

**KOMUNIKASI PERSUASIF DAKWAH ISLAM
“STUDI PROGRAM NGOBROL BARENG GUS MIFTAH DI INEWS TV EDISI
RAMADHAN TAHUN 2021”**



Oleh:

**Dedi Rismanto
NIM: 19202010021**

**Diajukan Kepada Program:
Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN SUNAN KALIJAGA**

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedi Rismanto
Nim : 19202010021
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 November 2021

Saya yang menyatakan,



Dedi Rismanto

NIM: 19202010021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedi Rismanto
Nim : 19202010021
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 November 2021

Saya yang menyatakan,



Dedi Rismanto
Dedi Rismanto

NIM: 19202010021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-127/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Persuasif Dakwah Islam "Studi Program Ngobrol Bareng Gus Miftah di I News TV Edisi Ramadhan Tahun 2021"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEDI RISMANTO, S.Sos, CPSP, CLMA, C.COM
Nomor Induk Mahasiswa : 19202010021
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Desember 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61ce708e016eb



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61ce89e77771d



Penguji III

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61ce8d5368ac



Yogyakarta, 28 Desember 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61ce708e01f79

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**KOMUNIKASI PERSUASIF DAKWAH ISLAM
"STUDI PROGRAM NGOBROL BARENG GUS MIPTAH DI INEWS TV EDISI
RAMADHAN TAHUN 2021"**

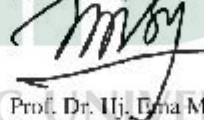
Oleh

Nama : Dedi Rismanto, S.Sos
NIM : 19202010021
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 21 Desember 2021
Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Tina Marhumah, M.Pd

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ - ١٢٥

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl ayat 125).



ABSTRAK

Gus Miftah dikenal sebagai sosok yang nyentrik dan juga menjadi Da'i sekaligus menjadi Presenter di program *talkshow* "Ngobrol Bareng Gus Miftah" di iNews Tv edisi Ramadhan tahun 2021, dan untuk menjadi komunikator yang baik, dituntut adanya kredibilitas yang tinggi yaitu suatu tingkat kepercayaan yang tinggi pada komunikannya. Da'i dalam berdakwah dituntut untuk selalu tampil menarik, energik dalam membawakan acara demi acara. Dalam dakwahnya Gus Miftah menggunakan komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Gus Miftah pertama kalinya membawakan acara Tv *off air* dalam program unggulan yaitu "Ngobrol Bareng Gus Miftah" di iNews Tv edisi Ramadhan 2021. Dengan mendatangkan narasumber-narasumber yang kompeten dibidangnya.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Model analisa data dengan pengembangan penjelasan. Penelitian kualitatif identik dengan sebuah penelitian yang bersifat kritis dan interpretatif. Sumber data primer menggunakan dokumen original rekaman video "Ngobrol Bareng Gus Miftah" edisi Ramadhan tahun 2021. Dan wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap Gus Miftah. Data sekunder menggunakan buku, karya ilmiah, jurnal, internet dan sumber-sumber lain yang ada relevansinya dengan penelitian ini. Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini untuk mengetahui teknik Komunikasi Persuasif dan Pesan Dakwah yang dilakukan oleh Gus Miftah dalam siaran "NGOBROL BARENG Gus Miftah" di iNews TV yang berkonten dakwah edisi bulan Ramadhan tahun 2021. Bahwa isi dari Gus Miftah apa saja pesan-pesan Gus Miftah dalam acara *Talk show* siaran "NGOBROL BARENG Gus Miftah" di iNews TV edisi Ramadhan Tahun 2021? Adapun hikmah yang bisa di petik dari tayangan "NGOBROL BARENG Gus Miftah" di iNews TV edisi Ramadhan tahun 2021 dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan hasil bahwa Miftah Maulana Habiburrahman sosok Da'i yang profesional yang mampu berdakwah menggunakan komunikasi persuasif, sebagai seorang *persuader*, ia memenuhi standar untuk menjadi Da'i persuasif, dalam berdakwah yang mengandung ajakan tanpa adanya unsur paksaan dan bersifat menggembirakan. Pesan dakwah yang digunakan menggunakan Akidah, Syariah dan Akhlak.

Kata Kunci: Gus Miftah, Komunikasi Persuasif, Dakwah, iNews TV.

ABSTRACT

Gus Miftah is known as an eccentric figure and is also a preacher as well as a presenter on the talk show "Talk Together Gus Miftah" on iNews Tv Ramadhan edition in 2021, and to be a good communicator, high credibility is required, namely a high level of trust. high in communication. Da'i in preaching are required to always appear attractive, energetic in presenting event after event. In his da'wah, Gus Miftah uses persuasive communication aimed at changing or influencing a person's beliefs, attitudes and behavior so that they act in accordance with what is expected by the communicator. For the first time, Gus Miftah hosted an off air Tv program in a flagship program, namely "Talk Together Gus Miftah" on the iNews Tv Ramadhan 2021 edition. By bringing in competent sources in their fields.

Researchers used qualitative research methods. The approach used in this research is a case study. Data analysis model with explanation development. Qualitative research is identical to a research that is critical and interpretive. The primary data source used the original video recording of "Talk Together Gus Miftah" the 2021 edition of Ramadhan. And an in-depth interview with Gus Miftah. Secondary data uses books, scientific papers, journals, internet and other sources that are relevant to this research. In collecting data, researchers used observation, interviews and documentation techniques.

This research is to find out the persuasive communication techniques and da'wah messages carried out by gus Miftah in the "Talk Together Gus Miftah" broadcast on iNews TV which contains da'wah content in the month of Ramadan 2021 edition. broadcast show "Talk Together Gus Miftah" on iNews TV Ramadhan edition in 2021? As for the lessons that can be learned from the show "Talk Together Gus Miftah" on iNews TV Ramadhan edition in 2021 in everyday life.

After conducting research, the researchers found that Miftah Maulana Habiburrahman is a professional Da'i figure who is able to preach using persuasive communication, as a persuader, he meets the standards to become a persuasive Da'i, in preaching that contains invitations without any coercion and is encouraging. . The message of da'wah used uses Aqeedah, Sharia and Morals

Keywords: Gus Miftah, Persuasive Communication, Da'wah, iNews TV.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke huruf Latin yang digunakan dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Sād	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ayn	...'	Koma terbalik ke atas
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El

م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Hā'	H	H
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Tunggal

متقدين	Ditulis	muta'qqidīn
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	hibah
جزية	Ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia kata shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti oleh kata sandang "al"serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan "h"

كرامة الأولياء	Ditulis	karāmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harkat fathah, kasrah, dammah, ditulis dengan tanda t.

زكاة الفطر	Ditulis	zakāt al-fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-----	fathah	A	a
-----	kasrah	I	i
-----	dammah	U	u

E. Vokal Panjang

fathah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	ā jāhiliyyah
fathah + ya' mati يسعى	Ditulis Ditulis	ā yas'ā
kasrah + ya' mati كريم	Ditulis Ditulis	ī karīm
dammah + wawu mati فروض	Ditulis Ditulis	ū furūḍ

F. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati بينكم	Ditulis Ditulis	ai bainikum
fathah + wawu mati قول	Ditulis Ditulis	au qaulun

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	a'ntum
أعدت	Ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti oleh Huruf Qamariyyah

القران	Ditulis	al-Qur'an
القياس	Ditulis	al-qiyaās

b. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	as-samā'
الشمس	Ditulis	asy-syams

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	ẓawī al-furūḍ
أهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir tesis ini. Sholawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Saw, keluarganya, para sahabatnya dan seluruh umat manusia. *Amin ya rabbal'alamin*.

Tesis ini berjudul “Presenter Dan Da’i Komunikasi Persuasif Dakwah Islam (Studi Program Ngobrol Bareng Gus Miftah di Inews Tv Edisi Ramadhan Tahun 2021)”. Tesis ini merupakan suatu bentuk karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian peneliti sendiri. Secara teoritis, Tesis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran-pemikiran baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi. Secara teknis sesuai prosedur kelembagaan, Tesis ini diajukan ke program magister Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi syarat memperoleh gelar magister ilmu sosial.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan Tesis ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:


1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., MA.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Ema Marhumah, M.Pd selaku DPT dan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan melanjutkan pendidikan di program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay Si., MA sebagai DPA dan Kaprodi. Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum sebagai Sekprodi di Program Studi Magister Penyiaran dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan masukan dalam penyusunan tesis ini.
4. Dosen Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan limpahan ilmunya.
5. Civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Kedua orang tua penulis, bapak. Nur Zaenal dan ibu Mulidah. Kepada mertua saya bapak Solihin dan ibu Yuni Harti atas segala bentuk doa, dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis tepat waktu.

7. Untuk istri tercinta Auliya Nur Alifah S.H yang telah meluangkan waktu untuk menemani, mendampingi dan mendukung penulis setiap saat, Semoga Allah memudahkan urusan kita kedepannya.
8. Pondok Pesantren Ora Aji Tundan, Kalasan, Sleman DIY.
9. Keluarga besar Mahasiswa KPI S2 Angkatan 2020 yang saling mendukung dan memotivasi satu dengan yang lainnya untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada yang bisa penulis berikan sebagai tanda terima kasih, melainkan hanya doa yang tulus. Semoga segala kebaikan yang diberikan oleh semua pihak dicatat sebagai sedekah. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tesis ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat substantif dan konstruktif sangat dibutuhkan oleh penulis. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara utuh dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca..

Yogyakarta, 21 Desember 2021




Dedi Rismanto
19202010021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
DAFTAR SINGKATAN	xix
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Kerangka Teori.....	11
1. Dakwah.....	11
2. Komunikasi Persuasif.....	18
F. Metodologi Penelitian.....	27
G. Sistematika Pembahasan	30
BAB II BIOGRAFI GUS MIFTAH DAN I NEWS TV	
A. Biografi Gus Miftah	31
1. Gus Miftah.....	29
2. Pondok Pesantren Ora Aji	36
3. Kegiatan Pondok Pesantren Ora Aji	38

4. Struktur Kepengurusan.....	40
5. Masjid Al-Mbejaji.....	41
6. Program “Ngobrol Bareng Gus Miftah”	47
B. iNews Tv	48
1. Sejarah iNews Tv	45
2. Cakupan Jangkauan Siaran iNews Tv	51
3. Lokasi Studio iNews Tv	52
4. Visi dan Misi iNews Tv.....	53
5. Bidang dan Program iNews Tv	53
6. Struktur Organisasi Tayangan Ngobrol Bareng Gus Miftah”	61
7. Penghargaan yang Diraih oleh iNews Tv	62
BAB III OBROLAN DENGAN GUS MIFTAH.	
A. Jurus Bima Arya Atasi Corona.....	67
B. Jalan Hijrah DJ Zahra Jasmine	80
C. Wajah Baru AHY	95
D. Hijrah Dari Dunia Hitam Ke Politik	107
E. Hitam Putih Dunia Malam.....	120
F. Lebaran Bersama Anang Ashanty	132
BAB IV PESAN DAN TEKNIK PERSUASIF DAKWAH GUS MIFTAH	
A. Pesan Dakwah Gus Miftah.....	151
1. Pesan Akidah.....	152
2. Pesan Syariah	159
3. Pesan Akhlak.....	163
B. Teknik Penyusunan Pesan Persuasif Gus Miftah	168
1. <i>Fear Appeal</i>	168
2. <i>Emotional appeal</i>	169
3. <i>Reward Appeal</i>	171
4. <i>Motivasiional Appeal</i>	175
5. <i>Humorius Appeal</i>	187
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	190
B. Saran-Saran.....	192
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP/<i>Curriculum Vitae</i> (CV)	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peta Konsep.

Tabel 2.1 Kegiatan Muhadharah.

Tabel 2.2 Struktur Tingkat Ustad.

Tabel 2.3 Struktur Tingkat Santri dan Santriwan.

Tabel 2.4 Struktur Organisasi “Ngobrol Bareng Gus Miftah”.

Tabel 4.1 Tiga Kategori Dakwah.



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 *Talkshow* “Ngobrol Bareng Gus Miftah”.
- Gambar 2.1 Biografi Gus Miftah.
- Gambar 2.2 Penghargaan yang telah diraih gus Miftah.
- Gambar 2.3 Pondok Pesantren Ora Aji.
- Gambar 2.4 Logo Pondok Pesantren Ora Aji.
- Gambar 2.5 Masjid Al-Mbejaji.
- Gambar 2.6 Filosofis Jawa Nama Gus Miftah.
- Gambar 2.7 Program “Ngobrol Bareng Gus Miftah”.
- Gambar 2.8 Sejarah iNews.
- Gambar 2.9 Loggo SUN TV.
- Gambar 2.10 Loggo SINDO TV.
- Gambar 2.11 Loggo iNews TV.
- Gambar 2.12 Cakupan Jangkauan Siaran iNews Tv.
- Gambar 2.13 Lokasi Studio iNews Tv.
- Gambar 2.14 Program Berita iNews Tv.
- Gambar 2.15 Tayangan Cahaya Hati Indonesia
- Gambar 2.16 Program Harian *Information*.
- Gambar 2.17 Program Reyunian.
- Gambar 2.18 Program The Legends Are Back Total Boxing.
- Gambar 2.19 Tayangan “Ngobrol Bareng Gus Miftah”
- Gambar 3.1 Jurus Bima Arya Atasi Corona.
- Gambar 3.2 Jalan Hijrah DJ Zahra Jasmine. Tanggal Tayang : 16 April 2021.
- Gambar 3.3 Wajah Baru AHY di Ramadhan.
- Gambar 3.4 Hijrah Dari Dunia Hitam Ke Politik Tanggal Tayang: 30 April 2021.
- Gambar 3.5 Hitam Putih Dunia Malam. Tayang Tanggal : 7 Mei 2021.
- Gambar 3.6 Lebaran Bersama Anang Ashanty Tayang Tanggal : 13 Mei 2021.
- Gambar 3.7 Wawancara dengan Gus Miftah.
- Gambar 3.8 Jurus Bima Arya atasi Corona, <https://youtu.be/yG2uEesJhdg>.
- Gambar 3.9 Jalan Hijrah Dj Zahra Jasmine, <https://youtu.be/xjAqcoUmSzc>.
- Gambar 3.10 Bugar ala AHY, <https://youtu.be/6lutR9gC5yI>.
- Gambar 3.11 Hijrah dari Dunia Hitam ke Politik <https://youtu.be/6xWaYhbGNkg>.
- Gambar 3.12 Hitam Putih Dunia Malam, <https://youtu.be/a7ng839r9Xw>.
- Gambar 3.13 Lebaran Bersama Anang dan Ashanty, <https://youtu.be/wPY83f1zi1Q>.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara dengan Gus Miftah.

Lampiran 2. Rumah Gus Miftah.

Lampiran 3. Armada Pondok Pesantren.

Lampiran 4. Asrama Pondok Putra.

Lampiran 5. Masjid Al-Mbejaji.

Lampiran 6. Jadwal Siar iNews Tv.

Lampiran 7. Permohonan Izin Penelitian Gus Miftah.

Lampiran 8. Permohonan Izin Penelitian iNews Tv.

Lampiran 9. Bukti Seminar Tesis.

Lampiran 10. *Curriculum Vitae*



DAFTAR SINGKATAN

AHY : Agus Harimurti Yudhoyono
ASOY : Asik Coy
BAP : Berita Acara Pemeriksaan
BNN : Badan Nasional Narkotika
BNPB : Badan Nasional Penanggulangan Bencana
BSD : Bumi Serpong Damai
Cawagub : Calon Wakil Gubernur
COVID : Coronavirus
Dj : *Disk Jockey*
DKI : Daerah Khusus Ibukota Jakarta
DM : *Direct and Message* (pesan pribadi)
DPN : Dewan Pengacara Nasional
DPP : Dewan Pimpinan Pusat
DPR : Dewan Perwakilan Rakyat
DPRD : Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
GOR : Gelanggang Olahraga
HRS : Habib Rizieq Shihab
Kapolres : Kepolisian Resor
KLB : Kongres Luar Biasa
KNPI : Komite Nasional Pemuda
KTP : Kartu Tanda Penduduk
KUHP : Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
LSM : Lembaga Swadaya Masyarakat
Mucikari : Pemilik Pekerja Seks Komersial
NKRI : Negara Kesatuan Republik Indonesia
NU : Nahdlatul Ulama
OKP : Organisasi Kemasyarakatan Pemuda
Ormas : Organisasi Masyarakat
PAN : Partai Amanat Nasional

Paspampres : Pasukan Pengamanan Presiden
PCR : *Polymerase Chain Reaction*
PDI : Partai Demokrasi Indonesia
Pilgub : Pilihan Gubernur
PJLP : Penyedia Jasa Lainnya Orang Perorangan
PKB : Partai Kebangkitan Bangsa
PL : Pangudi Luhur
PNS : Pegawai Negeri Sipil
PR : Pekerjaan Rumah
PSK :Pekerja Seks Komersial
PTUN : Peradilan Tata Usaha Negara
RI : Republik Indonesia
Sarkem : Pasar Kembang
SD : Sekolah Dasar
SKJ : Senam Kesegaran Jasmani
SMA : Sekolah Menengah Atas
SMP : Sekolah Menengah Pertama
SPG : *Sales Promotion Girls*
STM : Sekolah Teknik Menengah
STMJ : Solat Terus Makasiat Jalan
THR : Tunjangan Hari Raya
TK : Taman Kanak-Kanak
TNI AD : Tentara Nasional Indonesia-Angkatan Darat
TPA : Taman Pendidikan Al-Qur'an
WA : *WhatsApp*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Da'i dalam perspektif ilmu komunikasi dapat dikategorikan sebagai komunikator yang bertugas menyebarkan dan menyampaikan informasi-informasi dari sumber (*source*) melalui saluran yang sesuai (*channel*) pada komunikan. Gus Miftah selain menjadi Da'i juga menjadi Presenter di acara "Ngobrol Bareng Gus Miftah" di iNews TV dan untuk menjadi komunikator yang baik dituntut adanya kredibilitas yang tinggi yaitu suatu tingkat kepercayaan yang tinggi pada komunikannya. Komunikator yang baik adalah mampu menyampaikan informasi atau pesan (*message*) kepada komunikan sesuai dengan yang di inginkan.¹ Komunikasi persuasif sering digunakan para Da'i dalam melaksanakan dakwahnya dengan tujuan dapat merubah pola pikir, sikap dan perilaku Mad'u kearah yang lebih baik lagi termasuk dalam menyikapi perbedaan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Gus Miftah selaku Presenter dalam acara "Ngobrol Bareng Gus Miftah" berkesempatan dalam membawakan acara yang sangat trending saat ini dengan membawakan informasi yang teraktual dan dapat dipercaya dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang berkompeten di bidangnya, dengan nuansa Ramadhan ini masyarakat butuh inspirasi-inspirasi yang bisa merubah *mindset* diri sendiri kearah yang lebih baik, tidak itu saja tugas gus Miftah yang harus membawakan dakwahnya dengan mengetahui sasaran-sasaran yang tepat, tidak itu saja Da'i dituntut untuk selalu tampil menarik, energik dalam membawakan acara demi acara dalam program "Ngobrol Bareng Gus Miftah" di Inews Tv edisi bulan Ramadhan Tahun 2021.

¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta:CV.Gaya Media Pratama, 1997), hal 9.

Presenter dan Da'i dapat dipadukan ketika Gus Miftah menjadi presenter dan Da'i, disisi lain presenter harus profesional karena acara di stasiun televisi dan Da'i harus konsisten terhadap ucapannya, agar audien bisa menangkap pesan-pesan yang disampaikan Da'i dan bisa memahaminya. Dalam penelitian ini memadukan presenter dan Da'i supaya pemirsa bisa melihat komunikasi persuasif dakwah Gus Miftah dalam membawakan acara di stasiun televisi iNews dalam program "Ngobrol Bareng Gus Miftah" edisi Ramadhan tahun 2021.

Dalam dakwahnya Gus Miftah sukses menggait Hercules seorang mantan preman fenomenal di dunia gangster yang menguasai Tanah Abang di Jakarta, kemudian bertaubat pemuda dari Jerman memeluk agama Islam yang bernama Alang Heinrich yang langsung dibimbing syahadat oleh Gus Miftah, kemudian akhir Ramadhan tahun 2021 Gus Miftah mendapat *Video Call* dari pemuda Belanda untuk masuk Islam, tidak kalah viral presenter dan *mentalist* dari Indonesia yaitu Deddy Corbuzier yang menjadi muallaf dibimbing selama 8 bulan. Preman lokalisasi Sarkem mas Indra kembali ke jalan yang benar dan dituntun oleh Gus Miftah. Dan aktivitas Gus Miftah melakukan dakwah ditempat club malam selama 14 tahun serta banyak lagi komunikasi persuasif Gus Miftah untuk merayu dan mengajak manusia kedalam kebajikan sesuai tuntunan syariat Islam tanpa ada unsur paksaan dari siapapun.

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi adalah suatu aspek kehidupan manusia yang paling mendasar, penting dan kompleks. Kehidupan sehari-hari kita dipengaruhi oleh komunikasi kita sendiri dengan orang lain. Bahkan oleh pesan yang berasal dari orang yang kita tidak tahu. Karena kekompleksan komunikasi, maka Little Jhon mengatakan, komunikasi adalah sesuatu yang sulit

untuk didefinisikan. Sementara itu, menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide dan gagasan) dari satu pihak lain, agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya².

Dakwah merupakan salah satu aktivitas komunikasi karena dalam dakwah terjadi proses transmisi informasi (pesan) dari komunikator (Da'i, juru dakwah) kepada komunikan (Mad'u) melalui berbagai media seperti televisi, radio, internet atau surat kabar.³ Media televisi iNews juga turut dalam penyajian nuansa Islami dan dengan dakwah yang menyejukan hati bagi para pemirsanya, dalam (Al-Qur'an surah. An-Nahl: 125), dijelaskan bahwa Allah telah memberikan pedoman atau ajaran-ajaran pokok untuk menjadi patokan, bagaimana seharusnya cara-cara melaksanakan dakwah. Sebagaimana firman-Nya :

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

Artinya : *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran 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. (QS. an-Nahl: 125).*

Dakwah adalah mengajak Mad'u untuk berbuat yang *ma'ruf* dan menjauhi yang mungkar. Dakwah sendiri mempunyai arti yaitu menyebarluaskan agama Islam, yang merupakan suatu proses yang berkaitan antara Da'i dan Mad'u dan sasaran dakwah menyampaikan dakwah kepada manusia yang bersedia masuk ke jalan Allah Swt.

² Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung:PT.Citra Aditya Bakti, (Cet ke-3), 2003),hal 59-60.

³ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik* (Bandung: Simbioasa. hal 63.

Dakwah tidak hanya dimaknai sebagai syiar agama yang dilakukan oleh ulama-ulama di acara tertentu, akan tetapi dakwah adalah cara untuk mengajak ke jalan kebenaran dengan pedoman yang sudah ada. Era modern seperti saat ini dakwah dapat dilakukan dengan banyak hal, sejatinya dakwah adalah kewajiban bagi setiap muslim. Sebagaimana firman Allah:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : *Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung (QS. Ali Imran : 104).*

Dakwah ibarat lentera kehidupan, yang memberi cahaya dan menerangi hidup manusia dari kegelapan. Di saat ini manusia dilanda kegersangan spiritual sehingga agama Islam melenceng dari kaidah-kaidahnya dengan demikian dakwah diharapkan mampu memberi cahaya terang ditengah maraknya berbagai kemusrikan, kerusuhan, kecurangan, dan sederet tindakan tercela lainnya agar dapat dicegah atau diminimalisir dengan dakwah Islam.⁴

Dakwah Islamiyah merupakan suatu konsepsi lengkap mencakup segala macam cara dan teknik serta ilmu pengetahuan dalam rangka menyampaikan, menerangkan, dan menjelaskan segala petunjuk tentang hidup dan kehidupan umat manusia. Dari kacamata komunikasi dalam rangka memengaruhi individu atau komunal, agar mereka dengan sadar dan yakin akan kebenaran Islam dan mau menganutnya bagi mereka non-muslim dan memperdalam pengetahuan agama Islam bagi kaum muslimin.

⁴ Adz-Dzaky, Hamdan Bakran. *Psikoterapi dan Bimbingan Konseling Islami*. Yogyakarta: Fajar Pustaka 2001. Hal 21.

Upaya yang dilakukan terkait erat dengan strategi dan teknik penyampaian yang dilakukan komunikator. Sebab prinsip dasar komunikasi adalah pengaruh-mempengaruhi dalam rangka “melumpuhkan” komunikan agar mau dan mampu mengikuti apa yang dikehendaki komunikator (dalam hal ini adalah Da’i). Sehingga tujuan dakwah dapat dicapai secara efektif dan efisien⁵.

Pada tanggal 6 April 2015 hingga 30 November 2016, iNews menempatkan logo on air-nya di pojok kanan atas dan iNews dalam menyiarkan acara siaran langsung pertandingan olahraga lagi. Pada tanggal 1 Desember 2016, iNews memindahkan logo on air-nya dari posisi yang sebelumnya di pojok kanan atas ke pojok kiri atas. Pada tanggal 31 Oktober 2017, kata TV pada logo iNews dihilangkan bertepatan dengan acara Metamorfosa iNews⁶.



Gambar 1.1 *Talkshow* “Ngobrol Bareng Gus Miftah”.

Stasiun Televisi berita iNews memiliki tayangan baru yakni program *Talkshow* bertajuk “NGOBROL BARENG Gus Miftah” acara tersebut setiap hari

⁵ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016. Hal 10.

⁶ <https://id.wikipedia.org/wiki/INews> diakses pada tanggal 04 April 2021

jumat pukul 21.00 dipandu langsung oleh Gus Miftah, pimpinan Pondok Pesantren Ora Aji, Yogyakarta. Gus Miftah dikenal sebagai sosok yang nyentrik, seperti video ketika berdakwah di club kelab malam yang sempat viral di media sosial. tayangan perdana pada tanggal Selasa, 22 September 2020 sampai sekarang yaitu program *talkshow* “Ngobrol Bareng Gus Miftah” yang di pandu oleh Gus Miftah langsung dengan mendatangkan narasumber-narasumber dari berbagai kalangan, dari pejabat, PSK, ulama, youtuber, artis dan lain sebagainya.

Peneliti tertarik dengan program ini dikarenakan adanya keunikan yang berbeda didalam program “Ngobrol Bareng Gus Miftah”, yang baru pertama kali membawakan acara di Stasiun Tv nasional sebagai Presenter dengan mendatangkan narasumber-narasumber yang berkompeten dibidangnya dengan tidak menghilangkan jatidiri seorang Da’i yang santai dan bijaksana. Acara tersebut dilakukan di Gedung iNews Tv dengan menerapkan protokol kesehatan.

Terkait program “Ngobrol Bareng Gus Miftah” berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh orang lain, karena di era pandemi ini Da’i harus memutar otak supaya dakwahnya tetap eksis dan karya-karyanya bisa dinikmati oleh semua kalangan, tidak itu juga seorang Da’i harus konsisten terhadap ucapannya sehingga tidak bisa menjadi panutan oleh masyarakat serta mendamaikannya.

Dalam proses berdakwah di media televisi banyak orang terketuk hatinya dengan menggunakan komunikasi persuasif Gus Miftah sehingga komunikasi mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator, dan hasilnya banyak orang non muslim berbondong-bondong untuk masuk Islam dikarenakan dakwahnya yang sejuk, santun dan bersahaja. Tidak memandang dari kaum apapun selagi masih hidup orang

tersebut berhak untuk memeluk agama manapun yang penting sesuai norma yang berlaku di negara Indonesia.

Dalam bulan Ramadhan ini banyak keberkahan yang terdapat didalamnya serta magfirah (ampunan) dari Allah SWT. Dengan bertaqwa dan menjalankan amalan-amalan dibulan suci Ramadhan. Pada Hari senin tanggal 12 April 2021. Pemerintah menentukan awal ibadah puasa yang melalui kementerian agama (Kemenag) menggelar sidang Isbat atau penetapan awal Ramadhan 1442 H. dan hari raya Idul Fitri jatuh pada tanggal 13 Mei 2021. Berdasarkan SKB 3 menteri.

Dilihat dari sudut pandang dakwah, media televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya dapat menjadi media dakwah yang efektif jika dikelola dan dipergunakan secara profesional. Media televisi iNews memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah harus mengikuti sesuai zaman sekarang, karena jika tidak demikian dakwah akan terkesan monoton dan tidak menarik sehingga keefektifan dalam berdakwah menjadi kurang maksimal.

Adapun rangkuman video yang akan diteliti pertama. Manfaat Gembira Bima Arya Sambut Datangnya Bulan Suci Ramadhan - Ngobrol Bareng Gus Miftah part 1, 2, 3, 4, tanggal 09 April 2021. Kedua, Alasan Zahra Jasmine Mantap Berhijab Part 01, 02, 03, 04 - Ngobrol Bareng Gus Miftah 16 April 2021. Ketiga, Bugar ala AHY, punya hobi baru, cari gunung hingga Camping Part 01, 02, 03, 04 - Ngobrol Bareng Gus Miftah 23 April 2021. Keempat, Menjaga kesehatan saat pandemi ala Prasetyo Edi Marsudi part 01, 02, 03, 04 - Ngobrol Bareng Gus Miftah 30 April 2021. Kelima, Cerita mantan kriminal besar di Jogja yang akhirnya dapat hidayah part 01, 02, 03, 04- Ngobrol Bareng Gus Miftah 07 Mei 2021. keenam, 1. Lebaran Bersama Anang dan Ashanty Part 01, 02, 03, 04 - Ngobrol Bareng Gus Miftah 13 Mei 2021.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang diatas, penulis telah merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa pesan-pesan dakwah gus Miftah dalam acara *talkshow* siaran “NGOBROL BARENG Gus Miftah” di iNews TV edisi Ramadhan Tahun 2021?
2. Bagaimana pesan-pesan persuasif gus Miftah dalam siaran “NGOBROL BARENG Gus Miftah” di iNews TV edisi Ramadhan tahun 2021?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menganalisa Apa pesan-pesan dakwah gus Miftah dalam acara *talkshow* siaran “NGOBROL BARENG Gus Miftah” di iNews TV edisi Ramadhan Tahun 2021.
2. Menganalisa pesan-pesan persuasif gus Miftah dalam siaran “NGOBROL BARENG Gus Miftah” di iNews TV edisi Ramadhan tahun 2021.

Sementara, kegunaan penelitian ini antara lain adalah:

- a) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi Penyiaran Islam. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi kajian dasar dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Penelitian ini membuktikan bahwa salah satu penentu keberhasilan dakwah adalah dilakukan dengan cara komunikasi persuasif sebagaimana yang dilakukan oleh gus Miftah
- b) Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang memadahi kepada berbagai pihak, terutama umat muslim yang pernah menimba ilmu kepada gus Miftah dan meneruskan estafet perjuangan dakwahnya.

D. KAJIAN PUSTAKA

Setidaknya ada (5) penelitian berbentuk Jurnal dan Tesis yang meneliti Gus Miftah, pertama adalah "Putra Pujiantara, Jurnal 2020" *Dakwah Gus Miftah Dalam Bingkai Media Daring*" Penelitian yang dilakukan oleh Putra Pujiantara pada tahun 2020 meneliti tentang Pembingkai media massa atas dakwah Gus Miftah di tempat hiburan malam dengan membandingkan media Detik.com dan JPNN.com⁷.

Kedua Muslimin Ritonga dan Dewi Sartina, Jurnal 2020 "*Komunikasi Dakwah Gus Miftah di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta*" Penelitian ini dilakukan oleh Muslimin Ritonga dan Dewi Sartina pada tahun 2020 meneliti tentang aktivitas dakwah yang dikomunikasikan oleh komunikator dakwah kepada komunikan dakwah, seperti Gus Miftah yang memiliki keberanian, kesiapan serta memiliki pendekatan dan strategi yang jitu agar dakwah dapat diterima ditengah-tengah kawasan hitam tersebut⁸.

Ketiga, Maylia Dwi Lestari, Jurnal 2020 "*Maksim Tutur Kesantunan Berbahasa Dalam Ceramah Gus Miftah*" Penelitian ini dilakukan oleh Maylia Dwi Lestari tahun 2020. Meneliti tentang maksim tutur prinsip kesantunan dalam ceramah Gus Miftah fokus penelitian penerapan pada maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim pujian, maksim pemufakatan, maksim kerendahan hati dan maksim simpati pada penceramah Gus Miftah⁹.

Keempat, Trisno Kosmawijaya, Tesis 2019 "*Da'i Diskotik: Dakwah Gus Miftah di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta*" Penelitian ini dilakukan oleh Trisno

⁷ Putra Pujiantara, "*Dakwah Gus Miftah Dalam Bingkai Media Daring*". Kalijaga Journal of Communication Vol. 2, 2020: 135-152

⁸ Muslimin Ritonga dan Dewi Sartina, "*Komunikasi Dakwah Gus Miftah di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta*" Al-Minzir Vol. 13. No. 2 November 2020.

⁹ Maylia Dwi Lestari, "*Maksim Tutur Kesantunan Berbahasa Dalam Ceramah Gus Miftah*" Universitas Islam Malang 20 Juli 2020

Kosmawijaya tahun 2019. Meneliti tentang bagaimana gus Miftah beradaptasi, berinteraksi, dan memaknai realitas sosial para pekerja diskotik sebagai objek dakwah, jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teori kontruksi sosial Berger dan Luckmann¹⁰.

Kelima, Muhammad Amin Qodri Syahnaidi, Tesis 2020 “*Transformasi Diri Santri Eks Pelaku Pantologi Sosial Di Pondok Pesantren Ora Aji Sleman Yogyakarta*” penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Amin Qodri Syahnaidi tahun 2020. Meneliti tentang konsep diri santri eks pelaku pantologi sosial, alasan serta proses transformasi diri yang dialami oleh santri eks pelaku pantologi sosial, dan kehidupan santri eks pelaku pantologi sosial di Pondok Pesantren Ora Aji Sleman Yogyakarta¹¹.

Meskipun kelima penelitian terdahulu (*prior research*) tersebut memiliki perbedaan topik, yakni pertama, meneliti pembingkaian media massa atas dakwah gus Miftah di tempat hiburan malam dengan membandingkan media Detik.com dan JPNN.com. Kedua, aktivitas dakwah yang dikomunikasikan oleh komunikator dakwah kepada komunikan dakwah ditempat lokalisasi. Ketiga, maksim tutur prinsip kesantunan dalam ceramah gus Miftah. Keempat, bagaimana gus Miftah beradaptasi, berinteraksi, dan memaknai realitas sosial para pekerja diskotik sebagai objek dakwah. Kelima, tentang konsep diri santri eks pelaku pantologi sosial, alasan serta proses transformasi diri yang dialami oleh santri eks pelaku pantologi sosial, dan kehidupan santri eks pelaku pantologi sosial di Pondok Pesantren Ora Aji Sleman Yogyakarta. namun dalam penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan diri

¹⁰ Trisno Kosmawijaya, Tesis “*Da’i Diskotik: Dakwah Gus Mifah di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta*” UIN Sunan Ampel 2019.

¹¹ Muhammad Amin Qodri Syahnaidi, Tesis “*Transformasi Diri Santri Eks Pelaku Pantologi Sosial Di Pondok Pesantren Ora Aji Sleman Yogyakarta*” UIN Sunan Kalijaga 2020

pada proses komunikasi persuasif Gus Miftah dalam berdakwah melalui program *talkshow* “Ngobrol Bareng Gus Miftah” di iNews Tv.

E. KERANGKA TEORI

Dalam rangka menganalisis data yang ada, peneliti akan menggunakan pendekatan dakwah dan teori komunikasi persuasif sehingga bisa menghasilkan penelitian yang baik. Berikut adalah pendekatan dan teori yang akan peneliti gunakan:

1. Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari akar kata *da'aa-yad'uu* yang mengandung arti mengajak, menyeru, mengundang, mendorong ataupun memohon.¹² Begitu banyaknya makna “dakwah” secara bahasa yang disebutkan dalam Al-Qur'an. Namun secara keseluruhan memiliki makna yang sama yakni mengajak, menyeru, memanggil, terhadap jiwa-jiwa yang fitrah untuk kembali ke agama Islam yang disebarluaskan dengan damai, tanpa ada paksaan untuk mengikutinya karena agama Islam, agama yang *rahmatan lil alamin* rahmat bagi seluruh umat.

Secara terminologi, dakwah merupakan segala aktivitas yang dilakukan secara terorganisir, untuk mengajak seseorang atau lebih kepada jalan yang lurus (*ash shiroth al mustaqim*)¹³. Berbicara mengenai Islam, tidak akan lepas dari dakwah karena Islam sendiri artinya dakwah. Islam disebut sebagai agama dakwah, mencakup berbagai petunjuk agar manusia secara individual dapat menjadi umat yang baik dan berkualitas¹⁴.

¹² Bahri, Fathul. 2008. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Da'i*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. hal 42.

¹³ Abdilah, Ari. 2012. *Paradigma Baru Dakwah Kampus*. Yogyakarta: Adil Media. hal 34.

¹⁴ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999. Hal 80.

a. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah dalam pembahasan ini adalah bagian- bagian yang terkait dan merupakan satu kesatuan dalam suatu penyelenggaraan dakwah. Jadi, unsur-unsur dakwah tersebut antara lain:¹⁵

- 1) *Subjek Dakwah*. Dalam hal ini yang dimaksud dengan subjek dakwah adalah yang melaksanakan tugas dakwah, orang itu disebut Da'i atau mubaligh. Dalam aktivitasnya subjek dakwah dapat secara individu ataupun bersama-sama. Dalam pengertian subjek dakwah yang terorganisasi, dapat dibedakan dalam tiga komponen, yaitu; Pertama, Da'i. Kedua, perencana dan ketiga, pengelola dakwah. Sebagai seorang dai harus mempunyai syarat tertentu, di antaranya: menguasai isi kandungan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul serta hal-hal yang berhubungan dengan tugas-tugas dakwah; menguasai ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan tugas-tugas dakwah, takwa pada Allah Swt.
- 2) *Objek dakwah (audience)*. Objek dakwah adalah setiap orang atau sekelompok orang yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah. Berdasarkan pengertian tersebut, maka setiap manusia tanpa membedakan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, warna kulit, dan lain sebagainya, adalah sebagai objek dakwah. Hal ini sesuai dengan sifat keuniversalan dari agama Islam dan tugas kerisalahan Rasulullah. Ditinjau dari segi tugas kerisalahan Rasulullah Saw, maka objek dakwah dapat digolongkan menjadi dua kelompok; *pertama*, umat dakwah yaitu umat yang belum menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran Islam. *Kedua*, umat ijabah yaitu umat yang dengan secara ikhlas memeluk agama Islam dan kepada mereka

¹⁵ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2016. Hal 13-16.

sekaligus dibebani kewajiban untuk melaksanakan dakwah. Mengingat keberadaan objek dakwah yang heterogen, baik pada tingkat pendidikan, ekonomi, usia, dan lain sebagainya, maka keberagaman tersebut hendaknya dapat dijadikan pertimbangan dalam penentuan model penyelenggaraan dakwah, sehingga benar-benar dapat secara efektif dan berhasil dalam menyentuh persoalan- persoalan kehidupan umat manusia sebagai objek dakwah. Pada prinsipnya, objek dakwah terbagi dua, yaitu

- a) Objek material; ilmu dakwah adalah semua aspek ajaran Islam (dalam Al-Qur'an dan Sunnah), sejarah ajaran Islam (hasil ijtihad dan realisasinya dalam sistem pengetahuan, teknologi, sosial hukum, ekonomi, pendidikan dan kemasyarakatan, politik dan kelembagaan Islam).
 - b) Objek formal; ilmu dakwah adalah mengkaji salah satu sisi objek formal yang dihadapi umat. Hal-hal yang dipandang bersifat doktrinal dan konseptual dinyatakan secara empirik yang hasilnya dapat dirasakan oleh umat manusia sebagai rahmat Islam di jagat raya (*rahmatan lil alamin*).
- b. Materi dakwah (*maddah ad da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang disampaikan dari subjek kepada objek dakwah, yaitu materi yang terkandung dalam ajaran Islam yang ada dalam kitab suci Al-Qur'an maupun Hadisnya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam. Meliputi bidang akidah, syariah (ibadah dan muamalah) dan akhlak. Semua materi dakwah ini bersumber pada Al-Qur'an, As-Sunnah Rasulullah Saw, hasil ijtihad ulama, sejarah peradaban Islam¹⁶. Dalam istilah komunikasi, materi dakwah atau *Maddah Ad-Da'wah* disebut dengan istilah

¹⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2011). Hal 13

message (pesan)¹⁷. Menurut Asmuni Syukir, materi dakwah dikelompokkan ke dalam tiga kelompok yaitu¹⁸:

1). Akidah

Akidah adalah pokok-pokok kepercayaan yang harus diyakini oleh setiap umat Islam berdasarkan dalil aqli dan naqli (nash dan akal)¹⁹. Akidah sering diartikan sebagai inti dari kepercayaan terhadap Allah Swt. Dalam Islam, akidah merupakan *I'tiqad bathiniyyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Masalah akidah ini secara garis besar dicontohkan oleh nabi Muhammad Saw, yang diterangkan dalam Hadis riwayat Muslim artinya: “Iman ialah engkau percaya kepada Allah, Malaikat-Malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk”.

2). Syariah.

Secara bahasa, syariah artinya peraturan atau undang-undang. Sedangkan secara istilah, syariah adalah hukum-hukum yang ditetapkan Allah SWT untuk mengatur manusia baik dalam hubungannya dengan Allah SWT, dengan sesama manusia, dengan alam semesta dan dengan makhluk ciptaan lainnya²⁰. Syariah ditetapkan oleh Allah untuk kaum muslimin, baik yang dimuat dalam Al-Qur'an maupun dalam Sunnah Rasul. Hal ini dijelaskan dalam Sabda nabi Muhammad Saw yang artinya: “Islam adalah bahwasanya engkau menyembah kepada Allah Swt dan janganlah kau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, mengerjakan shalat, membayar zakat-zakat yang wajib,

¹⁷ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009). Hal 88.

¹⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983) Hal 60.

¹⁹ Zainudin, *Al Islam 1: Aqidah dan Ibadah*, (Jakarta: Pusaka Setia, 2004). Hal 49.

²⁰ Abdul Mujieb, *Kamus Istilah Fiqih*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000). Hal. 23.

berpuasa pada bulan Ramadhan dan menunaikan ibadah haji di Makkah (Baitullah). (HR. Muslim).

Bidang syariah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian yang cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan, sehingga umat tidak perpelosok ke dalam kejelekan, sementara yang diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan²¹. Prinsip dasar utama syariah adalah menebarkan nilai keadilan di antara manusia. Membuat hubungan yang baik antara kepentingan individual dan sosial. Mendidik hati agar mau menerima sebuah undang-undang untuk menjadi hukum yang ditaati²².

3). Akhlak

Akhlak secara etimologi berasal dari bahasa Arab yaitu *akhlaq* dalam bentuk jamak, sedang mufrodnya adalah *khuluq*. Selanjutnya makna akhlak secara etimologis akan dikupas lebih mendalam. Kata *khuluq* (bentuk mufrod dari *akhlaq*) ini berasal dari *fi'il madhi khalaqa* yang dapat mempunyai bermacam macam arti tergantung pada masdar yang digunakan. Ada beberapa kata arab seakar dengan kata *al-khuluq* ini dengan perbedaan makna. Karena ada persamaan akar kata, maka berbagai makna tersebut tetap saling berhubungan. Diantaranya adalah kata *al-khalq* artinya ciptaan. Akhlak adalah sesuatu perilaku yang menggambarkan seseorang yang terdapat dalam jiwa yang baik, yang darinya keluar perbuatan yang mudah dan otomatis tanpa berfikir sebelumnya²³.

²¹ Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). Hal. 26.

²² Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013) Hal. 39.

²³ Hasan Shaleh, *Studi Islam dan Pengembangan Wawasan*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 2000). Hal 56.

c. *Metode dakwah*. Metode berasal dari bahasa Yunani *methodos*, yang merupakan gabungan dari kata *meta* dan *hodos*. *Meta* berarti melalui, mengikuti, atau sesudah, sedangkan *hodos* berarti jalan, arah, atau cara. Jadi, metode bisa diartikan sebagai suatu cara atau jalan yang ditempuh²⁴. Metode dakwah sebagai cara menyampaikan pesan kepada objek dakwah, baik itu kepada individu, kelompok maupun masyarakat agar pesan-pesan tersebut mudah diterima, diyakini, dan diamalkan. Sebagaimana yang telah tertulis dalam Al-Qur'an dalam surat An-Nahl (16) ayat 125:

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

Artinya : “Serulah (*manusai*) kepada jalan Tuhanmu 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.²⁵”

d. *Landasan dakwah*. Landasan dakwah dalam Al-Qur'an ada tiga, yaitu:

- 1) *Bil hikmah* (kebijaksanaan); yaitu cara-cara penyampaian pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan keadaan penerima dakwah. Operasional metode dakwah *bil hikmah* dalam penyelenggaraan dakwah dapat berbentuk; ceramah-ceramah pengajian, obrolan dalam acara televisi dan kultum keagamaan.
- 2) *Mau'idah hasanah*, yakni memberi nasihat atau mengingatkan kepada orang lain dengan tutur kata yang baik, sehingga nasihat tersebut dapat diterima

²⁴ Bahri, Fathul. 2008. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Da'i*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. hal 238

²⁵ *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta, Deaprtemen Agama RI. Hal 16.

tanpa ada rasa keterpaksaan. Penggunaan metode dakwah model ini dapat dilakukan antara lain dengan melalui: (1) ceramah umum (2) tabligh dan (3) penyuluhan.

Mau'idzah adalah mengingatkan kebaikan dengan cara yang meluluhkan hati²⁶. Metode dakwah dengan *mauidzah hasanah* yaitu nasihat dengan menggunakan ungkapan yang lembut dan indah sesuai dengan keadaan. Dalam hal ini sumber sebagai Da'i yang memberikan inspirasi kepada pemirsa dengan bahasa yang lembut dan tidak berkesan kasar.

Secara bahasa, *mau'izhah hasanah* terdiri dua kata, yaitu *mau,izah* dan *hasanah*. Kata *mau,izah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-idzatan* yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara *hasanah* merupakan kebalikan dari *sayy'iah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan²⁷.

- 3) *Mujadalah* (bertukar pikiran dengan cara yang baik), berdakwah dengan menggunakan cara bertukar pikiran (debat). Pada zaman sekarang menjadi kebutuhan, karena tingkat nalar berfikir masyarakat sudah mengalami kemajuan, namun demikian, Da'i hendaknya harus mengetahui kode etik (aturan main) dalam suatu pembicaraan atau perdebatan, sehingga akan menemukan solusi dan kebenaran, bahkan terhindar dari keinginan mencari popularitas ataupun kemenangan semata.

e. Tujuan Dakwah

Dakwah sangat penting dan sangat diperlukan oleh manusia. Oleh

²⁶ Al-Thobathoba'i, Muhammad Husein. 1991. *Tafsir al Mizan*. Beirut Libanon: al-Alami. Hal 372.

²⁷ Yusuf, Yunan. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Grub. Hal 13.

karena tanpa adanya dakwah manusia akan sesat. Berarti hidupnya menjadi tidak teratur dan kualitas kemanusiaannya merosot. Tanpa adanya dakwah manusia akan kehilangan akhlak, nuraninya tertutup, menjadi egois, rakus, liar, binal, kehilangan moral, akan saling menindas, saling ‘memakan’ atau saling ‘memeras’. Tanpa adanya dakwah atau karena lemahnya dakwah maka manusia akan melakukan kerusakan di mana-mana. Sumber daya alam akan dipergunakan semaunya yang pada gilirannya akan terjadi kerusakan dan kebangkrutan di mana-mana.²⁸ Secara fisik kalau seseorang telah dihinggapi penyakit *syaitthaniyah* dapat memperbudak seseorang, memukuli, membunuh, merampok, memperkosa, dan memperalat demi keuntungannya sendiri²⁹.

2. Komunikasi persuasif

Pada dasarnya, manusia merupakan satu kesatuan yang selalu akan terlibat dalam komunikasi³⁰. Secara spesifik pada komunikasi persuasi, maka Burgon dan Huffner meringkas beberapa pendapat dari beberapa ahli mengenai definisi komunikasi persuasi sebagai berikut:³¹

- a. Proses komunikasi yang bertujuan memengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan kegiatan komunikator.
- b. Proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator.

Pada definisi ini “ajakan” atau “bujukan” adalah tanpa unsur ancaman atau paksaan.

²⁸ Ibid 11-12.

²⁹ Ibid 14.

³⁰ Dr. Jalaludin Rakhmat, M.Sc. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2019. Hal 16.

³¹ Herdiyana Maulana, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013) Hal 8.

Komunikasi persuasif merupakan kegiatan psikologis, yakni seorang komunikator berusaha mempengaruhi pendapat bahkan tindakan komunikan dengan manipulasi psikologis, sehingga komunikan bertindak sesuai dengan kehendak sendiri. Tujuan persuasi dan koersi hampir sama, yakni mengubah sikap, pendapat, atau bahkan perilaku. Hanya saja, upaya yang dilakukan berbeda, jika persuasi bersifat halus tanpa adanya paksaan, maka koersi sebaliknya, yakni mengandung perintah, instruksi, hingga ancaman.

Dengan menggunakan komunikasi persuasif menjadikan dakwah lebih efektif menggunakan media massa, tentunya pemirsa jangauan yang lebih luas, dengan kontribusi Da'i untuk mempengaruhi audiensnya dengan strategi dan cara-cara sesuai kaidah presenter dan Da'i. Karena kesuksesan dalam berdakwah, dakwahnya diterima oleh masyarakat luas tanpa memandang kasta serta jabatan.

1) Komunikator

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan komunikasi sehingga dapat sampai dan dimengerti oleh penerimanya. Untuk dapat menggunakan metode persuasi secara efisien, seorang presenter sekaligus Da'i yang bertindak sebagai komunikator haruslah orang yang memiliki kredibilitas tinggi (diukur dari kecakapan berkomunikasi lisan dan tulisan, penampilan yang menyenangkan, sikap yang meyakinkan, percaya diri yang tinggi) sehingga menumbuhkan kepercayaan bagi mereka yang menerima pesan.

Di samping kredibilitas, komunikator juga dituntut untuk menilai positif (*positiveness*) dan mendukung (*supportiveness*) tujuan komunikasi. Komunikator juga harus terbuka dan jujur. Penerima pesan tidak boleh

melihat ada kesan ketidakjujuran pada diri komunikator. Untuk dapat mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan dan disukai sasaran komunikasi, seorang komunikator harus memiliki empati atau kepekaan pada apa yang dirasakan oleh sasaran sehingga dia merasa diperhatikan. Orang sangat suka diperhatikan, dan itulah yang seharusnya diberikan oleh seorang komunikator.

2) Bentuk-bentuk Komunikasi Persuasif

Dalam praktiknya, komunikasi persuasif banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi persuasif digunakan untuk dakwah, iklan, hiburan, dan lain sebagainya. Seluruh bentuk komunikasi bisa dijadikan sebagai saluran untuk melakukan komunikasi persuasif. Adapun bentuk komunikasi dibagi menjadi lima yakni:

- a) *Intrapersonal communication* (Komunikasi intra pribadi).
- b) *Interpersonal Communication* (Komunikasi antar pribadi).
- c) *Grub Communication* (Komunikasi Kelompok).
- d) *Organizational Communication* (Komunikasi Organisasi).
- e) *Mass Communication* (Komunikasi Massa).

3) Teknik Komunikasi Persuasif

Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif, terdapat beberapa teori yang dapat digunakan sebagai dasar kegiatan yang dalam pelaksanaannya bisa dikembangkan menjadi beberapa teknik atau metode, antara lain³²:

1. Metode *asosiasi*, adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik

³² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, cet. ke-2 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hal 126.

perhatian dan minat masa.

2. Metode *integrasi*, kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun non verbal (sikap).
3. Metode *pay-off* dan *fear-arousing*, yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan (iming-iming), dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan.
4. Metode *Icing*, yaitu menjadikan indah sesuatu, sehingga menarik siapa yang menerimanya. Metode *icing* ini disebut metode memanis-maniskan atau mengulang kegiatan persuasif dengan jalan menata rupa sehingga komunikasi menjadi lebih menarik.

Kebanyakan pendekatan teoritis komunikasi persuasif mengacu pada konsep sikap. Komponen sikap yang meliputi aspek kognisi (pengetahuan), afeksi (minat atau emosi), dan konasi (perilaku) mengundang banyak ahli untuk membahasnya. Perilaku manusia tidak hanya ditentukan pikiran (proses kognitif), tetapi juga oleh faktor subjektif, seperti hasrat, motivasi, dan emosi individu³³.

- 4) Unsur-unsur komunikasi persuasif

³³ Hendri E, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2019), hal 147

Terdapat 6 unsur komunikasi yang harus dipahami terkait komunikasi persuasif³⁴.

a) Pengirim pesan atau *Persuader*

Sumber atau *Persuader* adalah orang dari suatu sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik verbal maupun non verbal. Dalam komunikasi persuasive eksistensi *persuader* benar-benar dipertaruhkan. Oleh karena itu ia harus memiliki etos yang tinggi. Etos adalah nilai diri seseorang yang merupakan panduan dan aspek kognisi, afeksi dan konasi.

Seorang *Persuader* yang memiliki etos yang tinggi dicirikan kesiapan, kesungguhan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, dan kesederhanaan³⁵. Aristoteles menyebut karakter komunikator sebagai etos, etos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).

b) Penerima pesan atau *Persuadee*

Persuadee adalah orang yang menerima pesan yang tersampaikan oleh *Persuader* baik secara verbal maupun non verbal. *Persuadee* sebelum melakukan perubahan dirinya, sebenarnya melakukan suatu aktivitas yang fundamental, aktivitas yang bersifat *intern*, dari dalam diri yakni belajar. Belajar yang bersifat tidak sesaat, akan tetapi belajar secara kontinyu dan terus-menerus. Dan setiap penerima pesan menerima stimulus, menafsirkan, memberikan respon, mengamati respon yang diterima³⁶.

c) Pesan

³⁴ Hediyan Maulana, Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta Permata, 2013) hal 12.

³⁵ *Ibid*, 12.

³⁶ *Ibid*, 27

Isi pesan persuasif juga perlu di perhatikan karena isi pesan persuasif harus berusaha untuk mengkondisikan, menguatkan, atau membuat perubahan tanggapan sasaran. Wilbur Schramm menampilkan apa yang di sebut “*the condition of succes in communication*, yakni kondisi dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki, kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut. Pertama, pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Kedua, pesan harus menggunkan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti. Ketiga, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarakan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang di kehendaki.³⁷

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk penyusunan pesan (*execution message*) yang memakai teknik persuasi diantaranya :

- *Fear Appeal* (pesan yang menakutkan) ialah metode penyusunan pesan yang dapat menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak, misalnya jangan mendekat ke lokasi terjadinya bom yang terjadi di Gereja Katedral Makasar pada tanggal 28 Maret 2021, karena situasi belum kondusif dan akan timbul-timbul teror selanjutnya.
- *Emotional appeal* (pesan yang penuh dengan emosi) ialah cara penyusunan pesan yang berusaha menggugah emosi khalayak, misalnya

³⁷ Ibid, 43

dengan mengungkapkan masalah suku, agama, etnis, kesenjangan ekonomi, sosial, diskriminasi dan lain sebagainya.

- *Reward Appeal* (pesan yang penuh dengan janji-janji) ialah cara penyusunan pesan yang berisi janji-janji kepada khalayak. Misalnya bila suatu saat nanti saya menjadi Presiden masyarakat dapat kesehatan gratis, pendidikan gratis dan lain sebagainya.
- *Motivational Appeal* (penyusunan pesan yang penuh dengan dorongan) Memberikan dorongan kepada audien agar termotivasi dan terinspirasi dari *persuader* (pengirim pesan) ke *Persuadee* (penerima pesan) di kalangan kaum milenial dan marjinal.
- *Humorous Appeal* (penyusunan pesan dengan penuh humor) ialah menghibur penonton yang jenuh agar khalayak senang untuk melihat dan mendengarkan kembali.

d) Saluran

Saluran bagian perantara orang yang berkomunikasi dengan menggunakan media disalurkan ke penerima pesan atau audiens. Melalui komunikator (sumber atau pengirim) ke komunikan (penerima pesan), Dengan media televisi iNews bisa merambah ke jangkauan yang sangat luas, yang dimana saluran tersebut ada antena pemancar di tiap-tiap daerah. Saluran media juga digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan-pesannya. Media cetak menggunakan surat kabar, tabloid, majalah buku seangkan media elektronik menggunakan televisi, radio, film, internet, komputer dan lain sebagainya³⁸.

³⁸ Hafied Cangara, Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2009), hal 38.

e) Umpan balik

Feedback balasan dari audiens, reaksi dari *persuader* atas pesan yang disampaikan sedangkan umpan balik reaksi dari penerima pesan yang telah disampaikan³⁹.

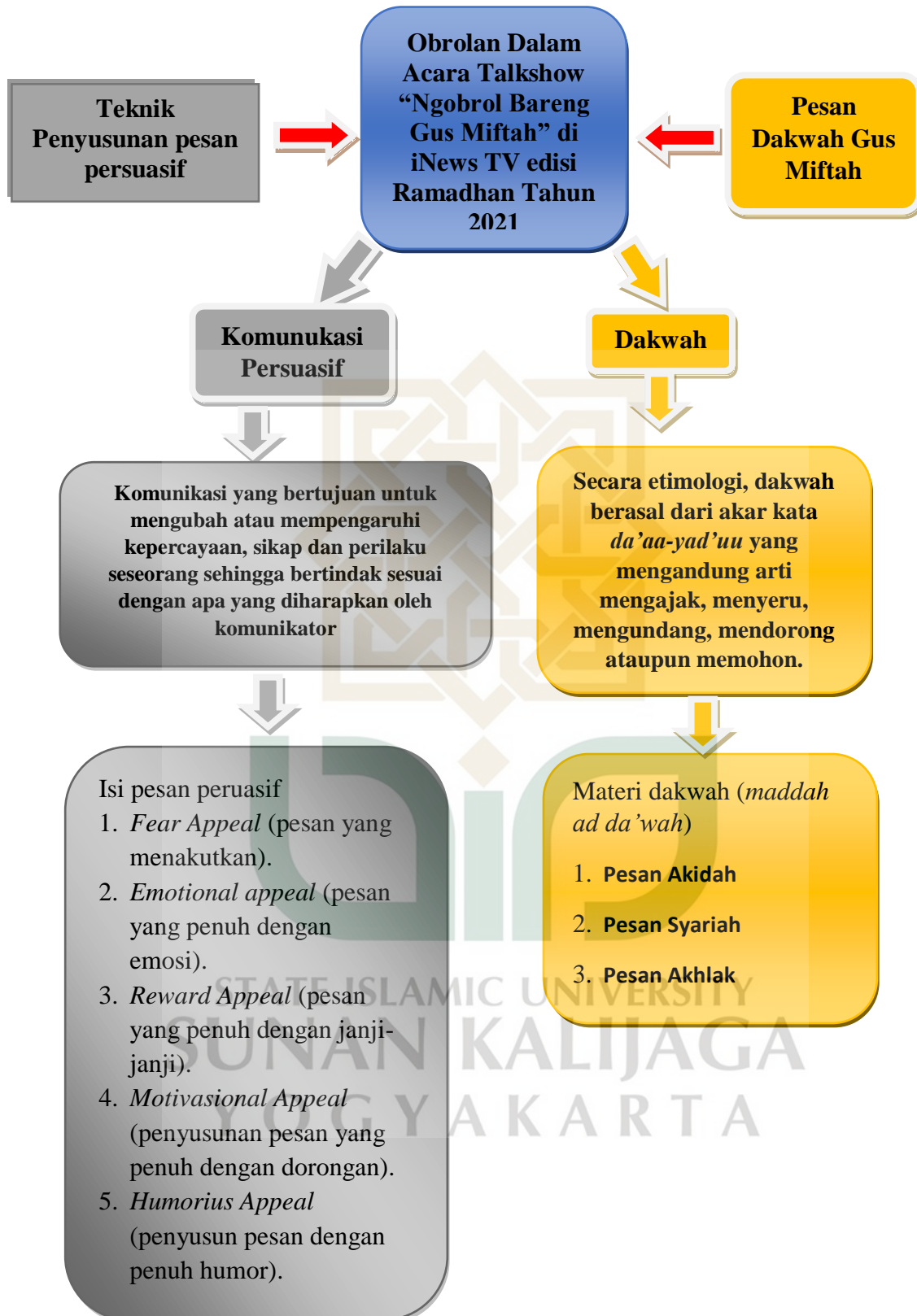
f) Efek

Efek komunikasi persuasif atas perubahan dalam diri *persuade* akibat diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek tersebut bisa berbentuk, perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku. Efek kognitif berhubungan yang semula tidak tahu menjadi jelas, efek afektif berkaitan dengan perasaan contohnya marah, kesal, kecewa, efek konatif akibat terpaan media massa yang diawali dari efek konatif dan afektif.

Dalam cakupan dakwah tidak bisa berdiri sendiri tentunya juga membutuhkan komunikasi persuasif untuk mengingatkan di jalan yang benar, dalam tayangan “Ngobrol Bareng Gus Miftah” di iNews Tv edisi Ramadhan tahun 2021. Dengan merujuk Al-Qur’an sebagai kitab suci umat muslim, dengan menggunakan Hadis.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

³⁹ Ibid, 12



Tabel 1.1 Peta Konsep

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Model analisa data dengan pengembangan penjelasan. Penelitian kualitatif identik dengan sebuah penelitian yang bersifat kritis dan interpretatif.

Penelitian kualitatif dapat dikonstruksi sebagai satu strategi penelitian yang biasanya menekankan kata-kata daripada kuantifikasi dalam pengumpulan dan analisis data, menekankan pendekatan induktif untuk hubungan antara teori dan penelitian, yang tekanannya pada penempatan penciptaan teori (*generation of theory*). Oleh karena itu, penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.

2. Sumber data

Sumber data primer adalah suatu objek atau dokumen original – material mentah yang merupakan data paling utama dalam sebuah penelitian, adapun sumber utama penelitian adalah rekaman video dalam program “NGOBROL BARENG Gus Miftah” di iNews Tv, serta transkrip video berkaitan dengan pesan dakwah dan *in-depth interview* guna mendukung sebuah penelitian.

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data yang dikumpulkan melalui sumber-sumber lain yang tersedia dinamakan data sekunder.⁴⁰ Data sekunder dalam penelitian ini diantaranya adalah sebuah

⁴⁰ Ibid 291.

buku-buku, karya ilmiah, jurnal, internet dan sumber-sumber lain yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan data dengan teknik observasi, *in-depth interview* dan dokumentasi. Observasi adalah suatu penelitian secara sistematis menggunakan kemampuan indera manusia. Pengamatan merupakan *a powerfull tool indeed*. Pengamatan dilakukan pada saat terjadi aktivitas dakwah.⁴¹ Dengan metode observasi peneliti menghasilkan data terkait dengan melihat komunikasi persuasif Gus Miftah dalam program “NGOBROL BARENG Gus Miftah edisi Bulan Ramadhan tahun 2021” di iNews TV. teknik *in-depth interview* dengan wawancara kepada Gus Miftah. Sementara, dengan metode dokumentasi, peneliti dapat mengumpulkan data terkait dengan praktik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Miftah Maulana Habibiurrahman.

4. Teknik Analisis Data

Penggunaan analisis data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menyusun dan menginterpretasikan data yang diperoleh penulis. Penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga sub proses yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau pengambilan kesimpulan⁴².

Tahap 1. Reduksi Data. Tahap reduksi data adalah sebuah langkah analisis yang menjamkan, menggolongkan, mengarahkan, memotong yang tidak perlu, serta mengelompokan data sedetail mungkin hingga beberapa kesimpulan

⁴¹ Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan* (Tangerang: Pustaka Widyatama, 2006), hal 133.

⁴² M. Junaidi dan Fauzan Almashur. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media 2021, hal 306-309

finalnya bisa diverifikasi. Pada tahap ini, penulis melakukan suatu proses penyederhanaan dan transformasi data melalui berbagai macam metode seperti melalui pemilihan yang ketat, melalui ulasan atau ringkasan singkat, melalui penggolongan satu pola yang lebih luas dan lain-lain.

Tahap 2. Penyajian Data. Yang dimaksud dengan tahap penyajian data disini adalah satu set informasi yang dapat memberi alternatif kemungkinan dalam melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui tahap penyampaian data, penulis akan dapat memahami apa yang tengah terjadi dan langkah apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman penulis dari penyajian tersebut.

Tahap 3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan. Dalam tahap ini penulis melakukan proses pemeriksaan data dan penarikan kesimpulan berdasarkan data awal yang ditemukan dilapangan. Hasil ini bersifat sementara, sebab apabila penulis mendapatkan temuan lain yang dianggap dapat menjadi data pendukung, maka penulis berusaha untuk mencatatnya. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh di lapangan sudah sesuai untuk menjawab semua permasalahan, sehingga kesimpulan akhir dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara akademik.

Penelitian ini menggunakan komunikasi persuasif dimana peneliti mengklasifikasikan pesan-pesan yang ada di dalam teks dan rekaman video Gus Miftah sesuai dengan kategorinya. Peneliti mengklasifikasikan isi dari data, berupa materi dalam program “NGOBROL BARENG Gus Miftah” di iNews TV.

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah-langkah penyusunan laporan tesis ini adalah :

Bab I. Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan

Bab II. Biografi Gus Miftah dan Gambaran Umum iNews Tv. Dalam bab ini, peneliti akan menggambarkan secara mendetail objek kajian penelitian, yakni pada sejarah Gus Miftah, latar belakang, struktur, gambaran program *talkshow* Ngobrol Bareng Gus Miftah. Sejarah iNews Tv, cakupan siaran iNews, lokasi studio iNews, visi misi iNews, Program acara iNews dan struktur dan fungsi organisasi Ngobrol Bareng Gus Miftah .

Bab III. Hasil. Dalam bab ini, peneliti akan menarasikan hasil penelitian terkait dengan dakwah persuasif Gus Miftah dalam Program “Ngobrol Bareng Gus Miftah” edisi Ramadhan tahun 2021 di iNews Tv

Bab IV. Pembahasan. Dalam bab ini, peneliti menganalisis program *talkshow* “Ngobrol Bareng Gus Miftah” serta membahasnya sesuai dengan tema penelitian yang peneliti buat.

Bab V Penutup. Dalam bab ini, peneliti membagi dua sub bab, yakni kesimpulan dan saran. Bagian kesimpulan merupakan bagian yang akan menjawab atas rumusan permasalahan yang telah peneliti dan saran berisi saran terkait dengan hasil penelitian serta pembaca dan calon peneliti lebih lanjut.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Miftah Maulana Habiburrahman memiliki dua potret yaitu dengan komunikasi persuasif dan pesan dakwah, yakni gus Miftah sebagai komunikator dan pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

1. Gus Miftah selaku Presenter dalam acara "Ngobrol Bareng Gus Miftah" berkesempatan dalam membawakan acara yang sangat trending saat ini dengan membawakan informasi yang teraktual dan dapat dipercaya dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten di bidangnya, dengan nuansa Ramadhan ini masyarakat butuh inspirasi-inspirasi yang bisa merubah mindset diri sendiri kearah yang lebih baik, tidak itu saja tugas gus Miftah yang harus membawakan dakwahnya dengan mengetahui sasaran-sasaran yang tepat, tidak itu saja Da'i dituntut untuk selalu tampil menarik, energik dalam membawakan acara-demi acara dalam program Ngobrol Bareng Gus Miftah di Inews Tv. Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Dakwah ibarat lentera kehidupan, yang memberi cahaya dan menerangi hidup manusia dari kegelapan.

Gus Miftah dikenal sebagai sosok yang nyentrik, seperti video ketika berdakwah di club kelab malam yang sempat viral di media sosial. tayangan perdana pada tanggal Selasa, 22 September 2020 sampai sekarang yaitu program *talkshow* "Ngobrol Bareng Gus Miftah" yang di pandu oleh Gus Miftah langsung dengan mendatangkan narasumber-narasumber dari berbagai kalangan, dari

pejabat, PSK, ulama, youtuber, artis dan lain sebagainya Peneliti tertarik dengan program ini dikarenakan adanya keunikan yang berbeda didalam program "Ngobrol Bareng Gus Miftah", yang baru pertama kali membawakan acara di Stasiun TV nasional sebagai Presenter dengan mendatangkan narasumber-narasumber yang berkompeten dibidangnya dengan tidak menghilangkan jatidiri seorang Da'i yang santai dan bijaksana.

Gus Miftah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara santun dan bijaksana, pesan yang menysar kaum menengah keatas ini dapat respon baik dari jamaah dan pemirsa di program Ngobrol Bareng Gus Miftah, serta mengajak pemirsa untuk memupuk pemahaman agama sekaligus mengamalkannya. Dengan memberikan quote dan motivasi, agar pemirsa dapat mengikutinya, dalam ceramahnya gus Miftah menggunakan bahasa gaul dan kekinian agar kaum milenial terus belajar dan mengamalkannya.

2. Adapun pesan dakwah gus Miftah dalam *talkshow* "Ngobrol Bareng Gus Miftah" di iNews Tv edisi Ramadhan Tahun 2021 meliputi.
 - a. Pesan Akidah.
 - 1). Iman Kepada Allah.
 - 2). Iman Kepada Malaikat.
 - 3). Iman Kepada Kitab Allah.
 - 4). Iman Kepada Rasul Allah.
 - 5). Iman Kepada Hari Akhir.
 - 6). Iman Kepada Qodho dan Qodar.
 - b. Pesan Syariah.
 - 1). Ibadah.
 - 2). Muamalah.
 - c. Pesan Akhlak.
 - 1). Akhlak Kepada Allah.

- 2). Akhlak Kepada Manusia.
 - 3). Akhlak Kepada Lingkungan.
3. Adapun teknik penyusunan pesan persuasif dalam *talkshow* “Ngobrol Bareng Gus Miftah” di iNews Tv edisi Ramadhan Tahun 2021 meliputi.
 - a. *Fear Appeal*.
 - b. *Emotional appeal*.
 - c. *Reward Appeal* .
 - d. *Motivasiional Appeal*.
 - e. *Humorius Appeal*.

B. SARAN-SARAN

Harapan dari peneliti agar para penyelenggara siaran terus meningkatkan kualitas konten yang dipublikasikan, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menyajikan siaran lebih baik, pembawa acara maupun narasumbernya. Dan implikasi dari komunikasi persuasif ini, gus Miftah sebagai sosok Da'i serta pelaku dakwah bisa ditiru oleh kaum millennial, karena permasalahan yang semakin kompleks generasi muda untuk meneruskan estafet dakwah serta mengasah skill untuk bisa meneladani dari sosok gus Miftah. Upaya yang dilakukan mulai belajar ilmu agama sejak sekarang sehingga bisa mendapatkan ilmu dan pengetahuan yang luas sehingga berfikir kedepan bisa mengambil keputusan secara bijaksana.

Bagi peneliti selanjutnya, dapat meneliti tentang retorika dakwah yang dilakukan gus Miftah, hal ini menjadi penting karena komunikasi persuasif yang dilakukan oleh gus Miftah di iNews menyasar kaum menengah keatas, bagi para Da'i masa kini manakala dapat menemukan bahwa retorika dakwah yang dilakukan oleh gus Miftah memiliki hasil yang signifikan bagi para pemirsanya.

Daftar Pustaka

BUKU

- Abdilah, Ari. *Paradigma Baru Dakwah Kampus*. Yogyakarta: Adil Media, 2012. Hal 34.
- Abdul Mujieb, *Kamus Istilah Fiqih*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000). Hal. 23.
- Abinaya Naha, *Belajar Mudah Memahami Hikmah*, Quanta 2017. Hal 9.
- Adz-Dzaky, Hamdan Bakran. *Psikoterapi dan Bimbingan Konseling Islami*. Yogyakarta: Fajar Pustaka, 2001. Hal 21.
- Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta, Deparlemen Agama RI.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983) Hal 60.
- Bahri, Fathul. 2008. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Da'i*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. hal 238.
- Bahri, Fathul. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Da'i*. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008. Hal 42.
- Dr. Jalaludin Rakhmat, M.Sc. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2019. Hal 16.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, (Cet ke-3), 2003). Hal 59-60.
- Hafied Cangara, *Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009). Hal 38.
- Hasan Shaleh, *Studi Islam dan Pengembangan Wawasan*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 2000). Hal 56.
- Hediyana Maulana, Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Permata, 2013) Hal 12.
- Hendri E, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2019). Hal 147.
- Herdiyana Maulana, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013). Hal 8.
- Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik* (Bandung: Simbioasa). Hal 63.

- Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016). Hal 10.
- I-Thobathoba'i, Muhammad Husein. 1991. *Tafsir al Mizan*. Beirut Libanon: al-Alami, hal 372.
- M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999. Hal 80.
- Mansoer Pateda, *Semantik Leksikal* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001). Hal 7.
- Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). Hal. 26.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013) Hal. 39.
- Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009. Hal 88.
- Setiawan, Bambang dan Muntaha, Ahmad. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka 2004. Hal 79.
- Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan* (Tangerang: Pustaka Widyatama, 2006). Hal 133.
- Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016). Hal 13-16.
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV.Gaya Media Pratama, 1997). Hal 9.
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2011). Hal 13
- Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, cet. ke-2 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013). Hal 126.
- Yusuf, Yunan. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Grub, Hal 13.
- Zainudin, *Al Islam 1: Aqidah dan Ibadah*, (Jakarta: Pusaka Setia, 2004. Hal 49.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA

Artikel/Paper

- Ahmad Fawaid, *Semantik al-Qur'an Pendekatan Teori Dilalahat al-Faḥ terhadap kata Zalal dalam al-Qur'an* (Surabaya: Tesis, 2013). Hal 73.
- Maylia Dwi Lestari, "Maksim Tutur Kesantunan Berbahasa Dalam Ceramah Gus Miftah" Universitas Islam Malang 20 Juli 2020.
- Muhammad Amin Qodri Syahnaidi, Tesis "Transformasi Diri Santri Eks Pelaku Pantologi Sosial Di Pondok Pesantren Ora Aji Sleman Yogyakarta" UIN Sunan Kalijaga 2020.
- M. Junaidi dan Fauzan Almashur. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media 2021, hal 306-309.
- Muslimin Ritongga dan Dewi Sartina, "Komunikasi Dakwah Gus Miftah di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta" Al-Minzir Vol. 13. No. 2 November 2020.

Putra Pujiantara, “*Dakwah Gus Miftah Dalam Bingkai Media Daring*”. Kalijaga Journal of Communication Vol. 2, 2020: 135-152.

Trisno Kosmawijaya, Tesis “*Da’i Diskotik: Dakwah Gus Mifah di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta*” UIN Sunan Ampel 2019.

Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_iNews. diakses pada tanggal 04 April 2021.

<https://id.wikipedia.org/wiki/INews> diakses pada tanggal 04 April 2021.

<https://tv.inews.id/> diakses pada tanggal 10 Oktober 2021

<https://tv.inews.id/programs/index/ENTERTAINMENT> diakses pada tanggal 10 Oktober 2021

<https://tv.inews.id/programs/index/INFORMATION> diakses pada tanggal 10 Oktober 2021

<https://tv.inews.id/programs/index/news> diakses pada tanggal 10 Oktober 2021

<https://tv.inews.id/programs/index/religi> diakses pada tanggal 10 Oktober 2021

<https://tv.inews.id/programs/index/SPORT> diakses pada tanggal 10 Oktober 2021

<https://www.youtube.com/channel/UCoSkllfpgmFHtbVK835QaQg> 10 Oktober 2021