



Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung

Rosidi¹, Nadya Amalia Nasution^{2*}, Mubasit³ & M Ihsan Solihin⁴

¹²³⁴UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

*nadyaamalia@radenintan.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba mengeksplorasi strategi dan implementasi komunikasi dakwah persuasif pada komunitas punk hijrah di Kota Bandar Lampung. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku hijrah, pendiri komunitas punk hijrah, juga pengurus komunitas punk hijrah. Temuan penelitian mencerminkan bahwa gerakan komunitas punk hijrah mampu melahirkan sebuah gerakan sosial dengan basis keagamaan. Gerakan komunitas punk hijrah telah membangun identitas baru, yakni sebagai pemuda beragama yang mendekatkan diri pada Islam dan menjadi pribadi yang bermanfaat. Komunitas punk hijrah memiliki maksud menjadikan anak punk di Kota Bandar Lampung agar mengenal Islam dengan tiga strategi pendekatan utama, yakni strategi psikodinamika yang melibatkan emosional dan faktor kognitif dalam mempersuasif. Strategi sosiokultural yang memanfaatkan faktor lingkungan yakni dengan hubungan pertemanan yang terjalin antara pengurus untuk berdakwah. Strategi konstruksi makna (*meaning construction*) lebih memfokuskan kepada memberikan pemahaman dengan memanipulasi pengertian tanpa harus merubah makna, tujuannya adalah untuk menyederhanakan dalam menyampaikan pesan persuasifnya dengan analogi yang dapat dimengerti.

Kata Kunci: Dakwah; hijrah; komunikasi persuasif; komunitas *punk*

ABSTRACT

This study tries to explore the strategy and implementation of persuasif da'wah communication in the hijrah punk community. Participants in this study were hijrah actors, founders of the hijrah punk community, as well as administrators from the hijrah punk community. The research findings reflect that the hijrah punk community movement occurred communally and gave birth to a religious-based social movement. The hijrah punk community movement has built a new identity, namely as a religious youth who is closer to Islam and becomes a useful person. The hijrah punk community has the intention of making punk children in Bandar Lampung City to know Islam with three main approach strategies, namely psychodynamic strategies that involve emotional and cognitive factors in persuasion. A sociocultural strategy that utilizes environmental factors, namely the friendship that exists between the administrators to preach. The meaning construction strategy focuses more on providing understanding by manipulating understanding without having to change the meaning, the goal is to simplify conveying persuasif messages with understandable analogies.

Keywords: *Da'wah; hijrah; punk community; persuasive communication.*

PENDAHULUAN

Terdapat banyak jenis komunitas gerakan yang berkembang saat ini, diantaranya komunitas gerakan berorientasi sosial, keagamaan, dan lainnya. Di Indonesia sendiri terdapat sangat banyak ragamnya yang mayoritas digerakkan oleh kaum muda. Salah satu gerakan yang banyak mendapat perhatian masyarakat saat ini adalah gerakan penyebaran Islam. Saat ini, banyak orang yang secara aktif berkontribusi pada pertumbuhan komunitas keagamaan, terutama komunitas dengan tujuan hijrah. Dalam artikel ini, penulis akan memfokuskan pada komunitas Punk.

Secara harfiah, punk berarti sumbu, seorang (pemuda) yang tidak berpengalaman, atau berarti buruk. Punk dapat dikatakan sebuah ideologi yang sarat dengan pemberontakan dan anti kemapanan, dengan berbagai macam karakter dari tiap anggota sehingga membentuk sebuah kelompok untuk mendapatkan keamanan identitas diri dan ciri dari komunitas Punk tersebut (Annisa, A. R., Wibhawa, B., 2016),(Fox, 1987).

Bagi sebagian anak muda Punk diartikan sebagai hidup bebas tanpa aturan, pemahaman yang setengah-setengah ini mengakibatkan banyak dari mereka yang kemudian melakukan tindakan meresahkan, contohnya tindakan kekerasan, mabuk-mabukan di muka umum secara bergerombol atau meminta uang secara paksa (Hasnadi, H., Bajari, 2012). Punks dinilai tidak pernah merasa puas dan selalu melawan pada suatu hal (sosial, politik, budaya, ekonomi tindakan bahkan agama)(Weiß, 2015), menurut (Donaghey, 2016), antagonisme *Punk* dan agama tidak terelakkan, bahkan situasinya jauh lebih rumit di Indonesia. Masyarakat awam menilai *Punk* sebagai segerombolan remaja dengan perilaku negatif, *punk* lekat dengan perilaku-perilaku kurang terpuji.

Pada dasarnya semua manusia memiliki sisi positifnya, tidak ada pengecualian bagi anak- anak Punk jalanan. Semua berpotensi untuk berbuat baik (Rofiah, 2020). Di beberapa daerah kerap kali Satpol PP merazia komunitas punk karena banyaknya keluhan masyarakat terhadap keberadaan anak Punk. Stigma negatif tentang anak Punk berangsur berkurang seiring dengan berdirinya beberapa gerakan yang digerakkan oleh kaum muda yang senantiasa berkomitmen dalam menyebarkan dakwah Islam. Yakni komunitas-komunitas keagamaan yang berfokus pada perubahan dan perbaikan, yang tujuannya berhijrah. Seperti komunitas Tasawuf Underground di Jakarta, komunitas Punkajian Bekasi, Komunitas Seniman Terminal (Senter) Depok, Komunitas punk muslim Yogyakarta serta komunitas Punk Hijrah di Bandarlampung. Komunitas-komunitas tersebut berprinsip mengajak ke arah kebaikan dan memiliki tujuan yang sama yakni untuk mengajak anak punk mengenal dan mempelajari agama Islam.

Komunitas Punk Hijrah di kota Bandar Lampung yang menjadi fokus artikel ini berdiri pada february 2017 didirikan oleh Akhmad Khoirullah Ramadhani yang

Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung menjadi sumber data primere dalam penelitian ini. Punk Hijrah Lampung memiliki anggota terdata sebanyak kurang lebih 15 orang, jumlah tersebut merupakan jumlah anggota inti yang sudah berhijrah. Mereka sebagai pengurus komunitas Punk Hijrah Lampung merupakan punkers yang telah meninggalkan aktifitas negatif dan aktif melakukan dakwah, dengan pendekatan yang sesuai dengan kondisi. Antaralain pembuatan artwork khas anak punk, yang diarahkan menjadi artwork yang memiliki pesan islami dan membangun, serta terdapat pula *zine* (majalah mini) yang bertemakan hijrah. Berawal dari *artwork* dan *zine* yang tadinya hanya berupa cetak, kemudian beralih menjadi digital dengan media *Instagram* yang dinamakan *@punkhijrah* dan menyebarluaskan *artwork* dan *zine* nya melewati media *Instagram*, hingga pengikut nya berangsur bertambah, saat ini pengikut di media sosial Instagramnya, mencapai 6.446 pengikut.

Hal tersebut di dukung Armawati (Arbi, 2003) menurutnya terdapat tiga dimensi dakwah dan komunikasi yang terjadi di berbagai tingkat komunikator, berbagai konteks dan saluran. Sehingga dakwah dan tabligh tidak hanya di masjid, di podium, di pesantren, atau di media tertentu namun harus menjangkau dengan lebih luas dengan media. Gerakan tersebut sekaligus menjadi pembuktian kepada masyarakat bahwa punk tidak selalu melakukan tindakan yang meresahkan masyarakat tetapi mempunyai pemikiran bahwa punk bisa berguna dan bermanfaat bagi orang banyak. Meski media mampu menjangkau banyak orang, namun masih ditemukannya Gap antara anggota dan pengurus, hingga kini, media hanya digunakan sebagai gerbang awal dakwah. Untuk memengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku anggota, komunikasi tatap muka secara langsung digunakan agar hasilnya lebih maksimal. Olehkarenanya, terdapat relevansi antara strategi komunikasi persuasif dalam Islam dan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus dan terlihat dalam berbagai aspek.

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, dalam (Rakhmat, 2011), komunikasi yang efektif minimal akan menimbulkan lima hal dan salah satunya adalah pengaruh pada sikap seseorang atau bersifat persuasif. Komunikasi persuasif sebagai proses, didefinisikan mampu mempengaruhi pemikiran atau pendapat seseorang, komunikasi persuasive juga mampu mempengaruhi perilaku seseorang dengan pendekatan manipulasi psikologis sehingga orang yang dimaksud bertindak dan berperilaku seperti apa yang diinginkan *persuade* (Rakhmat, 2011). Proses komunikasi persuasif akan menimbulkan beberapa gejala atau perubahan ketika dilakukan berkelanjutan dalam konteks waktu tertentu.

Penelitian-penelitian pendahulu bertema hijrah antaralain, penelitian bertema Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial, menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi fenomenologi, dengan hasil bahwa gerakan hijrah terjadi secara komunal, kemudian melahirkan gerakan sosial yang basisnya keagamaan. Gerakan muslim milenial telah membangun identitas baru sebagai umat beragama yang taat pada aturan islam (Zahara, Wildan, & Komariah, 2020). Kedua,

penelitian berjudul *Development of Religion and Empowerment of Bandung Punk Hijrah Community* yang berfokus pada model pembentukan komunitas punk, menurut hasil analisis, ditemukan model alternatif pembentukan dan pemberdayaan komunitas Punk Hijrah yang terdiri dari dua jenis kegiatan, yakni memberikan penyuluhan keagamaan, dan memberdayakan status ekonomi (Sahlani, Hamidah, & Amrullah, 2019). Ketiga artikel berjudul *Dakwah Dan Pemberdayaan: Strategi Pengembangan Masyarakat Islam Melalui Komunitas Tasawuf Underground Terhadap Anak Punk Dan Anak Jalanan*, dengan kesimpulan, bahwa pemberdayaan masyarakat islam dapat membantu anak punk dan anak jalanan untuk menjalani hidup lebih baik dan mandiri hingga mempunyai tujuan (Nabila, 2021).

Hal-hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian diatas adalah, penelitian yang lalu berfokus pada orang dari luar komunitas punk yang berupaya melakukan pendekatan islam terhadap komunitas punk agar anggota komunitas dapat berhijrah. Sedangkan penelitian ini berfokus pada upaya yang dilakukan oleh anggota punk dalam mengajak hijrah anggotanya dengan pendekatan keagamaan, terutama pendekatan dakwah persuasif. Selain itu, penelitian ini berfokus pada penelaahan proses, strategi nyata serta hasil dari tahapan komunikasi dalam kaitannya dengan perubahan sikap komunikan, yang dalam hal ini adalah perubahan anggota komunitas *Punk*. Dalam artikel ini, komunikasi persuasif akan lebih ditelaah sebagai cara dalam melakukan dakwah pengurus komunitas punk hijrah Bandar Lampung dalam mengajak anggotanya berhijrah.

Artikel penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi (Moleong, 2013), pendekatan penelitian kualitatif ini digunakan untuk memberikan deskripsi yang berkaitan dengan proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas Punk Hijrah dalam menanamkan dakwahnya. Penelitian diawali dengan observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data dari sumber yang relevan dengan teknik pengumpulan data dilaksanakan secara triangulasi, diikuti dengan sumber-sumber pustaka dari berbagai refrensi seperti buku dan jurnal. Analisis data dilakukan dengan logika induktif, dan hasil penelitiannya berupa kata-kata deskriptif tentang realitas yang diteliti (Sugiyono, 2017). Selanjutnya tahap mereduksi data dan menarik kesimpulan. Pengumpulan data utama dalam penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Komunitas Punk Hijrah

Komunikasi persuasif berarti usaha yang secara sadar dilakukan untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif ke arah tujuan yang telah

Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung ditetapkan (Ritonga, 2005). Tentunya memanipulasi yang dimaksud adalah dalam konotasi positif, yakni sebagai kerangka proses mengubah pemikiran atau *mindset* seseorang yang menjadi objek komunikasi. Dari segi proses, komunikasi dakwah memiliki kesamaan dengan komunikasi pada umumnya, pembedanya hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Dengan demikian, antara komunikasi dan dakwah mempunyai hubungan atau persinggungan, atau terdapat kesamaan unsur antara keduanya (Aziz, 2019).

Cara berpikir, bersikap dan bertindak yang berkaitan dengan kehidupan pribadi dan sosial dapat di pengaruhi dan merupakan perwujudan dakwah Islam. Dakwah Islam tentu akan beriringan dengan kenyataan, realitas sosial yang mengitarinya. Untuk menyikapinya, hal tersebut, dakwah Islam diharapkan berperan dalam dua arah. Pertama, memberikan out put terhadap masyarakat yakni pemberian dasar filosofi, arah serta dorongan dalam membentuk realitas baru yang lebih baik. Kedua, dakwah Islam dapat mengubah visi kehidupan sosial dimana sosio-kultural yang ada tidak hanya dipandang sebagai suatu kelaziman saja, tetapi juga dijadikan kondusif bagi terciptanya baldat ath- thayyibah wa rabb al-ghafur (Mubasyaroh, 2017).

Dalam kegiatan dakwah, sampainya pesan dakwah kepada mad'u dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti kondisi obyektif dari obyek dakwah dan kondisi lingkungannya. Dengan demikian, diperlukan adanya langkah-langkah berupa perencanaan, dan strategi dakwah, guna menyesuaikan sasaran dan metode apa yang akan digunakan. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya, perencanaan komunikasi telah dijadikan alat dalam mengubah image anak punk (Firmansyah & Oktaviani, 2018),

Strategi komunikasi persuasive dalam berdakwah pada komunitas punk antarlain:

Pertama, Mengenal sasaran dakwah

Mengenal sasaran dakwahnya Komunitas Punk Hijrah saat menyampaikan materi dikajian serta menggambarkan seperti sama dengan Jemaah menampilkannya, Bahasa, dan cara bergaul seperti anak muda. Dan dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan yang disukai anggota atau Jemaah nya yang mana punk dikenal dengan unsur seni nya dan mereka menyukai dibidang kesenian, komunitas Punk Hijrah memanfaatkan hal tersebut untuk mengenali sasaran dakwahnya.

Kedua, Menggunakan bahasa yang mudah dipahami

Dalam penyampaian pesan dakwah perlu diperhatikan juga pembicaraan dengan Bahasa yang mudah dipahami, berkata dengan mudah maksudnya yaitu kata-kata yang digunakan mudah dicerna, dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Dengan istilah-istilah yang digunakan dalam menyederhanakan penjelasan agar mad'u segera memahami materi yang disampaikan, dan dalam menata pesan dakwah tidak disampaikan dengan Bahasa Agama tetapi

dianalogikan dengan bahasa-bahasa populer.

Dalam penyampaian pesan dakwah perlu diperhatikan juga pembicaraan (qaulan) yang merupakan prinsip komunikasi dakwah persuasif. Prinsip tersebut bersumber dari Alquran, yakni qaulan layyinan berarti pembicaraan yang lemah lembut agar lebih dapat menyentuh hati dan menariknya untuk menerima dakwah. Dengan kata kata Qaulan Layyinan, komunikasikan/mad'u akan merasa tersentuh hatinya, dan tergerak jiwannya sehingga mengikuti dakwah da'i. Kedua, prinsip qaulan sadidan yang berarti pembicaraan yang lurus, benar, jujur, serta to the point. Ketiga, prinsip qaulan maysuran, yang berarti mudah. Mudah yang dimaksud adalah kata-kata yang digunakan dapat dimengerti, dicerna, oleh komunikasikan. Dengan pemilihan Bahasa yang tepat dan mudah dipahami oleh kalangan anak muda mampu membuat mad'u mengerti dan dapat menimbulkan sebuah kepercayaan dari mad'u kepadanya dan menimbulkan emotional appeal pada diri jemaah.

Ketiga, Membangkitkan perhatian (attention)

Penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian anggota atau jemaah, berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif yang digunakan Komunitas Punk Hijrah menyajikan dakwahnya melalui persuasif dalam ajakan kajian yaitu Punk Kajian dan kegiatan membuka lapakan membaca serta sharing tentang ilmu Agama dengan dibekali zine-zine Punk Hijrah untuk dibaca yang didalamnya berisi ajakan dan naungan agar mereka bisa terketuh hatinya agar berhijrah dengan istiqomah karena semua zine Punk Hijrah bersifat mempengaruhi bahwa punk yang berhijrah lebih bermartabat dan lebih disegani oleh orang-orang dan kegiatan lainnya yang disukai anggota seperti menggambar membuat zine, artwork mereka gambar.



Sumber: Dokumentasi Komunitas Punk Hijrah

Gambar 1.

Kegiatan Young Circling di UIN Raden Intan Bandarlampung

Punk Hijrah juga pernah membuka pameran majalah mini/ *zine* dan *artwork* yang mereka gambar karena itu salah satu cara komunitas *Punk* Hijrah dapat menerapkan kreatifitas dibidang seni agar membangkitkan perhatian. Kegiatan pada gambar 1, merupakan pameran yang dilakukan komunitas punk hijrah di kampus UIN Raden Intan Lampung, kegiatan ini dimaksudkan sebagai publikasi karya seni khas anak punk dengan balutan semangat hijrah Islam, selain itu sebagai pembuktian bahwa hijrah dapat dilakukan oleh setiap orang apapun latarbelakangnya.



Sumber: Dokumentasi Komunitas Punk Hijrah

Gambar 2.

Kegiatan Melapak taman baca buku, menggambar dan bertukar pikiran dibawah fly over Tanjung Seneng Bandarlampung

Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *Punk* Hijrah juga dilakukan di lingkungan masyarakat dan jalanan, terutama di lingkungan yang biasanya menjadi “tempat nongkrong” anak-anak punk. Dengan melakukan kegiatan seperti membuat *zine* dan menggambar dengan ciri khas mereka yaitu *punk*, akan tetapi tidak meninggalkan unsur Islaminya dan semua *zine* dan gambarnya bersifat mengajak untuk berbuat kebajikan. Selain karya seni lukis, karya music juga sesekali mereka perdengarkan di masyarakat, dengan lirik kritik, namun punk hijrah menyesuaikan lirik lagu agar lebih sesuai dengan visi misi punk hijrah. Kegiatan filantropi dengan berbagi dan bakti sosial juga pernah digalakkan. Upaya-upaya tersebut dinilai sebagai adaptasi aliran punk asli (Abraham, 2022), yang kemudian diadopsi komunitas punk hijrah, karna pada dasarnya aliran punk dibentuk dengan tujuan kritik membangun. Intisari dalam upaya yang dilakukan Pengurus Komunitas *Punk* Hijrah untuk membangkitkan perhatian (*attention*)

khalayak dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan.

Dari penjabaran di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi dakwah selain harus memperhatikan pesan (*the message, what*) atau isi (konten), juga perlu mengupayakan cara (*the way, how*) yang baik, sesuai dengan prinsip komunikasi Islam (benar, baik, amar ma'ruf nahi munkar, dan sesuai dengan sumber Quran & Hadis pada QS An-Nisa):

“Ajaklah mereka ke jalan Tuhanmu dengan bijak...”; “Bicaralah yang baik atau diam...”; “Bicaralah sesuai dengan kadar intelektualitas mereka...”; “... dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwa mereka.” (QS. An Nisa’ [4] :63).

Komunitas Punk Hijrah di kota Bandar Lampung memiliki beberapa cara untuk mengajak hijrah anggotanya, pertama hijrah diupayakan dengan sasaran untuk pembentukan akhlak anggota baru, hal ini dianggap paling penting untuk membantu jalannya berhijrah, sehingga anggota dapat meneguhkan niat untuk melakukan berhijrah dengan istiqomah. Komunitas Punk Hijrah dalam hal ini mempunyai cara untuk mengajak anggotanya dalam menggugah niatan anggota agar membenahkan diri, ehingga diusia yang muda tidak diperdayakan oleh kesenangan yang bersifat sementara. Beberapa anggota terkadang sadar dengan sendirinya dan memilih untuk melakukan perubahan, karena merasa lelah dan bosan atas apa yang dilakukan saat menjadi *street punk* (Hidayatullah, 2014). Hal tersebut tentu sangat membantu Komunitas Punk Hijrah saat menjalankan strateginya saat berdakwah, terutama kepada anggota yang ingin bergabung. Sebagai bentuk pengawasan, agar tetap istiqomah, terawasi dan terpantau, komunitas Punk Hijrah menggunakan media berupa grup *whatsapp*, untuk saling berbagi informasi dan mengingatkan. Sesuai dengan penelitian (Kitts, 2017), di Amerika terlepas dari Islam, punk menjadi salah satu komunitas yang sudah menggalakkan kegiatan filantropi dan terlibat langsung dalam masyarakat sebagai gambaran kontekstual tentang bagaimana punk peduli dengan menyalurkan dukungan dan liputan media untuk beragam program kemanusiaan tanpa pandang bulu, seperti untuk kaum LGBT, tunawisma, orang cacat, serta penelitian lingkungan dan kesehatan (Clark & Walker, 2018).

Informan Dhani menjabarkan bahwa penggunaan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Whatsapp* dapat memaksimalkan komunikasi, mempererat sesama anggota dalam komunitas bahkan ke masyarakat. Ada yang mengetahui kegiatan Komunitas Punk Hijrah dengan melihat informasi melalui media sosial Komunitas Punk Hijrah. Bagi anggota yang belum berkesempatan hadir secara langsung dengan berbagai alasan, masih dapat mengakses informasi melalui media sosial. Media sosial, utamanya digunakan sebagai penyalur informasi saja, bukan untuk mengubah sikap, karena ia merasa gaya hidup punk biasanya mengakar dan harus dengan proses panjang untuk diubah.

Media sosial juga digunakan sebagai publikasi kegiatan, bentuk interaksi

Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung komunitas agar masyarakat lebih mengenal komunitas, dan menerima terlebih mendukung, “alhamdulillah, syukur jika bisa merubah persepsi masyarakat” tegas Dhani. Hal tersebut dipertegas oleh penelitian terdahulu, yang menganggap media sosial mampu merubah cara pandang masyarakat (Aditya Fahmi Nurwahid, 2017). Interaksi ini relatif tergolong asertif menurut pendekatan komunikasi, terutama yang membahas interaksi antara kaum budaya dominan dan budaya minoritas, dengan usaha-usaha komunitas untuk mengatur persepsi masyarakat (Gudykunst, Lee M, Nishida, & Ogawa, 2005).

Selain publikasi, media sosial juga digunakan sebagai penjalin silaturahmi dengan komunitas punk di daerah lain, seperti pada kegiatan punk’ajian akbar, hadroh fest dll yang merupakan perhelatan music sekaligus majelis, yang tujuannya kearah kebaikan dan dakwah Islam.

Bagi anggota yang bergabung dalam jangka waktu yang panjang, perilaku mulai terlihat berbeda dari sebelumnya, seperti tutur kata, penampilan, sopan santun, sudah tercermin selayaknya pemuda Islami. Sedangkan perilaku pada anggota yang baru bergabung dalam Komunitas Punk Hijrah terlihat berubah perlahan dan bertahap yang paling pertama terlihat dari penampilan, menurut Dhani, “bahkan ada yang datang dengan pakaian lebih tertutup, dengan alasan untuk menutupi tato dan melepaskan tindakan di wajah, setelah itu atribut tersebut dipakai kemabali, itu saja kami sudah bersyukur”. Untuk tutur kata, dan sopan santun Islami belum terlihat, karena biasanya masih sangat melekat, seperti perkataan kasar yang tidak sengaja terucap juga perbuatan, serta kurangnya sopan santun. Akan tetapi hal tersebut merupakan proses berhijrah untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Strategi Komunikasi Dakwah Persuasif Punk Hijrah

Perubahan dalam masyarakat berjalan seiring dengan modernisasi, perubahan tersebut sangat terlihat pada interaksi sosial, norma-norma sosial, nilai-nilai sosial, pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan- lapisan dalam masyarakat, serta kekuasaan dan wewenang, (Soekanto, 2017). Salah satu perubahan yang terjadi dan kerap dipandang negatif oleh masyarakat dan termasuk perilaku yang menyimpang dari sudut pandang pranata sosial dan keagamaan salah satunya anak- anak Punk.

Fenomena tersebut memicu penggerak dari kalangan muda mengusahakan berbagai cara untuk mengembalikan kembali perubahan negative tersebut, perubahan perilaku menurut McGuire melalui enam tahap, yang masing-masing tahap adalah hal penting yang saling mempengaruhi, dan menjadi dasar pada tahap berikutnya, tahap tersebut meliputi: pesan persuasif yang dikomunikasikan, kemudian penerima memperhatikan pesan, penerima memahami pesan, penerima akan terpengaruh dan memiliki keyakinan terhadap argumen-argumen yang diberikan, maka dicapai posisi adopsi baru, sehingga terjadilah perilaku yang diharapkan (Severin & Tankard, 1997).

Pendekatan yang digunakan untuk merubah perilaku, terutama anak punk dengan cara Islam antaralain dengan komunikasi dakwah persuasif. Menurut hasil observasi dan data yang dikumpulkan, komunikasi persuasif yang dipakai oleh Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung dalam mengajak anak punk untuk berubah kembali kepada perilaku yang sesuai dengan norma-norma. Perubahan perilaku kearah kebaikan dengan pendekatan keagamaan islam sering disebut hijrah. Komunikasi persuasif yang dimaksud adalah dengan cara berdiskusi dan berusaha agar tidak menyinggung perasaan atau bertukar pikiran (*mudzakarah*), selain itu terselip pula unsur-unsur seni agar dapat menarik minat anak punk.

Informan yang merupakan ketua komunitas Punk Hijrah menjelaskan motivasi mengajak anak punk lain untuk berproses menjadi lebih baik adalah untuk mengubah stigma negative masyarakat tentang keberadaan anak punk, motivasi lainnya adalah berdakwah, agar anak punk lain merasakan juga perubahan dari segi spiritualitas seperti yang informan rasakan. Menurutnya dengan berdakwah, kita seperti membantu diri sendiri dan juga orang lain dalam menuju jalan kebaikan. Komunitas Punk Hijrah berdakwah dengan sasaran teman-teman yang sudah lama kenal serta orang-orang di sekitar agar saling membantu untuk berhijrah maupun anak-anak punk yang memiliki kesamaan latar belakang agar dapat kembali ke jalan yang di Ridhoi oleh Allah SWT.

Penulis menggunakan teori komunikasi persuasif dari Melvin L. De Fleur dan Sandra Ball-Rocceach dalam menganalisis strategi komunikasi persuasive, komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung. Teori ini memiliki tiga strategi, yakni teori psikodinamika, strategi sosiokultural dan strategi kontruksi makna (*meaning construction*). Ketiganya menjadi pisau analisis, yang tujuannya adalah untuk memperoleh data-data atau temuan bahwa komunikasi persuasive yang dilakukan punk hijrah dapat dipahami dengan model teori Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball Rocceach.

Tabel 1.

Temuan Penelitian

No.	Media	Strategi	Temuan
1	Non Media	The Psychodynamic Strategy	Faktor kognitif dan aspek emosional relative mudah diubah, berimplikasi pada perilaku persuade (anggota komunitas punk) dan masyarakat yang juga relative mudah berubah, hal tersebut karena terdapat hubungan kedekatan emosional seperti kedekatan antara pengurus dan anggota/persuade, terutama di level komunikasi antarpribadi.
		The Sociocultural Strategy	Pada level organisasi, aturan dan norma terlihat jelas, yakni identitas sosial yang melekat, relatif mengharuskan anggota punk mampu taati norma

Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung dan aturan yang berlaku serta membawa diri dalam komunitas.

		The Meaning Construction Strategy	Diimplementasikan pada setiap level komunikasi, baik personal maupun kelompok, terutama ketika menjabarkan suatu fenomena, diskusi atau menjawab pertanyaan dari anggota/persuade, agar mudah dipahami.
2	Media	The Psychodynamic Strategy	Faktor-faktor kognitif dan aspek emosional relative sukar dirubah, karena minimnya hubungan emosional dan kedekatan antara pengurus dan persuade.
		The Sociocultural Strategy	Aturan atau norma di akun Instagram, karena bersifat publik, minim penjabaran dan sulit dipaksakan agar ditaati. Berbeda pada grup WA, norma serta aturan dijabarkan secara jelas, ada pula himbauan untuk ditaati, karena anggota grup hanya terbatas pengurus dan anggota komunitas.
		The Meaning Construction Strategy	Diterapkan sebatas melalui seleksi penggunaan bahasa dan desain grafis sebagai tampilan visual.
3	Komunikasi persuasive punk hijrah	Unsur komunikasi yang dimiliki memiliki kesamaan (Qs. An-Nahl: 125) yaitu ketua komunitas sebagai da'i (<i>sender/persuader</i>), pesan (<i>message</i>), <i>uslub</i> (metode), <i>wasilah</i> (media), mad'u (<i>receiver/persuade</i>).	Tujuannya untuk mengajak, membujuk, mempengaruhi serta meyakinkan persuade, untuk hidup dengan berlandaskan syariat Islam. Bentuk-bentuk komunikasi pada dakwah islam juga diimplementasikan ke dalam strategi komunikasi persuasif pengurus dengan pendekatan dakwah seperti <i>tabligh</i> , <i>tathwir</i> , <i>irsyad</i> , <i>taddbir</i> dan dakwah kultural.

Sumber: Hasil Penelitian tahun 2022

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang dilakukan terkait strategi komunikasi persuasif Komunitas Punk Hijrah dalam berdakwah, dapat di rangkum antara lain: Strategi komunikasi persuasif yang digunakan adalah teori dari Melvin L. Defleur (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989) yang memiliki tiga pendekatan startegi, dengan media dan tanpa media, diantaranya:

Pertama, Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamika menekankan faktor kognitif dan aspek emosional yang diterapkan dalam mempersuasif anggota untuk bertindak sesuai dengan apa yang menjadi tujuan Komunitas *Punk* Hijrah yakni dengan pesan yang dikemas menarik, proses sosialisasi lebih efektif, penggunaan bahasa yang sesuai, serta menyampaikan informasi sesuai kebutuhan. Komunitas *Punk* Hijrah juga menyalurkan pemahaman-pemahaman baru untuk memengaruhi kognitif anak punk. Komunitas *Punk* Hijrah juga berusaha merambah efek emosional terhadap anggotanya. Strategi seperti ini menjadi aspek penting dalam menguji emosional

dan mempengaruhi. Sesuai dengan hasil wawancara dengan informan, “Ketika aspek emosional sudah tersentuh, maka usaha dari Komunitas *Punk* Hijrah dalam mempersuasif bukan hal yang sulit.”

Kedua, Strategi Sosiokultural

Strategi sosiokultural lebih menekankan dan memanfaatkan faktor diluar personal, yang kemudian mampu mengubah sikap, yaitu memberikan fasilitas-fasilitas pendukung, seperti berbagi makanan di kegiatan lapakan perpustakaan taman buku dan kegiatan lainnya untuk anak *punk* yang berkunjung. Pendekatan sosiokultural dalam komunikasi diyakini mengandung pengertian, makna, norma, peran serta aturan yang saling berinteraksi dalam suatu proses komunikasi, sehingga suatu realitas dapat dibangun dari proses interaksi yang terjadi di komunitas, masyarakat dan budaya (Rakhmat, 2011).

Serangkaian kendali seperti kontrol sosial, norma dan system ranking dimiliki setiap lingkungan guna mengatur individu sebagai anggota. *Pertama*, di level intrapersonal, lingkungan asal mampu membentuk pola pikir dan perilaku. Bagi pengurus, pada dasarnya tumbuh dalam lingkungan keluarga yang sudah Islam, kemudian berinteraksi dengan lingkungan punk dan memiliki identitas sosial anak punk yang sudah melekat, identitas sosial yang melekat membuat pengurus yang sudah hijrah lebih memperhatikan pembawaan diri baik dalam tampilan maupun perilaku. Sebagai upaya mengajak anak punk berhijrah, persuadet tentu telah melalui proses berpikir, sehingga pengalaman membuatnya bertindak sama sesuai pengalamannya, selain itu timbulah disonansi kognitif hingga memotivasinya mencari solusi, solusi yang dimaksud dapat ditemukan pada komunikasi interpersonal.

Kedua, di level komunikasi antarpribadi, yakni terjadinya komunikasi tatap muka. Pengurus saat mempersuasi, menyadari adanya norma-norma dalam Islam, seperti aturan bahwa seorang wanita hendaknya tidak bergaul intim dengan yang bukan mahrom nya, juga hendaknya menutup aurat atau menggunakan pakaian yang sesuai dengan kebudayaan anak-anak *punk* tetapi tetap sopan. Hal ini dilakukan persuader secara verbal maupun nonverbal, tanpa menghakimi, serta perlahan namun berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan demi kenyamanan persuade dan agar dapat menjadi penyemangat anak-anak *punk*, sehingga termotivasi untuk hijrah. Lingkungan yang digunakan dalam upaya mempersuasif adalah lingkungan pertemanan, karena terbukti sangat berpengaruh signifikan (Berndt, 2002), beberapa tokoh seperti tokoh agama dan masyarakat yang berpengaruh, juga memberi peluang bagi Komunitas *Punk* Hijrah dalam mendapatkan kepercayaan dari anggota komunitas, oleh karenanya penanaman pesan dakwah dapat dilakukan secara lebih mudah.

Ketiga, di level komunikasi kelompok, pendekatan dilakukan dengan pertemuan berkelompok, agar pengurus/persuader dapat bertukar pikiran, bercerita prihal proses hijrah yang pengurus lalui, dari mulai memperbaiki diri sampai

Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung amalan ibadah, dengan demikian secara tidak langsung, pengurus berusaha mengkondisikan mereka pada lingkungan yang sama, agar persuader merasa memiliki teman. Ketika kenyamanan diperoleh, maka komunikasi dapat berlanjut pada level komunikasi organisasi.

Keempat, di level komunikasi publik, komunikasi persuasive oleh pengurus tidak dapat secara masif, sebab audiens yang heterogen, sehingga norma dan kontrol sosial tidak secara eksplisit tergambar. 5) Memasuki level komunikasi organisasi, semakin terlihat kontrol sosial dan norma diwakilkan dalam identitas sosial yang melekat pada pengurus dan anggota komunitas. Sehingga identitas mengikat anggota dalam kewajiban menjalankan Islam dengan maksimal, seperti berperilaku, dan berpakaian. Di tahap ini, anak punk yang kemudian menjadi anggota komunitas Punk Hijrah, menunjukkan ketertarikannya dan termotivasi dan mendapat manfaat, serta mendapat identitas sosialnya. Karena kepemilikan identitas sebagai anggota Punk Hijrah, persuade kemudian menaati peraturan dan membawa diri sesuai dengan label Punk Hijrah. Dalam hal ini pengurus sudah melakukan strategi sosiokultural yang efektif karena pesan sudah menegaskan pada individu tentang aturan-aturan bagi pelaku atau syarat-syarat kultur untuk bertindak, yang akan mengatur aktivitas.

Ketiga, Strategi Kontruksi makna (*Meaning Construction*)

Pada strategi kontruksi makna (*meaning construction*), Komunitas *Punk Hijrah* berupaya memanipulasi suatu makna agar lebih dapat menyederhanakan dan memberikan pengertian sehingga *persuade* lebih mudah memahami. Pengurus Komunitas *Punk Hijrah* memberikan perandaian/perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti, dengan kata lain, pengurus mengedukasi menggunakan cara sederhana, tujuannya agar isi pesan mudah diterima oleh anak punk. Komunitas *Punk Hijrah* menyuguhkan pengetahuan berbentuk perumpamaan, atau analogi, atau berita yang viral, dengan menggunakan elemen-elemen yang kekinian dan dianggap keren, dengan sentuhan dakwah agar persuader mengikuti. Implementasi strategi *the meaning construction* sangat beragam di berbagai level komunikasi, diawali dari pemahaman terkait hijrah, fikih, hingga muamalah. Konstruksi makna dilakukan agar persuader yang berproses hijrah, mudah menelaah.

PENUTUP

Strategi komunikasi persuasif dari Melvin L. Defleur, dengan tiga pendekatan strategi, yakni (1) Strategi psikodimika /aspek emosional dan kognitif yang digunakan dalam mempersuasif anggotanya agar mengikuti tujuan luhur komunitas *Punk hijrah*, di implementasikan pengurus melalui sesi sharing, dan paling efektif terjadi pada level interpersonal. (2) Strategi sosiokultural (faktor-faktor pendukung) di implementasikan pada level organisasi yang bersifat hirarki sehingga hasilnya lebih maksimal karena ada kepatuhan dan ikatan identitas yang

melekat di diri persuader, dan (3) strategi kontruksi makna (*meaning construction*), diimplementasikan di berbagai level komunikasi, yang dilakukan komunitas *Punk Hijrah* yakni manipulasi pesan dengan perumpamaan, agar pesan lebih tersampaikan.

Usaha ditempuh melalui komunikasi persuasif melalui media dan tanpa media. Selain itu, didapatkan pula relevansi antara strategi komunikasi persuasif pengurus komunitas *punk hijrah* dalam berhijrah dan komunikasi persuasif dalam islam, yakni pada karakteristik dan unsur komunikasinya dimana terdapat pengurus sebagai da'i (*sender/persuader*), adanya pesan (*message*), penggunaan *uslub* (*metode*), *wasilah* (media), dan *mad'u* (*receiver/persu-de*), dengan tujuan mengajak, mempengaruhi, membujuk, hingga meyakinkan, untuk menjalankan ajaran Islam. Bentuk-bentuk komunikasi pada dakwah islam juga diterapkan kedalam strategi komunikasi persuasif pengurus seperti *tabligh*, *tathwir*, *irsyad*, dan *tadbir*.

Lebih khusus, setiap aktivitas dakwah akan berefek, demikian pula dakwah yang berupaya merubah prilaku anak *Punk*. Komunikasi dakwah selalu berfungsi sebagai penerang, dan berusaha meyakinkan, menimbulkan aspirasi, serta penggerak manusia selaku *mad'u* untuk mengikuti pesan keagamaan yang disampaikan dalam dakwah, dalam artikel ini *mad'u* adalah anak *punk*. Sehingga setiap kegiatan dakwah yang dilakukan bertujuan untuk mengadakan perubahan ke arah yang lebih baik. Komunikasi dakwah dengan pendekatan persuasif, dinilai paling mampu mempengaruhi *mad'u*, sehingga penggerakan hijrah yang tindakannya sesuai nilai-nilai Islam dapat maksimal. Prinsip-prinsip dakwah persuasif yakni (*qaulan layyinan, qaulan sadidan, qaulan maysuran, qaulan baligha, qulan ma'rufa, qaulan karima*) diterapkan untuk tahapan-tahapan perubahan, yakni tahapan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pengembangan dari komunikasi persuasif ini akan menjadikan aktivitas dakwah efektif dan efisien serta tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, I. (2022). Religion and Relationality in Punk: Musicking and Ordinary Ethics. *The Journal of Religion and Popular Culture*.
<https://doi.org/10.3138/jrpc.2020-0060>
- Aditya Fahmi Nurwahid. (2017). Interaksi Kelompok Punk dengan Netizen (Kajian Fenomenologi gerakan “Punk Medsos” dalam Situs Direktori Konten Punk). *Universitas Diponegoro*, 16(4).
- Annisa, A. R., Wibhawa, B., A. (2016). Fenomena Remaja Punk Ditinjau dari Konsep Person in Environment (Studi Deskriptif di Komunitas heaven holic Kota Bandung). *Hare: Social Work Journal*, 3(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v5i1.13084>.
- Arbi, A. (2003). *Dakwah dan komunikasi*. UIN Jakarta press.
- Aziz, M. A. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media.

- Berndt, T. J. (2002). Friendship quality and social development. *Current Directions in Psychological Science*, 11(1). <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00157>
- Clark, L. S., & Walker, S. M. (2018). Popular Culture and Religion in America. In *Oxford Research Encyclopedia of Religion*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199340378.013.457>
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of mass communication* (Vol. 5). Longman New York.
- Donaghey, J. (2016). 'Shariah don't like it ...?' Punk and religion in Indonesia. *Punk & Post Punk*, 4(1). https://doi.org/10.1386/punk.4.1.29_1
- Firmansyah, Y., & Oktaviani, F. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PUNGKLUNG DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI MASYARAKAT. *Jurnal Signal*, 6(2). <https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1318>
- Fox, K. J. (1987). Real punks and pretenders: The Social Organization of a Counterculture. *Journal of Contemporary Ethnography*, 16(3). <https://doi.org/10.1177/0891241687163006>
- Gudykunst, W. B., Lee M, C., Nishida, T., & Ogawa, N. (2005). Theorizing About Intercultural Communication: An Introduction. In *Theorizing About Intercultural Communication*.
- Hasnadi, H., Bajari, A. W. (2012). Komunitas Punk di Kota Bandung dalam Memaknai Gaya Hidup. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1).
- Hidayatullah, R. (2014). Punk Muslim : Ekspresi Identitas Keagamaan Subkultur Muslim Urban. *Kawaluu.: Jou.Ma! Of Local Culture Vol, 1*(2).
- Kitts, T. M. (2017). The Politics of Punk: Protest and Revolt from the Streets. *Popular Music and Society*, 40(1). <https://doi.org/10.1080/03007766.2017.1270538>
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubasyaroh, M. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2). <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>
- Nabila, N. H. P. (2021). Dakwah dan Pemberdayaan: Strategi Pengembangan Masyarakat Islam Melalui Komunitas Tasawuf Underground terhadap Anak Punk dan Anak Jalanan. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 3(2).
- Nasution, N. (2020). Komunikasi Antar Pribadi Murobbi dalam Proses Taaruf pada Lembaga Darul Fattah Bandar Lampung. *KOMUNIKA*, 3(2). <https://doi.org/10.24042/komunika.v3i2.7274>
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*.
- Ritonga, M. J. (2005). Tipologi pesan persuasif. *Jakarta: PT. Indeks*.
- Rofiah, N. (2020). *Nalar Kritis Muslimah*. Bandung: Afkaruna.id.
- Sahlani, L., Hamidah, I., & Amrullah, Y. (2019). *Development of Religion and*

Rosidi, Nadya Amalia Nasution, Mubasit & M Ihsan Solihin

Empowerment of Bandung Punk Hijrah Community.
<https://doi.org/10.2991/aes-18.2019.70>

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. Longman New York.

Soekanto, S. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Depok: Rajagrafindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan RnD*. Bandung: CV. Alfabeta.

Wei, P. U. (2015). Civil Society from the Underground. *Journal of Urban History*, 41(4). <https://doi.org/10.1177/0096144215579354>

Zahara, M. N., Wildan, D., & Komariah, S. (2020). Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(1). <https://doi.org/10.52483/ijsed.v2i1.21>

Zainal, A. G., Wijaya, T., Frasetyat, V., Nasution, N. A., & Yanfika, H. (2021, December). *Community Empowerment Communication Model in Urban Agricultural Management in the City of Bandar Lampung*. In 2nd International Indonesia Conference on Interdisciplinary Studies (IICIS 2021) (pp. 243-251). Atlantis Press.