

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Pengertian Dakwah Secara Etimologi, adalah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar dari kata *da'a, yad'u. da'watan* yang memiliki arti ajakan, seruan, panggilan, dan undangan.¹ Makna dakwah menurut bahasa bisa berarti ajakan kepada kebaikan dan bisa kepada kejahatan. Akan tetapi, dalam penggunaannya secara istilah dalam umat Islam, kata dakwah lebih dipahami sebagai sebuah usaha dan ajakan kepada jalan kebenaran atau jalan Tuhan, bukan jalan setan. Bahkan dalam perspektif ini, ajakan dan seruan itu tidak dinamai dakwah bila tidak dimaksudkan untuk membawa manusia ke jalan kebaikan.²

Jadi untuk definisi ilmu dakwah secara umum ialah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan-tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan, suatu ideologi pendapat-pendapat tertentu.³

Menurut istilah, pengertian dakwah telah banyak dikemukakan oleh para ahli atau pakar dakwah yang memberikan definisi menurut sudut pandang masing-masing, antara lain :

a. Muhammad Natsir

Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia dalam dunia ini, meliputi amar ma'ruf nahi munkardengan berbagai cara yang beragam dan media yang diperbolehkan akhlak dan

¹Hamzah Ya'kub, *Publistik Islam Teknik Da'wah dan Leadership*, (Bandung: Diponogoro, 1981), h. 13.

²Hafidz Idri Purbajati, "Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan" *Jurnal Program Studi PGMI*, 8 (September 2021), hal. 202-214.

³Bela kumala sari, "Pengertian Dakwah" *Jurnal Dakwah*, (Juni, 2019), Hal. 9.

membimbing pengalamannya dalam peri kehidupan bermasyarakat dan peri kehidupan bernegara.⁴

b. Prof. Thoha Yahya Umar, MA

Menurut beliau, pengertian dakwah dibagi menjadi dua bagian yakni dakwah secara umum dan khusus.

1. Pengertian dakwah secara umum ialah ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia penganut, menyetujui melaksanakan suatu ideologi pendapat pekerjaan yang tertentu.
2. Pengertian dakwah secara khusus ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

c. Drs. Hamzah Ya'cub

Hamzah Ya'cub mengateorikan dakwah secara umum dan dakwah secara islam, " Pengertian dakwah secara umum adalah suatu pengetahuan yang mengajarkan dan teknik menarik perhatian orang, guna mengikuti suatu ideologi dan pekerjaan tertentu, adapun defini dakwah secara islam adalah mengajak umat manusia dengan hikmah dan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul".⁵

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki 2 pengertian dasar yaitu : *pertama*, bermakna sempit (lughawy) yang terbatas pada ajakan dan kesuaan kepada kebaikan yang secara umum bentuknya *bil lisan* (Perkataan), contohnya ceramah/ pidato, bisa juga dengan *bil kitabah* (Tulisan). *Kedua*,

⁴M Munir, *et al.*, *Metode Dakwah*, (Jakarta, Kencana 2009), hal. 23.

⁵ Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'l dan Khotib Profesional*, (Jakarta, Kalam Mulia, 2002), h.1.

yang memiliki makna yang luas yang tidak terbatas pada ajakan atau anjuran dengan lisan saja, akan tetapi dengan perbuatan nyata, yang bentuknya bisa berupa ekonomi, sosial, pendidikan dan politik.

Dalam hal ini perlu ajakan berdakwah untuk menyiarkan agama, Berdakwah merupakan salah satu kewajiban penting bagi umat Islam, karena melalui dakwah kita dapat menyebarkan nilai-nilai kebaikan dan ajaran agama yang benar. Kegiatan ini bukan hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga bertujuan untuk membimbing masyarakat menuju pemahaman yang lebih baik tentang Islam.

Dalam surat Al-Imron ayat 104 juga dijelaskan tentang kewajiban berdakwah berikut penjelasannya :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S Surat Al-Baqarah ayat 104)⁶

Dalam ayat di atas sudah sangat jelas Allah memerintahkan orang-orang untuk menyerukan kebajikan, menyuruh beerbuat yang makhruf agar mencagah dari hal-hal yang mungkar. Sudah terlihat jelas disini Allah memerintahkan hambanya karna sudah hal nya dijelaskan oleh Alquran dan As-sunnah. Karna Allah juga mengatakan mereka itulah orang orang yang beruntung, beruntung dalam artian kita akan mendapatkan balasan pahala dan syurga nya Allah SWT.

⁶Asabun Nuzul, *Al-hadi Al Quran Terjemahan per kata latin*, (Jakarta, Maktabah Al-Fatih, 2015), hal . 95.

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam kegiatan dakwah. Menurut Achmad (2008), unsur-unsur dakwah tersebut adalah⁷ :

a. *Da'i* (Subjek Dakwah)

Subjek dakwah merujuk pada individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan dakwah. Tugas ini dapat dilakukan secara perorangan maupun secara berkelompok. Subjek dakwah adalah sosok manusia yang memiliki karakter teladan yang baik dalam berbagai aspek kehidupan, sehingga dapat menjadi panutan bagi orang lain.⁸

Da'i sering disebut dengan sebutan "*mubaligh*", yang berarti "orang yang menyampaikan ajaran islam". Namun, arti sebutan ini sangat sempit karena masyarakat biasanya mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran islam melalui lisan, seperti penceramah agama, khatib, dan sebagainya. Orang yang mengklaim mengikuti Nabi Muhammad harus menjadi *da'i* dan bertindak berdasarkan bukti yang kuat.⁹

Selain itu, *da'i* harus memahami cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan. Mereka juga harus tahu apa yang ditawarkan dakwah untuk menyelesaikan masalah dan menjaga agar pemikiran dan tindakan manusia tidak salah dan tidak melenceng.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah individu yang menjadi sasaran dakwah atau orang yang menerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, atau manusia secara keseluruhan. Dakwah bertujuan untuk mengajak orang yang belum beragama islam untuk

⁷Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, kencana, 2021), hlm. 35-42.

⁸Rafiuddin, Maman Abdul Jalil, "Prinsip dan Strategi Dakwah", *Jurnal Managment Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), hal. 47.

⁹Muhammad Munir, dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. (Jakarta, kencana 2019), hal. 21.

mengikuti ajaran agama islam, dan untuk orang yang telah beragama islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan iman, islam, dan ihsan mereka.¹⁰

Secara umum, Alquran membagi mad'u menjadi tiga kategori: mukmin, kafir, dan munafik. Dari ketiga kategori ini, mad'u kemudian dibagi menjadi berbagai kelompok lain. Misalnya, orang mukmin dibagi menjadi tiga kelompok: *dzalim linafsih*, *mustashid*, dan *sabiqun bilkhairat*. Kafir terbagi menjadi kategori zimmi dan harbi. Ada berbagai jenis manusia di *mad'u*. Oleh karena itu, membagi mad'u sama dengan membagi manusia berdasarkan profesi, ekonomi dan seterusnya. Objek berdakwah bermacam-macam, diantaranya yaitu :

1. Diri sendiri kemudian keluarga sendiri
 2. Karib kerabat yang dekat
 3. Umat manusia
- c. *Maddah* (Materi) Dakwah

Dengan sumber dari Alquran dan hadits, maddah dakwah adalah materi atau pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia.¹¹

Pelajaran ini dikomunikasikan tidak hanya melalui kata-kata tetapi juga melalui tindakan da'i, yang dimaksudkan agar pendengar melihat da'i sebagai panutan. Pesan dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah islam itu sendiri.¹² Pesan dakwah adalah sebuah pernyataan yang

¹⁰Muhammad Munir, dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta, kencana 2019), hal. 23.

¹¹ Skripsi Anisa Rochmiana, "Metode Dakwah Bil Lisan Kh. Abdul Mujib Sholeh Terhadap Jamaah Pengajian Rutin Sabtunan Di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati." (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019), Hal. 27.

¹² Muhammad Munir, *Wahyu Ilahi*, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 24.

berasal dari Alquran dan Al-Hadits baik yang tertulis maupun lisan.¹³ Dalam ilmu komunikasi, isi dakwah atau *Maddah Ad-Da'wah* dikenal dengan istilah *message* (pesan). Asmuni Syukir mengelompokkan materi dakwah ke dalam tiga kategori utama.

1. Aqidah

Secara etimologis, kata aqidah berasal dari *al-'aqdu* yang berarti ikatan atau perjanjian. Sementara dalam pengertian terminologis, aqidah merujuk pada sesuatu yang diyakini sepenuh hati, menumbuhkan ketenangan batin terhadap-Nya, serta menjadi keyakinan yang mantap tanpa keraguan sedikit pun.¹⁴ Aqidah merupakan keyakinan yang tertanam dalam hati dan hanya bisa dirasakan secara batin. Dalam Islam, aqidah berpusat pada konsep Tauhid. Secara hakikat, Tauhid terbagi menjadi dua bagian. Yaitu : *Tauhid Uluhiyah* adalah keyakinan bahwa Allah merupakan satu-satunya Tuhan yang berhak disembah, dan dalam penghambaan kepada-Nya tidak boleh disertai dengan penyekutuan dalam bentuk apa pun. Kemudian yang kedua *Tauhid Rububiyah* adalah keyakinan bahwa Allah adalah satu-satunya yang menciptakan, memiliki, mengatur, mengendalikan, serta memelihara seluruh alam semesta.

Ketika membahas tentang akidah, maka pokok bahasannya adalah persoalan keimanan yang berkaitan erat dengan rukun-rukun iman serta fungsinya dalam menjalani kehidupan beragama. Adapun rukun iman mencakup: Iman Kepada Allah, Iman Kepada Malaikat, Iman Kepada Kitab-kitab, Iman Kepada Nabi dan Rasul, Iman Kepada Hari Akhir, Iman Kepada Qada dan Qadar

2. Syariah

Secara etimologis, syari'ah berasal dari kata *syar'i* yang berarti jalan atau aturan. Sedangkan secara

¹³ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media, 1997), h. 3.

¹⁴ Muhammad Adiguna Bimasakti, *Aqidah dan Syariah Islam*, (Jakarta:Guepedia, 2019), h. 21.

terminologis, syari'ah merujuk pada seperangkat hukum atau ketentuan yang diturunkan oleh Allah SWT, yang wajib ditaati oleh umat Islam dalam menjalankan hubungan dengan Allah melalui ibadah, dalam interaksi antarsesama manusia, maupun dalam hubungannya dengan alam semesta. Tujuannya adalah menciptakan kehidupan yang penuh kebaikan dan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat.¹⁵

- a) Ibadah : Secara bahasa, ibadah berasal dari bahasa Arab yang mengandung makna penyembahan, pengabdian, ketaatan, kerendahan hati, dan permohonan doa. Dalam pengertian istilah, ibadah adalah segala bentuk amal, baik berupa ucapan, tindakan, maupun sikap lahir dan batin, yang dicintai dan diridhai oleh Allah. Individu yang melaksanakan ibadah disebut abid (pelaku), sedangkan yang menjadi tujuan ibadah atau yang disembah disebut ma'bud (yang diibadahi).
 - b) Muamalah : Merupakan ketentuan Allah yang mengatur interaksi antar manusia dalam memenuhi kebutuhan jasmani mereka dengan cara yang sesuai dan sejalan dengan ajaran syariat Islam. Secara umum, hal ini mencakup seluruh aktivitas manusia yang didasarkan pada hukum-hukum Islam, baik berupa aturan yang mengandung perintah maupun larangan, serta mencakup ketentuan hukum seperti wajib, sunnah, haram, makruh, dan mubah.
3. Akhlak : Kata akhlak berasal dari bahasa Arab *khuluq* yang berarti perangai, karakter, atau perilaku. Moralitas dapat diartikan sebagai kondisi atau sifat yang melekat dalam jiwa sehingga menjadi kebiasaan atau kepribadian

¹⁵ Furqon Syarief Hidayatullah, "Management Pendidikan Agama Islam Pada Perguruan Tinggi Umum, (Skripsi Sarjana Fakultas Pendidikan, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2018), h. 201.

yang sulit diubah.¹⁶ Secara istilah, akhlak adalah sifat yang tertanam kuat di dalam hati terdalam, sehingga sifat tersebut menghasilkan perilaku secara spontan tanpa perlu dipikirkan atau dipertimbangkan terlebih dahulu. Dalam Islam, akhlak mencakup kualitas perilaku manusia yang merupakan wujud dari ekspresi psikologisnya. Akhlak menjadi salah satu materi dakwah yang sangat penting untuk disampaikan dan diamalkan karena melalui pembentukan akhlak yang baik, seseorang dapat menjalani kehidupan yang harmonis dan mendapatkan ridha Allah. Oleh karena itu, penanaman akhlak yang mulia menjadi fondasi utama dalam membangun masyarakat yang sejahtera dan berakhlakul karimah.

d. *Thariqah* (Metode) Dakwah

Para da'i menggunakan metode dakwah untuk menyampaikan materi dakwah mereka untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan hikmah dan kasih sayang. Dalam konteks dakwah, "metode dakwah" didefinisikan sebagai cara yang paling cepat dan tepat untuk melakukan dakwah Islam. Oleh karena itu, metode dakwah dapat didefinisikan sebagai metode atau teknik yang digunakan dalam berdakwah agar orang yang didakwahi mau. Media dakwah adalah sarana atau alat yang digunakan untuk memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*.

Media dakwah ini secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu :

- a) Media tradisional mencakup berbagai bentuk seni pertunjukan budaya lokal yang disajikan secara konvensional di hadapan umum sebagai hiburan, dengan unsur komunikasi, seperti drama, wayang, dan lain sebagainya.

¹⁶ Jumhuri, "Belajar Akidah Akhlak Sebuah Ulasan Ringkas Tentang Asas Tuhid dan Akhlak Islamiyah", (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2015), h. 15.

- b) Media modern menggunakan teknologi mutakhir yang banyak diakses oleh masyarakat, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, media daring, dan sebagainya.¹⁷

Metode dakwah dalam Alquran terdapat pada Qs Surat An-Nahl

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.¹⁸ (Qs Surat An-Nahl Ayat 125)

Ayat di atas, secara umum, memberikan petunjuk mengenai tata cara atau metode dalam berdakwah menyampaikan ajaran agama Islam. Dalam pandangan Quraish Shihab, ayat tersebut menjadi landasan penting bagi pelaksanaan dakwah yang dilakukan dengan cara-cara yang baik, bijaksana, dan penuh hikmah.¹⁹ Hal ini menekankan bahwa dalam menyampaikan ajaran Islam, seorang dai atau penyampai pesan harus mengutamakan pendekatan yang santun, relevan, dan sesuai dengan situasi serta kondisi masyarakat yang menjadi audiensnya. Pendekatan tersebut mencakup penggunaan bahasa yang mudah dipahami, metode komunikasi yang efektif, serta penyampaian yang

¹⁷ Adi Sasano, Didin Hafidhuddin and A.M Saefudin, "Solusi Islam untuk Masalah Umat", (Jakarta:Gema Manusia,2019), h.184.

¹⁸ Asabun Nuzul, *Al-hadi Al Quran Terjemahan per kata latin*, (Jakarta, Maktabah Al-Fatih, 2015), hal. 281.

¹⁹ M. Quraih Shihab, "Wawasan Alquran: Tafsir Maudhui'I atas berbagai Persoalan", (Jakarta, Kencana, 2015), h. 372.

menginspirasi tanpa menimbulkan konflik, sehingga ajaran Islam dapat diterima dengan hati terbuka oleh semua kalangan.

Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat tersebut berisi perintah untuk menyampaikan dakwah di jalan Allah dengan menggunakan pendekatan yang baik dan penuh hikmah.²⁰

e. *Atsar* (Efek) Dakwah

Efek dakwah adalah hasil dari proses dakwah. Positif atau negatif efek dakwah berkorelasi dengan unsur-unsur dakwah lainnya, sehingga merupakan ukuran seberapa berhasil atau tidak proses dakwah. Sangat penting untuk melakukan evaluasi menyeluruh dan koreksi terhadap dampak dakwah. Untuk mencapai tujuan efek dakwah, alasan harus dipertimbangkan.

Atsar dakwah adalah bagian dari kesan, pengetahuan, atau penghayatan *mad'u* karena terpaan pesan dakwah. Ini memberikan *mad'u* opsi untuk memilih antara menerima atau menolak isi pesan dakwah.²¹

3. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan penting dalam ajaran Islam yang bertujuan mengajak orang lain kepada kebaikan dan memperkenalkan nilai-nilai agama. Aktivitas ini tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi tentang ajaran Islam, tetapi juga mencakup upaya untuk membangun kesadaran, memahami hakikat kehidupan, dan menerapkan prinsip-prinsip moral dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya Dakwah yang dikemukakan di (Q.S Yusuf : 108)²²

²⁰ Ibnu Katsir, "Tafsir Ibn Katsir Jilid 3 terjemahan. Abdul Ghofar. (Bogor, Pustaka Imam Syafi'i, 2003), h. 120.

²¹ Skripsi Anisa Rochmiana, "Metode Dakwah Bil Lisan Kh. Abdul Mujib Sholeh Terhadap Jamaah Pengajian Rutin Sabtunan Di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati" (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.), h. 29.

²² Novri Hardian, Dakwah Dalam Perspektif Alquran dan Hadits, *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi* Vol. 2, No.1 (September, 2018), hal. 145.

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي
وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Inilah jalanku, aku dan orang-orang mengikutiku mengajak (seluruh manusia) kepada Allah dengan bukti yang nyata. Mahasuci Allah dan aku tidak termasuk golongan orang-orang musyrik”, (Q.S Yusuf : 108).”²³

Tujuan dakwah yang digariskan dalam ayat di atas sangat erat kaitannya dengan esensi ajaran Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad. Dalam ayat tersebut, Nabi menegaskan bahwa jalan yang ia tempuh adalah jalur yang jelas dan penuh kebenaran, di mana tujuan utama adalah mengajak seluruh umat manusia kepada Allah. Hal ini mencerminkan misi dakwah yang melibatkan pengikutnya untuk bersatu dalam menyebarkan pesan kebaikan dan iman.

Dengan menyebut "dengan bukti yang nyata," Nabi menunjukkan pentingnya pendekatan yang berbasis pada contoh dan pengalaman, yang menjadikan dakwah lebih meyakinkan dan relevan bagi orang lain. Keterhubungan antara tujuan dakwah dan pernyataan "Mahasuci Allah" menekankan bahwa semua usaha ini harus diarahkan untuk memuliakan dan mengagungkan nama-Nya, sambil menjauhkan diri dari segala bentuk kemusyrikan.

Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami bahwa dakwah bukan hanya sekadar aktivitas menyampaikan informasi, tetapi juga merupakan panggilan untuk hidup dalam kebenaran dan menunjukkan integritas dalam setiap tindakan.

Tujuan dakwah yakni guna melaksanakan yang diperintahkan Allah SWT dan meneruskan syari'at islam

²³ Asabun Nuzul, *Al-hadi Al Quran Terjemahan per kata latin*, (Jakarta, Maktabah Al-Fatih, 2015), hal .248.

dengan keseluruhan. Tujuan dakwah yakni mengubah sikap intelektual maupun perilaku manusia yang belum baik menjadi lebih baik atau secara sadar agar kualitas Islam dan keimanan meningkat yang kemudian muncul sesuai dari keinginan diri sendiri dengan tidak merasa dipaksa oleh siapapun.²⁴

B. Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis Isi (*content analysis*) adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, “isi” dalam hal ini berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.²⁵

Analisis isi menurut R. Holsty, adalah metode analisis isi pesan suatu cara yang sistematis yang menjadi petunjuk untuk mengamati dan menganalisa pesan tertentu yang dapat disampaikan oleh komunikator.²⁶

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (trend) dari suatu isi.²⁷

2. Tujuan Analisis Isi

Langkah awal dalam menyusun rancangan penelitian adalah menetapkan tujuan dari analisis yang akan dilakukan. Tujuan dari analisis isi itu sendiri adalah sebagai berikut.

²⁴Vika Maya Prasdina, “Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram@hanan_attaki.”, (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah, Universitas Prof. KH. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022), hal. 56.

²⁵Bambang Saiful Ma’arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h.172.

²⁶ R. Holsty et.al, *Content Analisis dalam Handbook of Social Psychology Edited By Darder Kindzay & Billiot Aronson*, (Cambridge Massactusset Addison Wesley, 1969), h. 589-600.

²⁷ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.10.

- a. Mendeskripsikan Karakteristik Pesan Digunakan untuk menjelaskan karakteristik suatu pesan, analisis isi juga digunakan untuk menjawab pertanyaan, “apa, kepada siapa, dan bagaimana”. Menjelaskan secara detail deskripsi pesan yang menjelaskan pesan teks.
- b. Menarik Kesimpulan Penyebab Pesan Analisis isi digunakan untuk melihat gambaran atau ciri-ciri suatu pesan dan digunakan untuk menarik kesimpulan tentang sebab-sebab terjadinya suatu pesan. Dan juga digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, pidato dan lainnya.²⁸

C. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*.²⁹ Media dakwah memiliki peran yang sangat vital dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat luas. Di era digital saat ini, berbagai platform seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile menjadi sarana efektif untuk menjangkau audiens yang lebih beragam dan luas. Melalui media ini, informasi dan ajaran agama islam dapat disebarkan dengan cepat dan mudah, memungkinkan setiap orang untuk mengakses pengetahuan spiritual di mana saja dan kapan saja.

Bila dilihat dari asal katanya, media berasal dari bahasa latin yaitu medium yang berarti perantara, sedangkan pengertian istilahnya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai suatu tujuan tertentu.³⁰

Media sebagai alat dakwah berfungsi untuk menyebarkan informasi dan ajaran agama secara luas dan efektif, media dakwah dapat menjangkau audiens yang beragam, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Selain itu, media juga berperan dalam membangun dialog dan interaksi

²⁸Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunika*s, (Bandung PT.Rosdakarya, 2022), hlm. 89.

²⁹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 32.

³⁰Amuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h. 80-87.

antar umat, memfasilitasi diskusi tentang isu-isu keagamaan, serta memberikan edukasi tentang nilai-nilai spiritual. Dalam konteks ini, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampain pesan, tetapi juga sebagai sarana pembinaan dan penguatan iman yang dapat mendorong individu untuk mengamalkan ajaran agama islam dalam kehidupan sehari-hari.

D. Media Sosial

1. Pengertian

Media sosial merupakan platform yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial dengan sifat yang interaktif. Brian Solis, seorang pelopor dalam penggunaan media sosial dari Amerika Serikat, mendefinisikan media sosial sebagai proses demokratisasi konten yang mengubah peran masyarakat dalam mengakses dan menyebarkan informasi.

Media sosial mencerminkan pergeseran dari model penyiaran satu arah menjadi berbagai model komunikasi yang melibatkan percakapan antara penulis dan audiensnya melalui saluran-saluran sosial mereka.³¹ Berdasarkan penjelasan tersebut, media sosial adalah platform komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai jenis pesan, termasuk gambar, video, dan audio, kepada siapa saja di seluruh dunia yang memiliki akses internet dan terhubung dengan komunikator. Adapun definisi media sosial menurut para ahli sebagai berikut :

- a. Pengertian Media Sosial Menurut Antony Mayfield (2008)
Menurut Antony Mayfield (2008) yang memberikan gagasannya berupa definisi media sosial dimana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunanya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).
- b. Pengertian Media Sosial Menurut Lisa Buyer

³¹Solis&Breakendridge, *Putting the Public Back in Public Relation: How media Social is Reinventing the Agging Bussines of PR*, (New Jersey: Pearson Education, 2009), h. 3.

Menurut Lisa Buyer, bahwa definisi media sosial adalah bentuk hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini.

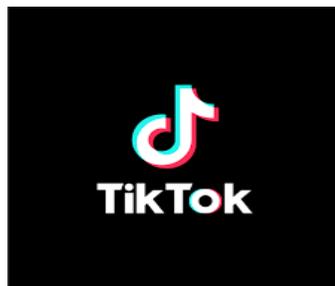
c. Pengertian Media Sosial Menurut Sam Decker

Menurut Sam Decker yang turut serta memberikan perannya dalam bentuk gagasan berupa definisi media sosial yang menurutnya bahwa pengertian media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antar satu sama lain.

Pesatnya pertumbuhan media sosial saat ini didorong oleh semakin mudahnya akses internet bagi setiap orang. Berbeda dengan media tradisional seperti televisi, radio, atau koran yang membutuhkan biaya besar dan banyak tenaga kerja untuk operasionalnya, media sosial jauh lebih sederhana.

Pengguna hanya memerlukan koneksi internet, bahkan dengan kecepatan rendah, untuk mengakses media sosial kapan saja tanpa memerlukan investasi besar, peralatan mahal, atau bantuan dari karyawan. Sebagai pengguna, kita memiliki kebebasan untuk mengedit, menambahkan, atau memodifikasi berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, video, grafik, dan lainnya. Sesuai dengan namanya, media sosial menjadi sarana yang memungkinkan pengguna untuk bersosialisasi, berinteraksi, berbagi informasi, serta menjalin kerjasama dengan mudah.³²

2. TikTok



Gambar 2.1 Logo TikTok

³² Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-social Media*, (Jakarta:Kompas Gramedia, 2016), h. 1.

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak signifikan terhadap perubahan dalam kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah mengubah pola hidup masyarakat, memungkinkan terjadinya transformasi dalam aspek sosial, budaya, etika, dan norma-norma umum. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang lumrah dan mudah diakses oleh masyarakat. Sebagai sarana komunikasi modern, media sosial digunakan untuk mempromosikan berbagai aktivitas masyarakat dan mencerminkan kemajuan teknologi di era digital. Dari berbagai platform yang tersedia, salah satu yang paling populer dan sering dimanfaatkan sebagai media komunikasi adalah aplikasi TikTok.³³

TikTok adalah aplikasi berbasis media sosial yang menyediakan fitur bagi penggunanya untuk membuat dan membagikan video secara bebas, sesuai dengan ekspresi emosional mereka. Video yang diunggah memiliki durasi beragam, mulai dari 15 detik hingga maksimal beberapa menit. Aplikasi ini pertama kali diperkenalkan di Tiongkok pada tahun 2016 oleh perusahaan teknologi raksasa *ByteDance*, dengan nama asli *Douyin*. Di Amerika Serikat, aplikasi ini sempat menghadapi pemblokiran, meskipun pertumbuhannya tetap berlanjut. Tujuan dari pemblokiran tersebut adalah untuk menghambat persaingan dengan aplikasi buatan perusahaan Amerika. Namun, upaya tersebut kini dianggap sudah terlambat.³⁴

TikTok dapat dianggap lebih populer dibandingkan platform media sosial lainnya karena menyediakan ruang bagi penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas dan bakat melalui video pendek, yang didukung oleh beragam fitur inovatif yang mempermudah proses pembuatan video.

³³ Vidyana and Atnan, *Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan*, (Bandung, Gramedia, 2023), hal .78.

³⁴ Rina Fitriana, "Analisis Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @Syam_Elmarusy", (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negri Salatiga, Salatiga, 2021), hal. 21.

Aplikasi ini menjadi salah satu yang paling banyak diunduh di Play Store dan App Store, menawarkan fitur-fitur unik yang membedakannya dari media sosial lainnya. TikTok dilengkapi dengan efek khusus seperti "shake" dan "shudder", yang memungkinkan pengguna menciptakan video yang lebih menarik, serta menyediakan musik latar dari berbagai artis terkenal dengan beragam genre. Selain itu, fitur pengenalan wajah juga ditambahkan, memungkinkan pengguna menampilkan berbagai ekspresi seperti senang, sedih, marah, dan lainnya, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan personal dalam berkreasi.³⁵

Proses dakwah di era modern tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu berkat beragamnya media yang tersedia. TikTok, sebagai salah satu aplikasi populer, menyediakan fitur video yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri kepada khalayak luas. Popularitas TikTok, terutama di kalangan generasi milenial, membuka peluang baru bagi umat Islam untuk memanfaatkan platform ini sebagai sarana dakwah yang lebih modern dan efektif, sehingga pesan-pesan agama dapat disampaikan secara optimal.³⁶

a. Fitur-fitur Tiktok

1. Fitur Music

Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memilih berbagai jenis musik yang sesuai dengan konten yang ingin mereka buat. Selain itu, musik tersebut dapat digunakan secara bebas tanpa khawatir terkena pelanggaran hak cipta.

2. Filter Video

Fitur ini dirancang untuk memungkinkan pengguna mengubah dan menyesuaikan tone warna

³⁵Wulandari and Narulloh, "Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Ustadz Syamsudin Nur Ahmad Pada Akun@ Syamtheceo," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol 1, No 2, (Juni, 2022), hal 23.

³⁶Nowidiayanti, "Pesan Dakwah Melalui Konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok@ Basyasman00", (Skripsi Sarjana Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Ponorogo, 2021), hal.57.

pada video sesuai dengan kebutuhan, sehingga mereka dapat mencocokkan tone warna tersebut dengan objek atau tema yang ingin ditonjolkan dalam video, memberikan hasil visual yang lebih menarik dan sesuai dengan konsep yang diinginkan.

3. Filter Stiker dan Efek

Fitur ini terbagi menjadi empat kategori utama, yaitu efek visual, transisi, stiker, dan pengaturan waktu. Lebih lanjut, dalam kategori efek stiker, tersedia beragam pilihan menarik yang mencakup berbagai tema, seperti klasik (*classic*), selfie, gaya rambut (*hair*), lucu (*funny*), tren populer (*hot*), hati (*heart*), interaktif (*interactive*), hewan (*animal*), vlog, hingga kacamata (*glasses*), sehingga pengguna memiliki banyak opsi untuk mempercantik dan memperkaya kreativitas video mereka.

4. Filter *Voice Changer*³⁷

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengubah suara asli menjadi berbagai jenis suara yang berbeda, memberikan efek unik dan menarik yang dapat meningkatkan keseruan sekaligus membuka peluang lebih besar untuk menampilkan kreativitas dalam proses pembuatan video, sehingga hasil akhirnya menjadi lebih atraktif dan menghibur.

5. Fitur *Beautify*

Fitur ini dirancang untuk meningkatkan rasa percaya diri pengguna dalam membuat video dengan memberikan efek yang mampu mempercantik atau mempercantik tampilan wajah, sehingga wajah pengguna terlihat lebih menarik, keren, dan

³⁷ Kirana Craysandinavia Fadila, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Eksestensi Diri Komunitas Historia Indonesia", (Skripsi Sarjana Fakultas Teknologi dan Informasi, Universitas Semarang, Semarang", hal. 29.

menonjolkan kesan yang lebih memikat dalam hasil akhir video mereka.³⁸

6. Filter *Auto Caption*

Fitur terbaru yang diperkenalkan oleh TikTok dirancang untuk mempermudah pengguna dalam membuat video dengan menyertakan subtitle yang dihasilkan secara otomatis, sehingga konten video menjadi lebih inklusif dan mudah dipahami oleh berbagai audiens, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan pendengaran atau yang lebih nyaman membaca teks sebagai pendukung audio.

7. Fitur Hapus Komentar dan Blokir

Fitur baru ini memberikan kemampuan bagi pengguna untuk menghapus komentar atau memblokir komentar yang mengandung unsur negatif, sehingga membantu menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman dalam interaksi di platform. Namun, sayangnya, fitur ini belum tersedia untuk semua pengguna, sehingga penerapannya masih terbatas pada beberapa akun saja.

8. Fitur *Live*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung sebagai bentuk interaksi real-time dengan audiens mereka. Namun, tidak semua pengguna dapat mengakses fitur live ini, karena terdapat persyaratan tertentu, yaitu akun pengguna harus memiliki minimal 1.000 pengikut terlebih dahulu sebelum mereka dapat memulai siaran langsung.³⁹

³⁸ Raja Ismail Heb, “ Analisis Isi Pesan Dakwah Pada akun TikTok @tengkusakhra.ay_”, (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah, UIN Salatiga, Salatiga, 2024”, hal. 27.

³⁹Raja Ismail Heb, “ Analisis Isi Pesan Dakwah Pada akun TikTok @tengkusakhra.ay_”, (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah, UIN Salatiga, Salatiga, 2024”, hal. 28.

E. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian

Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Persuasif sebagai kerangka analisis utama. Teori ini berfungsi sebagai alat yang membantu peneliti dalam memahami dan menginterpretasikan data yang diperoleh. Peneliti tidak terbatas pada penggunaan satu teori saja, melainkan memiliki kebebasan untuk memanfaatkan berbagai teori guna menghubungkan data dengan konteks sosial yang relevan. Dalam penelitian ini, Teori Komunikasi Persuasif memberikan dasar yang kokoh untuk menganalisis bagaimana pesan dirancang dan disampaikan dengan tujuan memengaruhi audiens secara efektif.

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Perkembangan pengetahuan manusia dari waktu ke waktu terjadi berkat adanya komunikasi. Selain itu, komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling bergantung, sehingga komunikasi dan masyarakat tidak bisa dipisahkan. Pengertian komunikasi dapat dilihat dari sudut etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Berdasarkan etimologi, menurut Roudhonah dalam buku Ilmu Komunikasi, kata "*communicare*" berarti berpartisipasi atau memberitahukan, sementara "*communis opinio*" berarti pendapat umum.⁴⁰

Menurut Carl I. Hovland, komunikasi adalah *the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (the audience)* yang berarti proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan).⁴¹

⁴⁰ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), h. 27.

⁴¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT: Remaja Rosdakarya, 1985), h.3.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan, sebagaimana sering disampaikan melalui slogan “*We can’t not communicate*” yang berarti kita tidak bisa tidak berkomunikasi. Konsep komunikasi telah banyak dijelaskan oleh para ahli. Secara paradigmatik, komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memberikan informasi atau memengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku. Proses ini dapat dilakukan secara langsung melalui komunikasi lisan maupun secara tidak langsung melalui media.⁴² Menurut Miller, komunikasi adalah situasi di mana pengirim pesan menyampaikan informasi kepada penerima dengan tujuan yang jelas untuk memengaruhi perilaku penerima.⁴³

Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat, komunikasi persuasif merupakan salah satu teknik komunikasi yang berfokus pada penyampaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat. Oleh karena itu, terdapat beberapa kriteria penting yang perlu diperhatikan agar pesan dalam proses komunikasi dapat diterima dengan baik oleh komunikan, antara lain:

- a. Penyusunan pesan yang baik dan terstruktur. Pesan yang disampaikan harus dirancang secara runtut dan jelas. Mengingat bahwa setiap individu memiliki latar belakang dan cara berpikir yang berbeda, pesan yang tidak tersusun secara sistematis dapat menimbulkan beragam penafsiran yang keliru. Zikri dan Wildan dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa penyampaian pesan sebaiknya dimulai dari topik yang paling penting ke yang kurang penting, dari yang mudah ke yang sulit, serta dari hal yang sudah dikenal menuju hal yang masih asing.

⁴² Amir, Mahmud dan Rukmana. *Bank Syariah Teori, Kebijakan Dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h.5.

⁴³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 23.

- b. Penyajian pesan yang menarik. Pesan yang disampaikan perlu dikemas dengan cara yang menarik agar dapat menarik perhatian komunikan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi mereka yang belum memiliki keterampilan dalam menyusun pesan yang menarik. Ketika pesan dikemas dengan cara yang memikat, komunikan cenderung akan lebih antusias dan perhatian mereka akan lebih fokus, sehingga pesan yang dimaksud dapat diterima secara optimal.
- c. Kemudahan pemahaman isi pesan. Pesan yang efektif harus mudah dimengerti oleh komunikan. Faktor penting yang mempengaruhi hal ini adalah penggunaan bahasa. Komunikator harus menggunakan bahasa yang umum dan familiar di kalangan masyarakat. Penggunaan bahasa yang tidak tepat dapat menimbulkan kesalahpahaman atau interpretasi ganda, yang tentu saja tidak diharapkan. Oleh karena itu, pemilihan bahasa yang sesuai sangat penting dalam proses komunikasi agar makna pesan tersampaikan dengan akurat.⁴⁴

Berdasarkan ketiga kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya, penting bagi seorang komunikator untuk cermat dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Pemahaman terhadap situasi dan kondisi yang sedang terjadi menjadi hal yang sangat penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, serta tidak menimbulkan kesalahpahaman atau tafsir yang keliru. Setelah memahami makna komunikasi secara umum, penting juga untuk memperluas pemahaman tentang komunikasi persuasif. Istilah "persuasif" sendiri sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, yang berarti membujuk, memengaruhi, mengajak, atau merayu.

⁴⁴ Lika Hawani, "Analisis Komunikasi Persuasif Da'i Dalam Membina Jamaah Pengajian di Masjid Syadattutholibin Desa Wiramastra Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara", (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto, Purwokerto), hal. 12.

Dengan pemahaman tersebut, kita dapat melihat bahwa dalam kehidupan sehari-hari, banyak aktivitas yang melibatkan unsur-unsur persuasif, terutama dalam konteks dakwah. Komunikasi persuasif merupakan jenis komunikasi yang bertujuan memengaruhi seseorang, baik dalam aspek tindakan, cara berpikir, maupun kondisi psikologisnya. Jenis komunikasi ini memiliki kekuatan untuk mendorong perubahan perilaku pada individu atau kelompok tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa segala bentuk komunikasi yang mengandung unsur memengaruhi, membujuk, atau merayu dengan tujuan menghasilkan perubahan tertentu dalam diri seseorang atau kelompok, termasuk dalam kategori komunikasi persuasif. Dalam kegiatan dakwah, pendekatan persuasif ini sering digunakan oleh para da'i di berbagai belahan dunia. Konsep dalam komunikasi persuasif sejalan dengan tujuan dakwah, yaitu memberikan pengaruh positif terhadap mad'u melalui pesan-pesan yang disampaikan.⁴⁵

Persuasi sendiri berasal dari kata Latin *persuasio*, dengan kata kerja *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Menurut Maulana dan Gumelar, persuasi adalah sebuah proses yang bertujuan untuk mengubah sikap atau perilaku orang lain terhadap suatu peristiwa, gagasan, atau objek tertentu melalui penggunaan bahasa verbal maupun nonverbal yang mengandung informasi, emosi, dan logika.⁴⁶

Para ahli komunikasi sering kali menegaskan bahwa persuasi merupakan aktivitas yang bersifat psikologis. Penekanan ini bertujuan untuk membedakannya dari koersi (pemaksaan). Meskipun persuasi dan koersi memiliki tujuan

⁴⁵ Lika Hawani, "Analisis Komunikasi Persuasif Da'i Dalam Membina Jamaah Pengajian di Masjid Syadattutholibin Desa Wiramastra Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara," (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H.Syaifuddin Zuhri Purwokerto, Purwokerto), hal. 13.

⁴⁶ Maulana, H., & Gumelar, G. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta Barat: Akademia Permata, 2013), hal. 9.

yang serupa, yaitu mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, keduanya dilakukan dengan pendekatan yang berbeda.⁴⁷

Secara keseluruhan, komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang bertujuan memengaruhi pemikiran dan pandangan orang lain agar sejalan dengan pendapat dan keinginan komunikator. Proses ini melibatkan ajakan atau bujukan untuk mengubah sikap, keyakinan, dan pandangan tanpa menggunakan ancaman atau paksaan. Singkatnya, komunikasi persuasif adalah kemampuan berkomunikasi yang efektif dalam membujuk atau mengarahkan orang lain sesuai tujuan yang diinginkan.

2. Teknik Komunikasi Persuasif

Menurut Onong Uchjana Effendy, terdapat berbagai teknik dalam komunikasi persuasif yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan memengaruhi audiens. Setelah sasaran audiens (persuadee) ditentukan dan media penyampaian pesan dipilih, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan secara strategis, termasuk memilih teknik penyampaian yang sesuai. Beberapa teknik yang bisa diterapkan antara lain: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik red-herring.⁴⁸

a. Teknik Asosiasi

Menurut Onong, teknik asosiasi merupakan metode yang digunakan oleh komunikator (persuader) dalam menyampaikan pesan dengan mengaitkannya pada objek atau peristiwa yang sedang menjadi perhatian publik. Penulis menambahkan bahwa, misalnya, ketika seorang da'i menyampaikan materi dakwah tentang pentingnya bersyukur, ia bisa mengaitkannya dengan situasi pandemi Covid-19. Contohnya, rasa syukur diwujudkan melalui kepatuhan terhadap protokol kesehatan dan kepedulian terhadap sesama dengan memberikan bantuan kepada

⁴⁷ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal . 21.

⁴⁸Kelaut dia dan Sri Wahyuni, Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa dan Bgaimana Hijrah Itu?”, *Jurnal STID Al-had*, Vol. 19 No. 1, (Januari-Juni, 2021), hal. 72.

mereka yang terdampak. Pemilihan konteks pandemi sebagai ilustrasi bersyukur dipilih karena relevansinya dengan kondisi nyata yang tengah dialami masyarakat.⁴⁹

b. Teknik Integrasi

Teknik ini merujuk pada kemampuan persuader untuk membangun hubungan komunikasi yang menunjukkan bahwa ia berada dalam posisi yang sama dengan pihak yang diajak berkomunikasi (persuadee). Artinya, dalam menyampaikan pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, persuader menyiratkan adanya kesamaan pengalaman atau situasi dengan komunikan. Hal ini menciptakan perasaan kebersamaan atau kesamaan nasib. Salah satu contoh penerapan teknik ini adalah dengan menggunakan kata "kita" dalam penyampaian pesan, yang bertujuan menyatukan posisi komunikator dengan komunikan.

c. Teknik Ganjaran

Teknik ini merupakan upaya untuk memengaruhi persuadee dengan menawarkan keuntungan atau janji yang bersifat menguntungkan. Menurut Onong, teknik ganjaran bertujuan untuk membangkitkan dorongan emosional, karena pada dasarnya manusia secara naluriah menyukai imbalan atau hadiah. Teknik ini mendorong komunikan untuk tertarik dan merespons positif terhadap pesan yang disampaikan karena adanya harapan mendapatkan manfaat atau keuntungan tertentu.

d. Teknik Tataan

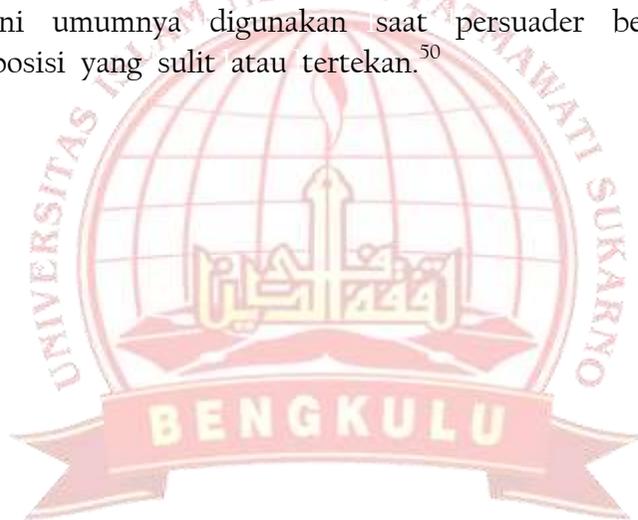
Teknik ini merupakan usaha dalam merancang pesan komunikasi dengan cara yang terstruktur dan menarik, sehingga pesan tersebut terdengar atau terbaca dengan menyenangkan. Tujuannya adalah agar komunikan merasa terdorong untuk mengikuti apa yang disarankan dalam

⁴⁹Kelaut dia dan Sri Wahyuni, Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah "Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?", *Jurnal STID Al-had*, Vol. 19 No. 1, (Januari-Juni, 2021), hal. 72.

pesan persuasif. Dalam penerapannya, pesan disusun sedemikian rupa agar tampak menarik dan estetik, sehingga mampu menarik perhatian dan minat setiap orang yang menerimanya.

e. Teknik *Red-Herring*

Teknik ini adalah metode persuasif yang digunakan oleh komunikator untuk memenangkan argumen dalam situasi debat dengan cara menghindari pembahasan pada argumen yang kurang kuat. Sebagai gantinya, komunikator perlahan-lahan mengarahkan pembicaraan ke topik atau aspek lain yang lebih dikuasainya, yang kemudian digunakan sebagai senjata untuk menyerang lawan. Teknik ini umumnya digunakan saat persuader berada dalam posisi yang sulit atau tertekan.⁵⁰



⁵⁰ Kelaut dia dan Sri Wahyuni, Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa dan Bgaimana Hijrah Itu?”, *Jurnal STID Al-had*, Vol. 19 No. 1, (Januari-Juni, 2021), hal. 73.