

IMPLEMENTASI TEKNIK KOMUNIKASI DALAM AKTIVITAS HIPNOSIS ADI W GUNAWAN

Faridah¹, Abd. Rasyid Masri², Firdaus Muhammad³, Kamaluddin Tajibu⁴

¹Universitas Islam Ahmad Dahlan, Sinjai

^{2,3,4}Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar

¹andifaridah81@gmail.com

²rasyidmasri@uin-alauddin.ac.id

³Firdaus.Muhammad@uin-alauddin.ac.id

⁴Kamaluddin.Tajibu@uin-alauddin.ac.id

Abstract

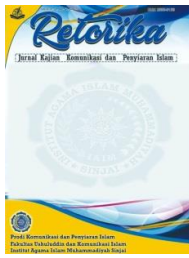
This study aims to examine communication techniques in Adi W Gunawan's hypnotic activities. This type of research is descriptive with a qualitative approach. Data collection by means of observation, interviews, and documentation, the main data sources are Adi W Gunawan, his assistants, team, trainees, and clients, while the supporting data sources are from relevant articles and books. The collected data is analyzed by reducing data, presenting data, and drawing conclusions. The validity of the research data was carried out by triangulating techniques and sources. The research findings show that one of Adi W Gunawan's hypnotic activities occurred due to the authority and credibility of Adi W Gunawan as chairman of the Indonesian Clinical Hypnotherapy Association (AHKI), an expert in mind technology, completed two doctoral studies, actively participated in training and workshops, trained as a public speaker. Communication in hypnosis activities uses repetitive and imaginative techniques by optimizing verbal and vocal aspects with a higher percentage of visual aspects during therapy, balancing visual, vocal and verbal during training, and highlighting verbal and visual aspects when communicating using media. In this study, researchers also found that in communicating requires empathy, self-confidence, and belief in the heart and mind related to the communication process carried out so that the expected communication goals can be achieved, the researchers call this hypnotic communication or hypnotic communication.

Keywords: Communication Techniques, Hypnosis, Adi W Gunawan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji teknik komunikasi dalam aktivitas hipnosis Adi W Gunawan. Jenis Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi, sumber data utama adalah Adi W Gunawan, asisten, tim, peserta pelatihan, dan kliennya, sedangkan sumber data pendukung dari artikel dan buku yang relevan. Data yang terkumpul dianalisis dengan mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Validitas data penelitian dilakukan dengan cara triangulasi teknik dan sumber. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aktivitas hipnosis Adi W Gunawan salah satunya terjadi karena faktor otoritas dan kredibilitas Adi W Gunawan sebagai ketua Asosiasi Hipnoterapi Klinis Indonesia (AHKI), pakar teknologi pikiran, menyelesaikan dua kali pendidikan doktoral, aktif mengikuti training dan workshop, terlatih sebagai pembicara publik. Komunikasi pada aktivitas hipnosisnya menggunakan teknik repetitif dan imajinatif dengan mengoptimalkan aspek verbal, dan vokal dengan persentase lebih tinggi dari aspek visual pada saat terapi, berimbang antara visual, vokal dan verbal pada saat training, dan menonjolkan aspek verbal dan visual ketika berkomunikasi menggunakan media. Pada penelitian ini, peneliti juga menemukan bahwa dalam berkomunikasi dibutuhkan adanya empati, kepercayaan diri, dan keyakinan dalam hati dan pikiran terkait dengan proses komunikasi yang dilakukan sehingga tujuan komunikasi yang diharapkan dapat tercapai, peneliti menyebutnya dengan komunikasi yang menghipnosis atau hipnokomunikasi.

Kata Kunci : Teknik Komunikasi, Hipnosis, Adi W Gunawan



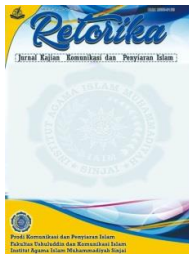
1. Pendahuluan

Komunikasi berperan penting di setiap aspek kehidupan manusia, karena melalui komunikasi manusia mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan interaksi sosial, dan mengembangkan kepribadiannya. Pakar komunikasi dan psikolog menyepakati bahwa kegagalan komunikasi dapat berakibat fatal baik dalam lingkup individu maupun sosial (kelompok) karena dapat menimbulkan keterhambatan saling pengertian, menghambat kerjasama, menghambat terciptanya toleransi dan merintangi terlaksananya norma-norma sosial (Ulum, 2019).

Problematika terkait komunikasi banyak ditemukan, seperti yang disampaikan dalam suatu berita tentang berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah baik pusat maupun di daerah untuk mengatasi wabah virus corona. Namun sejak pertama kali melaporkan kasus pertama pada awal Maret, kasus virus corona di Indonesia masih belum juga terkendali. Sebelumnya, pemerintah telah menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai strategi guna mencegah penyebaran virus corona penyebab Covid-19. Menurut Fajar Junaedi, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ada persoalan mendasar dalam komunikasi publik yang dilakukan para pejabat pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19. Menurut Fajar, ketidakjelasan dalam perumusan kebijakan dan komunikasi publik menyebabkan kebingungan di masyarakat (Riza, 2020).

Menyikapi banyaknya problematika komunikasi yang salah satunya diuraikan di atas, menunjukkan pentingnya mencari dan menemukan solusi atas problema tersebut. Hipnosis, adalah salah satu metode yang dianggap dapat menjadi solusi untuk beberapa problem kehidupan dewasa ini seperti problematika komunikasi. Salah satu pakar hipnosis yang peneliti amati memiliki komunikasi yang efektif baik ketika dilakukan secara langsung maupun tidak langsung adalah Adi W Gunawan.

Kemampuan Adi W Gunawan mempresentasikan dirinya dalam dunia nasional dan internasional tidak lepas dari kemampuan komunikasi yang dimilikinya. Kemampuannya untuk menginspirasi, memberi motivasi dan memberikan terapi dapat dilihat dari jumlah followernya pada akun media sosialnya serta peserta pelatihan yang rutin dilakukannya.



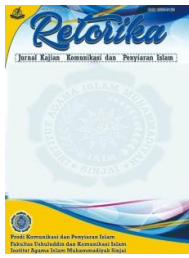
Pencapaian yang diperoleh Adi W Gunawan tersebut menarik untuk diteliti sehingga dapat dipahami tentang teknik dan metode komunikasi yang efektif serta diminati oleh audiens. Peneliti merumuskan permasalahan penelitian yakni bagaimana analisis teknik komunikasi dalam aktivitas hipnosis Adi W Gunawan?

Penelitian ini relevan dengan beberapa hasil penelitian, di antaranya yaitu Penelitian dari Diyah Tepi Rahmawati tentang Efektivitas Hipnosis pada Penatalaksanaan Cemas dan Nyeri Persalinan (Studi Literatur) (Rahmawati, 2018). Penelitian yang relevan lainnya yaitu dari Ririn Anantasari, Ni Wayan Dwi R & Gunawan tentang Hipnosis dalam Mengurangi Rasa Cemas dan Nyeri Antenatal *Hypnosis to Reduce Antenatal Anxiety and Pain* (Ririn Anantasari1, 2012). Selanjutnya penelitian ini juga relevan dengan disertasi dari Meisil B Wulur dengan judul Aplikasi Hipnosis (Tinjauan Komunikasi Dakwah) (Wulur, 2018) Peneliti menyimpulkan bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan yang peneliti teliti dalam hal objek penelitian yakni pada bagian hipnosis namun berbeda dalam objek penelitian lainnya, di samping itu juga berbeda dalam hal subjek penelitian dan ada juga yang berbeda dalam hal metode penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis teknik implementasi komunikasi dalam aktivitas hipnosis Adi W Gunawan. Kegunaan penelitian terdiri atas kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah menghasilkan sumbangan keilmuan dalam bidang dakwah dan komunikasi. Kegunaan praktisnya adalah hasil dari penelitian berguna secara praktis yakni dapat diaplikasikan dalam berbagai aktivitas kehidupan yang membutuhkan peran komunikasi..

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi di Lembaga Adi W Gunawan Institute of Mind Technology pada kegiatan training dan terapi. Mengobservasi dan mendokumentasikan data dari website, dan akun media sosialnya. Melakukan wawancara kepada Adi W. Gunawan, Asisten, Tim, Peserta Pelatihan, Klien, dan pengikut Media Sosialnya. Setelah data terkumpul, maka peneliti



melakukan reduksi data, display data, dan verifikasi data, serta melakukan uji keabsahan data dengan perpanjangan penelitian dan triangulasi.

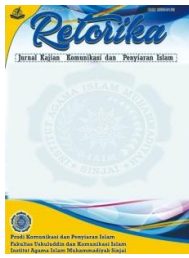
3. Hasil dan Pembahasan

a. Komunikasi dalam Aktivitas Hipnosis

Komunikasi berasal dari kata latin *communication* bersumber dari kata *communis* yang berarti sama yakni kesamaan makna. Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang yang disebut dengan komunikator atau orang yang mengirim pesan kepada orang lain yang disebut dengan komunikan atau orang yang menerima pesan (Effendi, 2011).

Komunikasi tersebut menjadi syarat utama manusia agar mampu berinteraksi dengan manusia lainnya sebagai makhluk sosial (Faridah, 2019). Interaksi antar sesama individu sebagai makhluk sosial akan menimbulkan kesamaan sikap terhadap suatu masalah (Qaharuddin Tahir, Sattu Alang, Nurhidayat Muhammad Said, 2020). Terdapat beberapa unsur dalam komunikasi yang secara ringkas dapat diketahui dan dipahami dari penjelasan berikut;

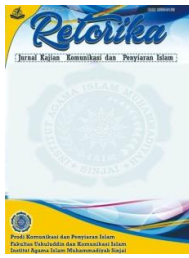
- 1) Komunikator (*communicator*), adalah orang yang menyampaikan pesan, agar komunikasinya efektif, maka dia membutuhkan adanya empat faktor penting yaitu pengetahuan, pengalaman, motivasi dan sikap (Hasmawati, 2020) Menurut Jalaluddin dalam Erni Murniarti, komunikator juga perlu untuk memperhatikan beberapa hal yaitu memiliki kredibilitas yang tinggi dan keterampilan berkomunikasi, serta mempunyai pengetahuan yang luas, dan memiliki daya tarik (Murniarti, 2019).
- 2) Pesan (*Message*) merupakan hal yang disampaikan dalam proses komunikasi. Dominick dalam Morissan menyampaikan bahwa pesan merupakan produk fisik aktual yang telah diencoding oleh sumber. Pesan terdiri atas beragam bentuk yaitu kata-kata yang diucapkan ketika berbicara, tulisan di atas kertas jika menerima surat, dan program yang tengah disaksikan ketika menonton televisi (Morissan, 2015).
- 3) Saluran (*Channel*), media komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia karena media menjembatani interaksi antar individu atau kelompok agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya (Muhammad Ansar Akil, 2021). Berbagai media komunikasi pada abad ke-21 misalnya berbagai alat elektronik (komputer, televisi, radio, telepon



dan lain-lain), media cetak dan layanan internet (Tatang, 2016). Selain itu digitalisasi media menjadi hal penting dalam komunikasi. Kehadiran teknologi komputer berjaringan yang memungkinkan terjalinnya kognisi, komunikasi, dan kerjasama dalam satu perangkat, hal ini disebut dengan konvergensi media (Fitria Angeliqa, 2020). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memfasilitasi komunikasi yang termediasi, termasuk termediasi oleh media sosial (Punjul S. Nugraha, 2022). Cahyono dan Heryanto dalam Muliaty Amin, dkk. menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang mudah diakses untuk memberikan berbagai informasi baik dalam bentuk tulisan maupun video (Muliaty Amin, Nurhidayat Muh. Said, n.d.).

- 4) Komunikan (*Communican*) dalam proses komunikasi biasa juga disebut dengan penerima atau sasaran pesan yang terdiri atas persona, kelompok dan massa (Nurhadi, 2017).
- 5) Tujuan adalah hal yang ingin dicapai. Tujuan komunikasi menurut A.W. Wijaya dalam Arifuddin Tike yaitu untuk memberikan pengertian kepada penerima pesan tentang apa yang dimaksudkan oleh pemberi pesan, untuk memahami orang lain, dan dapat menggerakkan orang lain untuk melakukan. (Tike, 2012).
- 6) Hasil (*Effect*) komunikasi merupakan penguatan atau perubahan keyakinan atas pengetahuan, sikap, dan tindakan pada diri komunikan sebagai dampak dari pesan yang diterima (Cangara, 2017).
- 7) Metode atau cara komunikasi terdiri atas metode informatif (*informative communication*), metode komunikasi persuasif (*persuasive communication*), dan metode komunikasi instruktif (*coersive/instructive communication*) (AS, 2021).

Elemen-elemen komunikasi tersebut di atas ditemukan dalam setiap jenis komunikasi yang berlangsung. Sehingga penting untuk mengetahui dan memahaminya lebih dalam, adapun jenis-jenis komunikasi berdasarkan pelakunya terdiri atas komunikasi antar pribadi, komunikasi intrapribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi public, komunikasi massa, dan komunikasi lintas budaya (AS, 2021).



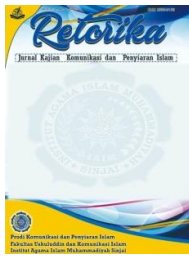
Selain bentuk-bentuk komunikasi berdasarkan jumlah pelakunya, maka juga terdapat komunikasi lain yakni yang berdasarkan pada penyampaian yang terdiri atas lisan dan tertulis, perilaku yang terdiri atas formal, informal dan nonformal, kelangsungan terdiri atas langsung dan tidak langsung, maksud yang mencakup berpidato, berceramah, wawancara, ruang lingkup yang mencakup internal dan eksternal, dan masih ada bentuk komunikasi lainnya (Fitria, 2021).

Pelaksanaan komunikasi dalam setiap jenis dan konteksnya juga selalu berkaitan dengan teknik komunikasi yaitu metode atau sistem dalam mengerjakan sesuatu (Indonesia, n.d.). selain metode dan teknik, hal lain yang selalu juga dikaitkan dengan komunikasi yaitu strategi. Strategi komunikasi merupakan suatu hal sangat penting juga untuk dipertimbangkan dalam suatu kegiatan karena sangat berperan penting pada pengembangan organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka Panjang (Devi Fitriani, Abfd.Rasyid Masri, 2020).

Teknik, metode dan strategi komunikasi sangat dibutuhkan dalam komunikasi, hal tersebut terutama karena terjadinya keterbukaan informasi dan kebebasan berekspresi yang didukung oleh perkembangan teknologi sehingga menjadi pemantik transformasi pola komunikasi (Khaerunnisa, 2020).

Komunikasi sebagai suatu kebutuhan manusia juga sangat membutuhkan pemahaman dalam aspek verbal, vocal dan visual yang disebut dengan teori 3V yang senantiasa menyertai setiap aktivitas komunikasi. Teori 3V merupakan teori yang dicetuskan oleh Albert Mehrabian melalui penelitian pada tahun 1971, dia menemukan adanya elemen 3V yang merupakan penentu dalam efektivitas komunikasi. Menurutnya; efektivitas komunikasi ditentukan oleh komunikasi verbal (kata-kata) hanya 7%, komunikasi vokal (intonasi dan volume suara) menentukan 38%, dan komunikasi visual (bahasa tubuh) menentukan 55% (Borg, 2019).

Indikator komunikasi efektif menurut Wiryanto adalah ketika pesan yang disampaikan dapat menghasilkan perubahan (efek) seperti yang diinginkan oleh komunikator, seperti perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku (Zikri Fachrul Nurhadi, 2017). Komunikasi efektif akan tetap dinamis jika lima hukum komunikasi



efektif, The 5 Inevitable Laws of Effective Communication: Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble (REACH), sebagai prinsip dasar dalam berkomunikasi (Muh IkhwanArifuddin Tike, 202 C.E.).

Komunikasi efektif dewasa ini banyak dikaitkan dengan hipnosis. Istilah *hypnosis* diperkenalkan oleh James Braids pada 1943 dengan arti yang lebih dalam, yaitu *neurohypnosis*, yang berarti tidur dari sistem saraf. Hal inilah yang menyebabkan seseorang yang sedang berada dalam kondisi *hypnosis*, akan lebih mudah menerima saran atau sugesti (*hyper-sugestion*) (Fadilah, 2018).

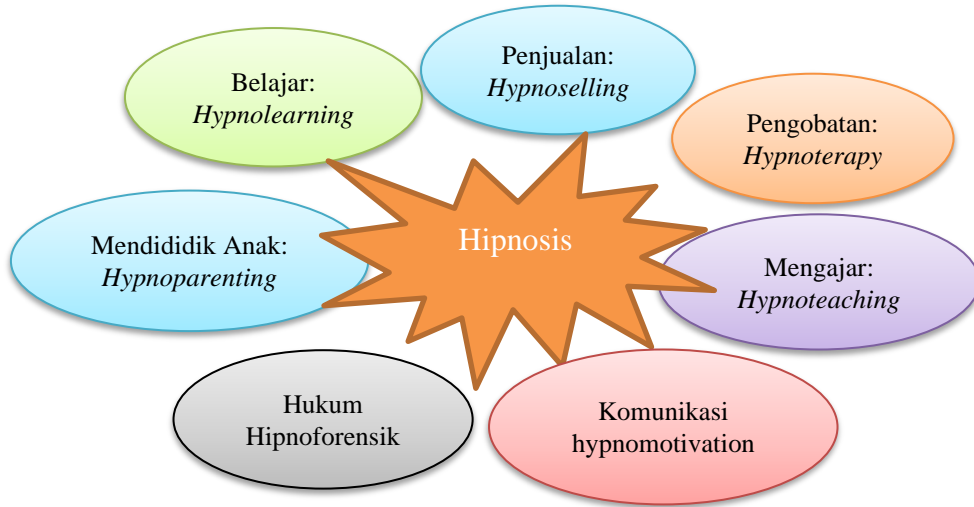
Salah satu pakar hipnosis di Indonesia adalah Adi W Gunawan seorang pakar *mind technology*, trainer, penulis buku laris, peneliti dan hipnoterapis klinis aktif. Dia seorang dosen psikologi yang mengajar mahasiswa S1 dan S2 di dua universitas terkemuka di Surabaya dan Jakarta (Gunawan, 2022a).

Adi W. Gunawan adalah satu-satunya trainer hipnoterapi klinis di Indonesia yang diakui sebagai *Certified Hypnotherapy Instructor* oleh ACHE. Terdapat beberapa defenisi hipnosis yang disampaikannya yaitu suatu kondisi di mana perhatian menjadi sangat terpusat sehingga tingkat sugestibilitas meningkat sangat tinggi, seni komunikasi untuk mempengaruhi seseorang sehingga mengubah tingkat kesadarannya yang dicapai dengan cara menurunkan gelombang otak, seni eksplorasi alam bawah sadar, kondisi kesadaran yang meningkat, dan suatu kondisi pikiran yang dihasilkan oleh sugesti (Gunawan, n.d.).

Hipnosis merupakan suatu teknik yang digagas pertama kali oleh Sigmund Freud seorang tokoh Psikoanalisa. Metode ini banyak digunakan dalam berbagai aspek kehidupan seperti komunikasi, pendidikan, dan marketing (Setengah, 2016).

Gambar 3.1

Contoh Pemanfaatan Hipnosis dalam Beberapa Aspek Kehidupan



b. Teknik-teknik Komunikasi dalam Aktivitas Hipnosis Adi W Gunawan

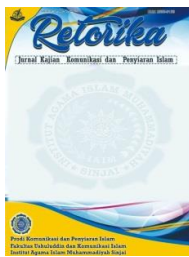
Adi W. Gunawan **memiliki nama lengkap** Dr. Dr. Adi W. Gunawan, ST., M.Pd., CCH®. Lahir di Tarakan, Kalimantan Timur, 21 September 1968, menikah dengan Stephanie Rosaline pada tanggal 19 November 1994 dan memiliki tiga orang putri (Gunawan, 2009). Selain dua kali menyelesaikan pendidikan doktoralnya, dia juga aktif mengikuti training dan workshop baik di dalam maupun di luar negeri yakni Indonesia, Swiss, Australia, dan Amerika. Jumlah total pelatihan yang diikuti dari tahun 1994 sampai 2022 adalah 67 jenis pelatihan (Aris, 2023).

Adi W Gunawan adalah Ketua Asosiasi Hipnoterapis Klinis Indonesia (AHKI). Otoritas dan kredibilitas Adi W Gunawan membuat audiensnya fokus pada hal yang disampaikan. Risman Aris pemilik RIS Medika Hipnoterapi Makassar, seorang praktisi hipnosis, hipnoterapis, dan NLP serta *certified* instruktur hipnoterapis dan NLP menyatakan bahwa:

Saya mengenal Bapak Dr. Adi W Gunawan dari tahun 2012 dari Buku dan MEDSOS, saya tertarik mengikuti media sosial dari Bpk. Dr. Dr. Adi W. Gunawan, CCH® karena saat ini beliau adalah kiblat hipnoterapis setelah Bapak Hipnoterapi meninggal dunia (Bpk. Yan Nurindra). Saya tidak mengikuti pelatihannya, namun saya telah membaca semua tulisan beliau yang ada di website dan media sosial beliau (Aris, 2023).

Jen Zainal Asyikin Hans, Dosen Universitas Ipwija Kampus II, Bogor, Hipnoterapi/MindSlim Coach, menyatakan bahwa:

Saya membeli dan membaca buku-buku karya Dr. Adi W Gunawan sejak 10 tahun yang lalu, tetapi secara intens berinteraksi di Facebook sejak saya



berpraktik Hipnoterapi/MindSlim Coach. Manfaat yang saya peroleh dengan mengikuti media sosial beliau adalah mendapat pencerahan dengan mengikuti jalan pikiran, sikap dan keahlian Dr. Adi W Gunawan yang sangat bermanfaat bagi saya sebagai Praktisi Hipnoterapi / MindSlim Coach, Semoga Dr. Adi W Gunawan diberkati Allah dengan kebahagiaan sejati, kesehatan dan kelimpah ruahan sehingga dapat terus menebarkan ilmu yang sangat bermanfaat bagi sebanyak mungkin sesama manusia. Pernah mengikuti webinar *The Heart Technique* yang langsung dibawakan oleh Dr. Adi W Gunawan sendiri sebagai pelengkap dari webinar serta *training offline* dari para *certified trainer* THT AWGI. Saya tertarik mengikuti kegiatan atau pelatihan yang diadakan atau yang dibawakan oleh beliau karena Dr. Adi W Gunawan ahli hipnoterapi terbaik di Indonesia *I really feel so lucky, happy & grateful to Almighty Allah to have Dr. Adi W Gunawan in my life* (Hans, 2023).

Sardin Damis, CEO dari Sinergi Motiva Indonesia (SMI) Makassar, salah seorang trainer, motivator, praktisi hipnosis, hipnoterapis, *certified* instruktur hipnoterapis mengatakan bahwa:

Saya mengenal Bapak Dr. Adi W Gunawan dari tahun 2009 dari media sosial dan buku. Saya tertarik mengikuti media sosial beliau karena keilmuannya yang aplikatif dan *very experimentally*. Saya tertarik mengikuti pelatihan beliau karena pelatihannya yang sangat terukur dan aplikatif didukung teori yang sangat ilmiah, saya berharap kalau bisa QLTnya bisa diadakan di beberapa kota termasuk Makassar dalam bentuk QLT *Road Show* (Damis, 2023).

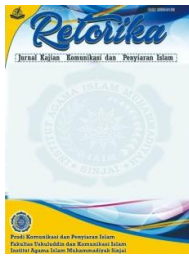
Lila Kusuma Rahayu, salah seorang dosen dari Universitas Diponegoro Semarang, peneliti dan praktisi hipnoterapi klinis AWGI menyatakan bahwa:

Saya mengenal Bapak Dr. Adi W. Gunawan, sejak tahun 2014 dan tertarik mengikuti media sosial beliau karena isinya sarat manfaat dan bernas. Saya pernah mengikuti pelatihan beliau, saya tertarik mengikuti kegiatan atau pelatihan yang diadakan karena saya tertarik menjadi terapis, dan pelatihan dari Pak Adi adalah pelatihan dengan standar tertinggi di Indonesia, saya telah mengikuti pelatihannya dari 2014-2022. Pak Adi adalah guru kehidupan yang luar biasa, banyak memberikan teladan, masukan dan inspirasi dalam setiap aspek kehidupan (Rahayu, 2023).

Luthvi Rachman Ervianto, seorang praktisi hipnosis, hipnoterapis, *certified* instruktur hipnoterapis dari Jakarta Pusat menyatakan bahwa:

Saya mengenal Bpk. Dr. Dr. Adi W. Gunawan, CCH® sejak tahun 2005. Sejak beliau menulis buku-buku dan menyelenggarakan workshop terkait mind. Saya tertarik mengikuti media sosial beliau karena selalu memberikan *enlightment, insight* bagi diri saya. Saya pernah mengikuti pelatihan BMM tahun 2005, dan Sc.EEG&SECH tahun 2019, dan saya tertarik mengikutinya karena keilmuannya sangat bermanfaat dan bernilai dalam kehidupan sehari-hari. Sehat Wal'afiat, bahagia setiap saat untuk beliau dan keluarga, dan terus memberikan pencerahan kepada masyarakat Indonesia atas ilmu beliau yang luar biasa (Luthvi Rachman Ervianto, 2023).

Pernyataan-pernyataan di atas menggambarkan bahwa Adi W Gunawan memiliki otoritas dan kredibilitas tinggi sehingga banyak yang dengan sengaja mencari



keberadaannya. Pengenalan awal dari membaca tulisannya di buku, selanjutnya mencari sosok penulisnya di media sosial, kemudian berusaha mengikuti pelatihan-pelatihan yang dilakukannya meskipun harus membayar dengan harga yang mahal.

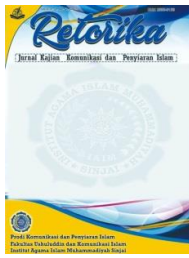
Proses hipnosis dalam aktivitas komunikasi Adi W Gunawan adalah timbulnya ketertarikan, terciptanya fokus, rasa nyaman dan rileks dalam menerima (mendengar dan atau membaca) pesan-pesan yang disampaikan. Terciptanya kondisi hipnosis tersebut menjadikan pesan-pesan yang disampaikan bisa diterima dengan mudah sehingga tercapai kesepahaman makna, selanjutnya terjadi perubahan sikap dan tindakan. Hal ini terjadi baik pada komunikasi langsung maupun tidak langsung yang dilakukannya.

Komunikasi langsung yang dilakukan oleh Adi W Gunawan sebagai seorang trainer dan terapis terbagi atas komunikasi antar personal, dan kelompok. Hal ini dia lakukan dengan karyawan, dan kliennya. Bentuk-bentuk komunikasi Adi W Gunawan dalam konteks komunikasi antar personal di antaranya berisi instruksi-instruksi atau petunjuk-petunjuk kepada klien dan karyawannya. Ketika berkomunikasi, dia berusaha menghapus hambatan status antara dirinya dengan karyawan atau klien.

Andy Santoso, asisten dan tim dari Adi W Gunawan menyampaikan kepada peneliti bahwa:

Saya bergabung di timnya Pak Adi dari 2012, komunikasi beliau kepada tim bersahabat dan bersaudara, beliau sebagai pakar mind teknologi, pakarnya bukan sekedar teori saja, di sini beliau mempraktikkan apa yang beliau pelajari dan ajarkan. Meskipun acaranya padat beliau tetap tenang, pernah ada satu kejadian, kami keliru melakukan sesuatu, misalnya modulnya, ada sesuatu yang keliru di sana padahal sebenarnya ga boleh, beliau tetap tenang, *easy going*, ohh ga pa pa, okaylah, beliau ngomong ke pesertanya bahwa ini ada sedikit masalah diginikan saja. Beliau tetap tenang kepada kami, jadi kami merasa okay banget, istilahnya beliau menerapkan pada kehidupan sehari-hari, apa yang beliau ajarkan, *moodnya*, komunikasinya terjaga banget. Beliau itu ke bawah ngomongnya enak, komunikasinya nyaman, tidak sampai lost. Kami diberikan semacam target, ada standar minimal. Kalau menegur beliau tegas, tetapi kami merasakan itu bukan kemarahan, tidak sampai menyinggung pribadi atau menyerang orangnya, beliau mengarahkan teguran pada tindakan, misalnya ini ga boleh yaa, ini harus diginiin yaa (Santoso, 2023).

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa komunikasi antar personal yang dilakukan adalah komunikasi yang bertujuan untuk membangun tim, memberdayakan dan pendelegasian tugas. Komunikasi lain yang juga banyak dilakukan oleh Adi W Gunawan adalah komunikasi kelompok di antaranya adalah komunikasi kepada



audiens atau peserta pelatihan dalam kegiatan workshop atau seminar yang diadakannya.

Pernyataan Adi W Gunawan terkait komunikasi kelompok yang dilakukannya adalah:

Saya pernah mengajar seperti kemarin dengan jumlah peserta cuma 30an orang, di kelas mahasiswa yang 15 orang, pernah mengajar di kelas yang 90 orang dalam bentuk workshop, pernah 1500, 3000, pernah 4.500 yang paling banyak itu 6000an, beda psikologisnya. Kegiatan ini di Balikpapan, sebanyak 6500 peserta yang terdiri atas guru, mereka duduknya di lantai, datangnya dari jam 7 dan saya diberikan waktu bicara nanti sekitar pukul 11, psikologisnya beda. Bagaimana membuat mereka fokus, waktunya juga singkat, jadi yaa tidak perlu mengajar macam-macam yang diperlukan hanyalah membuat mereka senang (*happy*) (Gunawan, 2022b).

Beberapa komunikan yang pernah mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Adi W Gunawan dapat dianalisis penyampaianya. Seperti yang disampaikan oleh Fredrikus seorang wiraswasta dan hipnoterapis dari Nusa Tenggara Timur (NTT), menyampaikan bahwa:

Saya mengenal Pak Adi dari tahun 2005 dari buku-buku dan workshop beliau, saya pernah ikut kegiatan *Quantum Life Transformation (QLT)*, *Scientific EEG & Clinical Hypnotherapy (SECH)*, *Workshop The Heart Technique (THT)*, *Rewriting The Code Of Reality (RCR)*, dari tahun 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, saya merasakan transformasi diri yang luar biasa. Cara komunikasi Pak Adi Humoris, berkelas, tidak membosankan dan selalu membuat kangen, sangat profesional. Beliau sangat ahli dalam *public speaking* sehingga intonasi dalam membawa materi sangat variatif, jelas, menarik dan mudah dicerna, Sangat menarik dan berkelas, sangat teliti dalam diksi, profesional dan sangat berkelas (Fredrikus, n.d.).

Peneliti juga menganalisis dari hasil observasi yakni pada kegiatan Workshop *Rewriting the Code of Reality (RCR)* yang dilaksanakan di lembaga *Adi W Gunawan Institute of Mind Technology*. Kegiatan tersebut dihadiri oleh tiga puluh empat peserta dari berbagai kota yang ada di Indonesia, berlangsung selama dua hari yakni pada hari Sabtu dan Ahad, tanggal 19 sampai 20 November 2022, dimulai dari pukul 09.00 sampai 17.00.

Gambar 3.2

Peneliti Sebagai *Observant Participation* pada Kegiatan RCR

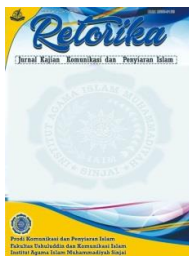


Gambar tersebut menunjukkan komunikasi kelompok Adi W Gunawan pada kegiatan RCR, kegiatan ini berlangsung dengan perjalanan waktu yang tidak terasa, bahkan setelah kegiatan ditutup beberapa peserta masih bertahan hingga malam, perputaran waktu yang tidak terasa merupakan karakteristik adanya nuansa hipnosis dalam workshop.

Berdasarkan penelitian, maka disimpulkan bahwa dalam komunikasi kelompok, Adi W Gunawan memperhatikan dan mempertimbangkan psikologis dari audiensnya, mengedepankan kebutuhan audiens dan berusaha menggunakan cara yang menghibur dan menyenangkan audiens tetapi tujuan komunikasinya tetap terjaga.

Komunikasi tidak langsung Adi W Gunawan dilakukan melalui buku yang sekarang berjumlah 32 judul buku, youtube melalui link <http://www.youtube.com/@AdiWGunawanOfficial>, facebook dengan nama akun Adi W Gunawan, Instagram dengan nama akun [adiwgunawan.id](https://www.instagram.com/adiwgunawan.id), website di link <http://www.adiwgunawan.com/> dan jika terdapat kegiatan online lewat zoom.

Terkait komunikasi lewat media, selain menganalisis media sosial dan websitenya, analisis juga dapat dilakukan dari pernyataan pengikutnya seperti yang



disampaikan oleh Aries Kencana seorang Agen Asuransi dari Jakarta yang menyatakan bahwa:

Saya sudah mengenal beliau sejak 2012 melalui buku-bukunya, saya tertarik mengikuti media sosialnya karena banyak mendapatkan inspirasi dan pelajaran. Belajar lebih dalam mengenai program pikiran, pesan-pesan beliau di media sosial selalu positif dan membangun. Saya mendapatkan informasi pelatihan beliau dari facebook dan Instagram, Saya mengikuti pelatihan beliau dari 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022. Pak Dr. Adi W. Gunawan menyampaikan materi sangat luar biasa dan bisa diterima dengan baik, kita dibuat fokus dan terbuai, sampai waktu terlewati dengan cepat (Aries Kencana, 2023).

Pernyataan tersebut menjelaskan komunikasi yang dilakukan oleh Adi W Gunawan lewat buku, media sosial, dan websitenya mampu menghipnosis pembaca dan atau pengikutnya. Pesan-pesan yang disampaikan lewat buku-buku yang ditulisnya dan pesan-pesan yang dikirimkan lewat media social telah menarik banyak pengikut, mereka membaca bukunya, kemudian mengikuti media sosialnya akhirnya tertarik untuk mengikuti pelatihannya secara langsung.

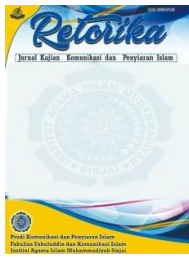
Peneliti juga menemukan bahwa komunikasi dalam aktivitas hipnosis Adi W Gunawan berbasis pada kebutuhan yakni difokuskan pada emosi dan pikiran komunikan. Emosi merupakan salah satu jembatan terjadinya hipnosis, orang yang merasa senang, bahagia dan gembira gampang untuk memasuki kondisi hipnosis. Renard Setyawan salah seorang wiraswasta dari Denpasar bahwa:

Saya mengenal Bapak Adi W Gunawan sejak 2008 dari teman dan mengikuti media sosial beliau karena Informatif, mendidik dengan spesifik pada ilmu pikiran dan hipnoterapi. Saya terkesan dengan penyampaian pesan (komunikasi) beliau di media sosial yang sangat santun, kalimatnya jelas dan luar biasa jelas. penyampaian materi beliau lugas dan tidak membuat boring. Beliau terkesan santai, jelas, semangat, percaya diri dan humoris serta membuat suasana nyaman (Setyawan, 2023).

Fredrikus seorang wiraswasta dan hipnoterapis dari Nusa Tenggara Timur juga menyampaikan kepada peneliti bahwa:

Saya mengenal Bapak Adi W Gunawan sejak 2005 dari Buku-buku dan Instagram, saya mengikuti media sosial beliau karena Apa yg disampaikan selalu hal yg baik, Saya terkesan dengan penyampaian pesan (komunikasi) beliau di media sosial yang sangat baik, sistematis, terstruktur dan mudah dipahami. Beliau humoris, berkelas, tidak membosankan dan selalu membuat kangen, penyampaian materi sangat sesuai (Gunawan, 2022b).

Pernyataan-pernyataan tersebut menggambarkan adanya proses dan terciptanya kondisi hipnosis pada aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Adi W Gunawan. Rasa



nyaman dan senang yang tercipta berdampak pada pikiran yang rileks sehingga komunikasi mudah dan fokus menerima pesan yang disampaikan.

Hipnosis selain bisa diciptakan dengan menyentuh emosi manusia, juga sangat erat dengan sugesti. Salah satu teknik pelaksanaan sugesti yaitu dengan melakukan repetisi atau pengulangan dalam hal penyampaian pesan. Hal ini juga merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi komunikasi hipnosis Adi W Gunawan.

Adi W Gunawan melakukan repetisi pada pesan-pesan yang disampaikannya. Salah satu bentuk repetisi yang dilakukan oleh Adi W Gunawan adalah pesan yang berisi informasi tentang workshop RCR (*Rewriting The Code of Reality*). Informasi tentang workshop tersebut dapat ditemukan di akun Facebook, Instagram, dan Youtubenanya.

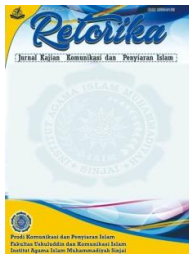
Teknik repetisi yang dilakukan oleh Adi W Gunawan juga dilengkapi dengan teknik imajinasi dengan adanya penerapan aspek verbal, vocal dan visual yang optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari pesan-pesan yang dikirim di media sosial dan websitenya yang menunjukkan pesan tertulis dengan diksi yang sesuai dan visual (gambar) yang menarik perhatian pembaca. Teknik komunikasinya tersebut telah berhasil merubah pola pikir, sikap, dan tindakan komunikasi.

4. Simpulan

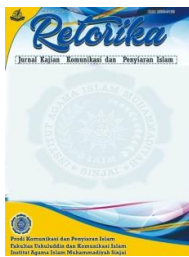
Komunikasi dalam aktivitas hipnosis Adi W Gunawan dilakukan dengan dua cara yaitu komunikasi langsung meliputi komunikasi antarpersonal, dan kelompok. Dia juga melakukan komunikasi tidak langsung melalui buku, website, dan akun-akun media sosialnya. Dalam berkomunikasi, dia berusaha mengoptimalkan penggunaan verbal, vocal dan visualnya dengan teknik repetitive dan imajinatif. Selain itu pada aktivitas komunikasi yang dilakukan juga disertai dengan rasa kepercayaan diri, otoritas penuh dan berbasis kebutuhan.

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia yang menjadi faktor pendukung utama kelancaran dan efektifnya setiap aktivitas kehidupan manusia. Hal ini yang menjadi pertimbangan manusia agar selalu memperbaiki kualitas komunikasinya.

Daftar Pustaka



- AS, E. (2021). *Komunikasi Konseling, Wawancara, Seni Mendengar Hingga Soal Kepribadian*. Penerbit Nuansa Cendikia.
- Borg, J. (2019). *Buku Pintar Memahami Bahasa Tubuh*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Devi Fitriani, Abd.Rasyid Masri, dan K. T. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Mandala Ria di Kabupaten Bulukumba. *Washiyah, 1*, 83-100.
- Effendi, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fadilah, M. (2018). Ekplanasi Ilmiah Metode Hipnotis Terhadap Otak Manusia. *Jurnal Filsafat Indonesia, Vol 1*, 6-15.
- Faridah. (2019). Komunikasi Dalam Interaksi Sosial (Analisis Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam). *Retorika, Volume 1*.
- Fitria Angeliqa, M. P. S. (2020). Memilih Figur Publik Berkesadaran Gender: Studi Jaringan Penggunaan Tokoh Selebriti Untuk Tema 'Setara' Pada Akun Instagram KEMENPPPA, Interaksi. *Ilmu Komunikasi, Vol. 9*.
- Fitria, D. D. P. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi, Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies. *Journal Educational Research and Social Studies, 2*, 29-37.
- Gunawan, A. W. (n.d.). *Hypnosis; The Art of Subconciuous*.
- Gunawan, A. W. (2009). *Quantum Life Transformation*,. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, A. W. (2022a). *profil Adi W Gunawan*.
- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik Komunikator yang Efektif dalam Komunikasi Antar Pribadi, *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan. Komunikasi Dan Kehumasan, 4*.
- Indonesia, departemen republik. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*.
- Khaerunnisa, F. M. dan. (2020). Problematika Dakwah di Tengah Propaganda Agama di Media Sosial (Perspektif Komunikasi Politik Islam),. *Jurnalisa, 06*, 31-44.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana.
- Muh Ikhwan, Arifuddin Tike, K. T. (202 C.E.). Komunikasi Efektif Antarpemeluk Agama di Balangbuki, Desa Tonasa, Kec. Tombolo Pao, Kab. Gowa. *Mercusuar, 2*, 143-152.
- Muhammad Ansar Akil. (2021). *Konsep Dasar Etika Media*,.
- Muliaty Amin, Nurhidayat Muh. Said, Y. K. (n.d.). Analisis Wacana Teun A. Van Dijk



- Terhadap Pesan Dakwah Ustadz Firanda Andirja Abidin. *Mercusuar*, 2020, 1-8.
- Murniarti, E. (2019). *Komunikator, Pesan, Pedia/Saluran, Komunikan, Efek/Hasil, dan Umpan Balik*. Repository.Uki.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Kencana.
- Punjul S. Nugraha, dan I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri, Interaksi. *Ilmu Komunikasi, Vol. 11*.
- Qaharuddin Tahir, Sattu Alang, Nurhidayat Muhammad Said, A. H. (2020). Dynamics Of Da'wah Communication In The Minority Of Toraja Muslim. *JICSA*, 09, 211-251.
- Rahayu, L. K. (2023). *Dosen dan Hipnoterapis AWGI*. Wawancara.
- Rahmawati, D. T. (2018). Efektivitas Hipnosis pada Penatalaksanaan Cemas dan Nyeri Persalinan (Studi Literatur). *Of Midwifery*, 6.
- Ririn Anantasari1, N. W. D. R. & G. (2012). Hipnosis dalam Mengurangi Rasa Cemas dan Nyeri Antenatal, Hypnosis to Reduce Antenatal Anxiety and Pain. *Keperawatan, Volume 3*.
- Riza, J. G. (2020). *Komunikasi soal Covid-19 Dinilai Bermasalah, Masyarakat Gagal Paham*.
- Setengah, O. D. (2016). *Hypnosis GO*. Bintang Wahyu.
- Tatang. (2016). *Dinamika Komunikasi*. Pustaka Setia.
- Tike, A. (2012). *Etika Komunikasi: Suatu Kajian Kritis Berdasarkan Al-Quran*.
- Ulum, A. R. S. (2019). *Seni Komunikasi Ala Rasul; Cara Cerdas Menjadi Komunikator Andal dan Ulung dengan Metode Ala Sang Nabi*. Mueeza.
- Wulur, M. B. (2018). Aplikasi Hipnosis (Tinjauan Komunikasi Dakwah). *Jurnal Al-Bayan*, 24, 271 – 285.
- Zikri Fachrul Nurhadi, dan A. W. K. (2017). Kajian tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi,. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian, Volume. 3*, 90-95.