-masjid yang ada dengan cara mempersuasi orang lain. Jenis penelitian deskripsi kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan komunitas bikers subuhan Pangkalpinang menggunakan strategi komunikasi persuasif yaitu psikodinamika, sosial kultural dan meaning construction. Pada strategi psikodinamika yaitu melalui pendekatan yang menyentuh aspek emosional melalui jebakan-jebakan islami, kajian-kajian, kegiatan-kegiatan lainnya untuk memperkuat silaturahmi, setelah itu komunitas bikers subuhan memberikan motivasi-motivasi, pemahaman-pemahaman agar dapat mempengaruhi kognitif orang-orang. Sedangkan strategi sosial kultural, Pengurus komunitas bikers subuhan Pangkalpinang memanfaatkan lingkungan dan kebudayaan untuk mempersuasi orang ke arah yang lebih baik dan positif.

Strategi meaning construction, bikers subuhan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Persuasif, Bikers Subuhan.

A. Pendahuluan

Perkembangan, perubahan, dan kemajuan masyarakat berlangsung demikian pesat dan cepat. Respon masyarakat atas perkembangan zaman tersebut membuat banyak warga dunia terus berbenah diri agar mereka tak tertinggal peradaban modern yang ditandai dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Eksistensi atau keberadaan aktivitas dakwah yang dilakukan kini semakin modern mengikuti perkembangan zaman, salah satunya dilakukan melalui hobi yang dibentuk suatu organisasi atau komunitas untuk berdakwah.

Pada saat ini banyak gerakan yang terbentuk dalam berbagai aspek, seperti sosial, keagamaan, dan gerakan-gerakan lainnya. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern saat ini dakwah tidak lagi populer dari masjid ke masjid, dakwah saat ini lebih mencari wadah-wadah yang lebih meluas, mudah dijangkau, dan banyak disenangi oleh orang-orang, dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja. Salah satunya adalah dakwah melalui hobi motoran. Sebagaimana yang kita ketahui suatu klub atau komunitas motoran atau yang memiliki hobi motoran sering dipandang negatif oleh masyarakat, karena memang tidak bisa dipungkiri banyak juga klub-klub atau komunitas motor yang memiliki hobi motoran tetapi tidak memiliki manfaat apapun, sering ugal-ugalan, balap liar, merusak fasilitas umum, bahkan ada juga tawuran sesama komunitas motor. Sehingga mengganggu ketentraman masyarakat sekitar dan meresahkan masyarakat. Namun berbeda dengan komunitas motor yang satu ini, yang disebut dengan komunitas Bikers Subuhan. Komunitas Bikers Subuhan adalah jama'ah sholat subuh yang gemar mengendarai sepeda motor. Kegiatan komunitas ini mulai terbentuk dari sekumpulan *bikers* yang biasa berkumpul di malam hari dan pulang menjelang waktu

subuh.¹ Munculnya komunitas ini memberikan perubahan untuk sama-sama mengawali sholat diwaktu subuh, sehingga lama-kelamaan akan terbiasa melaksanakan sholat subuh karena ajakan serta motivasi yang selalu diberikan dari setiap anggota yang ada.

Terbentuknya komunitas *Bikers* Subuhan Pangkal Pinang ini berawal dari adanya rasa kegundahan, dan memiliki titik jenuh para *bikers* yang hanya ugal-ugalan di jalan tidak memiliki manfaat apapun, dan para bikers memiliki rasa simpati kepada masjid-masjid yang ada di Pangkalpinang karena setiap sholat subuh jama'ahnya tidak ramai seperti waktu sholat-sholat lainnya, oleh karena itu mulailah mencari wadah untuk berhijrah, menyalurkan hobi bemotor sambil berdakwah. Komunitas ini menjadi wadah para pemuda atau *bikers* yang sudah hijrah atau belum yang ingin belajar agama Islam bersama-sama dan ikut sholat subuh berjama'ah meramaikan masjid-masjid yang ada. Sampai saat ini komunitas *Bikers* Subuhan di Pangkal Pinang sudah melaksanakan kegiatannya edisi 114 (berdasarkan jumlah masjid yang dikunjungi), dengan anggota besarnya berjumlah 300'an orang dan yang selalu istiqomah dari dulu hingga sekarang berjumlah 90 orang, bermayoritaskan laki-laki dan berusia campuran ada yang masih anak SMA, umur 40-50'an dengan beragam motor.

Mengajak masyarakat untuk sholat subuh berjama'ah di masjid tentu bukan perkara muda apalagi membuat hal tersebut menjadi kebiasaan, maka dari itu komunitas bikers subuhan perlu strategi yakni strategi komunikasi persuasif untuk mewujudkan hal tersebut. Dalam menetapkan strategi diperlukan dengan yang namanya komunikasi. Colin Chery mendefinisikan Komunikasi merupakan pembentukan satuan sosial yang terdiri dari individu-individu melalui penggunaan bahasa. Memiliki kebersamaan dalam peraturan-peraturan untuk mencapai aktivitas. Disamping itu komunikasi adalah mesin pendorong proses sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antar manusia dan menjadikan manusia sebagai makhluk sosial.² Sejalan dengan pendapat tersebut menurut Effendy, komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia, penyampaian suatu pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang

¹ M. Mahfuzh Dzirkullah, Metode Dakwah Komunitas Bikers Subuhan dalam Meningkatkan Kualitas Akhlak Anggota di Bandar Lampung. *Dissertasi*. UIN Raden Intan Lampung, 2019

² William L. Rivers dan Jay W. Jensen Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003). Hlm.26

dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu. Jadi strategi komunikasi merupakan semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengiriman pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi mencapai tujuan yang diinginkan secara persuasif.

Persuasif dalam bahasa inggris *persuasion* berasal dari bahasa latin yang secara harfiah berarti ajakan, bujukan, imbauan, dan lain-lain yang sifatnya halus dan luwes. Persuasif juga dapat diartikan proses dimana sebuah pesan menyebabkan perubahan keyakinan, sikap, dan perilaku.³ Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan kepada komunikan, merupakan hal yang sangat penting yang tujuannya antara lain untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku komunikan untuk menjadi konsultan.⁴

Dalam hal ini, bikers subuhan pangkalpinang berharap agar komunitas tersebut dapat memberi perubahan baru yakni sholat subuh berjama'ah dapat seramai sholat jum'at. Berdasarkan kenyataannya jama'ah sholat subuh hanya sedikit dan hanya diisi oleh bapak-bapak yang sudah lanjut usia, sangat jarang ditemui jama'ah sholat subuh anak-anak muda. Shalat Subuh salah satu shalat fardhu yang paling fundamental bagi umat Islam dan melaksanakannya secara berjama'ah merupakan salah satu parameter kehebatan umat Islam dalam suatu wilayah. tetapi tidak bisa dipungkiri, tentu tidak mudah mengajak seseorang untuk shalat subuh berjama'ah dan memiliki banyak pengikut.⁵ Berdasarkan hasil wawancara, di Pangkalpinang sendiri sudah terbentuk komunitas *Bikers Subuhan* pada 02 September 2018 edisi pertama. Sama halnya dengan komunitas *Bikers Subuhan* wilayah lainnya, komunitas *Bikers Subuhan* di Pangkalpinang ini merupakan komunitas dibidang dakwah, meramaikan sholat subuh dari masjid ke masjid setiap pekan hari ahad.

Komunitas bikers subuhan yang aktif dan peduli terhadap rukun islam yang kedua ini menjadi daya tarik penulis untuk menggali lebih lanjut bagaimana strategi komunikasi persuasif komunitas bikers subuhan Pangkalpinang dalam mewujudkan visi organisasi.

³ Onong Uchajana Effendi, M.A, *Radio Siaran Teori&Praktek* (Bandung: Mandar maju, 1990).hlm.67

⁴ *Ibid*, Hal.81

⁵ Muhammad Aminuloh, Strategi Dakwah Komunitas Bikers Subuhan dalam Mengajak Shalat Subuh Berjamaah di Kota Bandar Lampung. *Dissertasi*. UIN Raden Intan Lampung, 2020

Penulis akan terjun langsung dengan mewawancarai anggota bikers subuhan Pangkalpinang guna untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan mendalam.

B. Komunikasi Persuasif

Komunikasi adalah suatu faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Tanpa mengadakan komunikasi manusia tidak mungkin dapat berkembang dengan normal dalam lingkungan sosialnya, karena tak ada manusia yang hidup berkembang tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya. Oleh karena itu, komunikasi pada hakikatnya merupakan proses dimana seseorang atau sekelompok orang (komunikator) menyampaikan rangsangan yang biasanya berupa lambang-lambang dalam bentuk kata-kata untuk mengubah tingkah laku komunikan. Komunikasi juga merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media atau langsung yang menimbulkan efek.⁶

Dalam kegiatan komunikasi penyampaian pesan memiliki kecendrungan bersifat umum, baik tentang informasi yang sifatnya ilmiah maupun non-ilmiah. Sifat komunikasi ini dilatarbelakangi oleh komunikasi yang bisa masuk keilmuan pengetahuan manapun. Proses mengajak yang disebut juga dengan komunikasi persuasif, secara istilah komunikasi persuasif diartikan sebagai usaha sadar dalam mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanipulasi ini bukan dalam konotasi negative, tetapi dalam kerangka proses mengubah pemikiran atau mindset seseorang yang menjadi objek komunikasi persuasif yaitu usaha mengubah pemikiran dan perilaku.⁷

Definisi mengenai komunikasi persuasif banyak diungkapkan oleh para ahli diantaranya:⁸

⁶ Mubasyaroh, *Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*, Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies, 2017, Vol.11 No.2

⁷ *Ibid*

⁸ *Ibid*

1. Brembeck dan Howell mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif orang lain kearah tujuan yang sudah ditetapkan.
2. Phil Astrid mengartikan persuasif dalam komunikasi adalah suatu Teknik mempengaruhi dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikasi yang hendak dipengaruhi.
3. Ilardo mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian, atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan non-verbal.
4. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul psikologi komunikasi mengungkapkan bahwa persuasif sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologi sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.
5. Menurut Mar'at komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk. Kegiatan yang dimaksud adalah mempengaruhi sikap emosi komunikan/*persuade*.

Setiap kehidupan akan melalui suatu proses, begitu juga dengan berkomunikasi pasti ada suatu proses agar terbentuk suatu komunikasi yang baik dan benar. Menurut Sumirat dan Suryana komunikasi memiliki unsur-unsur sebagai berikut:⁹

1. *Persuader*, yaitu orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain secara verbal maupun nonverbal. Keberadaan persuader sangat dipertaruhkan oleh sebab itu ia harus memiliki nilai tinggi yang dicirikan oleh kesiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, dan kesederhanaan.
2. *Persuadee*, yaitu orang atau sekelompok orang menjadi tujuan pesan yang ingin disampaikan. Dalam istilah komunikasinya lebih umum *persuadee* ini dikenal dengan komunikan atau *audiens*. *Persuadee* bukanlah kaset kosong yang mudah diisi oleh sembarang muatan pesan. *Persuadee* adalah objek yang terkadang

⁹ Deni Rahman, Wichitra Yasya, *Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur*, Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, 2020, Vol.4 No.1

- memiliki kepribadian, persepsi, dan pengalaman yang rumit sehingga berpengaruh terhadap penerimaan pesan.
3. Pesan, yaitu segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima pesan.
 4. Saluran, yaitu merupakan media atau perantara antara orang-orang yang ingin melakukan komunikasi. Pemilihan saluran yang tepat merupakan faktor penting yang akan menentukan keberhasilan komunikasi persuasif.
 5. Efek, yaitu perubahan yang terjadi pada diri *persuadee* sebagai akibat dari diterimanya pesan. Efek yang terjadi bisa saja perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku.
 6. Umpan balik, yaitu reaksi atau balasan yang diberikan oleh penerima (*persuadee*) atas pesan yang telah disampaikan oleh penyampai pesan (*persuader*).
 7. Lingkungan, yaitu konteks situasional dimana proses komunikasi persuasif terjadi. Hal ini bisa berupa konteks historis, konteks fisik temporal, kejadian-kejadian kontemporer dan norma-norma sosiokultural.

C. Strategi Komunikasi Persuasif

Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rocheah memberikan beberapa strategi komunikasi persuasif, yaitu:

- a. Strategi Psikodinamika
- b. Strategi psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional. Esensinya bahwa pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individu dengan berbagai cara. Dengan kata lain untuk komunikasi persuasif yang efektif terletak dalam belajar hal yang baru dengan dasar informasi yang diberikan oleh *persuader*. Asumsinya akan mengubah individu secara kebutuhan, rasa takut, sikap, dan lain-lain yang hasilnya tampak pada perilaku yang tampak.¹⁰
- c. Strategi Sosiokultural
- d. Asumsi pokok dari strategi ini yaitu perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Kekuatan yang dapat mempengaruhi manusia adalah faktor lingkungan, faktor lingkungan seperti ini harus dapat diperhatikan. Strategi ini dapat dikatakan

¹⁰ *Ibid*

referensi, dimana biasanya pemasar mendapatkan referensi dari teman maupun keluarganya. Strategi sosiokultural banyak digunakan dalam promosi produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi pengadilan pendanaan. Oleh karena itu strategi ini ditetapkan sebagai dasar konseptual untuk merancang strategi yang efektif bagi penjualan barang-barang.¹¹

- e. Dalam mempersuasi orang persuader harus mempertimbangkan pengertian budaya setempat, norma-norma kepentingan peran, serta sosial budaya yang ada pada lingkungan daerah atau kelompok.¹²
- f. Strategi *Meaning Construction*
- g. Berdasarkan pendapat dari Defleur dan Rokeach strategi *the meaning construction* adalah ilmu pengetahuan yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Strategi ini berawal dari konsep hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diingat. Pada strategi ini persuader berupaya untuk memanipulasi kata atau makna untuk mempermudah orang yang dipersuasif dalam memahaminya. *Persuader* juga memeberikan perumpaan-perumpaan pada suatu makna namun tidak mengurangi arti dari pengertian isinya.

D. Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas *Bikers* Subuhan

1. Strategi Psikodinamika

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan beberapa hal mengenai strategi komunikasi persuasif pengurus komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang dalam mewujudkan visi organisasinya, dimana bapak Teguh selaku panglima komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang menyatakan:

“Terkadang kebanyakan orang belum tergerak hatinya, namun memiliki keinginan untuk ikut. Maksudnya ketika diajak sholat subuh berjama’ah bersama komunitas bikers subuhan pangkalpinang jawabannya iya-ya tetapi ketika waktunya subuh orang tersebut tidak datang. Karena memang bangun subuh ini butuh perjuangan apalagi anak-anak muda sekarang ini kebanyakan bergadang yang tidak bermanfaat, tidur hingga larut malam sehingga waktu sholat subuhnya kelewatan. Nah dari sinilah kami selaku pengurus komunitas bikers subuhan pangkalpinang selalu berusaha mengajak dan mengingatkan terus supaya mereka terbangun pada waktu subuhnya,

¹¹ Soleh Soemirat, dkk. *“Komunikasi Persuasif”*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007)

¹² *Ibid*

kami selalu berusaha memberikan pemahaman bahwa sholat subuh ini memberikan banyak manfaat, banyak pahala, dan memang sholat subuh ini adalah kewajiban setiap umat muslim".¹³

Dari hasil wawancara tersebut peneliti menemukan bahwa komunitas bikers subuhan sudah menyentuh aspek kognitif, dimana pengurus-pengurus komunitas memberikan pemahaman dan pemikiran kepada persuade sehingga terbentuk keyakinan dan memang suatu keharusan sebagai umat muslim menjalankan perintah-Nya.

Dalam strategi psikodinamika, pesan yang efektif sangatlah penting dalam mengubah psikologis seseorang seperti kebutuhan, rasa takut, dan sikap. Antara persuade dengan persuader harus bisa menjalin hubungan yang baik jangan ada salah paham diantaranya, silaturahmi harus kuat, karena dengan menjalin hubungan yang baik akan menciptakan rasa kenyamanan pada hubungan yang terjalin, selain itu juga diharapkan akan membantu dalam proses persuasif, sebab tingkat emosional yang muncul pada saat berkomunikasi akan menjadi indikator dalam mempersuasif seseorang. Dalam mempersuasif orang lain juga dibutuhkan rasa kepercayaan antara lain agar mudah untuk saling memahami dan mudah untuk mempersuasif.

Komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang yang memang tujuan utamanya atau visinya mengajak orang-orang atau kelompok *bikers* lainnya untuk sholat subuh berjama'ah, memakmurkan masjid yang dikunjungi. Kalangan anak muda juga menjadi tujuan untuk dipersuasif karena anak muda ini adalah penerus generasi masa depan. Dalam hal ini tidak hanya anak muda yang sudah hijrah yang dipersuasif tetapi anak muda yang belum hijrah pun juga diajak untuk mendalami agamanya karena semakin banyak anak-anak muda yang paham akan agama maka akan semakin bagus juga generasi masa depannya.

"Alhamdulillah, berjalannya komunitas bikers subuhan Pangkalpinang ini sudah 4 tahun kawan-kawan yang baru hijrah bisa lebih mendalami agamanya dan belajarnya, dan yang lama belajar pun atau yang sudah lama hijrah niatnya bukan lagi untuk belajar tetapi sudah menambah pergerakan lainnya, menambah atau mengajak orang-orang untuk bergabung supaya lebih banyak lagi, namun kita disini kuantitas bukan nomor satu tapi kualitas kawan-kawan yang utama".¹⁴

¹³ Wawancara dengan ustadz Teguh, selaku panglima komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang

¹⁴ Wawancara dengan ustadz Teguh, selaku panglima komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang

Pada hasil wawancara ini, peneliti memahami bahwa komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang selalu mengutamakan kualitas anggota-anggotanya agar selalu istiqomah dalam hal ini dan menjadi contoh yang baik untuk orang lain. Karena memang perkara istiqomah dalam hal kebaikan ini sangatlah sulit untuk dipertahankan maka dari itu kita harus belajar dan terus belajar.

*“Kami selalu memberikan motivasi ke kawan-kawan yang baru hijrah itu, kita menyampaikan ajakan. Masalah hidayah itu datangnya dari Allah SWT, karena kami tidak bisa memberi hidayah. Namun kami tidak pernah putus asa untuk mengajak kawan-kawan terus ikut, misalnya hari ahad ini kami ajak tetapi belum datang ahad berikutnya kami ajak lagi. Dan penyampaian kami bilang orang yang paling kaya di dunia ini adalah orang yang sholat subuh, karena dalam haditsnya jelas bahwa sholat sunnahnya saja itu lebih baik daripada dunia dan seluruh isinya. Selain itu juga kami melakukan jebakan-jebakan kepada bikers-bikers lainnya kami ajak main dulu, kumpul-kumpul, malamnya tidak tidur setelah itu paginya kita ajak subuh berjama’ah, ini namanya jebakan islami yang lama kelamaan akhirnya dia merasa nyaman dengan sholat subuh berjama’ah jadi tidak perlu lagi untuk dijebak”.*¹⁵

Pada hasil wawancara, strategi ini sangat ampuh dilakukan, karena pengaruhnya ada hasilnya. Apalagi anak-anak muda saat ini suka berkumpul-kumpul, jebakan ini berhasil membuat anak-anak muda tersebut ikut serta dalam sholat subuh berjama’ah mengikuti komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang. Aspek emosional khalayak dapat dilatih, diuji dan dapat dipengaruhi. Ketika sudah menyentuh aspek tersebut maka pesan-pesan yang disampaikan tidak lagi menjadi hal yang rumit.

Komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang juga melakukan komunikasi secara mendalam dengan memberikan pemahaman-pemahaman Islam yang disampaikan dengan bertahap dan rutin agar mudah dipahami. Hal tersebut dilakukan melalui kegiatan kajian rutin oleh Ustadz Yuda Abrur setiap malam Rabu. Selain itu melalui kegiatan-kegiatan lainnya untuk memperkuat silaturahmi antara anggota, membangun rasa kecintaan yang begitu besar kepada Allah dan Rasul-Nya, menanamkan rasa ingin selalu mendalami pengetahuan ilmu-ilmu ibadah, ilmu-ilmu keagamaan, dan adab.

“Sejak 2018 saya mengikuti komunitas ini, menurut saya komunitas ini berbeda dengan komunitas lainnya, karena di komunitas ini kita bisa menyalurkan hobi sambil

¹⁵ Wawancara dengan ustadz Teguh, selaku panglima komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang

beribadah. Komunitas ini sebagai wadah atau tempat untuk mencari ilmu, sholat subuh berjama'ah, mengajak bikers-bikers lainnya untuk hijrah, memberikan semangat untuk beribadah, pergaulan semakin baik, dan semangat juga untuk mengajak orang lain".¹⁶

Wawancara tersebut diungkapkan oleh Achmad Riyadi yang merupakan anggota komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang, Achmad Riyadi merasakan ada perubahan menjadi lebih baik setelah mengikuti komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang ini. Bahkan Achmad Riyadi istiqomah dalam mengikuti kegiatan-kegiatan komunitas ini, istiqomah dalam sholat subuh berjama'ah, dan selalu semangat mengajak orang lain juga.

"Tingkat keberhasilan kita dilihat dari keistiqomahan kawan-kawan, kita mempunyai standar untuk kawan-kawan yang baru bergabung minimal dia ikut setiap pekannya itu 3 kali, jika dia rutin ikut maka sudah kami anggap dia sudah nyaman ataupun sudah berusaha untuk ikut kegiatan-kegiatan komunitas ini".

Dari hasil wawancara tersebut, komunitas *bikers* subuhan menyampaikan tingkat keberhasilan mereka mempersuasi orang yang baru bergabung dilihat dengan keistiqomahannya minimal 3 kali ahad rutin hadir dalam kegiatan tersebut.

Inti dari strategi psikodinamika yang dimana aspek emosional dan faktor kognitif digunakan dalam mempersuasi orang agar mengikuti apa yang menjadi tujuan *persuader*. Strategi ini digunakan oleh komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang melalui pendekatan yang menyentuh aspek emosional melalui jebakan-jebakan islami, kajian-kajian, kegiatan-kegiatan lainnya untuk memperkuat silaturahmi, setelah itu komunitas *bikers* subuhan memberikan motivasi-motivasi, pemahaman-pemahaman agar dapat mempengaruhi kognitif orang-orang. Selain itu juga strategi psikodinamika berkaitan dengan teknik komunikasi persuasif yaitu teknik integrasi karena mampu melakukan pendekatan yang baik melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan, mampu menjadi pemersatu kepercayaan agar selalu istiqomah.

2. Strategi Sosialkultural

Komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang setiap kajiannya sering mendatangkan ustadz-ustadz sebagai pengisi kajiannya, seperti ustadz Dede Purnama. Lc. Ma. Hk, Ustadz M. Kurnia. Lc. Ma.g, Ustadz Firdaus Hasan, Ustadz Yudha Abdurrahman, dan lain-lainnya.

¹⁶ Wawancar dengan bapak Achmad Riyadi, selaku anggota komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang

Ustadz-ustadz tersebut banyak dikenali orang-orang dan lingkungan pertemanannya sangatlah luas, sehingga menjadi daya tarik anggota komunitas bikers subuhan Pangkalpinang dan orang-orang lain untuk ikut serta dalam kajiannya, ustadz-ustadz ini memberikan pengaruh yang besar sekaligus memberikan kepercayaan yang kuat sehingga dakwah mudah untuk disampaikan. Persuasif di lingkungan permainan atau pertemanan dengan menggunakan orang yang berpengaruh di lingkungan tersebut menjadi keuntungan tersendiri bagi komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang.

*“Faktor lingkungan itu sangat berpengaruh, pola hijrah seseorang akan tergantung pada temannya, kita ingin berbuat baik kita harus memiliki teman yang baik”.*¹⁷

Dari hasil wawancara tersebut artinya ketika lingkungan kita tidak baik atau orang tersebut tidak mau keluar dari zona tersebut maka akan sulit untuk dapat menemukan orang-orang yang bisa dalam mengajak pada kebaikan, ruang lingkup ini sangat berpengaruh. Jika kita ingin menjadi orang baik maka kita harus ada pada lingkungan orang-orang yang baik, positif auranya, positif dukungannya, positif ajakannya. Bisa jadi juga untuk menentukan kualitas diri kita bisa dilihat juga dari siapa orang yang ada di samping kita.

Selain itu juga dari hubungan pertemanan yang sudah dekat satu sama lain memiliki kekuasaan persuasif yang cukup besar sehingga apa yang dikatakan oleh temannya mudah diikuti dan diterima oleh temannya karena kedekatan yang terjalin diantaranya sudah memiliki kepercayaan yang besar.

“Sejauh ini dalam komunitas bikers subuhan Pangkalpinang kami juga menerapkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di daerah Bangka ini, seperti kebudayaan atau tradisi memperingati Maulid Nabi SAW, nganggung, Isra’ Mi’raj, Maharam”.

Berdasarkan hasil wawancara ini, komunitas bikers subuhan Pangkalpinang juga masih menerapkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di lingkungan kita, gunanya untuk memperkuat silaturahmi dengan kebudayaan yang sifatnya Islami atau memuliakan Nabi Muhammad SAW. Dalam hal ini juga bisa menambah semangat untuk memperkuat pertemanan dan kepercayaan.

¹⁷ Wawancara dengan ustadz Teguh, selaku panglima komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang

Inti dari strategi sosiokultural menyatakan bahwa ada faktor dari luar diri seseorang yang bisa merubah sikap yaitu faktor lingkungan dan kebudayaan. Pengurus komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang memanfaatkan lingkungan dan kebudayaan untuk mempersuasif orang ke arah yang lebih baik dan positif. Faktor lingkungan dan kebudayaan memberikan peluang besar dalam aktivitas persuasif komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang. Hubungan kedekatan yang terjalin antara sesama menumbuhkan rasa kepercayaan. Selain itu juga strategi sosialkultural berkaitan dengan teknik komunikasi persuasif yaitu teknik *pay off and arousing* karena komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang mampu memberikan kebahagiaan dan menyenangkan hati anggota-anggotanya dengan kegiatan-kegiatan yang diadakan.

3. Strategi Meaning Construction

Strategi *meaning construction* yang dinyatakan oleh Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach adalah dengan memanipulasi pengertian. Berawal dari konsep hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diingat.

Pengetahuan yang diberikan komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang bertujuan untuk memberikan pengertian serta pemahaman. Komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang memiliki sosial media berupa akun instagram yang menjadi wadah atau tempat penyampaian informasi-informasi penting, dengan tujuan tidak hanya kepada anggota komunitas tetapi bertujuan juga untuk orang-orang lain yang bisa melihat kegiatan-kegiatan komunitas *bikers* subuhan sehingga menjadi daya tarik untuk orang-orang lain masuk dalam komunitas tersebut.

Pada strategi *meaning construction* ini, pengurus komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang berusaha memanipulasi suatu makna dengan tujuan memudahkan persuade dalam memahami apa yang disampaikan, memberikan perumpamaan sederhana namun tidak merubah arti dari pengertian itu sendiri.

“Sejauh ini postingan-postingan di instagram itu adalah poster-poster ajakan untuk sholat subuh berjama’ah memakai kata-kata yang diambil dari hadits sholat subuh, yang mana sunnah sholat subuh lebih dari dunia dan seluruh isinya, kemudian poster-posternya pun tidak umum seperti majelis-majelis lainnya, kami membuat khusus atau dengan ciri khas bikers-bikers yang memiliki daya tarik seperti ada gambar motor-

motor ada ustadznya terus ada orang-orangnya lagi berkumpul, dan kami juga memiliki slogan khusus yaitu BORN TO RIDE, RIDE TO JANNAH yang artinya lahir sebagai pengendara, mengendara sampai surga".¹⁸

Dari hasil wawancara tersebut, komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang bermaksud sangatlah penggunaan kata-kata yang memang jelas dan bisa di percaya seperti penggunaan hadits tersebut. Poster-poster dibagikan di dalam media sosial pun harus memiliki daya tarik karena ini juga bisa memberikan pengaruh untuk orang lain ikut serta.

Penggunaan media sosial saat ini juga menjadi pilihan yang tepat untuk digunakan karena perkembangan teknologi sangat jarang tidak digunakan oleh orang apalagi kalangan anak muda, media sosial juga bersifat meluas sehingga bisa mempermudah aktivitas manusia. Media sosial saat ini sangat populer, sehingga pengenalan komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang mudah dilakukan, selain itu juga media sosial bisa peluang bagi komunitas *bikers* subuhan untuk menyebarkan informasi seperti kegiatan rutinnnya sholat subuh berjama'ah setiap ahad masjid mana yang akan dikunjungi, informasi kajian, informasi kegiatan, dan segala informasi mengenai kegiatan komunitas tersebut.

Poster-poster undangan mengandung unsur ajakan, didesain dengan sebaik mungkin secara kreatif dan ditampilkan dengan ciri khas komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang berupa slogan komunitas, dalam poster tersebut ada juga informasi yang jelas seperti tempat atau lokasi titik kumpul, waktu kegiatan, dan lain-lainnya.

Inti dari strategi *meaning construction* bahwa komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang menggunakan metode yang sesuai dengan anak muda saat ini dengan memanfaatkan sosial media sebagai wadah atau tempat penyebaran informasi-informasi kegiatan yang dikemas secara sederhana dan jelas sehingga mudah diterima dan mudah dipahami. Penggunaan kata-kata yang baik dan juga berasal dari hadits memiliki daya tarik tersendiri sehingga memberikan pengaruh yang kuat bagi yang melihatnya. Strategi *meaning construction* juga berhubungan dengan teknik asosiasi karena tujuannya menarik perhatian khalayak pada kegaitan-kegiatan yang dilakukan.

¹⁸ Wawancara dengan ustadz Teguh, selaku panglima komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang

F. Penutup

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis tentang strategi komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang dalam mewujudkan visi organisasi maka dapat disimpulkan bahwa komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang sudah menerapkan strategi komunikasi persuasif, teori strategi komunikasi persuasif yang digunakan adalah teori dari Melvin. L. Defleur dan Sandra J. Ball-Roeach yang memiliki tiga pendekatan strategi, yaitu strategi psikodinamika yang dimana aspek emosional dan faktor kognitif digunakan dalam mempersuasi orang agar mengikuti apa yang menjadi tujuan *persuader*. Strategi ini digunakan oleh komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang melalui pendekatan yang menyentuh aspek emosional melalui jebakan-jebakan islami, kajian-kajian, kegiatan-kegiatan lainnya untuk memperkuat silaturahmi, setelah itu komunitas *bikers* subuhan memberikan motivasi-motivasi, pemahaman-pemahaman agar dapat mempengaruhi kognitif orang-orang.

Kemudian Strategi sosiokultural yang menyatakan bahwa ada faktor dari luar diri seseorang yang bisa merubah sikap yaitu faktor lingkungan dan kebudayaan. Pengurus komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang memanfaatkan lingkungan dan kebudayaan untuk mempersuasi orang ke arah yang lebih baik dan positif. Faktor lingkungan dan kebudayaan memberikan peluang besar dalam aktivitas persuasif komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang. Hubungan kedekatan yang terjalin antara sesama menumbuhkan rasa kepercayaan.

Selanjutnya strategi *meaning construction*, bahwa komunitas *bikers* subuhan Pangkalpinang menggunakan metode yang sesuai dengan anak muda saat ini dengan memanfaatkan sosial media sebagai wadah atau tempat penyebaran informasi-informasi kegiatan yang dikemas secara sederhana dan jelas sehingga mudah diterima dan mudah dipahami. Penggunaan kata-kata yang baik dan juga berasal dari hadits memiliki daya tarik tersendiri sehingga memberikan pengaruh yang kuat bagi yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Jay W. Jensen Theodore Peterson, William. L. Rivers, 2003, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Jakarta: Prenada Media Group.

Mubasyaroh, *Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*, 2017 Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies, Vol.11 No.2

Soleh Soemirat, dkk. 2007. "*Komunikasi Persuasif*", Jakarta: Universitas Terbuka.

Karya Ilmiah

Aminuloh, Muhammad. 2020, Strategi Dakwah Komunitas Bikers Subuhan Dalam Mengajak Shalat Subuh Berjamaah Di Kota Bandar Lampung, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Amrullah Nur Mudzhira, Iftitah Jafar. 2018, "*Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur'an*", Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 08 no. 01

Mubasyaroh, 2017, *Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*, Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies, Vol.11 No.2

Deni Rahman, Wichitra Yasya, Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur, *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 2020, Vol.4 No.1

Wawancara

Teguh, Selaku Panglima Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang, *Wawancara*

Achmad Riyadi, selaku anggota komunitas *bikers* subuhan Pan