

## **POLA KOMUNIKASI PERSUASIF ANTI KEKERASAN OLEH KOMUNITAS PENCINTA DANGDUT SAHABAT HOLIC**

### ***ANTI-VIOLENCE PERSUASIVE COMMUNICATION PATTERNS BY SAHABAT HOLIC DANGDUT LOVERS COMMUNITY***

Oleh: Adiatma Pratama, 17419141008, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta, [adiatmaptm738@gmail.com](mailto:adiatmaptm738@gmail.com)

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola komunikasi persuasif anti kekerasan oleh komunitas Sahabat Holic sebagai pelopor pencinta dangdut anti kekerasan dalam menyebarkan pengaruhnya pada penonton musik dangdut koplo di Bantul. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu pendiri komunitas, anggota komunitas, dan penikmat dangdut koplo. Teknik validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif yang meliputi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion/verification*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif anti kekerasan oleh komunitas pencinta dangdut Sahabat Holic menggunakan tiga pola komunikasi yaitu 1) *Human Communication*, 2) *Attempted Influence*, dan 3) *Beliefs, Values or Attitudes*.

**Kata kunci: Kata kunci : Pola Komunikasi Persuasif, Proses Komunikasi Persuasif, Komunitas Pencinta Dangdut, dan Komunitas Sahabat Holic**

#### **Abstract**

*This study aims to describe the persuasive pattern of non-violent communication by the Sahabat Holic community as a pioneer of anti-violence dangdut lovers in their influence groups on the dangdut koplo music audience in Bantul. This research uses descriptive qualitative research methods. The research subjects were determined by purposive sampling technique, namely the community founder, community members, and dangdut koplo connoisseurs. The data validity technique in this study used the source triangulation technique. The data analysis technique in this research used interactive analysis methods which included data reduction, display data, and conclusion/verification. The results showed that persuasive communication against violence by the dangdut lover community Sahabat Holic used three communication patterns, namely 1) Human Communication, 2) Attempted Influence, and 3) Beliefs, Values or Attitudes.*

**Keywords: Persuasive Communication Patterns, Persuasive Communication Processes, Dangdut Lovers Community, and Sahabat Holic Community**

## **PENDAHULUAN**

Apabila mengamati perkembangan music di Indonesia, musik dangdut akan selalu menjadi perbincangan yang menarik di dalamnya. Musik dangdut diakui sebagai musik asli dari Indonesia dan sangat berkembang pesat di Indonesia. Frederick dalam Wallach (2014: 278) mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia mengartikan dangdut sebagai musik asli Indonesia ketika pertama kali muncul sebagai trend yang dikenali di Indonesia pada awal 1970-an. Weintraub (2006: 411) menyebutkan bahwa awal munculnya musik dangdut dimaksudkan sebagai ejekan terhadap musik melayu yang sedang berkembang pada zaman itu. Berkebalikan dengan maksud tersebut, musik dangdut justru mendapat hati di kalangan masyarakat Indonesia yang sangat kental akan budaya Melayu.

Dangdut dapat dikatakan sebagai pertunjukan wajib yang harus diadakan oleh masyarakat di Indonesia yang sedang memiliki hajatan. Hampir setiap acara (mulai dari pernikahan hingga peringatan hari besar), menghadirkan pagelaran musik dangdut sebagai suguhannya. Hal ini tak lepas dari kepopuleran musik dangdut yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Raditya (2013: 3) menyebutkan bahwa musik dangdut memiliki karakteristik yang sangat adaptif dengan perkembangan zaman dan selera masyarakat. Sifat musik dangdut yang adaptif menjadi kelebihan dan daya tarik tersendiri. Selain itu dangdut sangat digemari karena di dalamnya tertanam nilai-nilai yang merepresentasikan kedekatan terhadap kehidupan masyarakat. “*Begadang*”, “*Pesta Panen*”, “*Cubit Cubitan*” adalah beberapa contoh lagu dangdut yang sangat menggambarkan kehidupan masyarakat Indonesia. Musik dangdut merupakan prisma yang sangat peka terhadap kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Musik dangdut seakan menjadi cerminan kehidupan masyarakat yang menyebutkan bahwa dangdut adalah rakyat, dangdut untuk rakyat, dan dangdut sebagai rakyat. Dangdut koplo merupakan salah satu aliran dari adaptasi musik dangdut yang akhir-akhir ini cukup populer di kalangan penggemar musik khususnya dangdut. Menurut artikel Raditya (2013: 3), dangdut koplo sendiri lahir di daerah Jawa Timur. Weintraub (2013: 160) menjelaskan bahwa dangdut koplo adalah suatu aliran variasi musik dangdut gaya pementasan dengan diiringi irama gendang dan

tempo yang cepat (hampir mirip dengan iringan jaipongan).

Perkembangan dan kepopuleran musik dangdut koplo turut memicu lahirnya beberapa kelompok penggemar/komunitas dangdut koplo di tengah masyarakat. Abdillah dan Affandi (2014: 3) menerangkan bahwa ada beberapa kelompok penggemar dangdut koplo yang telah terbentuk hingga saat ini. Ada yang menyebut kelompoknya dengan nama KARAK (Komando akyak Kecil), LINGGIS, KREATURS, dan lain-lain.

Karakteristik musik dangdut koplo yang bertempo cepat diikuti dengan adanya goyangan yang tidak beraturan tentunya sangat rentan dengan adanya gesekan antar kelompok penonton. Gerakan joget yang berlebihan, saling ejek, hingga keadaan mabuk para penonton membuat dikesampingkannya nilai-nilai sosial sehingga gesekan tidak sengaja dapat berubah menjadi konflik antar kelompok penggemar (Abdillah dan Affandi, 2014: 2). Kericuhan antar penonton sering disertai dengan tindakan kekerasan, penganiayaan, hingga pengeroyokan. Tersegmentasinya kelompok-kelompok penggemar dangdut koplo yang saling berkompetisi dalam menunjukkan eksistensinya juga menjadi faktor penyebab konflik yang berujung pada potensi laten tindakan yang melanggar nilai-nilai sosial. Meskipun demikian, tidak semua komunitas penggemar dangdut koplo memiliki sikap atau pemahaman yang mengarah pada tindakan negatif dalam caranya menikmati musik dangdut koplo.

Sahabat Holic merupakan komunitas pencinta dangdut koplo yang bertujuan untuk menghidarkan konser dangdut koplo dari tindakan tawuran. Sahabat Holic terbentuk di Bantul, Yogyakarta dengan tujuan mewadahi para penggemar musik dangdut koplo yang mayoritas berusia remaja dan dewasa untuk menikmati dangdut tanpa tindakan kekerasan dan anarkisme. Proses komunikasi yang dilakukan Sahabat Holic terhadap target khalayak tentu sangat menentukan keberhasilannya dalam menyebarkan pengaruhnya. Komunikasi yang baik akan berperan sebagai jembatan dalam menyampaikan pesan kepada target khalayak secara efektif.

Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini ditujukan guna mengkaji secara lebih mendalam mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic dalam mempersuasi khalayak dan menyebarkan

nilai-nilai yang mereka bawa. Penelitian ini berfokus pada permasalahan pola komunikasi persuasif anti kekerasan oleh komunitas Sahabat Holic dalam penanaman nilai yang mereka bawa sebagai komunitas penggemar dangdut anti kekerasan.

## **METODE PENELITIAN Pendekatan**

### **Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Rakhmat (2014: 25) mendeskripsikan bahwa penelitian deskriptif diarahkan untuk memberikan pemahaman dan informasi mengenai suatu fenomena sesuai dengan fakta yang nyata dan sistematis saat melakukan penelitian tersebut. Menurut Sukmadinata dalam Bachri (2010: 50), penelitian kualitatif bersifat induktif yaitu peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul sehingga data-data dapat terkumpul. Data-data tersebut diamati dan dihimpun dengan seksama sehingga dapat diinterpretasikan dan menghasilkan informasi yang mendalam.

### **Setting Penelitian**

Penelitian telah dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan dan dilaksanakan pada bulan Desember 2020 sampai Februari 2021. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bantul, Yogyakarta.

### **Sumber Data**

#### **1. Sumber data primer**

Di dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Maka dari itu, peneliti mengambil beberapa subjek sebagai sumber primer penelitian, yaitu pendiri komunitas Sahabat Holic, anggota komunitas Sahabat Holic di Bantul, penikmat musik dangdut koplo di Yogyakarta

#### **2. Sumber data sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber data lain yang relevan dan diperlukan guna memperkuat analisis data penelitian. Adapun sumber data sekunder pada penelitian ini antara lain adalah buku dan jurnal yang terkait dengan komunikasi kelompok, komunikasi persuasif, musik dangdut, dan komunitas pencinta dangdut.

### **Metode dan Instrumen Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan dua metode yaitu metode wawancara *in-depth interview* dimana peneliti mengumpulkan data

dan informasi dengan mewawancarai langsung informan secara mendalam. Wawancara yang akan dilakukan telah terstruktur dimana pertanyaan sudah tersedia dan subjek akan menjawab sesuai dengan sudut pandang mereka. Metode selanjutnya adalah dokumentasi yaitu metode dimana peneliti mencari sumber-sumber data yang sesuai dengan variable seperti berita, buku, majalah, foto, video, maupun jurnal mengenai sejarah musik dangdut koplo, perkembangannya, hingga komunitas penggemar dangdut koplo. Dokumentasi ini sendiri merupakan pelengkap dari metode wawancara dalam mendapatkan data informasi mengenai objek penelitian.

### **Keabsahan Data**

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dalam memeriksa keabsahan data. Menurut Moleong (2013: 330), triangulasi adalah teknik memeriksa data untuk mendapatkan keabsahan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Daymon dan Holloway (2007: 153) membagi teknik triangulasi menjadi 4 macam yaitu: (1) triangulasi sumber, (2) triangulasi investigator, (3) triangulasi teoritis, dan (4) triangulasi metodologis. Di dalam melakukan triangulasi data, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan teknik untuk membandingkan kembali tingkat validitas suatu informasi yang telah diperoleh dengan sumber yang berbeda. Tujuannya adalah untuk membuktikan keabsahan data hingga mencapai pada data jenuh dan dapat ditarik kesimpulan.

### **Analisis Data**

Di dalam penelitian ini, data dianalisis melalui model analisis interaktif dengan mengikuti langkah-langkah analisis data yaitu data reduction, data display, dan conclusion/verification. Seperti yang dikemukakan oleh Miles and Hubermans (Sugiyono, 2017: 246-253).

#### **1. Reduksi data (Data Reduction)**

Reduksi data adalah proses merangkum atau mencari pokok-pokok yang penting dari setiap data yang diperoleh. Di dalam penelitian ini, akan dikumpulkan data yang relevan dengan fokus permasalahan penelitian yaitu pola komunikasi persuasif komunitas Sahabat Holic sebagai pencinta dangdut anti kekerasan. Melalui reduksi data ini, peneliti akan mendapatkan pola yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian.



## 2. Penyajian data (Data Display)

Langkah selanjutnya adalah penyajian data (data display). Penyajian data dikatakan sebagai pengelompokan data ke dalam suatu bentuk tertentu seperti uraian deskriptif, bagan, tabel, maupun bentuk data display lain. Data yang telah disajikan akan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan untuk penelitian yang sedang dilakukan.

## 3. Penarikan kesimpulan (Verification)

Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari suatu penelitian. Penarikan kesimpulan ditandai dengan adanya kesimpulan baru yang akan menjawab pokok penelitian dan rumusan masalah dari suatu penelitian

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dangdut koplo adalah adaptasi music dangdut dan budaya daerah yang berasal dari Jawa Timur. Dangdut koplo mulai mengalami kenaikan eksistensinya pada pertengahan 1970an dan berlangsung hingga sekarang. Sudah banyak penyanyi bergenre dangdut koplo yang turut meramaikan industri musik di Indonesia. Diawali dengan kemunculan Inul Daratista yang menjadi pionir kesuksesan dangdut koplo, hingga melahirkan penyanyi-penyanyi baru seperti Group Mawar Rimba dan Trio Macan.

Bentuk musik dari dangdut koplo menunjukkan kreativitas seni yang memadukan unsur musik, bahasa daerah, dan pertunjukan kejawatimuran. Dangdut koplo memiliki corak hentakan gendang, irama cepat, dan gaya tarian yang erotis. Dikutip dari *Tribunnews.com* pada 27 Januari 2021, dangdut koplo memiliki irama yang khas dan berbeda dengan musik dangdut pendahulunya dimana terdapat tambahan irama ketukan gendang yang lebih banyak dan lebih cepat. Penambahan sisipan kata seperti "Ya' e, Ha'e, Joss, Hokya" di tengah alunan lagu untuk menambah keramaian juga menjadi ciri khas dari aliran musik dangdut koplo.

Di samping ketenarannya yang terus naik, dangdut koplo justru dipandang sebagai aliran yang menyimpang dari nilai awal music dangdut asli. Kurniasari, dkk (2014: 218) mengungkapkan bahwa musik dangdut koplo diekspresikan sebagai musik norak dan kampungan yang hanya menonjolkan sisi erotis goyangan dibandingkan nilai seninya. Penyebabnya tak lepas dari pemaknaan dan latar belakang pengetahuan para audiensnya yang didominasi dari kalangan bawah. Diperkuat dengan hasil penelitian Irawati dalam

Kurniasari, dkk (2014: 221) yang menyatakan bahwa dari 29% penyuka dangdut koplo, 58,5% merupakan kalangan kelas ekonomi rendah dan 5% adalah kalangan kelas ekonomi menengah ke bawah. "Istilahnya dangdut itu kayak hiburan rakyat. Yang terjangkau buat orang ekonomi bawah yakan cuma dangdut. Orang sunatan apa nikahan diundangnya orkes dangdut. Jadi fenomena orkes dangdut udah jadi budaya. Itu yang pertama. Yang kedua tu berkaitan sama sensualitas, jadi yang dijual ga cuma suara. Terus dangdut kadang juga buat ekspresi diri, kayak liriknya yang ditinggal bojo, tau kerjo dadi tukang. Iku kan problematik kaum bawah to."

Musik dangdut adalah musik yang paling mudah dijangkau oleh masyarakat bawah karena telah menjadi budaya populer. Menjual sensualitas dan lirik yang menggambarkan kondisi dan problematik masyarakat ekonomi kelas bawah, menjadi daya tarik tersendiri dari musik dangdut koplo dalam menyasar target pasarnya. Maka, dalam perkembangannya budaya yang telah mempopuler tersebut akan membentuk suatu labeling di masyarakat luas dalam mengartikan musik dangdut koplo.

"Ada beberapa desa yang masih seperti itu (melarang konser dangdut koplo). Biasanya yang desanya banyak tokoh agama, seperti di Sragen (Mulyodadi) sana. Itu susah mas buat ngadain konser dangdut. Bukan cuman gara-gara sering ricuh, tapi penyanyinya kan seksi juga. Jadi ga boleh diadain." Pemaknaan musik dangdut koplo yang memberikan kebebasan berekspresi para penontonnya dirasa juga akan menjadi sangat riskan dalam memicu terjadinya konflik antar penonton. "Kebanyakan gara-gara mabuk kalau menurutku ya. Soalnya kalau nonton dangdut, bekal utamanya tu harus minuman keras. Pernah dulu di dusunku sendiri, alasan utama tawurannya dendam. Jadi masalahnya tuh bukan pas konsernya, tapi malah masalah dari luar. Cuma melampiaskannya di konser, malah jadi ajang buat balas dendam aja." Kutipan di atas menunjukkan bahwa penyimpangan dalam memaknai musik dangdut memang ada. Pemahaman audiens tentang musik dangdut koplo seperti di atas secara tidak langsung juga akan memengaruhi perilaku audiens lain dalam menikmati musik dangdut koplo dan membentuk suatu budaya yang mengakar. Konser dangdut koplo sering dijadikan sebagai ajang untuk memuaskan emosi para penonton karena dipicu dendam hingga pengaruh

minuman keras hingga berujung pada kekerasan dan adu fisik. Kekerasan dalam pagelaran musik dangdut koplo terbentuk dari adanya penyimpangan perilaku penonton dari proses memahami dan mengartikan musik dangdut koplo. Bila diklasifikasikan berdasarkan pada teori Dauglas dan Waskler dalam Atmaja (2014:

5), konsep kekerasan dalam pagelaran musik dangdut koplo termasuk kekerasan terbuka (overt). Secara sederhana, kekerasan terbuka adalah kekerasan fisik seperti tindakan perkelahian, tawuran, pemukulan, dll. Kekerasan yang berupa tawuran di pentas musik dangdut yang telah mengakar tentunya akan sangat rentan dalam melahirkan konflik sosial. Kepopuleran dangdut koplo turut melahirkan kelompok-kelompok penggemar yang ingin saling memperlihatkan eksistensinya terhadap kelompok lain. Tak bisa dipungkiri bahwa tindakan kekerasan yang terjadi di pentas musik dangdut koplo sering terjadi di antara kelompok penonton. "Iya, biasanya ada (yang berkelompok). Malahan biasanya kelompoknya tuh malah kelompok desa mas. Jadi misal desa A ngadain dangdut, nanti desa B buat rusuh. Ya biasanya gara-gara dendam atau masalah yang lainnya." Konflik sosial yang terjadi di sebagian besar konser dangdut koplo dapat dikategorikan sebagai konflik horizontal. Konflik horizontal dalam pagelaran musik dangdut koplo merupakan konflik antarkelompok yang dilatarbelakangi oleh perbedaan karakteristik antar individu atau kelompok yang sedang berinteraksi, seperti: pola pemikiran dan ideologi dalam mengartikan konser dangdut koplo, dendam pribadi maupun kelompok antar penonton, hingga dalam memperjuangkan eksistensi kelompoknya. Berlandaskan pada teori Taylor dan Moghaddam dalam Sumartias dan Rahmat (2013: 16), konflik yang terjadi antar penonton dangdut dapat digolongkan sebagai *realistic conflict theory* yaitu konflik sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dikatakan bahwa dendam dan permasalahan yang mendasari terjadinya tawuran terjadi di luar konteks dangdut koplo. Namun dalam penyelesaian masalahnya, para penonton membawa dan meluapkan permasalahan tersebut ke tempat berlangsungnya konser.

Meskipun demikian, tak semua komunitas penggemar dangdut koplo memiliki tabiat yang buruk atau tujuan untuk tawuran saat menghadiri pertunjukan musik dangdut

koplo. Komunitas holic adalah kelompok penonton dangdut koplo yang anti terhadap tindakan tawuran dan membuat kericuhan. Selain itu, komunitas holic juga menghindari pengaruh minuman keras yang sering menjadi pemicu terjadinya kericuhan saat pentas musik dangdut koplo. Salah satu komunitas holic yang diangkat dalam penelitian ini bernama Sahabat Holic.

Tindakan persuasif adalah upaya komunitas Sahabat Holic dalam memengaruhi opini, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan nilai yang mereka bawa. Komunitas Sahabat Holic bertujuan untuk mengubah pola perilaku penonton dangdut untuk tidak melakukan tindakan kekerasan atau kericuhan di pagelaran musik dangdut. Komunikasi persuasif yang dilakukan adalah berupa gerakan joget yang mereka pertontonkan di pagelaran musik dangdut koplo. Tujuan komunikasi persuasif yang mereka gagas adalah untuk menghindarkan potensi terjadinya tindakan tawuran di konser dangdutkoplo. Melalui fokus pada mengubah nilai kognitif, afektif, dan behaviour khalayak penonton dangdut, pola komunikasi persuasif anti kekerasan yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Membangun Identitas Komunitas

Komunitas Sahabat Holic mengalami pembentukan identitas komunitas dalam mengakuisisi dirinya sebagai komunitas joget dangdut anti kekerasan. Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa komunitas Sahabat Holic mengalami pembentukan identitas komunitas dalam mengakuisisi dirinya sebagai komunitas joget dangdut anti kekerasan. Konsep diri komunitas ini terbentuk dengan didasari oleh adaptasi dari komunitas serupa yang bernama Temon Holic.

"Bisa dibilang begitu mas. Awalnya (terbentuk) emang gara-gara tawuran itu, terus liat Temon Holic kok bagus juga kalau dangdut dibawa pakai gerakan kayak gitu. Ga harus pada joget yang desak-desakan di depan. Kita malah nyari seninya gitu lo..." Identitas komunitas terbangun dari dasar pembiasaan perilaku anggotanya. Komunitas Sahabat Holic menghindari desak-desakan saat konser dangdut koplo dan lebih mementingkan nilai seni dari menikmati musik dangdut koplo yaitu melalui joget koplo anti kekerasan. Pembentukan identitas yang sopan dan anti kekerasan tersebut ditanamkan kepada anggota

mulai dari kebiasaan di dalam internal komunitas seperti saat menghadapi perbedaan pendapat. Hasil wawancara menjelaskan mengenai proses penyelesaian pada saat terjadi perbedaan pendapat yang pernah terjadi di komunitas Sahabat Holic.

“Biasanya diselesaikan dengan kepala dingin karena harus tetap pada komitmen Sahabat Holic yaitu tetap cinta damai, kalau gak mau dikasih tau ya mending mundur dari grup Sahabat Holic.”

Melalui hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa identitas komunitas Sahabat Holic sebagai komunitas anti kekerasan adalah dibentuk dari pembiasaan dan komitmen. Di dalam tubuh komunitas Sahabat Holic telah terbentuk suatu konformitas perilaku dan kepercayaan yang mengarah kepada pembentukan suatu norma kelompok akibat tekanan dari peraturan komunitas yang nyata. Secara sederhana dapat dianalogikan bila peraturan telah dibuat dan diikuti oleh mayoritas anggota komunitas Sahabat Holic, maka kecenderungan anggota lain untuk mengikutinya semakin besar. Konformitas ini akan membentuk suatu karakter personal anggota lain secara akurat sesuai dengan tujuan awal komunitas. Elemen ini menunjukkan bahwa ada suatu kesinambungan antara karakteristik anggota dengan tujuan dari komunitas Sahabat Holic.

2. Komunikasi Persuasif melalui Media untuk Menunjukkan Eksistensi Komunitas Sahabat Holic menyampaikan pesan persuasifnya kepada khalayak baik secara *direct persuasion* maupun melalui jejaring media sosial. *Direct persuasion* ditujukan kepada para penonton dangdut yang saat itu menghadiri pagelaran konser dangdut yang sama dengan mereka. Media persuasi yang komunitas Sahabat Holic pakai selama ini saat menerapkan *direct persuasion* adalah melalui kaos seragam komunitas, pagelaran festival dangdut koplo, lomba joget holic, dan acara-acara dangdut lain yang mengundang komunitas Sahabat

Holic untuk tampil. Komunitas Sahabat Holic juga memaksimalkan pengaruh media sosial online dalam proses mempersuasi khalayak. Mengusung tagline #CaraMenikmatiDangdutMasaKini, media sosial ditargetkan dapat mempersuasi khalayak yang lebih luas guna memberi informasi mengenai eksistensi komunitas Sahabat Holic. Hingga saat ini, mereka memiliki satu media

sosial utama yaitu Instagram dan didukung oleh akun Youtube pribadi milik beberapa anggota komunitas Sahabat Holic.

### 3. Komunikasi Persuasif melalui Tindakan dan Pembiasaan

Komunikasi persuasif melalui tindakan dan pembiasaan dari komunitas Sahabat Holic kepada khalayak dapat dikategorikan sebagai pola komunikasi sekunder. Pada praktiknya, pola komunikasi sekunder yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic menghendaki adanya efek yang ditimbulkan dari proses pertukaran pesan tersebut. Komunitas Sahabat Holic lebih banyak menggunakan simbol nonverbal, yaitu melalui gerakan dan tarian atau masuk dalam kategori *body communication*. Komunikasi melalui suatu gerakan jenaka dianggap lebih efektif dalam mengubah pola perilaku penonton dangdut koplo dan meminimalisir kericuhan di pagelaran musik dangdut. Komunitas Sahabat Holic juga tidak menerapkan komunikasi verbal kepada khalayak terhadap pesan yang mereka sampaikan.

“Ow mboten mas, *soale niku* kan hak masing-masing. Nanti takut ada unsur pemaksaan jadinya gak baik. Ga enak juga sama penonton lain kan mas, *ndak* dikira mendominasi. Kalau penonton mau gabung ikut joget Sahabat Holic pasti akan menyesuaikan gabung barisan sendiri mas” Kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa para anggota tidak ingin mempersuasi khalayak secara verbal karena dirasa akan terkesan mendominasi dan memaksa khalayak. Konteks ini berkaitan dengan kondisi pagelaran musik dangdut yang terdiri dari banyak kelompok penonton yang sangat sensitif apabila mereka mempersuasi secara terang-terangan. Penggunaan bentuk pesan yang tepat menjadi strategi yang efektif bagi komunitas Sahabat Holic dalam mempersuasi khalayak. Bentuk pesan yang disampaikan yaitu berupa gerakan ditambah unsur komedi, sangat sesuai dengan segmentasi sasaran audiens. Mereka mencoba untuk mendiferensiasikan diri dari penonton lain yang nantinya akan menjadi *uniq point* bagi komunitasnya dalam memberikan daya tarik tersendiri untuk mempersuasi khalayak.

### 4. Menjalin Hubungan dengan Pihak Eksternal

Komunikasi eksternal yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic merujuk pada proses transaksi informasi untuk membangun hubungan dengan komunitas/instansi melalui pertukaran informasi dan bekerja sama dalam



tujuan menanamkan nilai dan mengubah sikap serta perilaku khalayak yang lebih luas. Sebagai upaya mengefektifkan pesan yang mereka sampaikan, menjalin hubungan dengan pihak lain menjadi salah satu strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas Sahabat Holic. Mereka menerapkan fungsi *community relations* sebagai upaya dalam menyampaikan nilai yang terkandung di dalam pesan komunikasi persuasif kepada lingkungan yang lebih luas.

Beberapa komunitas yang pernah menjalin kerjasama dengan Sahabat Holic diantaranya adalah Temon Holic (Klaten), Komunitas Pasuwo (Banguntapan), dan Komunitas Obli (Sleman). Hubungan antar komunitas dilihat sebagai relasi yang dapat dikembangkan sebagai upaya terwujudnya tujuan dari komunitas Sahabat Holic. Komunitas Sahabat Holic juga beberapa kali bekerja sama dengan TNI dan Polri sebagai tamu sekaligus penampil di acara yang sedang digelarnya. TNI dan Polri yang sejatinya memiliki kuasa dalam menerapkan komunikasi koersif pada khalayak, tentunya akan berdampak besar kepada komunitas Sahabat Holic. Melalui hubungan yang baik dengan instansi seperti TNI maupun Polri akan turut mendorong kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan komunitas Sahabat Holic dan berdampak pada peningkatan reputasi positif komunitas.

#### 5. Membentuk Citra Positif di Masyarakat

Di dalam membangun reputasi dan citra kepada masyarakat, komunitas Sahabat Holic memperhatikan aspek dalam bersikap sopan, dari tingkah laku maupun tutur kata. Menjaga sikap dan perkataan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap komunitas Sahabat Holic. Melalui peningkatan kepercayaan, maka akan terbangun suatu labeling positif di masyarakat. Kepercayaan kepada komunitas Sahabat Holic juga akan berpengaruh pada meningkatnya ketertarikan masyarakat untuk bergabung dengan komunitas Sahabat Holic.

#### **Pola komunikasi Persuasif Komunitas Sahabat Holic**

Komunitas Sahabat Holic hadir sebagai komunitas yang bertujuan untuk meredakan konflik sosial berupa kekerasan di konser musik dangdut koplo. Komunitas Sahabat Holic merupakan sekumpulan individu yang mengakuisisi diri mereka senasib karena adanya dasar persamaan hobi dan kegemaran yaitu menonton musik dangdut koplo. Selain kesamaan hobi, komunitas ini

juga dibentuk dari dasar tujuan yang sama yaitu menjauhkan musik dangdut koplo dari tindakan kekerasan, tawuran, dan anarkisme. Mereka menerapkan implementasi dari komunikasi persuasif sebagai strateginya dalam meredakan tindakan tawuran yang sering terjadi di konser dangdut koplo. Perlu digarisbawahi bahwa dalam merealisasikan komunikasi persuasif agar dapat mewujudkan tujuan mengubah perilaku penonton konser dangdut koplo, komunitas Sahabat Holic memerlukan suatu pola komunikasi persuasif yang sesuai. Hasil dari wawancara yang mendalam dengan komunitas Sahabat Holic, didapatkan pola komunikasi persuasif yang diterapkan sebagai upaya pembentukan citra komunitas dan memaksimalan strategi komunikasi persuasif anti kekerasannya.

Pada dasarnya, suatu pesan persuasive dapat menjadi efektif jika ada suatu sistem yang sesuai dalam proses komunikasi. Salah satu teori yang relevan dengan pola komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic adalah teori Simons (1976). Apabila dikaitkan dengan pola komunikasi anti kekerasan komunitas Sahabat Holic dapat didefinisikan sebagai berikut:

#### 1. *Human Communication*

*Human Communication* mengartikan bahwa komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang dilakukan antar manusia dengan bentuk pesan baik verbal maupun nonverbal, lisan maupun tulisan, eksplisit maupun implisit, dan tatap muka atau melalui perantara. Jika dilihat dari bentuknya, komunitas Sahabat Holic menerapkan komunikasi kelompok dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Di dalam penyampaian pesan, ada banyak pihak yang terlibat sebagai *key opinion leader* di dalamnya yaitu pengurus inti, anggota komunitas, dan kolega pihak eksternal.

Pengurus inti merupakan orang-orang yang mengatur hubungan, baik di dalam internal maupun eksternal agar jalinan komunikasi tetap terjaga. Selain itu, pengurus inti adalah pihak yang memiliki aspirasi, merumuskan keputusan bersama, kemampuan dalam mengarahkan alur komunikasi komunitas Sahabat Holic, dan mengkonstruksi pesan dengan sebaik mungkin agar dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Sebagai contoh adalah di saat keempat pendiri komunitas yang terdiri dari Gesang, Ipeng, Sopyan, dan Ahmad membentuk komunitas Sahabat Holic dari aspirasi dan gagasan yaitu

gerakan joget koplo sebagai bentuk komunikasi dalam upaya menjauhkan kesan musik dangdut koplo dari kekerasan. Ataupun saat Gesang Nugraha merumuskan nama komunitas menjadi Sahabat Holic yang sebelumnya bernama Tobong Holic, yang akhirnya disetujui oleh seluruh anggota kelompok.

Sedangkan anggota komunitas adalah pihak yang menerapkan nilai, menjalankan aspirasi, dan bagian dalam mengambil keputusan bersama. Karena ketertarikan yang sama membuat antar anggota memiliki tujuan yang sama pula. Pernyataan ini didukung dengan pendapat Kertajaya (2008: 40) menyebutkan bahwa komunitas terbentuk karena hubungan antar pribadi yang memiliki kesamaan interest dan values. Interaksi antar anggota komunitas Sahabat Holic disebut sebagai komunikasi kelompok. Menurut Abdillah dan Affandi (2014: 3), tingginya kefanatikan anggota komunitas bermula saat anggotanya mulai membentuk suatu norma kelompok sebagai manifestasi anggota untuk setia terhadap kelompoknya sehingga menghasilkan *struggle group*. Terdapat 3 faktor terbentuknya *struggle group* dalam kelompok Sahabat Holic, yaitu (1) komunikasi intens antar individu senasib, (2) adanya leader yang memimpin, mengorganisir, membuat kebijakan kelompok, dan (3) adanya anggapan legitimasi kelompok terhadap lingkungan yang lebih luas.

Kolega atau relasi pihak eksternal turut menjadi agen komunitas Sahabat Holic dalam berkomunikasi dengan khalayak. Komunikasi dengan pihak eksternal yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic adalah suatu proses transaksi pesan untuk membangun hubungan dengan pihak lain yang bertujuan memperluas cakupan dalam penanaman nilai, sikap, dan perilaku khalayak. Penerapan fungsi *community relations* akan membantu komunitas Sahabat Holic dalam membangun reputasi dan kepercayaan masyarakat.

Media komunikasi tentunya merupakan aspek penting dari adanya komunikasi yaitu sebagai sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesannya, baik yang berbentuk informatif maupun persuasif. Media dalam berkomunikasi dapat dijelaskan pula menjadi alat dalam memproduksi, mengolah, dan meluaskan pesan komunikasi. Di dalam berkomunikasi, komunitas Sahabat Holic menggunakan

beberapa media, baik secara luring maupun daring.

Secara luring, komunitas Sahabat Holic berkomunikasi melalui media gerakan. Mereka memanfaatkan media luar seperti joget bareng di konser, joget saat menghadiri undangan, atau mengikuti lomba joget holic. Penggunaan media luar seperti lomba joget yang pernah diadakan di Pasar Seni Gabusan dan Jogja City Mall dipergunakan komunitas Sahabat Holic sebagai bagian dalam meningkatkan eksistensi diri dan ketertarikan dari masyarakat. Ditambah lagi dengan atribut kaos yang menjadi identitas dari komunitas Sahabat Holic.

Selain berkomunikasi melalui gerakan, Sahabat Holic juga menggunakan komunikasi verbal tatap muka yang diterapkan pada saat menjalin komunikasi antar anggota maupun antar kelompok. Komunikasi dalam bentuk ini terjadi saat mereka menggelar rapat atau kopdar dengan sesama anggota maupun dengan komunitas lain. Agenda ini dilakukan sebagai upaya Sahabat Holic dalam memelihara komunikasi dan kerukunan antar anggota dan antar komunitas.

Melihat dari perkembangan teknologi yang pesat, media daring diprediksi akan mampu mempublikasi pesan komunikasi yang lebih luar dan lebih murah. Maka dari itu, komunitas Sahabat Holic turut memanfaatkan media daring sebagai upaya mengefektifkan proses komunikasi. Media daring yang biasa digunakan oleh komunitas Sahabat Holic adalah Instagram, Whatsapp, dan Youtube. Namun, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan menyebutkan bahwa media sosial masih belum dapat dikelola secara maksimal. Faktor yang menjadi alasan kurang maksimalnya pemanfaatan media daring adalah kurang sumber daya manusia yang mampu mengelola. Selain itu, berdasarkan pengamatan dari media Instagram dan Youtube juga menunjukkan kurang efektifnya media sosial tersebut. Terbukti dari minimnya jumlah *like* dan *comment* yang diperoleh. Hal ini mungkin terjadi karena situasi dan kondisi mayoritas masyarakat yang masih tinggal dan tersebar di daerah pedesaan sehingga memungkinkan masyarakat belum familiar dengan media sosial daring.

Komunikasi yang dilakukan oleh Sahabat Holic mengharapkan adanya suatu *feedback* atau tanggapan dari komunikan. Jogetan dangdut anti kekerasan yang mereka pertontonkan di setiap pagelaran musik dangdut



dapat dikategorikan sebagai strategi utama komunitas Sahabat Holic dalam mempersuasi masyarakat. Walaupun bukan suatu pesan yang secara langsung tersalurkan melalui verbal, namun menurut mereka membentuk pesan melalui gerakan juga termasuk sebagai media dalam berkomunikasi dengan penonton lain. *Feedback* yang diterima dari khalayak berupa respon nonverbal, yaitu bentuk kepercayaan terhadap komunitas Sahabat Holic, sambutan baik dari masyarakat terhadap keberadaan mereka, dan menerima pesan yang disampaikan. Bila ditinjau lebih jauh, respon nonverbal yang diterima oleh komunitas Sahabat Holic dikenal sebagai *proxemics*. Menurut Sendjaja (2002: 6.18) arti dari *proxemics* adalah suatu cara bagaimana orang-orang yang terlibat dalam komunikasi nonverbal berusaha untuk merasakan dan menggunakan ruang (*space*) dari adanya proses komunikasi.

Melihat dari sisi proses komunikasi internal, komunitas Sahabat Holic menerapkan komunikasi melalui pesan verbal di dalamnya. Pesan verbal yang diterapkan bersifat dua arah, contohnya dalam kegiatan rapat dan (kopdar) karena terjadi pertukaran pendapat, informasi, dan diskusi di dalamnya. Misalnya saat menggelar “kumpul rutin” (kopdar), antar anggota komunitas Sahabat Holic memerlukan pendapat dan informasi lain untuk mengetahui perkembangan terkini musik dangdut koplo hingga jadwal terdekat konser dangdut koplo yang akan mereka hadiri. Menurut Sendjaja (2002: 3.8), hubungan interaktif yang dilakukan oleh Sahabat Holic menunjukkan bahwa ada upaya dari sebuah kelompok untuk menjaga dan memelihara hubungan sosial para anggotanya dengan saling berkumpul, menghibur, dan bertukar pikiran antara satu sama lainnya.

Bila disimpulkan, poin *human communication* yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Holic sama halnya dengan apa yang diungkapkan oleh Schramm dalam Mulyana (2016: 151) bahwa komunikasi setidaknya memiliki tiga unsur yaitu sumber, pesan, dan sasaran. Komunikasi adalah suatu interaksi dari dua pihak yang saling menyandi, menafsirkan, dan mentransmisikan suatu makna pesan. Oleh karena itu, pesan berbentuk verbal maupun nonverbal tetap akan mengalami proses *encoding* dan *decoding* didalamnya. Semakin besar kesamaan *field of experience*

yang dimiliki oleh kedua pihak yang sedang berkomunikasi, maka akan semakin akurat pesan yang ditafsirkan.

Poin menarik yang dapat diambil dari proses komunikasi interaktif komunitas Sahabat Holic adalah saat bagaimana komunitas ini dapat menyesuaikan pesan yang mereka bawa sesuai dengan kesamaan pengalaman yang dimiliki oleh audiens. Mereka bisa menempatkan gagasan yang mereka angkat sebagai pesan persuasif sesuai dengan keresahan yang ternyata dialami pula oleh masyarakat tentang seringnya terjadi tawuran dan kericuhan di konser dangdut koplo. Kesesuaian bentuk pesan ini yang akhirnya membuat pesan dengan mudah diterima oleh masyarakat.

## 2. *Attempted influence*

*Attempted influence* diartikan bahwa pesan dari proses komunikasi persuasive ditujukan guna memengaruhi orang lain. Meskipun begitu, persuasif masih memberikan pilihan kepada pihak lain sehingga tidak bersifat memaksa. Pesan persuasif menurut Widjaja & Wahab dalam Fiske (2014: 57) dapat diklasifikasikan melalui segi bentuk pesannya, yaitu informatif, persuasif, dan koersif. Di dalam konteks ini, komunitas Sahabat Holic menggunakan dua bentuk pesan yaitu informatif dan persuasif. Komunikasi koersif tidak diterapkan oleh komunitas Sahabat Holic karena mereka tidak menerapkan pemaksaan kepada khalayak terhadap pesan yang mereka sampaikan.

Pesan informatif yaitu unsur dari komunikasi yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan baru terhadap khalayak. Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan komunitas Sahabat Holic menunjukkan bentuk dari pesan informatif yang disampaikan adalah mengenai eksistensi komunitas Sahabat Holic yang meliputi visi misi, gagasan dari pesan yang ingin disampaikan, dan pemahaman mengenai cara menikmati musik dangdut koplo. Pesan informatif didasarkan pada problematika yang terjadi di masyarakat yaitu stigma negatif musik dangdut koplo yang terkonstruksi dari sering terjadi kericuhan pada konser musik dangdut koplo. Pesan yang bersifat informatif dipublikasikan melalui sosial media. Contoh dari pesan informatif terdapat di dalam sosial media Sahabat Holic yang menuliskan #noalkohol dan #caramenikmati dangdut masakini merupakan penggambaran pesan informatif atau disebut sebagai *self disclosure*. Menurut Sendjaja (2002: 2.41), *self disclosure* adalah proses

pengungkapan informasi pribadi kepada orang lain. *Self disclosure* mendorong keterbukaan antar kedua pihak yang akan menghasilkan efek bagi hubungan antar keduanya sehingga terbentuk penetrasi sosial atau saling mengenal. Pesan persuasif adalah pesan yang memuat ajakan dan bujukan kepada komunikan yang diharapkan akan terjadi perubahan sikap sesuai dengan pesan yang disampaikan. Berdasarkan pada hasil wawancara mendalam, diketahui bahwa komunikasi persuasif dari komunitas Sahabat Holic berupa ajakan untuk menghindari tindakan-tindakan yang memicu adanya kericuhan di dalam konser dangdut koplo. Secara implisit, komunitas Sahabat Holic ingin masuk ke dalam ceruk penggemar musik dangdut koplo tanpa ingin mendominasi dan memaksa. Pesan yang disesuaikan dengan ketertarikan masyarakat mampu menarik massa tanpa bentuk komunikasi yang memaksa.

### 3. *Beliefs, Values, or Attitudes*

*Beliefs, Values or Attitudes* menjelaskan bahwa komunikasi persuasif bertujuan untuk memengaruhi kepercayaan, nilai, dan sikap. Audiens atau komunikan adalah pihak yang ditargetkan menerima suatu pesan dan diharapkan dapat mengartikan pesan dari komunikator berupa perubahan kepercayaan, nilai, maupun sikap. Di dalam komunikasi persuasif oleh komunitas Sahabat Holic, sasaran audiens yang dituju adalah penikmat konser dangdut koplo secara khusus, dan masyarakat luas secara umum.

Di dalam mengkategorikan audiens, komunitas Sahabat Holic tidak mengelompokkan berdasarkan aspek usia, jenis kelamin, pendidikan, maupun pekerjaan. Komunitas Sahabat Holic lebih mementingkan dalam menjaga sikap, perilaku, dan perkataan sehingga masyarakat secara luas dapat menerima kehadiran mereka dengan terbuka. Citra positif merupakan tujuan dari Sahabat Holic untuk selalu menjaga sikap, perilaku, dan perkataan. Strategi dalam menjaga *image* itulah yang dianggap ampuh dalam membangun kedekatan dengan audies, baik secara personal maupun kelompok. Di dalam menasar target audiens penggemar musik dangdut dan masyarakat umum, komunitas Sahabat Holic menerapkan sifat untuk selalu menjaga sikap dan tutur kata agar tidak memicu konflik atau penurunan tingkat kepercayaan atas komunitasnya. Selain itu, aspek tersebut juga akan memudahkan masyarakat untuk menerima pesan yang mereka sampaikan karena masyarakat tidak akan bersifat *defensive* terhadap komunitas Sahabat Holic.

Selanjutnya, untuk menasar target audiens seperti komunitas atau organisasi lain, mereka menerapkan sikap ramah dan mudah berbaur. Relasi dengan komunitas ataupun organisasi dibangun melalui tindakan saling menyapa, berkenalan, menjaga *attitude*, dan menghadiri undangan untuk hadir di acara yang komunitas/organisasi lain gelar. Relasi yang luas akan menjadi pondasi yang kuat dalam membantu Sahabat Holic untuk menyebar luaskan pengaruhnya.

Di dalam proses komunikasi persuasif, tentunya harus ada efek yang ditimbulkan sebagai indikator keberhasilan pesan yang disampaikan yaitu dari perubahan aspek *beliefs, values dan attitudes*. Komunikasi persuasif memiliki fungsi sebagai proses penyampaian pesan kepada khalayak untuk mengubah sikap dan perilaku sebelumnya sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penyampai pesan. Pengaruh juga bisa diartikan sebagai penguatan keyakinan, sikap, dan tindakan sebagai dampak dari proses komunikasi (Oktavia, 2016: 241). Efek juga bisa menjadi indikator penentu apakah komunikasi yang berlangsung berhasil atau tidak. Mengutip dari Effendy (2004: 7) yang mengungkapkan bahwa ada tiga dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi, yaitu Dampak kognitif yaitu dampak peningkatan informasi atau intelektualitas yang timbul pada komunikan setelah melakukan proses komunikasi. Kaitannya dengan komunitas Sahabat Holic, efek kognitif disampaikan melalui komunikasi persuasive dengan masyarakat, baik melalui komunikasi interpersonal, kelompok atau melalui media sosial. Efek setelah penyampaian pesan persuasif di masyarakat berupa pemahaman baru tentang visi misi, gagasan dari pesan yang ingin disampaikan, dan pemahaman mengenai cara menikmati musik dangdut koplo. Hal ini terlihat ketika masyarakat telah mengenali keberadaan komunitas Sahabat Holic. Selain itu dapat dilihat pula dari adanya *follower* di media sosial komunitas Sahabat Holic, yang menunjukkan bahwa masyarakat telah menyadari tentang eksistensi atau keberadaan komunitas.

Dampak afektif memiliki tingkatan yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan dampak kognitif. Dampak afektif bukan hanya memengaruhi daya intelektualitas, namun hingga pada tahap perasaan. Pada kadar ini, komunikasi menyentuh kepada perasaan dan bertujuan untuk menggerakkan hati



komunikasikan sehingga menentukan suka atau tidak suka dengan pesan yang disampaikan. Efek afektif yang ditimbulkan dari pesan persuasif Sahabat Holic mengarah pada tindakan yang positif oleh khalayak. Hal ini dapat dilihat dari apresiasi khalayak seperti menyuguhkan makanan dan minuman untuk komunitas Sahabat Holic saat tampil dan mengundang Sahabat Holic untuk menghadiri perayaan atau event-event tertentu seperti pernikahan dan kegiatan anniversary.

Dampak behavioural merupakan dampak tertinggi dari suatu proses komunikasi. Dampak behavioural ditimbulkan pada diri komunikasikan untuk melakukan perilaku, tindakan, dan kegiatan dari hasil proses komunikasi. Menurut Oktavia, (2016: 241) efek behaviour memberikan pengaruh terhadap pola tingkah laku dari penerima pesan. Perubahan pola tingkah laku yang terjadi berupa perubahan secara fisik maupun non-fisik, dan bisa juga bersifat positif maupun negatif. Berdasarkan hasil wawancara, terjadi perubahan sikap pada masyarakat, yaitu berupa peningkatan minat penggemar musik dangdut koplo terhadap joget koplo yang digagas oleh komunitas Sahabat Holic. Efek behaviour juga ditunjukkan dari adanya peningkatan jumlah anggota komunitas Sahabat Holic hingga seratus lebih pada tahun 2017 serta peningkatan penjualan aksesoris kaos Sahabat Holic walaupun pada tahun-tahun berikutnya mengalami penurunan jumlah anggota aktif dikarenakan kurang variatifnya kegiatan yang diadakan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Kekerasan dalam pagelaran musik dangdut koplo merupakan konsep kekerasan terbuka (*overt*) dan sangat rentan dalam melahirkan konflik sosial. Konflik sosial yang terbentuk di konser dangdut koplo dapat dikategorikan sebagai konflik horizontal antarkelompok yang disebabkan karena perbedaan dalam mengartikan konser dangdut koplo, dendam pribadi maupun kelompok, hingga dalam memperjuangkan eksistensi kelompoknya.

Komunitas Sahabat Holic hadir sebagai komunitas yang bertujuan untuk meredakan konflik sosial yang telah mengakar di konser musik dangdut koplo melalui implementasi dari komunikasi persuasif sebagai strateginya. Komunitas Sahabat Holic menerapkan 3 pola komunikasi persuasif berdasarkan pada teori milik Simons (1976),

Pola komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunitas Sahabat Holic adalah pola komunikasi persuasif yang bersifat langsung, yaitu menyampaikan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Pola komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunitas Sahabat Holic adalah pola komunikasi persuasif yang bersifat langsung, yaitu menyampaikan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adler, R. B., Rodman, G. R., & Sévigny, A. (1991). *Understanding human communication*. Chicago: Holt, Rinehart and Winston.
- Aw, Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusamedia.
- Daryanto, M.R. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2007). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Fiske, J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Haryanto, D., & Nugrohadhi, G. E. (2011). *Pengantar Sosiologi Dasar*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Kertajaya, Hermawan. (2008). *Arti komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama



- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, dkk. (2002) *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Simons, H. W. (1976). *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis*. New York: Newbery Award Records.
- Soemirat, S. (2014). *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka.
- Soyomukti, Nurani. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Uchjana Effendy, O. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wallach, J. (2014). Notes on dangdut music, popular nationalism, and Indonesian Islam. In *Sonic Modernities in the Malay World* (pp. 269-289). Brill.
- Weintraub, A. N. (2010). *Dangdut Stories, A social and Musikal History of Indonesia's Most Popular Musik*. New York: Oxford University Press.
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi interpersonal interaksi keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jurnal**
- Abdillah, R. N. (2014). Dangdut dan Konflik Sosial. *Paradigma*, 2(3).
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Budihartanto, A. (2016). Interaksi sosial dalam komunitas "Temon Holic" (Studi di Temon Holic Breakdance Koplo, Bareng, Klaten). *E-Societas*, 5(2).
- Evan, J., & Aprianti, A. (2017). Pola komunikasi pada komunitas Hammers Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3)
- Frederick, W. H. (1982). Rhoma Irama and the dangdut style: Aspects of contemporary Indonesian popular culture. *JSTOR*, (34): 103-130.
- Gumilang, G. S. (2016). Metode penelitian kualitatif dalam bidang bimbingan dan konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2).
- Hasan, K. (2009). Komunikasi politik dan pencitraan (Analisis teoritis pencitraan politik di Indonesia). *Jurnal Online Dinamika fisip Unbara Palembang*, 2(4).
- Kusumadewi, A. R., & Hastasari, C. (2020). Pola Komunikasi Komunitas Cosplay Di Yogyakarta. *Journal of Scientific Communication (JSC)*, 2(2).
- Kurniasari, N. (2014). Remaja dan musik dangdut (reception studies musik dangdut di kalangan remaja). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Kusumawati, P. S. E., Astuti, T. M. P., & Prajanti, S. D. W. (2017). Biduanita Dangdut: Hegemoni & Reaksi Atas Dominasi. *Journal of Educational Social Studies*, 6(1): 64-72.
- Mas'udi, S. (2016). Sensualitas Dangdut Pantura: Habitus dan Bentuk Hexis Badaniah Penyanyi Perempuan Dangdut Pantura. *Jurnal Perempuan*, (2016): 2015.
- Maulana, M. F. (2020). Dangdut Koplo: Tubuh, Seksualitas dan Arena Kekuasaan Perempuan. *Muqoddima Jurnal Pemikiran dan Riset Sosiologi*, 1(2), 197-210.

Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 4(1). 239-253.

Prima Atmaja, T. E. D. Y. (2014). Eksistensi survivor perempuan eks korban kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) pada Komunitas Sekar Arum Kabupaten Jombang. *Paradigma*, 2(1).

Raditya, M. H. (2013). Dangdut Koplo: Selera Lokal Menjadi Selera Nasional. *Jurnal Seni Musik*, 2(2).

Soehadha, M. (2014). Kekerasan Kolektif dan Dialog Kebudayaan: Belajar dari Pengalaman Kekerasan Menjelang Reformasi di Indonesia. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 15(1), 1-16.

Sumartias, S., & Rahmat, A. (2013). Faktor-faktor yang memengaruhi konflik sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 16(1): 13-20.

Weintraub, A. N. (2006). Dangdut Soul: Who are 'the People' in Indonesia Popular Musik?. *Asian Journal of Communication*, 16(4): 411-431.

Weintraub, A. N. (2013). The Sound and Spectacle of Dangdut Koplo: Genre and Counter-Genre in East Java, Indonesia. *Asian music*, 44(2): 160-194.

#### **Disertasi**

Arifin, I. S., & Natangsa Surbakti, S. H. (2018). Upaya Penindakan oleh Kepolisian Terhadap Penyalahgunaan Minuman Keras Oleh Remaja pada saat diadakannya Hiburan Musik Dangdut di Kabupaten Kudus (Studi Kasus di Polres Kudus) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Lestari, M. F. (2019). Upaya Kepolisian Dalam Menanggulangi Perkelahian Antar Penonton pada Pertunjukan Dangdut di

Kecamatan Pakis Aji Kabupaten Jepara (Doctoral dissertation, UNNES).

#### **Berita**

Gunungkidul.sorot.co, (2018, 04 Juli). Sempat Ricuh, Konser Dangdut di Kangkung B Diwarnai Aksi Lempar Botol. diakses pada 07 November 2020 pukul 17.37 dari <https://gunungkidul.sorot.co/berita-96954-semapat-ricuh-konser-dangdut-di-kangkung-b-diwarnai-aksi-lempar-botol.html> Regional.kompas.com, (2020, 14 Agustus).

Seorang Pemuda Dibunuh Saat Pulang Nonton Orkes Dangdut, 6 Pelaku Ditangkap. diakses pada 15 November 2020 pukul 15.36 dari

<https://regional.kompas.com/read/2020/08/14/21530411/seorang-pemuda-dibunuh-saat-pulang-nonton-orkes-dangdut-6-pelaku-ditangkap>

Tirto.id. (2018, 18 Februari). Provokasi Elit Berujung Pembantaian Sampit. diakses pada 28 November 2020 pukul 19.10 dari <https://tirto.id/provokasi-elit-berujung-pembantaian-sampit-cEWZ>

Tribunnews.com. (2018, 24 Januari). Dangdut Koplo Bisa Tenar! Ini-Sejarah Musik Dengan Lirik Galau Mengundang Goyang. diakses pada 27 Januari 2021 pukul 15.41 dari <https://www.tribunnews.com/seleb/2018/01/24/dari-dangdut-koplo-bisa-tenar-ini-sejarah-musik-dengan-lirik-galau-mengundang-goyang>