

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA DA'I DAN
MAD'U DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH**



OLEH:

**Rudi Hanafi, M. Sos.
Dwi Desi Uryatul Jannah, M.Sos
Jami'atus Sholeha, M.Sos.
Fachri Nur Hidayah.
Rani Isnaini**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
(LP2M)
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUL A'MAL LAMPUNG
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

- A. Judul Program : *Strategi Komunikasi Persuasif antara Da'i dan Mad'u dalam Menyampaikan Pesan Dakwah*
- B. Jenis program : Penelitian
- C. Sifat kegiatan : Terprogram
- D. Identitas :
pelaksana
1. Ketua
Nama : **Rudi Hanafi, M. Sos / Ketua**
NIDN : 21041090003
Pangkat/ golongan : Tenaga Pengajar
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
 2. Anggota 1
Nama : **Dwi Desi Uryatul Jannah, M.Sos**
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
 3. Anggota 2
Nama : **Jami'atus Sholeha, M.Sos.**
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
 4. Anggota 3
Nama : **Fachri Nur Hidayah.**
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
 5. Anggota 4
Nama : **Rani Isnaini.**
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
- E. Biaya yang diperlukan : Rp.10. 000.000 (Sepuluh juta rupiah)
- F. Lama kegiatan : 1 bulan



Mengetahui
Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian
Kepada Masyarakat

Imroatul Muhawaroh, M. Pd
NIDN : 2109058901

PERNYATAAN KEASLIAN DAN KEORISINILAN

Dengan ini saya sebagai ketua peneliti:

Nama : **Rudi Hanafi, M. Sos / Ketua**
NIDN : 21041090003

Menyatakan bahwa penelitian ini adalah orisinal yang belum diteliti sebelumnya dan naskah penelitian ini secara keseluruhan adalah asli penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.



Metro, 21 Mei 2022
Saya yang menyatakan,

Rudi Hanafi, M. Sos
NIDN. 21041090003

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadapan Allah swt., yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penelitian kolektif dosen dan mahasiswa tentang ***Strategi Komunikasi Persuasif antara Da'i dan Mad'u dalam Menyampaikan Pesan Dakwah*** ini berjalan lancar.

pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berpartisipasi dan men-support selama penelitian ini dilaksanakan. secara khusus peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

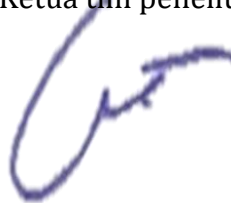
1. Kementerian Agama Republik Indonesia
2. Kopertais wilayah XV Lampung
3. Dekan Fakultas Dakwah (FD) IAI Darul A'mal Lampung
4. Kepala Pusat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat IAI Darul A'mal Lampung.
5. Semua pihak yang terlibat aktif dalam proses penelitian ini.

Semoga semua dukungan dan kontribusi mereka bermanfaat bagi umat dan mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah swt. kami berharap, kedepan kerja sama dan kontribusi serta dorongan tersebut semakin meningkat, sehingga akan meningkatkan kualitas dan kuantitas penelitian di lingkungan Masyarakat IAI Darul A'mal Lampung..

Semoga penelitian ini dapat menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi pembangunan iklim akademik yang kondusif di Masyarakat IAI Darul A'mal Lampung.. lebih dari itu, penelitian ini kiranya menjadi kontribusi positif bagi terciptanya sumber daya manusia yang mumpuni untuk membangun bangsa dan agama.

Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif guna perbaikan dan penyempurnaan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

Metro, 21 Mei 2022
Ketua tim peneliti,



Rudi Hanafi, M. Sos
NIDN. 21041090003

ABSTRAK

Dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang sifatnya mempengaruhi komunikan, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator melalui aspek-aspek psikologis. Selanjutnya berhasil tidaknya komunikasi tergantung dari bagaimana komunikator mempengaruhi komunikannya, proses komunikasi yang terjadi di dalam majelis taklim Griyalimantab khususnya yang menyangkut komunikasi antara Da'i dan Mad'u merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Akan tetapi tidak semua jama'ah memahami pesan dakwah yang disampaikan da'i karena faktor tertentu, sehingga Da'i selaku komunikator harus bisa melakukan persuasif kepada komunikannya agar terjadi sebuah interaksi yang baik dalam memberikan pemahaman pesan dakwah di majelis taklim Griyalimantab. Adapun rumusan masalah penelitian yang akan penulis bahas adalah: Bagaimana proses komunikasi persuasif Da'i dalam mengupayakan pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al-Hidayah dan apa efek komunikasi persuasif yang di rasakan mad'u dalam perubahan sikap, prilaku di Majelis Taklim Griyalimantab? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Komunikasi Persuasif yang dilakukan Antara Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman Pesan Dakwah di Majelis Ta'lim Griyalimantab Kelurahan Purwosari Metro Utara Kota Metro. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (Field Research) yang bertempat di Majelis Taklim Griyalimantab Kelurahan Purwosari Metro Utara Kota Metro, penelitian ini bersifat deskriptif. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 83 orang dengan klasifikasi Da'i berjumlah 3 orang, dan jama'ah Majelis Taklim Griyalimantab berjumlah 80 orang. Sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 13 orang terdiri dari 3 orang Da'i, 8 orang jama'ah, dan 2 orang pengurus majelis taklim. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi, maka tahapan selanjutnya adalah data yang telah diperoleh kemudian di analisis, menggunakan analisa kualitatif dan selanjutnya disimpulkan secara induktif. Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwasanya komunikasi persuasif yang dilakukan da'i dalam memberikan pemahaman pesan dakwah pada mad'u di Majelis Taklim Griyalimantab telah dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yang Pertama Da'i melakukan pendekatan dengan jama'ah mejelis taklim untuk menjalin keakraban. Yang kedua Da'i menggunakan metode-metode seperti metode Assosiasi, Integrasi, Pay-off and Fear-arousing, dan Iching untuk menarik perhatian jama'ah majelis taklim. Kemudian yang ketiga Da'i memberikan kesempatan kepada jama'ah untuk bertanya melalui sesi diskusi dan tanya jawab pada akhir acara. Yang ke empat Da'i juga tidak hanya melakukan komunikasi secara berkelompok saja tetapi juga dilakukan secara personal diluar majelis taklim. Dan terakhir adalah adanya perubahan atau efek dari jama'ah (Mad'u) majelis taklim mulai dari bertambahnya wawasan tentang ilmu agama, bertambahnya rasa percaya diri, hingga meningkat nya kualitas ibadah. Jadi dapat disimpulkan bahwa Komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman Pesan Dakwah di Majelis Taklim

Griyalimantab Kota Metro dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan yang dapat menimbulkan aspek afektif hingga berpengaruh pada aspek behavioral mad'u atau jama'ah majelis taklim, seperti meningkat nya kualitas ibadah mulai dari shalat, baca quran dan fiqh.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Da'i, Mad'u, Pesan Dakwah.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	v
Daftar Isi	vi
A. Pendahuluan	152
B. Tinjauan Pustaka	155
C. Metode Penelitian.....	156
D. Hasil Penelitian	161
E. Penutup	198
Daftar Pustaka	

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang dalam kesehariannya di tuntut untuk melakukan interaksi, karena setiap manusia tidak bisa lepas dari komunikasi, baik itu komunikasi verbal maupun nonverbal. Seseorang berkomunikasi bertujuan untuk pembentukan makna, adanya saling pengertian hingga menimbulkan efek seperti yang terjadi pada perubahan sikap dan tingkah laku seseorang.

Komunikasi adalah suatu bentuk interaksi yang mendasar dan penting, Dalam proses komunikasi keberhasilan seorang komunikator adalah ketika dia menjadi orang lain secara tepat sebagaimana yang dibutuhkan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan tertentu. Disinilah seorang komunikator kemudian harus bisa bermain peran, menjadi aktor.

Dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Selanjutnya berhasil tidaknya komunikasi tergantung dari bagaimana komunikator mempengaruhi komunikannya, sehingga bisa bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan prilaku komunikan.

Aktivitas dakwah adalah kegiatan komunikasi yang menimbulkan interaksi sosial. Dakwah akan semakin komunikatif jika para da'i memahami gejala-gejala sosial, tingkah laku manusia dalam sosiokulturnya. Dakwah merupakan kegiatan komunikasi, karena para da'i merupakan komunikator yang menyampaikan pesan (massage) dalam bentuk ajaran-ajaran islam kepada mad'u yang menjadi komunikan agar mau menerima, memahami dan akhirnya melaksanakannya.

Kegiatan dakwah selalu berorientasi agar mad'u menerima dan melaksanakan seruan islam. Tetapi kenyataannya tidak semua bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan memberikan hasil yang memuaskan, sehingga model komunikasi harus cukup efektif. Akan tetapi kegiatan dakwah seorang da'i bukan hanya sekedar untuk mejadi komunikator saja, tetapi juga sebagai pendorong (motivator) dan contoh teladan dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Firman Allah dalam al-quran surat An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۙ ١٢٥

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl: 125)

Ayat di atas menjelaskan bahwa ada tiga macam metodologi dakwah yaitu bil hikmah, mujadalah (pengajaran yang baik) dan berdebat dengan baik. Dimana ketiga metode ini yang sejalan dengan psikologi dakwah. Sementara itu, dakwah bil hikmah sendiri merupakan dakwah dengan menggunakan pengetahuan (yang mencerdaskan), dengan cara-cara yang mendekatkan mad'u kepada pengertian dan pemahaman agama yang mendalam, berdakwah dengan cara-cara yang memungkinkan penerimaan terhadap pesan dakwah dengan sempurna dan berdakwah dengan cara yang persuasif dan lemah lembut. Komunikasi persuasif dilakukan agar pesan dakwah dapat diterima oleh para mad'u sehingga dapat membentuk perubahan sikap masyarakat ke arah yang lebih baik lagi sebagai proses membentuk masyarakat yang Islami.

Komunikasi atau dakwah persuasif harus dilakukan oleh orang-orang yang memang memiliki pengetahuan dan keahlian. Dakwah harus tetap dilakukan sekalipun dihadapkan dengan orang yang kemungkinannya sangat kecil untuk berubah, sebab pesan dalam dakwah bukan sekedar data informasi melainkan nilai-nilai keyakinan, ibadah, dan moral (akhlak) yang menuntut pengalamannya dalam sepanjang rentang kehidupan individu di tengah masyarakat. Hal ini dapat dijumpai pada Majelis Ta'lim di Masjid Al-Hidayah dimana para dai menggunakan metode komunikasi persuasif sebagai metode dalam menanamkan pemahaman Islam.

Majlis Ta'lim di Masjid Al-Hidayah Purwosari, Metro Utara, Kota Metro merupakan sebuah kelompok pengajian yang memiliki anggota dengan latar yang berbeda baik dari segi pendidikan maupun pekerja'an. tentu itu bukan sebuah alasan untuk jadi penghalang dalam kegiatan berdakwah menyebarkan ajaran kebaikan di jalan Allah. Kegiatan untuk menggali atau menambah wawasan ilmu agama dari seorang ustad atau da'i dilakukan sebagai bentuk pembinaan bagi masyarakat muslim. Pengajian tersebut sebagai wadah nonformal masyarakat untuk melakukan aktivitas atau untuk mempelajari dasar-dasar agama.

Proses komunikasi yang terjadi di dalam majelis khususnya yang menyangkut komunikasi antara Da'i dan Mad'u merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Akan tetapi tidak semua jama'ah majelis taklim memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i karena faktor tertentu baik dari segi pendidikan maupun usia dari jama'ah yang berbeda, menuntut Da'i selaku komunikator harus bisa melakukan persuasif kepada komunikannya agar terjadi sebuah interaksi yang baik antara Da'i dan Mad'u di Majelis Ta'lim dalam memahami setiap pesan dakwah yang telah diberikan.

Dengan demikian komunikasi persuasif tentu sangat berperan dalam kegiatan dakwah maka esensi dakwah terletak pada ajakan, dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi keuntungan pribadinya sendiri, bukan untuk kepentingan orang lain.

Melihat latar belakang tersebut semangat dan kemauan antara Dai dan Jama'ah dalam mensyiarkan agama Islam sangat tinggi, maka penulis tertarik meneliti tentang bagaimana Komunikasi Persuasif Da'i dan Mad'u Dalam Pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al-Ikhlas Purwosari Metro Utara Kota Metro

1. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan Da'i dalam mengupayakan pemahaman pesan dakwah pada mad'u di Majelis Ta'lim Griyalimantab?
- b. Apa efek komunikasi persuasif yang di rasakan mad'u dalam perubahan sikap, prilaku di Majelis Taklim Griyalimantab?

2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Persuasif yang dilakukan Antara Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman Pesan Dakwah di Majelis Ta'lim Griyalimantab Kelurahan Purwosari Metro Utara Kota Metro

b. Manfaat Penelitian

1) Manfaat teoritis

Untuk menambah wawasan mengenai proses komunikasi yang terjadi berdasarkan tataran komunikasi kelompok dimana sikap tersebut berasal dari ke efektifan yang terjadi dalam proses komunikasi.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menumbuhkan pemahaman tentang dakwah keislaman serta bisa bermanfaat sebagai referensi secara akademik untuk Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi khususnya jurusan KPI yang berkonsentrasi pada ilmu komunikasi dan dakwah.

B. Kajian Pustaka

Untuk menghindari tindakan plagiarisme maka peneliti melakukan penelusuran terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman pesan dakwah, Adapun penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Ahmad Halim Hakim tahun 2014 mahasiswa Universitas Negeri Surakarta yang berjudul "Komunikasi Persuasif Perawat dalam Membangun Konsep Diri Positif Lansia". Penelitian pada skripsi ini termasuk kedalam penelitian lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara. Adapun persamaan dan perbedaan yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti bagaimana komunikasi persuasif di lapangan, bedanya penelitian pada skripsi ini dilakukan langsung oleh perawat untuk membangun konsep positif lansia sedangkan penelitian yang penulis lakukan untuk mencari tahu bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan da'i dalam pemahaman pesan dakwah di majelis taklim.
2. Nurhalima tambunan tahun (2013) mahasiswi pascasarjana IAIN Sumatra Utara Medan. Tesis yang berjudul Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Dalam Meningkatkan Akidah Islam Di Kabupaten Karo Sumatra Utara. Jenis penelitian pada Tesis ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi langsung dilapangan. Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah termasuk penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang penulis lakukan termasuk kedalam penelitian lapangan atau field research.
3. Septian Hadi Rahmawan 2014 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten. Skripsi yang berjudul Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kesadaran Pajak Pedagang Dipasar Rongas Bitung (survei pada program sosialisasi pp no.46 tahun 2013 terhadap pedagang di rongasbitung). Penelitian ini termasuk kedalam penelitian pustaka. Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang komunikasi persuasif, sedangkan perbedaannya adalah penulis menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner dan wawancara.

Dari beberapa hasil penelusuran dan penelitian yang telah penulis lakukan, sebagaimana telah penulis uraikan diatas maka penulis berkesimpulan bahwa penelitian ini termasuk berbeda dengan peneliti yang lain, meskipun ada beberapa kesamaan dalam penggunaan metode pengumpulan datanya.

C. Metode Penelitian

Secara etimologis penelitian dalam bahasa Inggris yaitu *research* yang berasal dari dua kata yaitu *re* dan *search*. *Re* berarti kembali atau berulang dan *search* berarti mencari, menjelajahi, atau menemukan makna. Dengan demikian metode penelitian atau riset berarti mencari, menjelajahi atau menemukan makna kembali secara berulang ulang.

Metode ini adalah metode yang paling tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode yang sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas. Metode ini sekaligus sesuai dengan penulisan karya ilmiah dan mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sesuai dengan jenis dan sifat penelitian ini.¹

Agar suatu penelitian mendapatkan hasil yang maksimal, perlu ditentukan metode-metode tertentu dalam melaksanakan penelitian. Ada beberapa hal yang perlu dikemukakan dalam metode penelitian, antara lain:

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dalam kancah kehidupan masyarakat yang sebenarnya.²

Dalam melakukan pendekatan penelitian penulis melakukan hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti agar bisa menganalisis bagaimana komunikasi persuasif *da'ir* dan *mad'u* dalam pemahaman pesan dakwah di Majelis Ta'lim Al-Hidayah yang berlokasi di Kelurahan Way Dadi Kecamatan Metro Utara Kota Metro.

b. Sifat Penelitian

Menurut Koendjaningrat penelitian yang bersifat deskriptif adalah "Menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala-gejala kelompok tertentu untuk menetapkan adanya hubungan tertentu sesuai gejala di suatu daerah lain di masyarakat".³

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data-data yang sesuai dengan apa adanya atau fakta yang sebenarnya untuk mendapatkan kejelasan tentang apa yang menjadi masalah dalam penelitian. Oleh karena itu, dalam penulisan ini memerlukan metode penelitian yang tepat dan efektif, guna memperoleh hasil yang dapat dipercaya kebenarannya. Yang penulis gagas hanya ditujukan untuk

¹ Cholid narbuko dan abu Ahmadi, metode penelitian, (Jakarta: bumi aksara, 1997), h.1

² Safari Imam Ashari, Suatu Petunjuk Praktis Metodologi Penelitian, (Surabaya: Usaha Nasional, 1983), h.22

³ Koendjaningrat, Metode Penelitian Masyarakat, (Jakarta: Gramedia, 1985), Hal.32

melukiskan, memaparkan atau melaporkan kenyataan-kenyataan yang lebih berfokus pada masalah komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah di majelis ta'lim.

2. Sumber Data

Jenis dan penelitian sumber data yang digunakan dalam penelitian ini memakai objek yang sesuai dengan subjek penelitian. Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam hal ini penulis memperoleh data langsung dari Majelis Ta'lim Al-hidayah Kelurahan Purwosari Kecamatan Metro Utara Kota Metro, dengan cara wawancara langsung dengan Da'i dan Mad'u (anggota) Majelis Ta'lim Al-hidayah.

b. Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang kita butuhkan atau sebagai data pelengkap.⁴ Dalam hal ini penulis mengambil dari buku, artikel, tabloid, jurnal internet serta sumber-sumber lain yang berkenaan dengan penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unit sample secara fisik keseluruhan hasil pengungkapan (data) yang dibatasi secara ketat oleh kriteria tertentu.⁵ Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah da'i 3 orang dan jama'ah anggota majlis ta'lim Al-hidayah yang aktif mengikuti pengajian dan tinggal di kelurahan Purwosari sebanyak 80 orang. Jadi jumlah keseluruhan populasi di Majelis ta'lim ini memiliki anggota sebanyak 83 orang.⁶

b. Sampel

Sample adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti.⁷ Maka dapat dipahami bahwa sample adalah wakil yang di pilih untuk mewakili populasi. Dengan demikian maka peneliti akan menentukan jumlah sampel dan keseluruhan dengan menggunakan teknik non random sampling, jadi dalam sampling ini tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama untuk dijadikan sample.⁸ Dengan jumlah populasi 80 orang, peneliti tidak mungkin mengambil

⁴ Moh. Nazir, Metode Penelitian, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2005), h.23

⁵ Kartini Kartono, Pengantar Research Sosial, (Bandung: Mandar Maju, 1990), h.32

⁶ Wawancara langsung pra-survei: dengan Ibu Kenti selaku ketua majlis ta'lim, 20 oktober 2017

⁷ Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Bandung: Rineka Cipta, 1998), h.117

⁸ Sutrisno Hadi, Metode Research, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2004), h.80

seluruhnya untuk dijadikan objek penelitian karena tidak semua populasi mengetahui dengan jelas masalah yang diteliti.

Peneliti hanya mencari tahu yang diteliti dan di perkirakan banyak mengetahui masalah penelitian dengan menggunakan nonrandom sampling. Kemudian jenis sample yang penulis gunakan yaitu purposive sampling. Dalam purposive sampling “pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat- sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.”⁹

Berdasarkan pendapat diatas, kriteria atau ciri-ciri untuk menjadi sample adalah:

Kriteria Sampel untuk Da’i atau ustad:

- 1) Sudah aktif mengisi di majlis ta’lim kurang lebih selama 3 tahun
- 2) Memiliki riwayat Pendidikan minimal Aliyah
- 3) Bisa berkomunikasi baik dengan anggota majlis ta’lim

Sedangkan Kriteria Sampel untuk Mad’u atau Jama’ah:

- 1) Anggota Majelis Ta’lim Al-hidayah yang aktif selama 5 tahun terahir dan mampu memberikan penjelasan dengan baik.
- 2) Usia 35-65 tahun

Berdasarkan kriteria diatas maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 13 orang. Dengan rincian ustad berjumlah 3 orang, jama’ah sebanyak 8 orang dan 2 orang dari pengurus majelis taklim.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam pengambilan data di lapangan penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Interview (wawancara)

Interview atau wawancara merupakan tanya jawab secara lisan dengan dua orang atau lebih yang bertatap muka atau berhadapan langsung, kemudian melihat dan mendengarkan dengan telinga masing masing.¹⁰ Oleh karena itu kualitas hasil wawancara ditentukan oleh pewawancara, responden, pertanyaan dan situasi wawancara.

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis interview bebas terpimpin yaitu pewawancara secara bebas bertanya apa saja dan harus menjadi acuan pertanyaan lengkap dan terperinci agar data-data yang di peroleh sesuai dengan harapan.

b. Observasi

⁹ Ibid, h.52

¹⁰ Suharsimi arikunto, Op. cit, h.192

Adalah metode pengamatan dan pencatatan dengan sistemik fenomena yang diselidiki. Pengamatan langsung ini akan memperoleh data yang objektif dan akurat sebagai bukti atau fakta penelitian yang cukup kuat. Adapun maksud dari metode ini penulis akan meneliti dai' dan mad'u di majlis ta'lim al ikhlas untuk mendapatkan data sistematis terhadap masalah yang ada.

Dalam hal ini penulis menggunakan observasi pasif partisipatif jadi dalam hal ini peneliti datang ketempat kegiatan orang yang di amati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. metode ini digunakan penulis guna mengumpulkan data-data yang diperlukan baik data tentang kondisi, sarana dan prasarana serta fasilitas yang berkaitan dengan penelitian. Dengan observasi penulis akan berupaya mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh majlis ta'lim al ikhlas yang berkaitan dengan komunikasi persuasif da'I dan mad'u dalam pemahaman pesan dakwah disetiap kegiatan dakwah.

c. Metode Dokumentasi

Untuk melengkapi data yang diperoleh dengan menggunakan metode interview penulis juga menggunakan yang berbentuk tulisan. Informasi yang berbentuk dokumen sangat relevan karena tipe informasi ini bisa menggunakan berbagai bentuk dan dijadikan sumber data yang eksplisit. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa catatan, transkrip, data-data, buku surat atau bukti suatu peristiwa untuk mempermudah dalam mengecek kebenaran sehingga penelitian menjadi valid adanya.

Metode dokumentasi digunakan sebagai metode pendukung dalam penelitian, sedangkan data yang hendak penulis peroleh menggunakan metode ini adalah data-data yang berkenaan dengan data monografis, geografis, dan demografis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

5. Metode Analisa Data

Setelah data terkumpul dengan baik dilapangan maupun pustaka maka proses selanjutnya menganalisa data sesuai dengan permasalahannya. Metode Analisa data dapat dibedakan menjadi dua yaitu kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data berbentuk data, kalimat, skema, dan gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif diangkakan.¹¹18

Dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹²

¹¹ Sugiono, Metode Penelitian Administrasi, (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 64

¹² Moloeng Lexy J, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdyakarya, 2005), h.248

Dari analisa yang telah ditentukan kemudian ditarik suatu kesimpulan dengan menggunakan metode induktif yaitu penyimpulan suatu hal yang bersifat khusus (perorangan) menuju hal-hal yang bersifat umum.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Persuasif berasal dari bahasa latin, persuasion yang berarti induce (memerankan), conviction (meyakinkan), belief (kepercayaan).¹³ Persuasif merupakan komunikasi dimana pesan-pesan yang dikirimkan diharapkan mampu merubah sikap, kepercayaan dan perilaku pehak penerima. Simon mendefinisikan persuasive sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah kepercayaan, nilai ataupun sikap mereka.¹⁴ Sedangkan Yosep Illardo mengartikan komunikasi persuasif hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah kepercayaan sikap dan perilaku melalui aspek-aspek psikologis.¹⁵

Akibat yang ditimbulkan dari kegiatan komunikasi persuasif adalah sebuah nilai kesadaran, kerelaan disertai dengan rasa senang. Sedangkan kegiatan coersi adalah perubahan sikap, pendapat, atau perilaku dengan perasaan terpaksa karena diancam, yang menimbulkan perasaan tidak senang.¹⁶ Dengan demikian komunikasi persuasive mampu memberikan dampak positif yang lebih tinggi, baik itu dari sifat kognitif, afektif, maupun behavior. Oleh karena itu komunikasi persuasive lebih mengena kepada komunikan, karena para komunikan senang dan sukarela menerima pesan dakwah dari komunikator.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diutarakan, maka dapat dipahami bahwa komunikasi persuasive adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah kepercayaan, sikap dan perilaku dengan mempengaruhi aspek-aspek psikologis komunikan. Jalaludin rahmat mengatakan.

“Ketika perubahan perilaku, yaitu efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang di ketahui, dipahami atau di persepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan kepercayaan, atau informasi efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi sikap, serta nilai. Efek behavioral, yaitu yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan berperilaku”.¹⁷

Dalam kerangka dakwah komunikasi persuasif adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan mengajarkan ajaran

¹³ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Rosdyakarya, 2010), h. 15

¹⁴ *Ibid*, h. 16

¹⁵ M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009), h. 36

¹⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdy Karya, 2010), h. 125

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 455

Islam.¹⁸ Sedangkan komunikasi persuasif pada prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya yaitu bertujuan mempengaruhi sikap, bahkan perilaku komunikannya.¹⁹

b. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasif

Seorang komunikator dalam mempengaruhi komunikan dapat ditentukan dengan penanaman prinsip-prinsip komunikasi persuasif demi keberhasilan berkomunikasi. Menurut DeVito, komunikasi persuasif akan berhasil bila mempertimbangkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yaitu pemaparan yang selektif (*selective exposure principle*), partisipasi audiens (*the audience participation principle*), suntikan (*inoculation principle*), perubahan yang besar (*the magnitude change principle*). Adapun prinsip-prinsip komunikasi persuasif tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

1) Pemaparan yang selektif (*selective exposure principle*)

Prinsip ini menekankan pada aktivitas komunikan (penerima pesan) yang secara aktif mencari informasi yang dapat mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka. Komunikator perlu mempertimbangkan prinsip ini, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh komunikan.

2) Partisipasi audiens (*the audience participation principle*)

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa komunikasi bukan sekedar proses transmisi pesan, melainkan juga transaksional. Semakin besar dan sering audiens berpartisipasi dalam komunikasi, semakin besar pula kemungkinan persuasi terjadi.

3) Suntikan (*inoculation principle*)

Prinsip ini berasumsi bahwa audiens telah memiliki keyakinan tertentu yang kuat sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya komunikator menghargai keyakinan yang dipegang oleh audiens tidak menolak atau membantah keyakinan atau kepercayaan mereka, namun menggunakan strategi memberikan antibody, yaitu argumentasi rasional dan pembuktian atas kesalahan keyakinan yang dianut audiens.

4) Perubahan yang besar (*the magnitude change principle*)

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa perubahan akan lebih mudah dilakukan pada tahap yang paling kecil. Semakin besar perubahan yang diharapkan semakin besar argumentasi dan bukti yang harus dipaparkan oleh komunikator.²⁰

¹⁸ Wahyu Ilahi, *Loc. Cit*, h.125

¹⁹ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep Dan Pendekatan* (Bandung: Refika Offset, 2007), h.211

²⁰ *Ibid*, h. 212-213

Berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang telah disebutkan secara detail, dapat dipahami bahwa seorang komunikator harus memilih prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan tertanam dalam diri komunikan.

c. Teori-Teori Komunikasi Persuasif

Berikut ini beberapa teori komunikasi persuasif yang ditulis oleh Pawit M. Yusup dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Informasi, Komunikasi Dan Kepustakaan*.

1) Social judgment theory

Teori ini dikembangkan pertama kali M. Sherif and Hovland pada tahun 1961. Teori ini didasarkan atas peta kognitif kita sendiri terhadap pesan tersebut. Seseorang menerima atau menolak suatu pernyataan atau pesan tertentu, bergantung pada egonya sendiri. Ketika orang menerima pesan baik verbal maupun nonverbal mereka akan segera menjudge (memperkirakan atau menilai) dimana pesan harus ditempatkan dalam bagian otak dengan cara membandingkan dengan pesan-pesan yang diterima selama ini. Teori ini juga menjelaskan tentang bagaimana seorang individu menilai pesan-pesan yang mereka terima. Ia juga mampu memprediksi bahwa seseorang menerima atau menolak terhadap pesan yang masuk.²¹

2) Inoculation theory

Teori ini pertama kali diperkenalkan pertama kali oleh William McGuire tahun 1961. Teori ini digunakan untuk menjelaskan sifat kekebalan atau ketahanan yang lebih besar terhadap diri seseorang. Atau jika dalam konteks ini adalah proses suplai informasi kepada penerima dilakukan komunikasi terjadi, dengan harapan agar informasi yang dikirim mampu membuat penerima lebih resistant. Dalam sifat penyajiannya suatu pesan dianggap penting kedudukannya, hal ini bermaksud agar pesan-pesan yang telah disampaikan di terima oleh audiens dengan benar sesuai dengan harapan penyajinya.²²

3) Balance theory

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Frits Heider dan Thendore Newcomb tahun 1946. Teori ini menjelaskan ketika tekanan diantara orang-orang meningkat, mereka akan berusaha untuk mengurangi tekanan melalui persuasi diri atau mencoba membujuk (mempersuasi) orang lain. Teori keseimbangan ini juga termasuk kedalam kategori humanistic, meskipun dalam situasi tertentu bisa bersifat objektif dan deterministik.

²¹ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2009), h. 109

²² *Ibid*, h. 110

Secara eptimologis teori ini memiliki kebenaran yang multi, bahwa manusia mencoba mengurangi tekanan dengan cara mempersuasi diri dengan orang lain. Sedangkan secara ontologis teori ini mewakili kebebasan kemauan, orang bisa bebas memilih apakah suka atau tidak terhadap sesuatu yang diterimanya. Dan secara aksiologis teori ini memiliki muatan nilai (value – laden), proposisi teoritisnya bersifat teoritis dan bias.²³

4) Rangk's model

Teori ini di kembangkan oleh Hugh Rank pada tahun 1976. Teori ini menegaskan bahwa persuaders menggunakan dua strategi utama untuk mencapai tujuannya. Dua strategi ini secara baik disusun dalam dua skema yaitu intensify (pemerkuat) dan downplay (pengurangan). Teori ini menegaskan bahwa kita melakukan penjelasan secara persuasi dengan cara menonjolkan kelebihan dan mengurangi kekuatan pesan pesan yang datang nya dari luar dengan cara menonjolkan kekurangan kekurangan dan kelemahannya.²⁴

5) Source credibility theory

Teori ini dikembangkan oleh hovland, Janis dan Kelly pada tahun 1953. Disini dijelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah untuk dibujuk (dipersuasi) jika sumber sumber persuasinya memiliki kredibilitas yang cukup. Biasanya kita akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan pesan yang disampaikan oleh orang orang yang memiliki kredibilitas dibidangnya. Berdasarkan teori kredibilitas dapat diketahui bahwa dalam melakukan persuasi kepada seseorang maupun kelompok maka kridebilias komunikator harus dipertimbangkan.²⁵

d. Metode-Metode Komunikasi Persuasif

Dalam melaksanakan komunikasi persuasif, komunikator sebaiknya mempersiapkan segala hal secara matang dan baik. Seperti metode dan teori yang mendukung pelaksanaan komunikasi persuasif tersebut. Berikut beberapa teori yang bisa dikembangkan menjadi beberapa metode dalam komunikasi persuasif.

- 1) Metode asosiasi, adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada asuatu peristiwa yang actual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa.
- 2) Metode integrasi, kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu atau mengandung arti kebersamaan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal.

²³ Ibid, h. 111

²⁴ Ibid, h. 112

²⁵ Ibid, h. 114

- 3) Metode pay-off, dan fear-arousing, adalah kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaan atau memberi harapan.
- 4) Metode icing, yaitu menjadikan indah sesuatu sehingga menarik siapa yang menerimanya.²⁶

e. Proses Komunikasi Persuasif

Proses komunikasi dapat terjadi apabila sumber (komunikator), bermaksud menyampaikan gagasan (informasi, saran, permintaan dan seterusnya) yang ingin disampaikan kepada penerima dengan maksud tertentu. Untuk itu dia menterjemahkan gagasan tersebut menjadi simbol simbol (proses encoding) yang selanjutnya disebut pesan (message).²⁷ Persuasi adalah suatu Teknik komunikasi. Jadi proses komunikasi persuasi adalah proses komunikasi yang ditujukan untuk menyesuaikan suatu pihak yang menjadi sasaran komunikasi. sedangkan yang menjadi komponen komponen proses komunikasi adalah:

- 1) Source/sumber Yang dimaksud dengan source atau sumber adalah sumber komunikasi atau yang disebut dengan komunikator (orang yang mengirim pesan), yang dapat berupa persona, lembaga, atau suatu organisasi.
- 2) Message/pesan Yaitu segala sesuatu yang dikirim oleh sumber melalui berbagai kode berupa ide atau gagasan yang telah dirumuskan melalui bentuk komunikasi tertentu.
- 3) Channel/saluran Yaitu yang membawa pesan-pesan dan mungkin mempunyai gangguan yang terbawa. Berupa alat atau benda yang telah diatur atau ditata menurut susunan atau tatanan tertentu, sehingga ia bukan saja menjadi sekedar saluran tetapi juga menunjang efektifnya komunikasi.
- 4) Receiver/penerima Yaitu siapa saja sasaran yang menerima pesan yang mencoba membebaskan saluran dan menambahkan interpretasi pribadinya. komunikasi atau biasa disebut dengan komunikan.

Proses komunikasi diatas juga bisa dilihat pada bagan berikut ini: Feedback

Jadi dalam proses komunikasi persuasi semua ini harus dapat disiapkan secara matang. Semua komponen itu harus diarahkan kepada upaya dalam mensukseskan komunikasi. Sebab jika salah satu komponen itu terabaikan maka proses komunikasi akan terganggu atau bahkan gagal.

f. Tahap-Tahap Komunikasi Persuasif

Adapun dalam tahapan komunikasi persuasif ada beberapa formasi yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan komunikasi persuasif yang terdiri dari attention

²⁶ Wahyu illahi, Op. Cit, h.126

²⁷ Edi Harapan & Syarwani Ahmad, Komunikasi Antarpribadi: Prilaku Insani Dalam Organi Pendidikan, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), h.16

(perhatian), inters (minat), desire (hasrat), decision (keputusan), dan action (kegiatan).²⁸ Hal ini tentu perlu dilaksanakan secara sistematis jika ingin komunikasinya berhasil, Raymond S. Ross dalam buku Jalaludin Rahmat yang berjudul retorika modern dan pendekatan praktis menganjurkan system penyusunan pesan seperti berikut ini:

- 1) Perhatian: timbulkan perhatian sehingga khalayak memiliki perasaan yang sama tentang masalah yang dihadapi.
- 2) Kebutuhan: kebangkitan dan terangkan perlunya masalah tersebut diatas dengan menghubungkannya pada kebutuhan pribadi dan daya Tarik motif.
- 3) Rencana: jelaskan pemecahan masalah tersebut dengan melihat pengamalan masalah, pengetahuan dan kepribadian khalayak.
- 4) Keberatan: kemukakan keberatan keberatan, kontra argumentasi atau pemecahan lainnya.
- 5) Penegasan Kembali: bila arah tindakan yang diusulkan telah terbukti dengan baik, tegaskan kembali pesan tersebut dengan ikhtisar, tinjauan singkat, kata- kata singkat dan visualisasi.
- 6) Tindakan: tunjukan secara jelas tindakan yang harus mereka lakukan.²⁹

Komunikasi persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian mad'u. upaya ini dilakukan tidak hanya kata-kata yang merangsang, tetapi juga dengan penampilan ketika menghadapi khalayak. Wilbur segram mengemukakan.

“Persuasif menghendaki efek yang baik, maka dalam pendekatannya apa yang disebut dengan – procedure atau proses attention to action, yang artinya tindakan- tindakan persuasive akan dapat menghasilkan hasil yang memuaskan jika komunikator berusaha membangkitkan perhatian (attention) komunikasi terlebih dahulu dengan usaha-usaha komunikator. Jika perhatian komunikator telah berhasil didapatkan, maka komunikator baru dapat berusaha menggerakkan komunikasi untuk berbuat (Action) sesuai dengan harapan komunikator”.³⁰

Bisa kita simpulkan atau pahami bahwasanya tahapan-tahapan komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis atau terencana. Hal ini dimulai dari perhatian hingga tindakan, agar komunikasi persuasif yang disampaikan sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

g. Efek Komunikasi Persuasif

Adapun beberapa efek komunikasi persusaif seperti berikut:

- 1) Efek kognitif

²⁸ Jalaludin Rahmat, Retorika Modern: Pendekatan Praktis (Bandung: Remaja Rosdyakarya, 2008), h. 37

²⁹ Ibid, h. 38

³⁰ Wahyu Ilaihi, Op. Cit, h. 129

Ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya sebagai bentuk Efek kognitif. Pemahaman tersebut didahului kegiatan berpikir tentang pesan dakwah.³¹ Greenwald menegaskan bahwa perubahan sikap perubahan sikap adalah fungsi berfikir. Respons-respons kognitif adalah pikiran yang dimiliki individu sebagai reaksi terhadap sebuah pesan persuasive.³²

Efek kognitif dapat tercapai apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan komunikan.

2) Efek afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjang nya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.³³

Dalam komunikasi persuasive, efek afektif dapat diketahui melalui sikap yang diberikan komunikan terhadap pesan yang disampaikan kepada komunikator.

3) Efek behavioral

Pada dasarnya efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari efek ini muncul setelah melalui efek kognitif, afektif. Jika dakwah telah dapat aspek behavioral yaitu telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran ajaran islam sesuai dengan pesan dakwah, maka dakwah dapat dikatakan berhasil dengan baik, dan inilah tujuan akhir dakwah.³⁴

Keberhasilan efek behavioral ini dapat diketahui ketika tindakan yang dilakukan komunikan sesuai dengan pesan yang disampaikan komunikator.

h. Hambatan Komunikasi Persuasif

Dalam berinteraksi atau berkomunikasi seseorang tentu menginginkan hasil yang efektif agar apa yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan dilaksanakan oleh komunikan. Namun jika dalam komunikasinya tersebut belum mampu diterima oleh komunikan, maka komunikasi tersebut dinyatakan belum

³¹ Moh. Ali aziz, Op. Cit, h. 457

³² Charles R. Berger, Michael E. Rallof, David R. Raskos-Ewoldsen, Handbook Ilmu Komunikasi (Bandung: Nusa media, 2014), h.292

³³ Ibid, h.293

³⁴ Moh. Ali Aziz, Op. Cit, h.458

berhasil. Dengan kata lain dalam proses komunikasi yang dilakukan mengalami hambatan-hambatan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Djen amar berikut ini bahwasanya faktor-faktor penghambat dalam berkomunikasi, dapat mengganggu dan merugikan komunikator maupun komunikan dalam penyampaian pesan yaitu:

- 1) Faktor motivasi, Motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan mendorong orang atau kelompok itu untuk berbuat atau bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi seseorang atau suatu kelompok akan mendapatkan kesulitan.
- 2) Factor prasangka atau prejudice. Bila seseorang dihindangi perasaan dan prasangka dan bersikap curiga terhadap orang lain sehingga terjadi penilaian yang tidak obyektif. Ini akan mempersulit komunikasi untuk mencapai hasil yang diinginkannya.
- 3) Factor semantic. Adanya kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antara komunikator dan komunikan akan mengkaburkan makna komunikasi itu sendiri, dan menimbulkan salah pengertian.
- 4) Factor suara gaduh-riuh. Suara gaduh ini dapat dibuat secara sengaja. Kegaduhan yang disengaja ada seseorang sedang berbicara ada orang lain rebut dengan tujuan mengganggu proses komunikasi. Kegaduhan yang tidak disengaja yaitu adanya gangguan yang terjadi secara tiba-tiba dari suatu kondisi atau benda lain jatuh dengan sendirinya.³⁵

2. Da'i

a. Pengertian da'i

Kata dai berasal dari bahasa arab yang berarti orang yang mengajak. Dalam istilah komunikasi disebut dengan komunikator.³⁶ Dalam pengertian khusus (pengertian islam), dai adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku kearah kondisi yang lebih baik atau menurut syariat al-quran dan as-sunah.³⁷

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa dai adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u untuk mengajak kepada kondisi yang lebih baik sesuai dengan syariat islam.

b. Tugas dan fungsi da'i

Adalah merealisasikan ajaran-ajaran al-quran dan as-sunah ditengah masyarakat sehingga al-quran, dan as-sunah dijadikan pedoman hidup dan

³⁵ M. Nasor, Op. Cit, h. 15

³⁶ Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta: Amzah, 2013), h.68

³⁷ Ibid, h.69

hidupnya. Kehidupan da'i dalam masyarakat luas mempunyai fungsi yang cukup menentukan.

- 1) Meluruskan akidah
- 2) Memotivasi umat untuk beribadah dengan baik dan benar.
- 3) Menegakan amar ma'ruf nahi munkar.³⁸

Disamping fungsi diatas, seorang da'I dalam penyampaian komunikasi persuasive kepada mad'unya mempunyai tujuan sebagai berikut:

- 1) Menguatkan dang mengkokohkan keimanan
- 2) Memberikan harapan
- 3) Menumbuhkan semangat untuk beramal
- 4) Menghilangkan sifat-sifat keraguan.³⁹

Tujuan tujuan diatas diharapkan menjadi sebuah motivasi dalam melaksanakan ajaran-ajaran agama.

c. Kriteria Da'i

Untuk menjadi seorang da'I yang baik tentu ada beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh seorang da'I jika dakwahnya ingin berhasil antara lain sebagai berikut:

- 1) Seorang da'i hendaknya memahami kondisi orang-orang yang didakwahi. Karena objek dakwah itu bermacam-macam keadaannya. Di antara mereka ada yang memiliki ilmu sehingga da'i membutuhkan kekuatan ilmu dalam debat dan diskusi. Di antara mereka ada yang tidak berilmu. Di antara mereka ada yang keras kepala, dan ada pula yang tidak keras kepala. Intinya keadaan mereka berbeda-beda, bahkan penerapan hukumnya juga akan berbeda karena perbedaan kondisinya.
- 2) Dai harus memiki wawasan yang luas, baik yang terkait dengan ajaran Islam itu sendiri yang memang menjadi tema utama dalam dakwah yang dilakukan maupun wawasan kekinian dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bisa menjadi penunjang dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah
- 3) Seorang da'i juga harus mempunyai kemampuan atau keterampilan (skill) dakwah sehingga bila ia berdakwah dengan cara berkhotbah atau berceramah, khotbah dan ceramahnya itu menarik, enak di dengar dan jamaah antusias untuk mendengarkannya, karena memang mudah dipahami.

³⁸ M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 259

³⁹ *Ibid*, h.260

- 4) Hendaknya seorang da'i memiliki akhlak yang baik dalam perkataan, perbuatan, dan penampilan yang baik. Maksudnya penampilan yang baik adalah penampilan yang layak untuk seorang da'i. Juga perbuatannya dan perkataannya layak untuk seorang da'i. Yaitu hendaknya ia berhati-hati dan tenang dalam berkata dan berbuat, memiliki pandangan yang mendalam. Sehingga ia tidak mengesankan bahwa agama itu sulit, selama masih bisa untuk dihindari kesan tersebut. Dan hendaknya ia tidak mengambil sikap yang keras selama masih bisa berlemah lembut.
- 5) Seorang da'i haruslah memiliki sifat sabar dalam berdakwah, jangan sampai ia berhenti atau jenuh, namun ia harus tetap terus berdakwah di jalan Allah dengan segenap kemampuannya. Karena seseorang telah dihindari kejenuhan maka ia akan letih dan meninggalkan (dakwah). Akan tetapi, apabila ia menetapi kesabaran diatas dakwahnya, maka ia akan meraih pahala sebagai orang-orang yang sabar disatu sisi, dan disisi lain ia akan mendapatkan kesudahan yang baik.

d. Karakteristik da'i

1) Kredibilitas

Latar belakang Pendidikan kepercayaan nilai, etika dan praduga, ke semuanya mempengaruhi cara berkomunikasi satu sama lain.⁴⁰ sukses atau tidaknya suatu kegiatan dakwah banyak ditentukan oleh da'i maka dibutuhkan seorang da'i yang mampu mempengaruhi sikap anggota masyarakat (komunikasikan). Komunikator dalam hal ini disebut sebagai da'i harus memiliki sifat/atau karakteristik sendiri seperti kredibilitas. Maka kredibilitas da'i harus diperhatikan agar mampu mempengaruhi komunikasikan untuk menerima dan melaksanakan pesan yang disampaikan.

2) Daya Tarik da'i

Daya Tarik merupakan salah satu kekuatan untuk menarik perhatian komunikasikan atau mad'u. Onong U. Effendi mengatakan.

“seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap dan tingkah laku melalui mekanisme daya Tarik jika komunikasikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan.⁴¹

Dalam pendapat lain dikemukakan pendapat menurut tan alexis ia mengungkapkan “dimensi daya Tarik diukur dengan kesamaan (similarity). Keakraban (familiarity) dan kesukaan (liking). Kesamaan disini dimaksudkan kesamaan demografi dan kesamaan ideologi yang berhubungan dengan usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, agama, ras, tempat tinggal, pandangan, pengetahuan, dan ide gagasan

⁴⁰ Patrick Forsyth, *Komunikasi Persuasive Yang Berhasil*, (Jakarta: Arcan, 1993), h.17

⁴¹ *Ibid*, h. 73

antara komunikator dengan komunikan. Lebih lanjut dikatakan bahwa keakraban adalah kedekatan, yaitu yang berhubungan dengan perasaan empati simpati, dan kedewasaan yang dimiliki oleh komunikator. Kesukaan antara lain frekuensi kehadiran, ketepatan waktu, keteladanan, dan kesopanan yang dimiliki oleh komunikator⁴².

Dari dua pengertian daya Tarik diatas, dapat dipahami bahwa komunikator yang memiliki daya Tarik tertentu yang cukup kuat akan membawa komunikan untuk melakukan identifikasi. Daya Tarik tersebut bisa dalam bentuk penampilan fisik, karakter yang ingin dicitrakan, metode pemaparan pesan, dan intonasi.⁴³ Identifikasi dapat terjadi bila komunikan menempatkan diri dalam suatu definisi yang memuaskan dirinya. Setiap komunikator memiliki daya Tarik khusus, terutama bagi da'i yang akan berdakwah.

e. Hubungan Da'i Dengan Mad'u

Dalam kegiatan dakwah selalu terjadi proses interaksi sosial, yaitu hubungan antara Da'i dan Mad'u. Interaksi sosial dalam proses dakwah ini ditujukan untuk mempengaruhi mad'u yang akan membawa perubahan sikap perilaku seperti mempererat tali perasaudaraan dengan silaturahmi dan meneladani kepribadian yang baik dari sang Da'i.

Dakwah merupakan suatu upaya untuk merealisasikan ajaran Islam ke dalam kehidupan manusia. Langkah pertama dalam sebuah dakwah yaitu hadirnya orang-orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh yang makruf dan mencegah yang munkar. Kelompok inilah yang disebut subjek dakwah (da'i). Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan baik secara individu, kelompok, atau berbentuk lembaga.

Selain itu unsur kedua terwujudnya suatu kegiatan dakwah yaitu adanya orang yang menjadi sasaran dakwah. kelompok atau orang inilah yang disebut dengan mad'u. Antara da'i dan mad'u terdapat hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya harus terlebih dahulu memahami kondisi dan karakter mad'u. Begitu pula seorang mad'u harus memandang seorang da'i dari segi kredibilitas yang dimiliki oleh seorang da'i.

Dalam ilmu kedokteran dikenal istilah psikosomatik (kejiwabadian). Dimaksudkan dengan istilah tersebut adalah untuk menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara jiwa dan badan. Jika jiwa berada dalam kondisi yang kurang normal seperti susah, cemas, gelisah dan sebagainya maka badan turut menderita.

⁴² M. Nasor Op. Cit, h.73

⁴³ Iswandi Syahputra, Op. Cit, h.215

Kesehatan mental adalah suatu kondisi batin yang senantiasa berada dalam keadaan tenang, aman, dan tentram. Upaya untuk menemukan ketenangan batin dapat dilakukan antara lain melalui penyesuaian diri secara risignasi (penyerahan diri sepenuhnya kepada Tuhan). Maka dari itu Da'i sangat berperan dalam upaya tersebut.

Secara fenomenal di era serba praktis dan ekonomis ini muncul realitas baru yang menjadi warna tersendiri dalam dunia dakwah, yaitu da'i ngetren, populer, dan memiliki penggemar layaknya seorang aktor dan aktris yang manggung di dunia selebritas. Hal itulah yang menjadi pendorong minat mad'u untuk mengikuti kegiatan dakwah. Semakin tinggi popularitas da'i akan akan semakin tinggi pula minat mad'u untuk mengikuti kegiatan tabligh.

Citra da'i yang dijadikan panutan adalah mereka yang memiliki ketokohan karena keulamaannya. Idealnya sikap seorang dai yang menjadi teladan itulah da'i yang memiliki kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian dan kepantasan. Namun Problematika yang sering muncul dalam pelaksanaan dakwah sekarang ini adanya mad'u yang memiliki tingkat pemahaman yang kurang terhadap karakteristik da'i yang harus dijadikan suri tauladan.

Kadar akal dapat dipahami sebagai tingkatan intelektual, bisa juga dipahami sebagai cara berpikir, cara merasa dan kecenderungan kejiwaan yang lainnya. Jika seorang da'i berdakwah setiap hari, tetapi masyarakat tidak faham, malah mereka jengkel kepadanya, mereka tidak membantu program-programnya, jurang pemisah kepada mereka semakin lebar, itu semua merupakan indikasi bahwa dakwah dari da'i tersebut tidak efektif.

f. Pesan Dakwah

1) Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.⁴⁴ Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.⁴⁵ Sedangkan astrid mengatakan pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan mempengaruhi komunikan ke arah yang di inginkan komunikator.⁴⁶

Sebuah pesan atau isyarat yang disampaikan oleh individu atau khalayak mempunyai tujuan untuk merubah sikap, pendapat dan perilaku individu atau khalayak. Seseorang da'i tentu harus memiliki strategi khusus agar materi dakwahnya dapat di terima dengan baik sehingga pesan yang disampaikan menyentuh hati khalayak atau masyarakat.

⁴⁴ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h.23

⁴⁵ Toto Tasmoro, Komunikasi Dakwah (Jakata: Gaya Media Pratama, 1997), h. 9

⁴⁶ Susanto Astrid, Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek (Bandung: Bina Cipta, 1997), h.7

Pengertian dakwah sendiri dibagi menjadi 2 bagian jika di tinjau dari segi bahasa (Etimologi) dan dakwah di tinjau dari segi istilah (Terminology): Arti dakwah jika ditinjau dari segi bahasa (Etymology) dakwah berasal dari bahasa arab (kata kerja) yaitu da'a, yad'u, artinya memanggil, mengajak, atau menyeru. Sedangkan arti dakwah jika di tinjau dari segi istilah (terminology) mempunyai arti bermacam- macam untuk lebih jelasnya akan disajikan pendapat para ahli ilmu dakwah.⁴⁷

- a) Wardi bachtiar mengatakan bahwa dakwah adalah “suatu proses atau upaya untuk mengubah sesuatu situasi yang lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran islam, atau proses mengajak manusia kejalan Allah SWT yaitu Al-Islam (alquran dan al-hadist)
- b) Rini Setiawati mengutip dari M. Nasrudin Latif mengatakan bahwa dakwah adalah “setiap usaha atau aktifitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis besar dan syariat serta akhlak islami garis-garis besar dan syariat serta akhlak islamiyah”⁴⁸.
- c) Menurut M Ali Aziz, dakwah berasal dari kata dakwatan, yang berarti mengajak.

Dalam pengertian yan lebih khusus dakwah berarti segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang bisa menghayati dan mengajarkan ajaran islam dalam lapangan kehidupan.

Dalam buku teori dan praktek juga dijelaskan bahwa dakwah islamiyah menyatakan setiap usaha efektifitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat mengajak, menyeru, dan memanggil orang lain supaya beriman dan menta'ati perintah allah SWT, dan menjauhi larangan nya sesuai dengan ajaran islam dengan garis-garis kaidah syariah serta ahlaq yang sesuai engan norma-norma islam.⁴⁹

Pengertian dakwah merupakan sebuah kegiatan, ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya, dakwah dapat dilakukan secara sadar dan berencana, tentunya dalam upaya mempengaruhi orang lain baik agar timbul kesadaran dalam dirinya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Dari definisi atau pengertian dakwah diatas walaupun sedikit berbeda, tetapi dakwah memiliki tiga unsur pokok yaitu:

- a) Dakwah adalah proses penyampaian ajaran islam kepada komunikan kepada komunikator

⁴⁷ Hamzah Ya'kub, Publisistik Islam (Bandung: Diponegoro, 1992), h.3

⁴⁸ Rini Setiawati, Ilmu Dakwah, (Bandar Lampung: Pusikamila, 2009), h. 3

⁴⁹ Moh. Ali Aziz, Op.Cit, h.5

- b) Penyampaian ajaran islam tersebut dapat berupa amar ma'ruf (ajakan kepada kebajikan) dan nahi munkar (mencegah kemaksiatan dan kemunkaran)
- c) Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran islam. Dakwah berfungsi mempengaruhi dan bisa mengajak manusia supaya mengikuti atau menjalankan ideology terhadap orang yang mengajak. Sedangkan pengajak atau da'i sudah barang tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya.⁵⁰

Hakikat pesan dakwah merupakan wujud hakiki (al-haqq) adalah al-islam dan syari'ah. Agama islam adalah agama yang menganut ajaran kitab Allah yakni Alquran dan Al-Hadist Rosullullah SAW. Karena keduanya merupakan sumber utama dari ajaran Islam. Oleh karena nya materi dakwah Islam tidaklah terlepas dari dua sumber tersebut, bahkan bila tidak bersandar dari keduanya seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia dan dilarang oleh syariat Islam. Al-quran dan as-sunah merupakan sumber pokok materi dakwah, sehingga jelaslah materi dakwah merupakan seluruh ajaran Islam secara Kaffah. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah yang terdapat dalam surat An-Nahl Ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۱۲۵

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan- nya dan dialah yang lebih mengetahui orang –orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl ayat 125).

2) Pengelompokan pesan dakwah

Pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang disampaikan oleh da'i (subjek dakwah) kepada Mad'u (objek dakwah), yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada di dalam kitabullah maupun sunah rasull-nya. Atau disebut dengan al-haqq (kebenaran yang hakiki) yaitu islam yang bersumber dari alqur'an, sebagaimana firman allah.

Materi (maddah) ini merupakan salah satu unsur dakwah, materi dakwah merupakan isi pesan yang di sampaikan oleh dai kepada mad'u dalam hal ini tentu jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.

Oleh karena itu membahas apa yang menjadi maddah dakwah adalah membahas ajaran islam itu sendiri, dan pada garis besar nya ajaran islam

⁵⁰ Jamaluddin Kafie, Psikologi Dakwah, (Surabaya: Percetakan Opset Indah, 1993), h. 35-36

yang dijadikan maddah dakwah menurut M Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah mengelompokan ilmu dakwah dalam tiga bagian yaitu:

a) Masalah Aqidah

Kata aqidah berasal dari bahasa arab Aqidah yang bentuk jama'nya adalah Aqa'idah dan berarti Belief (Kepercayaan dan keyakinan).

Berdasarkan pengertian secara etimologi diatas bisa disimpulkan bahwa Aqidah adalah keyakinan atau keimanan. Aqidah menurut istilah adalah mengikat hati seseorang pada sesuatu yang diyakini dan ikatan tersebut tidak boleh dilepaskan selama hidupnya. M Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah berpendapat bahwa Aqidah atau keimanan dapat di kelompokkan menjadi enam kelompok yaitu:

- Iman kepada Allah
- Iman kepada Malaikat Allah
- Iman kepada kitab-kitab Allah
- Iman kepada Rasul-Rasul Allah
- Iman kepada hari Akhir
- Iman kepada qadha dan qadar.⁵¹

Hal ini sesuai dengan Ayat Al-Qur'an salah satu nya adalah dalam Qs. Al- baqrah: 285 yaitu:

ءَامَنَ الرَّسُولُ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مِنْ رَبِّهِ وَالْمُؤْمِنُونَ كُلٌّ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ
وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِّن رُّسُلِهِ وَقَالُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا غُفْرَانَكَ
رَبَّنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ ٢٨٥

Artinya: “Rasul telah beriman kepada Al-Quran yang diturunkan kepadanya dari tuhanya, demikian pula orang-orang yang beriman. Semuanya beriman kepada allah, malaikat-malaikat Nya, kitab-kitab Nya, dan rasul-rasul Nya. (mereka mengatakan) : “kami tidak membedakan antara seseorang pun (dengan yang lain) dari rasul- rasul Nya”, dan mereka mengatakan “Kami dengar dan Kami taat.” (mereka berdoa): “Ampunilah Kami Ya Tuhan Kami dan Engkaulah tempat kembali.” (Qs. Al-baqrah: 285)

Materi pokok dakwah adalah aqidah islamiyah dan merupakan aspek yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia, maka dari itu yang kali pertama yang dijadikan materi dakwah islam adalah masalah aqidah atau keimanan. Aqidah yang menjadi materi utama itu memiliki ciri-ciri yang membedakannya dengan kepercayaan agama lainnya:

⁵¹ M. Munir, Wahyu ilahi, Op. Cit, h.24

- Sebuah Keterbukaan yang melalui persaksian (Syahadat). Maka dengan demikian seorang muslim harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain (non muslim).
- Sebuah pandangan yang sangat luas dapat memperkenalkan bahwa Allah SWT adalah tuhan seluruh alam semesta.
- Kekuatan atau ketahanan antara iman dan islam, antara lain Iman dan amal perbuatan.⁵²

b) Tentang Syari'ah

Secara bahasa kata Syari'ah berarti "jalan tempat nya keluar air untuk minuman". Dan kemudian bangsa arab menggunakan kata ini untuk konotasi jalan lurus. Syari'ah adalah ketentuan ketentuan yang telah ditetapkan Allah SWT, atau hasil-hasil pemahaman atas dasar ketentuan tersebut, untuk dijadikan pegangan oleh umat manusia baik dalam hubungan nya dengan tuhan, dengan manusia lain (Orang Islam dan Non muslim).

Secara garis besar syariah dapat di kelompokkan sebagai berikut:

- i. Ibadah (dalam arti khas) meliputi:
 - Thaharah
 - Shalat
 - Zakat
 - Puasa
 - Haji
- ii. Muamalah (dalam arti luas) meliputi:
 - Al-Qununul Khas (Hukum perdata)
 - Muamalah (hukum niaga)
 - Munakahat (hukum nikah)
- iii. Waratsat (hukum waris)
 - Al-Qununu'am (hukum publik)
 - Jinayah (hukum pidana)
 - Khalifah (hukum negara)
 - Jihad (hukum perang dan damai)⁵³

⁵² Ibid. h. 49

Sedangkan materi dakwah yang bersifat syariah sangat luas dan mengikat seluruh umat islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat muslim di berbagai penjuru dunia, materi syariah islam antara lain:

- Syariah ini bersifat universal, yang menjelaskan tentang hak-hak umat muslim dan non muslim, bahkan hak seluruh umat manusia.
- Dengan adanya materi syariah maka tatanan sistem dunia akan teratur dengan sempurna. Syariah islam juga mengembangkan hukum yang bersifat komprehensif yang meliputi kehidupan manusia. Kelengkapan ini mengalir melalui konsep islam tentang kehidupan manusia. Kelengkapan ini mengalir dari konsep islam tentang kehidupan manusia yang di ciptakan untuk memenuhi ketentuan ketentuan yang membentuk kehendak ilahi. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariah islam dapat menggambarkan atau menyalurkan informasi yang jelas dalam bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, Mubah (di perbolehkan), Mandub (di anjurkan), Makruh (di anjurkan supaya tidak dilakukan), dan Haram (dilarang).⁵⁴

c) Tentang Akhlaqul Karimah

Akhlaq secara etimologis berasal dari bahasa arab, akhlaq yang merupakan bentuk jama' dari "Khuluqun" yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau Tabi'at.⁵⁵ Ada beberapa pakar yang telah mendefinisikan tentang akhlaq antara lain:

Menurut muhamad ali aziz yang mengutip pendapat al-ghazali mengartikan akhlaq sebagai suatu sifat yang tetap pada seseorang yang mendorong untuk melakukan perbuatan yang mudah tanpa membutuhkan pemikiran.

Sedangkan menurut Asmuni sukir dalam bukunya dasar-dasar strategi dakwah menyatakan bahwa masalah akhlaq dalam aktifitas dakwah (sebagai materi dakwah). Merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan ke islamannya seseorang.

Akhlaq menurut ibnu maskawih dalam kitab "Tanjib Al Akhlaq" bahwa akhlaq diartikan sebagai teladan jiwa yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan tanpa memerlukan pikiran.⁵⁶

⁵³ Moh. Ali Aziz, Op. Cit., h. 60-61

⁵⁴ . Munir, Op. Cit., h.26-27

⁵⁵ Ibid

⁵⁶ Moh. Ali Aziz, Op. Cit., h.117-118

Materi akhlaq sangat luas sekali, bahkan tidak hanya bersifat lahiriah saja, akan tetapi materi akhlaq juga melibatkan bentuk pemikiran yang sangat mendalam. Secara garis besar nya materi akhlaq meliputi tiga hal, yaitu:

- 1) Akhlaq terhadap Allah SWT, akhlaq ini tidak bertolak pada pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah SWT.
- 2) Akhlaq terhadap manusia yang meliputi:
 - Diri sendiri
 - Tetangga
 - Masyarakat
- 3) Akhlaq terhadap lingkungan adalah:
 - Flora
 - Fauna⁵⁷

Mengenai tiga hal diatas sangatlah berkaitan dan sangat terikat antara satu sama lain, karena memang tidak bisa di pisahkan meski di bedakan. Materi dakwah yang disampaikan seorang da'i kepada mad'u secara garis besar meliputi masalah aqidah, syari'ah, dan akhlaq dengan merujuk pada sumber hukum Islam yaitu Al- Qur'an dan Hadits.

g. Sifat Pesan Dakwah

1) Dakwah persuasif

Dakwah persuasif adalah proses mempengaruhi mad'u dengan pendekatan psikologi, sehingga mad'u mengikuti ajaran da'i tetapi merasakan sedang melakukan sesuatu atas kehendak sendiri.⁵⁸ Efektifitas suatu kegiatan sangat berhubungan dengan bagaimana cara mengomunikasikan pesan dakwah itu persuasif atau tidak.

2) Peluang keberhasilan dakwah

Keberhasilan suatu dakwah bisa disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

- a) Pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i memang relevan dengan kebutuhan masyarakat dengan merupakan suatu keniscayaan yang tidak mungkin di tolak, dan mereka menerima dengan antusias.
- b) Faktor pesona da'i tersebut memiliki daya tarik personal yang menyebabkan masyarakat mudah menerima pesan dakwahnya, meskipun kualitas dakwahnya sederhana.

⁵⁷ Ibid., h. 95-96

⁵⁸ Akhmad Mubarak, Pengantar Zakia Daradjat Psikologi Dakwah, (Jakarta: Pustaka Firdaus 1991), h.161

- c) Kondisi psikologi masyarakat yang sedang haus siraman rohani dan mereka terlanjur memiliki persepsi positif kepada da'i, sebagai pesan dakwah yang sebenarnya kurang jelas, dan di tafsirkan sendiri oleh masyarakat dengan penafsiran yang jelas.
- d) Karena kemasan yang menarik masyarakat yang sebelumnya acuh terhadap agama, dan da'i telah melihat paket dakwah yang diberi kemasan lain, maka paket dakwah itu berhasil dan akhirnya mereka merespon secara positif.

h. Materi Dakwah Persuasif

Kata-kata tentu mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam mengubah perilaku manusia, dan suatu logika mempunyai peran yang sangat besar dalam pengambilan suatu keputusan, dan paduan suara kata-kata logika mempunyai daya panggil yang sangat berwibawa terhadap seseorang. Kata-kata juga dapat menimbulkan kebencian, iri hati, dengki, dan salah paham. Kekuatan kata-kata dalam kaitannya dengan dakwah persuasif, yakni kata-kata yang dapat menjadi stimuli yang merangsang respon psikologi mad'u terletak pada jenis-jenis kalimat sebagai berikut:

- 1) Karena keindahan bahasa seperti bait-bait syair atau puisi
 - a) Karena jelasnya informasi
 - b) Karena logika nya yang sangat kuat
 - c) Karena intonasi suara yang berwibawa dan tegas
 - d) Karena memberikan harapan/ optimisme masa depan (basyiran)
 - e) Karena memberikan peringatan yang mencekam (nadziran)
 - f) Karena ungkapan yang penuh ibarat.

i. Isi Pesan Dakwah

Pada garis besarnya isi pesan dakwah adalah seluruh ajaran islam secara kaffah tidak dipenggal atau sepotong-potong, yang telah tertuang dalam al-quran dan di jabarkan oleh nabi dalam Al-Hadits.⁵⁹ Dan pengembangan ajaran islam kemudian mencakup kultur islam yang murni yang bersumber dari pokok ajaran islam itu (Al-Quran dan Al-Hadits) seperti telah dijelaskan dalam surat An-Nisa:58 yaitu:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨﴾

Artinya: sesungguhnya allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum

⁵⁹ Jamaludin Kafie, Op. Cit., h.35

diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberikan pengajaran dengan sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (Q.S. An-Nisa ayat 58)

Isi pesan dakwah yang sedemikian luas dan lengkap tersebut menentukan pemilikan-pemilikan dan membuat prioritas-prioritas, dengan memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat yang ada dan menempuh bermacam-macam metode pendekatan substantial, situasional, kontekstual, selain itu juga pesan dakwah haruslah manusiawi yang diharapkan dapat membentuk pengalaman sehari-harinya menurut tatanan agama, maka materi dakwah pun harus meningkatkan kemampuan dan akomodasi manusia dalam kehidupannya. Maka dari itu dakwah tidak terlepas dari dua hal yaitu kemampuan penerima dakwah dan tingkat berfikirnya keperluan masyarakat. Materi dakwah harus bersifat fundamental, walaupun harus disampaikan dengan metode-metode yang bervariasi.

j. Hubungan Pesan Dakwah Dengan Da'i

Dalam proses kegiatan dakwah terdapat beberapa unsur agar kegiatan dakwah bisa berlangsung dengan baik. Adapun unsur-unsur tersebut antara lain: da'i, mad'u, materi, media dan tujuan.

1) Hubungan pesan dakwah dengan da'i

Al-Qur'an diturunkan kepada manusia dengan tujuan semua pertanyaan, perintah, larangan, janji dan ancaman yang ada di dalamnya mengandung pesan moral yang ditujukan kepada manusia agar mereka selalu beramar ma'ruf nahi munkar. Dan manusia di muka bumi ini diciptakan sebagai khalifatullah dan sebagai manusia secara umum dan muslim yang khususnya yang ibadullah yang ada di dalam al-qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Baqarah Ayat 30 yang berbunyi:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ۝ ۳۰

Artinya: Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa engkau hendak menjadikan Khalifah di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa dengan memuji engkau dan mensucikan engkau? "Tuhan berfirman: sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui". (Al-Baqarah Ayat 30)

Dari ayat di atas manusia dituntut untuk berfungsi sebagai penata, pengatur, dan pembangun agar memanfaatkan seluruh isi alam raya ini dengan sikap yang shaleh. Manusia juga harus senantiasa menjaga dan memperhatikan

tatanan alam secara fisik dan tata aturan sosial budaya yang sesuai dengan aturan islam dalam hal ini manusia umumnya dan umat islam khususnya mempunyai tanggung jawab moral untuk hadir di tengah-tengah kehidupan sosial masyarakat sebagai figur dihadapan manusia lainnya.

Hal ini ditegaskan oleh nabi muhammad SAW dalam sebuah hadits yang artinya: “Barang siapa diantara kalian melihat kemungkaran maka hendaklah ia mengubahnya (mencegah) dengan tangannya, apabila tidak mampu maka dengan lidahnya, apabila ia tidak kuasa maka dengan hatinya dan itulah kelemahan-lemahannya iman”.

Pada dasarnya tugas dari seorang da'i adalah untuk meneruskan tugas nabi muhammad SAW. Sebagai pewaris nabi, selain menyampaikan isi ajaran al-quran juga menyampaikan sunah rosul menurut kadar kemampuannya. Lebih tegas lagi seorang da'i adalah untuk merealisasikan ajaran al-quran dan as-sunah demi terwujudnya masyarakat baik yang di ridhoi Allah SWT, seorang da'i juga harus memiliki sifat-sifat islami dan berpegang teguh dengan cara yang benar dan baik dalam melaksanakan dakwahnya.

2) Hubungan pesan dakwah dengan mad'u

Mad'u atau objek dakwah adalah seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang di perintahkan menjalankan agama islam dan di beri kebebasan untuk berikhtiar. Kehendak dan tanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya, mulai dari individu, keluarga, kelompok, kaum massa, dan umat manusia seluruhnya.

Hubungan pesan dakwah dengan mad'u atau sasaran dakwah sendiri yang di harapkan oleh da'i mendapat feedback dari komunikan.

Allah berfirman dalam surat Ar-Rum ayat 47 yang berbunyi:

وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ رُسُلًا إِلَىٰ قَوْمِهِمْ فَجَاءَهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ فَأَنفَقْنَا مِنَ الَّذِينَ
أَجْرَمُوا وَكَانَ حَقًّا عَلَيْنَا نَصْرُ الْمُؤْمِنِينَ ٤٧

Artinya: Dan sesungguhnya kami telah mengutus kepada engkau rosul kepada kaum mereka. Mereka datang membawa keterangan dan penjelasan dimana kami menyiksa mereka yang berdosa. Dan kami berkewajiban membantu orang-orang yang mukmin. (Ar-Rum Ayat 47).

Dengan sangat jelas dinyatakan bahwa perbaikan sistem individu dan sosial kemasyarakatan merupakan tujuan inti dari di utusnya setiap rosul, sejak diturunkan Al-quran telah mengajak umatnya untuk merespon persoalan dimasyarakat, berdialog dan berkomunikasi dengan kebutuhan yang terjadi. Kitab utama dakwah adalah Al-quran yang diajarkan kepada manusia, dan manusia sebagai manusia di muka bumi ini sebagai abdillah harus mampu meniru menjalankan nilai-nilai dalam alquran dan as-sunah sesuai dengan batas kemampuan manusia dalam realitas dan

tanggung jawab nya. Dimana manusia harus mampu menciptakan suatu kondisi yang damai, sejahtera, dan pada taraf hidup kehidupan surgawi yang penuh rahmat dan ampunan ilahi.

3) Pesan dakwah dengan tujuan dakwah

Adapun tujuan dari program kegiatan dakwah dan penerangan agama adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengalaman ajaran agama yang dibawakan oleh juru dakwah atau penerang agama.⁶⁰

Menurut M. Ali aziz dalam bukunya ilmu dakwah tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosok kultural dalam rangka terwujudnya ajaran islama dalam semua aspek kehidupan. Ini menunjukkan bahwa tujuan dakwah utntuk mengubah sikap mental, prilaku atau tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar yang timbul dari kemauanya sendiri tanpa merasa terpaksa dari siapapun.⁶¹

Pesan dakwah dengan tujuan dakwah adalah sesuatu yang dimaksud oleh da'i dalam penyampaian pesan dakwah.

4) Pesan dakwah dengan feed back

Timbal balik dari mad'u atau sasaran dakwah dari seorang da'i menyampaikan pesan dakwah. Jadi setelah pesan dakwah disampaikan oleh da'i maka selanjutnya bagaimana tanggapan atau respon dari mad'u sendiri apakah menerima atau merubah sikap atau menolak atau mengabaikan. Tanggung jawab da'i akan menjadi berat ketika feed back dari mad'u menolak dan tetap mengabaikan. Jadi semua tergantung dengan isi pesan dakwah dan cara menyampaikan pesan dakwah tersebut.

3. Sejarah Berdirinya Majelis Ta'lim Al Hidayah

Pengajian adalah suatu wadah kegiatan kelompok dalam memperlajari dan mengamalkan ilmu agama yang bertujuan untuk pembinaan masyarakat muslim. Salah satu pengajian di majelis taklim yang masih menunjuk kan eksistensinya sebagai wadah untuk kegiatan umat Islam bagi masyarakat adalah pengajian rutin yang dilaksanakan di Majlis Ta'lim Al-Hidayah pada hari senin siang.

Majelis Ta'lim Al-Hidayah merupakan salah satu Majelis Ta'lim yang berada di Kelurahan Purwosari, Metro Utara Kota Metro yang bertepat di Jalan Pulau Seribu. Majelis Ta'lim yang di dirikan oleh Bapak Pundori dan Pak Ali selaku

⁶⁰ Tuleha, Hamzah., Pengantar Ilmu Dakwah, (Surabaya: Indah Offiset, 1993), h.58-59

⁶¹ Moh. Ali Aziz, Op.Cit. h.60

Sesepuh atau Kaum pada waktu itu bersama warga berinisiatif untuk mendirikan sebuah Majelis Ta'lim sekitar tahun 1980 silam yang kemudian diberi nama Al-Hidayah. Adapun nama tersebut di sesuaikan dengan nama masjid nya sendiri yakni Masjid Al-Hidayah.⁶²

Masjid Al-Hidayah sebelum dibangun dan di renovasi seperti saat ini merupakan sebuah mushola kecil yang berbentuk geribik dan digunakan untuk kegiatan mengaji oleh warga lingkungan sekitar. Kemudian karena dari waktu ke waktu semakin banyak minat warga untuk beribadah dan menambah wawasan tentang ilmu agama kemudian di kumpulkan lah dana oleh pengurus masjid dan warga, di bantu oleh beberapa dermawan untuk membangun atau mendirikan sebuah masjid. Dari sinilah cikal bakal kemudian dibentuknya Majelis Taklim Griyalimantab yang berawal dari dibangun nya masjid dan kemudian dibentuk sebuah kelompok Majelis Taklim yang bertujuan untuk belajar dan menambah wawasan tentang ilmu agama.⁶³

Majelis Ta'lim Al-Hidayah pada awal mula didirikannya terbagi menjadi dua kelompok pengajian yakni bapak-bapak dan ibu-ibu, tetapi dalam perkembangannya pengajian ibu-ibu lebih aktif dalam kegiatan dakwah. Majelis taklim yang di awal hanya memiliki anggota sekitar 15-25 orang saja, kemudian setiap dalam pertemuan dari waktu ke waktu jama'ah yang mengikuti pengajian semakin bertambah. Hingga sampai saat ini telah tercatat sekitar 80 orang ibu-ibu telah menjadi anggota di Majelis Taklim Griyalimantab.⁶⁴

a. Visi dan Misi Majelis Taklim Griyalimantab

Visi: Menciptakan lingkungan yang islami dan menjadikan masjid al-hidayah sebagai pusat ilmu, ibadah dan dakwah serta wadah untuk pembinaan seluruh jamaah berdasarkan Al-Qur'an dan Assunnah.

Misi: Agar anggota majelis taklim bisa memahami betul ajaran islam, serta mampu mengamalkannya di dalam lingkungan keluarga dan masyarakat sehari-hari.

Dari visi dan misi tersebut dapat di klarifikasi dengan pengurus majelis taklim bahwasanya untuk menciptakan lingkungan yang islami, para jamaah pengajian di majelis taklim harus selalu aktif dalam menambah wawasan tentang ilmu agama yang bisa diterapkan di kehidupan sehari-hari melalui kegiatan pengajian rutin seminggu sekali sebagai wadah nonformal jama'ah dalam menimba ilmu agama.

b. Kondisi Mad'u dan Dai Majelis Ta'lim Al-Hidayah

Semua umat islam harus mendasari keislamannya dengan pengetahuan agama (Islam) yang memadai minimal sebagai bekal untuk menjalankan fungsinya

⁶² Wawancara Ibu Sukenti (Ketua MT Al-Hidayah) Tgl: 13 November 2017

⁶³ Wawancara Ibu Sukenti (Ketua MT Al-Hidayah) Tgl: 13 November 2017

⁶⁴ Wawancara Ibu Hj. Rukmiasih Wakil Ketua MT. Al-Hidayah 13 November 2017

dimuka bumi ini, baik sebagai khalifatullah maupun maupun sebagai Abdullah (hamba allah). Sebagai khalifah allah, manusia harus memiliki pengetahuan dan ketrampilan mengenai masalah dunia, sehingga dapat mefungsikanya secara maksimal. Sedangkan hamba allah, kita sebagai manusia harus memiliki bekal ilmu agama untuk dapat mengabdikan dirinya kepada allah dengan benar.

Mad'u bisa juga dikatakan sebagai orang yang menjadi mitra dakwah atau bisa disebut juga sebagai sasaran dakwah baik secara individu maupun kelompok yang mempunyai kebutuhan dalam memenuhi hasrat dan keinginan nya masing-masing dalam menambah ilmu pengetahuan baik tentang keagamaan, sosial maupun budaya.

Mad'u dan Da'i di Majelis Ta'lim Al-Hidayah Purwosari, Kecamatan Metro Utara ini terbilang aktif dalam kegiatan dakwah, baik di Majelis Ta'lim maupun di kehidupan sehari-hari, hal ini bisa dilihat dengan adanya pengajian rutin setiap hari senin pukul 14:00-16:00 wib yang di ikuti oleh Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Griyalimantab, baik berupa pengajian, maupun yasinan. Banyak sekali manfaat positif setelah mengikuti pengajian di majelis taklim Sebagaimana keterangan Ibu Sutinah yang berusia 45 tahun Jama'ah Majelis Taklim Griyalimantab berdasarkan hasil wawancara berikut:

“Alhamdulillah yang tadinya saya pengetahuan tentang ilmu agama kurang, sekarang jadi lebih banyak tahu ilmu agama yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan lebih bisa ber istiqomah dalam beribadah”⁶⁵

Keterangan yang telah disampaikan oleh Ibu Sutinah tersebut menunjukkan bahwa manfaat atau efek positif yang dirasakan langsung oleh ibu sutinah membuat dirinya bisa semakin beristiqomah dalam menjalankan ibadah dan semakin bertambahnya wawasan mengenai ilmu agama yang bisa di terapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berbeda lagi menurut Ibu Nuryati jama'ah majelis taklim yang berusia 41 tahun sebagaimana keterangan berikut ini :

“Saya dan jama'ah yang lain sekarang lebih memiliki keberanian dan rasa percaya diri untuk bertanya dibandingkan sebelumnya”⁶⁶

Dari keterangan yang telah disampaikan oleh Ibu Nuryati, menunjukan bahwasanya kedekatan antara Mad'u dan Da'i terjalin dengan baik dan menjadikan jama'ah majelis taklim lebih memiliki percaya diri dan keberanian untuk bertanya dalam setiap pertemuan, dan hal ini tentu sangat membantu jama'ah dalam memahami setiap pesan dakwah yang telah disampaikan oleh da'i.

⁶⁵ Ibu Sutinah, Wawancara Jama'ah, 27 November 2017

⁶⁶ Ibu Nuryati, Wawancara Jama'ah, 27 November 2017

Sedangkan menurut Ibu Qomariah sebagaimana keterangan berikut:

“Perubahan yang saya rasakan alhamdulillah ibu-ibunya tambah rukun, silaturahmi nya makin bagus, yang tadinya sering ngomongin orang alhamdulillah sekarang sudah nggak”⁶⁷

Keterangan yang telah disampaikan oleh ibu Qomariah diatas menunjukkan bahwasanya apa yang telah disampaikan oleh Da’i mampu membuat orang yang melihat atau mendengar, berubah menjadi lebih baik lagi. Apabila orang tersebut memang benar benar mau berubah dan menerima dengan baik apa yang telah disampaikan oleh seorang dai. Hal ini juga tentu tidak lepas dari peranan Da’i yang selalu membimbing dan mengajak jama’ah untuk selalu meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT.

Sebagaimana keterangan yang telah disampaikan ibu Hj. Rukiyana yang juga merupakan salah satu pengurus di Majelis Taklim Griyalimantab bahwasanya Da’i-Da’i yang mengisi di Majelis Taklim Griyalimantab merupakan Da’i pilihan yang memang dipilih langsung oleh jama’ah seperti keterangan berikut:

“Ustad-ustad yang mengisi di majelis taklim Griyalimantab ini memang di pilih langsung oleh jamaah yang benar-benar matang ilmu agamanya agar bisa membimbing jama’ah dengan baik”⁶⁸

Keterangan diatas menunjukkan bahwasanya, majelis taklim Griyalimantab sangat memperhatikan benar, da’i yang benar-benar memiliki kompetensi, dan kriteria yang sesuai dengan apa yang di inginkan oleh jama’ah Majelis Taklim Griyalimantab untuk membimbing mereka. Dan saat ini jumlah anggota jama’ah pengajian ibu-ibu majelis taklim Griyalimantab pada tahun 2017 tercatat sebanyak kurang lebih 80 orang terdiri dari Ibu Rumah Tangga, Pedagang, dan PNS.

c. Aktivitas Dakwah Majelis Taklim Griyalimantab di Masjid

Aktivitas dakwah merupakan hal yang sangat penting bagi kaum muslimin karena tidak lepas dari unsur dakwah salah satunya adalah subjek dakwah yaitu da’i kalau bukan karena dakwah mana mungkin Islam bisa sampai kepada kita. Pengajian rutin majelis taklim yang biasa dilaksanakan pada Senin siang pukul 14:00-16:00 WIB di masjid al-hidayah.

Adapun Kegiatan atau aktivitas dakwah majelis taklim al hidayah di masjid antara lain sebagai berikut:

- 1) Pengajian rutin setiap senin pukul 14:00-16:00 wib yang di’isi oleh ustad Edi Siswoyo, ustad Samingan dan Ustad Asrori sebagai Da’i yang membimbing jama’ah di majelis taklim Griyalimantab.

⁶⁷ Ibu Qomariah, Wawancara Jama’ah, 27 November 2017

⁶⁸ Ibu Hj. Rukiyana, Wawancara Jama’ah, 27 November 2017

- 2) Pada setiap Peringatan hari besar islam mendatangkan ustad-ustad dari luar kota.
- 3) Belajar qur'an dan mengaji Bersama yang dilakukan sebelum acara pengajian dimulai.
- 4) Melakukan diskusi dan tanya jawab setelah acara pengajian.
- 5) Komunikasi antar pribadi baik dilakukan di dalam majelis taklim maupun diluar majelis taklim.⁶⁹

Aktivitas yang berupa pengajian agama dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab. Jadi aktivitas para jamaah yakni mendengarkan ustad menyampaikan materi ceramah dan kemudian mengadakan tanya jawab apabila ada hal-hal yang belum dimengerti oleh para jamaah. Selain itu majelis taklim Griyalimantab juga aktif di beberapa kegiatan sosial seperti penggalangan dana untuk membantu anak-anak yatim di panti asuhan yang di lakukan dengan cara iuran uang bulanan seikhlas nya dari anggota jamaah majelis taklim Griyalimantab, bukan hanya itu saja dana yang di kumpulkan juga di berikan untuk membantu anggota jamaah jika ada yang sedang sakit.

Aktivitas dakwah yang di lakukan oleh para anggota majelis taklim bukan hanya di masjid saja, tetapi mereka juga sering mendapatkan undangan untuk menghadiri pengajian dari kampung lain, pengajian akbar, dan peringatan-peringatan hari besar islam dilaksanakan oleh majelis taklim lain yang berada di Kota Metro.

d. Media dan Metode Penyampaian Pesan Dakwah di MT-Alhidayah

Majelis taklim Griyalimantab memang bukanlah Lembaga yang besar sebagaimana Lembaga-lembaga besar yang berada di lampung maupun di daerah lain. Namun sisi yang menurut penulis menarik untuk di teliti adalah semangat dan keinginan yang tinggi para Jamaah dan Da'i dalam mensyiarkan ilmu agama yang bisa di pelajari dan di amalkan oleh jamaah sebagai mad'u, untuk membangun masyarakat yang lebih islami di mulai dari ruang lingkup yang kecil dan nantinya akan menjadi titik serta langkah awal dalam memulai pembenahan. dari yang terkecil efeknya dan kemudian akan menjadi besar jika dilakukan secara berkesinambungan.

Seperti pada umumnya pengajian-pengajian di majelis taklim yang sering di adakan di beberapa tempat, Da'i di Majelis Taklim Griyalimantab menggunakan Media lisan dalam setiap penyampaian dakwah nya dengan membawakan materi tentang akhlak, ibadah dan syariah yang di sesuai kan dengan kondisi mad'u sebagai penerima pesan dakwah. Selain itu da'i juga menggunakan metode-metode seperti bercerita tentang ketauladanan nabi dan rosul, serta memotivasi, agar jamaah lebih mudah dalam menerima dan memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i.

⁶⁹ Wawancara Ibu Hj. Rukmiasih Wakil Ketua MT. Al-Hidayah

Adapun upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh beberapa Da'i di majelis taklim Griyalimantab dalam memberikan pemahaman pesan dakwah kepada mad'u berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan di lapangan pada tanggal 13 November 2017 yakni sebagai berikut:

Seperti pengajian pada umumnya di majelis taklim, Da'i duduk di depan berjajar dengan para petugas pengajian, dan posisi jamaah di buat melingkar mengikuti ruangan masjid yang di maksudkan agar terjalin keakraban antara Da'i dan Mad'u (jama'ah) majelis taklim. Dengan demikian Da'i dapat berinteraksi langsung dan nantinya tidak terjadi kecanggungan lagi antara Jama'ah dan Da'i.

Setelah pendekatan yang dilakukan cukup baik maka Da'i kemudian melakukan tahapan komunikasi persuasif selanjutnya dalam memberikan pemahaman pesan dakwah dengan menggunakan Bahasa-bahasa yang ringan mengingat jama'ah rata-rata sudah lansia jadi Da'i lebih memilih menggunakan Bahasa yang lembut, dan menyenangkan dalam penyampaiannya.

Selain itu da'i juga memberikan tema-tema yang berkaitan dengan Ibadah, fiqh, akhlak, tajwid dan lainnya sehingga bisa membuat jama'ah lebih mudah dalam memahami dan mengingat pesan dakwah yang telah disampaikan oleh Da'i dan bisa di praktekan langsung dalam kehidupan mereka.

Da'i Edi Siswoyo, menggunakan media lisan dalam menyampaikan pesan dakwah nya dengan Bahasa yang tegas dan memotivasi karena beliau juga merupakan pensiunan TNI yang menjadikan ciri khas dalam dakwahnya. Adapun upaya komunikasi persuasif yang beliau lakukan dalam memberikan pemahaman pesan dakwah di majelis taklim Griyalimantab adalah dengan cara bercerita atau mengilustrasikan kisah tauladan nabi dan rasul dalam dakwahnya agar bisa dicontoh dan bisa di ambil hikmah nya, Sebagaimana keterangan beliau:

“cara agar mad'u lebih mudah dalam memahami pesan dakwah yang kita sampaikan adalah dengan bercerita atau mengilustrasikan Maka dengan begitu secara tidak langsung pesan dakwah yang kita sampaikan itu akan mudah melekat pada ingatan jama'ah”⁷⁰

Hal utama yang dilakukan oleh para da'i untuk melakukan komunikasi persuasif dalam memberikan pemahaman pesan dakwah kepada mad'u adalah dengan cara menciptakan perhatian (attention). Yang pertama ustad Edi Siswoyo memilih menciptakan perhatian dengan cara berdakwah sambil bercerita. Adapun cara lain yang digunakan untuk menciptakan perhatian sewaktu penyampian materi dalam Memberikan pemahaman pesan dakwah kepada Mad'u adalah dengan menggunakan Bahasa yang ringan, dan

⁷⁰ Ust. Edi Siswoyo, Wawancara Da'i, 13 November 2017

berusaha akrab kepada jama'ah majelis taklim sebagaimana keterangan berikut:

“Saya berusaha meyakinkan jama'ah dengan cara membuat jama'ah merasa nyaman dan akrab. Supaya Jama'ah lebih mudah menerima dan memahami pesan dakwah yang disampaikan”⁷¹

Tidak jauh beda dengan yang telah disampaikan oleh Ustad Edi di atas, Ustad Asrori juga menggunakan media lisan dalam menyampaikan pesan dakwah nya dengan menggunakan pendekatan persuasif. Adapun upaya beliau dalam menciptakan perhatian adalah dengan cara membuat jamaah nya senang terlebih dahulu dengan mendo'akan yang baik-baik dan menyisipkan selingan humor saat ceramah, karena beliau tahu betul bagaimana cara agar jama'ah mudah memahami apa yang telah di sampaikan oleh da'i, seperti yang di katakan beliau berdasarkan hasil wawancara:

“Buat jamaah merasa senang dan nyaman dengan kita, baik itu dengan cara mendo'akan yang baik-baik maupun dengan cara menyispkan selingan humor saat ceramah. Kemudian jadikan diri kita contoh yang baik, transparan dan jangan ada kebohongan, Maka dengan begitu jama'ah akan lebih mudah menerima dan memahami pesan dakwah yang kita sampaikan”⁷²

Hal ini pun di juga di ungkapkan langsung oleh salah satu jama'ah Majelis Taklim Griyalimantab sebagaimana keterangan berikut:

“Ustad-ustad dalam setiap menyampaikan dakwahnya menggunakan metode metode yang menyenangkan dan memotivasi sehingga membuat jama'ah mejelis taklim tertarik untuk memahami pesan dakwah yang disampaikan Da'i”⁷³

Sedangkan Ust. Samingan Bahri menciptakan perhatian dengan cara membimbing dan mempraktekan langsung karena beliau merupakan Da'i spesialis untuk mengajar mengaji. Adapun cara untuk menciptakan perhatian adalah dengan cara menggunakan lagu-lagu seperti murottal, mujawwad, dan membaca bersama- sama dan di ikuti oleh jama'ah.⁷⁴

e. Interaksi Da'i Dengan Mad'u Dalam Penyampaian Pesan Dakwah di Majelis Taklim Alhidayah

Dalam kegiatan dakwah selalu terjadi proses interaksi sosial, yaitu hubungan antara Da'i dan Mad'u. Interaksi sosial dalam proses dakwah ini ditujukan untuk mempengaruhi mad'u yang akan membawa perubahan sikap prilaku

⁷¹ Ust. Edi Siswoyo, Wawancara Da'i, 13 November 2017

⁷² Ust. Prof. Dr. Asrori, M.A, Wawancara Da'i, 27 November 2017

⁷³ Ibu Sri Harini 67 Th Jama'ah Majelis Griyalimantab

⁷⁴ Ust Samingan Bahri, Wawancara Da'i, 20 November 2017

seperti mempererat tali perasaudaraan dengan silaturahmi dan meneladani kepribadian yang baik dari sang Da'i.

Dalam interaksi antara da'i dan mad'u, da'i bisa menyampaikan pesan pesan dakwah (materi dakwah) melalui alat atau sarana komunikasi yang ada. Komunikasi dalam dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik, tetapi tujuan utama dalam komunikasi ini adalah untuk mendorong mad'u bertindak melaksanakan-ajaran agama dengan terlebih dulu memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, dan membina hubungan baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ustad asrori bahwasanya dalam setiap pertemuan dilakukan komunikasi dengan mengikuti apa yang di inginkan jama'ah, baik itu dengan mengikuti request materi ataupun dengan cara memberikan motivasi kepada jama'ah agar jama'ah di majelis taklim bisa berubah kearah yang lebih baik lagi sebagaimana yang diharapkan da'i. Sebagaimana keterangan hasil wawancara berikut:

“Dalam penentuan materi dakwah yang disampaikan, terkadang ditentukan langsung oleh jama'ah. Adapun materi-materi yang pernah disarankan telah adalah tentang Ibadah, mu'amalah, tolakul ngilmi, keluarga, adab bertetangga. Selain itu juga saya memberikan motivasi kepada mereka agar mereka tetap bersemangat dalam menambah wawasan dan bisa menjadi lebih baik lagi⁷⁵

Dalam pelaksanaan kegiatan dakwah selalu terjadi proses interaksi, yaitu hubungan antara da'i dan mad'u sebagai komunikator dan komunikan. Informasi dalam proses dakwah ini di tujukan untuk mempengaruhi mad'u yang akan membawa perubahan sikap sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Melalui dorongan antar pribadi dan respon antar pribadi tersebut, maka lambat laun seseorang akan berubah.

Dasar-dasar interaksi sosial seperti yang dijelaskan di atas telah diterapkan oleh da'i dalam proses dakwah nya. Dimana da'i benar-benar mengerti kondisi sasaran dakwah baik dari segi umur, Pendidikan, geografis, dan lain lain agar tujuan dakwah bisa tercapai. Selain itu Berdakwah sebenarnya sama saja seperti guru, dakwah artinya menyampaikan pesan agama sedangkan guru adalah mentransferkan ilmu pengetahuan. Ada yang memberi dan ada yang menerima. jikalau pesan agama akan tersampaikan kepada banyak orang, sedangkan belajar ilmu pengetahuan kita mengajarkan dan lainnya bisa mencerna. Maka sebenarnya cara yang terbaik adalah harus lemah lembut, tidak boleh kasar, dan buatlah merkeka merasa nyaman dan senang.

Setelah acara inti atau tausyiah selesai maka acara dilanjutkan dengan tanya jawab pada sesi ini kemudian timbul keputusan dalam bentuk pertanyaan dengan

⁷⁵ Ust. Prof. Dr. Asrori, M.A, Wawancara Da'i, 27 November 2017

memberikan waktu kepada jama'ah majelis taklim untuk bertanya kepada Da'i yang mengisi, ada pun pertanyaan yang seputar materi yang di bawakan, ada pula yang bertanya diluar tema atau permasalahan sehari-hari. Seperti salah satu jama'ah majelis taklim Griyalimantab yang bertanya kepada ustad asrori sebagaimana keterangan berikut:

“Pak ustad, adakah do'a untuk menempati rumah baru supaya kita bisa betah?..”⁷⁶

Keterangan diatas menunjukan bahwasanya interaksi yang dilakukan antara da'i dan mad'u di majelis taklim Griyalimantab tentu sangat efektif terhadap pemahaman pesan dakwah dimajelis taklim karena komunikasi tidak akan berhasil jika tanpa adanya feedback yang baik dari komunikan.

Hal ini juga disampaikan oleh Ustad Samingan Bahri dalam upaya memberikan pemahaman pesan dakwah di majelis yang tidak hanya dilakukan dalam majelis taklim saja, tetapi juga dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini merupakan bentuk Interaksi Antara Da'i dan Mad'u yang memiliki peran penting dalam pemahaman pesan dakwah karena banyaknya feedback dari jama'ah. sebagaimana keterangan beliau berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 20 November 2017:

“Banyak juga jama'ah yang bertanya secara personal diluar forum majelis taklim, karena dinilai cukup efektif karena waktu yang tidak terbatas”⁷⁷

Berdasarkan keterangan diatas menunjukan bahwasanya komunikasi persuasif yang dilakukan Da'i dalam memberikan pemahaman pesan dakwah kepada mad'u tidak hanya di dalam forum saja, tetapi juga di lingkungan sehari-hari untuk membuat jama'ah di majelis taklim bisa mudah memahami dan menerapkan langsung apa yang telah di dapat.

Sedangkan menurut salah satu jama'ah majelis taklim Ibu Sri ningsih berusia 45 tahun yang kesehariannya sebagai ibu rumah tangga sudah 10 tahun aktif menjadi anggota di majelis taklim Griyalimantab, mengatakan bahwasanya salah satu bentuk interaksi yang dilakukan Antara Da'i dan Mad'u dalam memberikan pemahaman pesan dakwah adalah dengan bertanya kepada da'i, sebagaimana keterangan beliau berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 27 November 2017 mengatakan:

“Ustad dalam menyapaikan pesan dakwah nya cukup baik, tegas, dan memotifasi. Biasanya ustad juga memberikan waktu pada jamah untuk bertanya supaya lebih paham dengan materi yang di sampaikan”⁷⁸

⁷⁶ Hasil observasi pada tanggal 27 November 2017

⁷⁷ Ust Samingan Bahri, Wawancara Da'i, 20 November 2017

⁷⁸ Wawancara Ibu Sri ningsih jama'ah majelis taklim Griyalimantab tanggal 27 nov 2017

Menurut ibu Eka Rahmawati 38 tahun bekerja sebagai ibu rumah tangga, dan sudah aktif di majelis taklim sekitar 5 tahun. Menurut beliau berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 27 november 2017 beliau mengatakan:

“Ustad-Ustad dalam menyampaikan pesan dakwah nya mudah di pahami oleh jama’ah karena menggunakan Bahasa sehari-hari dan tidak berlebihan dalam menyampaikan pesan dakwahnya, jadi jamaah majelis taklim dari yang muda sampai yang tua bisa mudah memahami apa yang di sampaikan ustad.”⁷⁹

Menurut Ibu Pini yang berusia 45 tahun yang kesehariannya sebagai ibu rumah tangga, yang aktif kurang lebih sekitar 10 tahun menjadi anggota di majelis taklim Griyalimantab menurut beliau berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 27 November 2017 beliau mengatakan:

“Dalam menyampaikan pesan dakwah nya ustad-ustad berbeda-beda dari mulai mengajarkan baca al-quran sampai memberikan materi seputar kehidupan sehari-hari seperti fiqh, akidah, akhlak dll. selain itu juga ustad memberikan waktu kepada jamaah untuk bertanya”⁸⁰

Tidak jauh beda dengan Ibu Srihati 48 tahun yang bekerja sebagai perias pengantin dan ibu rumah tangga, beliau sudah juga sudah cukup lama menjadi anggota di majelis taklim Griyalimantab. Menurut beliau berdasarkan hasil dari wawancara pada tanggal 27 november 2017 beliau mengatakan:

“Ustad cukup menguasai materi ilmu agama membuat jama’ah lebih yakin dalam mengamalkan dan memahami pesan dakwah yang di sampaikan oleh da’I. Selain itu da’i juga memberikan jeda waktu untuk bertanya dan materi- materi yang disampaikan di sesuaikan dengan kondisi jamaah.”⁸¹

Ibu Hj. Rukiyana berusia 63 tahun dan bekerja sebagai ibu rumah tangga, beliau sudah aktif di majelis taklim Griyalimantab sejak tahun 2003 beliau juga merupakan salah satu pengurus di Majelis Taklim Alhidayah. Menurut beliau berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 27 november 2017 beliau mengatakan:

“Ustad-ustad dalam menyampaikan dakwah nya berbeda-beda ada yang mengajar alquran, ada juga yang mengajarkan fiqh jadi jamaah lebih suka dan mudah menerima pesan yang telah di sampaikan da’i. dan biasanya saya juga mencatat yang kira-kira apa yang tidak paham setelah itu saya tanyakan kepada ustad nya”⁸²

Komunikasi dalam proses dakwah juga tidak hanya memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan yang baik, tapi tujuan utama dalam komunikasi adalah mendorong mad’u untuk bertindak melaksanakan ajaran-

⁷⁹ Wawancara Ibu Eka Rahmawati jama’ah majelis taklim alhidayah tanggal 27 nov 2017

⁸⁰ Wawancara Ibu Pini jama’ah majelis taklim alhidayah tanggal 27 nov 2017

⁸¹ Wawancara Ibu Sri Srihati jama’ah majelis taklim alhidayah tanggal 27 nov 2017

⁸² Wawancara Ibu Hj. Rukiyana jama’ah majelis taklim Griyalimantab tanggal 27 nov 2017

ajaran agama, dengan terlebih dahulu memberikan pengertian kepada komunikan. Dalam hal ini komunikasi merupakan sebuah bentuk interaksi yang paling penting karena dengan adanya komunikasi kita bisa hidup bersosial, seperti yang telah dijelaskan diatas bahwasanya interaksi yang dilakukan Da'i dan Mad'u di majelis taklim telah berjalan dengan baik dalam memberikan pemahaman pesan dakwah dan membuat jama'ah atau mad'u bisa merasakan adanya feedback atau respon yang baik dari adanya interaksi.

Dari pemaparan beberapa sampel diatas, dalam hal ini komunikasi persuasif yang dilakukan Da'i kepada Mad'u di Majelis Taklim Griyalimantab Kelurahan Purwosari dilakukan dengan baik karena menggunakan beberapa tahapan untuk memberikan pemahaman kepada jama'ah. Adapun tahapan tersebut antara lain: yang pertama Menjalin kedekatan dengan jama'ah, yang kedua Da'i tidak hanya melakukan komunikasi secara berkelompok saja tetapi juga dilakukan secara personal, yang ketiga Da'i menggunakan metode cerita atau ilustrasi, yang empat Da'i memberikan waktu kepada jama'ah untuk bertanya, ke lima penggunaan bahasa yang ringan menyesuaikan kondisi mad'u. Penggunaan metode diskusi atau tanya jawab, merupakan feedback yang baik antara jama'ah dan da'i guna mempermudah dalam maemahami pesan dakwah.

4. Proses Komunikasi Persuasif Da'i dalam Penyampaian Pesan Dakwah di MT Al-Hidayah

Sebagai makhluk sosial manusia pasti tidak bisa lepas dari yang namanya berinteraksi atau berkomunikasi, hal ini merupakan kagiatan yang lazim dilakukan oleh seluruh makhluk hidup setiap harinya karena manusia tidak bisa hidup tanpa adanya interaksi dengan manusia yang lain. Seperti halnya kegiatan yang dilakukan antara Da'i dan Mad'u dalam memberikan pemahaman pesan dakwah di Majelis Taklim Griyalimantab yang merupakan bentuk dari komunikasi, dimana para da'i menyampaikan pesan berupa materi tentang, aqidah, fiqh, ibadah dan akhlaq yang disesuaikan dengan kebutuhan jama'ah di majelis taklim.

Berbagai macam latar belakang jama'ah menuntut Da'i untuk berperan sebagai orang yang bisa mempengaruhi jama'ah dalam pemahaman pesan dakwah dengan menerapkan komunikasi persuasif melalui aspek-aspek psikologis. Salah satu cara agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasaranya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang. Pelaksanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi seperti komunikator, pesan, saluran dan komunikan. Apabila komponen tersebut sudah ditetapkan maka tahapan selanjutnya adalah penataan pesan. Sebagaimana data yang telah dikumpulkan oleh penulis melalui wawancara dengan da'i dan mad'u di majelis taklim, maupun observasi langsung dilapangan maka ada beberapa tahap yang telah penulis temukan mengenai proses komunikasi persuasif da'i dan mad'u dalam upaya pemahaman pesan dakwah yang dilakukan.

Adapun upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh beberapa Da'i di majelis taklim Griyalimantab dalam memberikan pemahaman pesan dakwah kepada mad'u sebagaimana data Pertama sebelum acara dimulai da'i membuat formasi duduk jama'ah melingkar berhadapan dengan da'i yang dimaksudkan untuk mempermudah da'i berinteraksi langsung dengan jama'ah, selain itu juga da'i menggunakan kesempatan ini untuk menjalin keakraban dengan jama'ah majelis taklim sebelum acara dimulai.

Kemudian tahap yang Kedua berdasarkan teori tentang tahapan komunikasi persuasif, yakni menciptakan perhatian (Attention). Adapun upaya atau cara, Da'i di Majelis Taklim Griyalimantab Purwosari Metro Utara Kota Metro dalam menciptakan perhatian yakni dilakukan dengan menggunakan berbagai variasi, seperti menggunakan ilustrasi cerita. Sebagaimana keterangan yang diperoleh menjelaskan bahwa Ust. Edi Siswoyo menggunakan cerita atau ilustrasi agar mad'u lebih mudah dalam memahami pesan dakwah yang di sampaikan maka dengan begitu secara tidak langsung pesan dakwah yang di sampaikan akan mudah melekat pada ingatan jama'ah.

Jika kita lihat kembali pada teori tentang metode komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ust. Edi Siswoyo tersebut dapat dikategorikan kedalam Metode Asosiasi. hal tersebut dikarenakan Ust. Edi Siswoyo menyajikan pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada suatu peristiwa yang actual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa.

Selain itu upaya lain Ustad Edi Siswoyo untuk menciptakan perhatian sewaktu menyampaikan materi dalam memberikan pemahaman pesan dakwah pada mad'u adalah dengan menggunakan bahasa yang ringan dan berusaha akrab dengan jama'ah sebagaimana data pada berikut:

“Saya berusaha meyakinkan jama'ah dengan cara membuat jama'ah merasa nyaman dan akrab. Supaya Jama'ah lebih mudah menerima dan memahami pesan dakwah yang disampaikan”

Jika kita merujuk pada teori komunikasi persuasif yang digunakan merupakan Metode Integrasi hal tersebut dikarenakan kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan.

Tidak berbeda jauh dengan Ustad Edi Siswoyo sebagaimana telah di jelaskan diatas, adapun upaya Ustad Asrori dalam menciptakan perhatian yakni dengan membuat jama'ah nya senang dan nyaman sebagaimana data pada sebagai berikut:

“Buat Jamaah merasa senang dan nyaman dengan kita, baik itu dengan cara mendo'akan yang baik-baik maupun dengan cara menyisipkan selingan humor saat ceramah. Kemudian jadikan diri kita contoh yang baik, transparan dan jangan ada kebohongan, Maka dengan begitu jama'ah akan lebih mudah menerima dan memahami pesan dakwah yang kita sampaikan”

Jika kita melihat pada teori komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ustad Asrori termasuk kedalam metode Pay-off dan Fear-arousing yaitu kegiatan mempengaruhi orang lain dengan cara melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaan atau memberi harapan. Kemudian menjadikan dirinya contoh yang baik, transparan dan jangan ada kebohongan, agar jama'ah bisa mudah menerima dan memahami pesan dakwah yang telah disampaikan.

Sedangkan upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ustad Samingan Bahri dalam menciptakan perhatian jama'ah adalah dengan menggunakan lagu-lagu Murottal dan Mujawwad sebagaimana data di lapangan. Jika kita membuka kembali pada teori tentang metode komunikasi persuasif maka yang dilakukan ustad samingan termasuk kedalam Metode Icing yaitu menjadikan indah sesuatu sehingga menarik siapa yang menerimanya.

Hal ini menjadikan daya tarik tersendiri dan merupakan salah satu bagian dari prinsip-prinsip komunikasi persuasif disebut dengan prinsip komunikasi persuasif (The Audiens Participant Principle) yaitu prinsip yang menekankan pada pandangan bahwa komunikasi bukan sekedar proses transmisi pesan, melainkan juga transaksional. Semakin besar dan sering audiens berpartisipasi dalam komunikasi, semakin besar pula kemungkinan persuasi terjadi.

Dengan demikian, berbagai macam variasi dalam menciptakan perhatian (attention) yang telah dilakukan da'i tersebut mampu menciptakan perhatian jama'ah majelis taklim tertuju kepada para da'i yang menyampaikan pemahaman pesan dakwah. Selain itu da'i juga menerima request materi dari jama'ah majelis taklim seperti yang dimaksudkan agar jama'ah bisa mudah menerima pesan dakwah telah disampaikan.

Selanjutnya komunikasi persuasif yang dilakukan Da'i dalam memberikan pemahaman pesan dakwah kepada Mad'u di Majelis Taklim Griyalimantab yang Ketiga adalah dengan melakukan komunikasi secara personal diluar forum majelis taklim untuk memberikan pemahaman yang lebih mengenai pesan dakwah yang telah disampaikan da'i sebagaimana keterangan yakni:

“Banyak juga jama'ah yang bertanya secara personal diluar forum majelis taklim, karena dinilai cukup efektif karena waktu yang tidak terbatas”

Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa jama'ah majelis taklim Griyalimantab memiliki kemauan yang tinggi dalam memahami pesan dakwah baik secara formal maupun nonformal.

Kemudian tahapan selanjutnya adalah Da'i memberikan kesempatan kepada jama'ah untuk bertanya melalui sesi diskusi atau tanya jawab pada akhir acara, maka hal tersebut merupakan wujud responsif dari jama'ah majelis taklim sebagai mad'u seperti munculnya pertanyaan-pertanyaan baik berkenaan materi yang disampaikan maupun diluar konteks materi dan timbulnya rasa penasaran

atau ingin tahu mengenai pesan dakwah yang telah disampaikan ataupun untuk menambah wawasan yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.:

“Pak ustad, adakah do’a untuk menempati rumah baru supaya kita bisa betah?..”

Keterangan diatas menunjukan bahwasanya bentuk interaksi yang dilakukan antara da’i dan mad’u di majelis taklim Griyalimantab tentu sangat efektif terhadap pemahaman pesan dakwah dimajelis taklim. Karena komunikasi tidak akan berhasil jika tanpa adanya feedback yang baik dari komunikan. Jadi dalam proses komunikasi persuasi semua ini harus dapat disiapkan secara matang. Semua komponen itu harus diarahkan kepada upaya dalam mensukseskan komunikasi. Sebab jika salah satu komponen itu terabaikan maka proses komunikasi akan terganggu atau bahkan gagal. Hal tersebut juga di perkuat oleh pernyataan jama’ah majelis taklim al-

hidayah berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Pini, Ibu Srihati, dan Ibu Hj. Rukiyana mengenai cara jama’ah di majelis taklim al- hidayah dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan da’i yaitu dengan cara mencatat atau bertanya langsung, baik berkenaan dengan materi yang disampaikan maupun diluar materi yang disampaikan. Ini merupakan salah satu bentuk interaksi yang dilakukan da’i dan mad’u dalam mengupayakan pemahaman pesan dakwah di majelis taklim.

a. Efek Komunikasi Persuasif Da’i dalam perubahan Opini, Sikap, dan Prilaku Mad’u di MT Al-Hidayah

Adapun efek dari komunikasi persuasif terhadap perubahan opini, sikap dan perilaku mad’u di majelis taklim Griyalimantab terdiri dari efek kognitif seperti bertambahnya wawasan keagamaan, efek afektif seperti timbulnya rasa percaya diri dari jama’ah, hingga berpengaruh pada efek behavioral seperti peningkatan kualitas ibadah. yang pertama jama’ah lebih merasa percaya diri dalam setiap pertemuan dengan keakraban yang terjalin di mejelis taklim yang diciptakan agar Da’i dan Mad’u tidak terjadi miss komunikasi.

Sebagaimana disampaikan oleh jama’ah majelis taklim:

“Alhamdulillah yang tadinya saya pengetahuan tentang agama kurang sekarang jadi lebih banyak tahu ilmu agama yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan lebih bisa ber istiqomah dalam beribadah”

Keterangan yang telah disampaikan tersebut menunjukan bahwa adanya perubahan atau efek positif yang dirasakan oleh jama’ah mengenai semakin bertambahnya wawasan tentang ilmu agama yang merupakan wujud efek kognitif dari jama’ah majelis taklim dan efek behavioral berupa meningkatnya kualitas ibadah.

Kemudian Selanjutnya

“Saya dan jama’ah yang lain sekarang lebih memiliki keberanian dan rasa percaya diri untuk bertanya dibandingkan sebelumnya”

Keterangan yang disampaikan oleh jama’ah majelis taklim tersebut merupakan pengaruh dakwah berupa efek afektif seperti perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjang nya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.

Selanjutnya

“Perubahan yang saya rasakan alhamdulillah ibu-ibunya tambah rukun, silaturahmi nya makin bagus, yang tadinya sering ngomongin orang alhamdulillah sekarang sudah nggak”

Perubahan efek seperti yang telah tertera di atas menunjukkan bahwa yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah merupakan bentuk dari efek behavioral yang telah diterima jama’ah dalam kehidupan sehari-hari efek ini muncul setelah melalui efek kognitif, afektif. Jika dakwah telah dapat aspek behavioral yaitu telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran ajaran islam sesuai dengan pesan dakwah, maka dakwah dapat dikatakan berhasil dengan baik, dan inilah tujuan akhir dakwah.

Dari pemaparan beberapa data dilapangan seperti yang telah disampaikan diatas bahwasanya komunikasi persuasif yang dilakukan da’i telah sesuai dengan tujuan dari komunikasi persuasif yang diungkapkan pada teori oleh Simon dan Yosep Illardo, bahwa tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah kepercayaan, sikap dan perilaku melalui aspek-aspek psikologis sebagaimana teori tentang efek komunikasi persuasif yang terdiri dari efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral.

Jika kita merujuk kembali pada tugas dan fungsi da’i maka wujud responsif yang telah dikemukakan sesuai dengan yang dikehendaki, karena adanya efektifitas pemahaman pesan dakwah yang terjadi dimajelis taklim mulai dari adanya perubahan sikap atau pribadi yang lebih baik. Tindakan yang dimaksudkan adalah sebagai wujud nyata yang dapat dicermati dari aspek kognitif, seperti bertambahnya wawasan keagamaan.

E. Penutup

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan di lapangan tentang komunikasi persuasif Da'i dan Mad'u dalam pemahaman pesan dawah di Majelis Taklim Griyalimantab Purwosari, Metro Utara, Kota Metro. Maka dapat penulis simpulkan bahwasanya Komunikasi Persuasif Da'i dan Mad'u Dalam Pemahaman Pesan Dakwah di Majelis Taklim Griyalimantab Kota Metro telah dilaksanakan dengan baik melalui beberapa tahapan hingga berpengaruh pada efek Kognitif, Afektif, Behavior jama'ah di majelis taklim.

- a. Adapun tahapan pertama, yang dilakukan da'i yakni dengan melakukan pendekatan terlebih dahulu sebagai bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan untuk menjalin keakraban antara da'i dan mad'u. Kemudian kedua da'i menggunakan metode Assosiasi, Integrasi, Pay-off and Fear arousing, dan Icing yang dilakukan untuk menarik perhatian (Attention) jama'ah majelis taklim dengan menggunakan ilustrasi cerita, membuat jama'ah merasa nyaman, menggunakan selingan humor dan menggunakan lagu-lagu seperti murotal dan mujawwad dalam dakwah nya. Kemudian tahapan komunikasi persuasif da'i ke tiga Da'i memberikan kesempatan kepada jama'ah untuk bertanya melalui sesi diskusi atau tanya jawab pada akhir acara, maka hal tersebut merupakan wujud responsif dari jama'ah majelis taklim sebagai mad'u seperti munculnya pertanyaan-pertanyaan baik berkenaan materi yang disampaikan maupun diluar konteks materi dan timbul nya rasa penasaran atau ingin tahu mengenai pesan dakwah yang telah disampaikan ataupun untuk menambah wawasan yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian yang terakhir Da'i tidak hanya melakukan komunikasi secara berkelompok saja tetapi juga dilakukan secara personal diluar majelis taklim untuk memberikan pemahaman yang lebih mengenai pesan dakwah yang telah disampaikan da'i melalui banyak nya feedback dari jama'ah di luar majelis taklim.
- b. Efek dari komunikasi persuasif yang dirasakan mad'u dalam pemahaman pesan dakwah dalam perubahan sikap maupun perilaku di Majeis Taklim Griyalimantab adalah wujud nyata yang dapat dicermati mulai dari aspek kognitif, seperti bertambahnya wawasan tentang ilmu agama mad'u di Majelis Taklim Griyalimantab, aspek afektif seperti bertambahnya rasa percaya diri jama'ah, hingga berpengaruh pada aspek behavioral mad'u atau jama'ah majelis taklim, seperti meningkat nya kualitas ibadah mulai dari shalat, baca quran dan fiqh.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dalam penulisan skripsi ini maka ada beberapa saran sebagai berikut:

- a. Sebaiknya untuk kedepannya Da'i bisa menambah variasi atau menggunakan sarana media yang baru untuk membantu mempermudah jama'ah dalam memahami pesan dakwah yang telah disampaikan.
- b. Jama'ah Majelis Taklim Griyalimantab kedepannya bisa memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada dan tidak hanya mengandalkan materi dari Da'i saja tetapi juga ikut mencari tahu pesan-pesan dakwah yang bisa di pahami dan di terapkan di kehidupan sehari-hari maupun di majelis taklim.
- c. Dengan usia yang semakin bertambah jama'ah Majelis Taklim Griyalimantab tetap terus bersemangat dalam melaksanakan rutinitas keagamaan dan selalu memberikan contoh yang baik bagi ibu-ibu lingkungan sekitar maupun majelis taklim yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Hanafi, R. (2022). PEMBARUAN HUKUM BATAS USIA PERKAWINAN (PERSPEKSTIF HUKUM ISLAM DAN KESETARAAN GENDER). *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 54-69.
- Astuti, A. H., Mustofa, Y., Kawijaya, J., Umam, L. H., Purwani, A. T., & Lestari, I. K. (2022). Implementasi Keterampilan Istima'Menggunakan Audio Visual di MAN 1 Tulang Bawang Barat. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 44-80.
- Astuti, A. H., Ulum, L. H., & Suharto, M. A. (2022). Pelatihan Peningkatan Keterampilan Berbicara Bahasa Arab Bagi Santri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPKM)*, 1(1), 41-47.
- Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Bandung: Rosdyakarya*, 2010
- Charles R. Berger, Michael E. Rallof, David R. Raskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, Bandung: Nusa media, 2014
- Cholid narbuko dan abu Ahmadi, *metode penelitian*, Jakarta: bumi aksara, 1997 Enjang AS dan Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjajaran, 2009
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998 Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam Bandung: Diponegoro*, 1992
- IAIN Raden Intan, *Pedoman Penulisan Skripsi*, IAIN Raden Intan Lampung 2004
- Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep Dan Pendekatan Bandung: Refika Offset*, 2007
- Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis Bandung: Remaja Rosdyakarya*, 2008
- Jannah, D. D. U. (2022). PSIKOLOGI KOMUNIKATOR USTAD NUR IHSAN JUNDULLAH, LC. DALAM BERDAKWAH. *Al-Akmal: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 82-100.
- Kawijaya, J., Mustofa, Y., Astuti, A. H., Umam, L. H., Purwani, A. T., & Aprilio, K. (2022). Efektivitas Media Gambar Dalam Pembelajaran Maharotul Kitabah Di MAN I Lampung Utara. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 81-112.
- Kurniawan, M. A., & Sari, R. N. (2022). MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK MADRASAH ALIYAH MUHAMMADIYAH METRO. *Roqooba Journal of Islamic Education Management*, 1(2), 61-74.
- Lazwardi, D., & Paisal, A. (2022). Implementasi Penilaian Sikap pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI). *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 200-209.

- Mandar Maju, 1990 Koendjaraningrat, Metode Penelitian Masyarakat, Jakarta:Gramedia,1985 Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Jakarta: Kencana, 2009
- Moh. Nazir, Metode Penelitian, Bogor, Ghalia Indonesia, 2005
- M. Munir, & Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah, Jakarta: Kencana, 2009
- M. Munir, Metode Dakwah, Jakarta: Kencana, 2009.
- M. Nasor, Studi Ilmu Komunikasi Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009
- Mulyana Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008
- Mustofa, Y., Kawijaya, J., Astuti, A. H., Umam, L. H., Purwani, A. T., & Aziz, R. (2022). Penerapan Metode Pembelajaran Nahwu Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Kitab Jurumiyah di Pondok Pesantren Ainul Falah Sekampung Lampung Timur. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 113-146.
- Nurhalima tambunan “Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Dalam Meningkatkan Akidah Islam Di Kabupaten Karo Sumatra Utara” Tesis program pascasarjana IAIN Sumatra Utara Medan, 2013
- Nurjanah, T. (2022). ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF ROHANIAWAN DALAM MEMBANGUN KETENANGAN JIWA PASIEN RAWAT INAP DI RSUD. JEND. A. YANI METRO. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 24-41.
- Purwani, A. T., Mustofa, Y., & Aini, K. (2022). Pendampingan Optimalisasi Administrasi untuk Keberlanjutan Organisasi Pendidikan Islam di MA Al Ma'arif Seputih Raman Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPKM)*, 1(1), 33-40.
- Rafidawati, M. (2022). MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN KESETARAAN GENDER OLEH PIMPINAN WILAYAH FATAYAT NAHDLATUL ULAMA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah, Jakarta: Amzah, 2013
- Septian Hadi Rahmawan “Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kesadaran Pajak Pedagang Dipasar Rangkas Bitung (survei pada program sosialisasi pp no.46 tahun 2013 terhadap pedagang di rangkasbitung)” Skripsi program sarjana Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, 2014
- Sutrisno Hadi, Metode Research, Yogyakarta: Andi Publisher, 2004
- Tuleha, Hamzah., Pengantar Ilmu Dakwah, Surabaya: Indah Offset, 1993 Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah Bandung: Remaja Rosdya Karya, 2010

- Umam, L. H., Mustofa, Y., Kawijaya, J., Hasna, A., Purwani, A. T., & Kusuma, D. B. (2022). Efektivitas maharah qiro'ah terhadap kemampuan berbahasa arab siswa SD Tahfidzul Quran Al-Husna Sekampung Lampung Timur. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 1-43.
- Umam, L. H., Mustofa, Y., Kawijaya, J., Astuti, A. H., Purwani, A. T., & Aini, K. (2022). Upaya Peningkatan Keterampilan Berbicara Bahasa Arab Siswa Melalui Optimalisasi Program Ekstrakurikuler Bahasa Arab. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 172-211.