

KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM GERAKAN DAKWAH
(Studi Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan
Paramasan Kabupaten Banjar)



Oleh:

NASRUDIN

NIM: 22202011002

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA

Diajukan Kepada Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2024



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-333/Un.02/DD/PP.00.9/03/2024

Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM GERAKAN DAKWAH (Studi Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NASRUDIN, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22202011002
Telah diujikan pada : Selasa, 13 Februari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

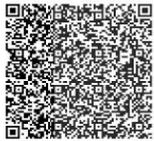
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 65e29e62a80f1



Penguji II

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

Valid ID: 65dfedbb3069



Penguji III

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 65d8671d88096



Yogyakarta, 13 Februari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 65e5285316984

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nasrudin
NIM : 22202011002
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 sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Januari 2024

Saya yang menyatakan,



Nasrudin
NIM: 22202011002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nasrudin
NIM : 22202011002
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 di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Januari 2024

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KAJEN
YOGYAKARTA



Nasrudin
NIM: 22202011002

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:

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM GERAKAN DAKWAH
(Studi Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan
Paramasan Kabupaten Banjar)**

Oleh

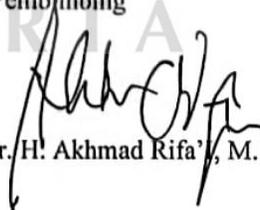
Nama : Nasrudin
NIM : 22202011002
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Januari 2023

Pembimbing


Dr. H. Akhmad Rifa', M. Phil

ABSTRAK

Kasus murtad yang terjadi di pedalaman Dayak Meratus Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar cukup meningkat sehingga menjadi perhatian Yayasan Dangsanak Kita untuk melakukan kegiatan atau gerakan dakwah disana untuk mencegah bertambahnya kasus murtad. Gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita menggunakan pendekatan komunikasi persuasif. Proses pendekatan dakwah dilakukan melalui komunikasi persuasif dengan berorientasi pada pembentukan keyakinan, sikap, perilaku serta kegiatan-kegiatan yang secara nyata dan interaktif. Sehingga dapat mengarahkan masyarakat terhadap kebutuhannya, serta secara langsung dan tidak langsung dapat mempengaruhi peningkatan keberagaman masyarakat mualaf. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita dan bagaimana perencanaan dan pentahapan komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita di Kecamatan Paramasan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga langkah, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Hasil dalam penelitian ini yaitu gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita ada tiga bentuk yaitu kegiatan organisasi yang terdiri dari kegiatan dakwah multiaspek, kegiatan sosial, kesehatan dan pendidikan, kegiatan kaderisasi dan kegiatan penyebaran dai atau pendekatan misi. Selanjutnya perencanaan komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita yaitu berupa pemilihan pesan atau materi yang cocok untuk komunikasi atau mad'u dan sebelum itu komunikator harus bisa memahami latarbelakang dan budaya seorang komunikasi. Setelah itu baru komunikator bisa memilih dan memilih teknik apa saja yang digunakan dalam melakukan gerakan dakwah. Dalam penelitian ini Yayasan Dangsanak Kita menggunakan media lisan dan menggunakan teknik asosiasi, integrasi dan tataan. Terakhir, Pentahapan komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsaanak Kita. Pada tahap ini Yayasan Dangsanak Kita menggunakan Formula AIDDA dari Effendy yaitu *Attention, Interest, Desire, Decision and Action*.

Kata Kunci: *Gerakan Dakwah, Komunikasi Persuasif, Yayasan Dangsanak Kita*

ABSTRACT

Apostasy cases occurring in the interior of Dayak Meratus, Paramasan District, Banjar Regency are increasing enough to become the attention of the Dangsanak Kita Foundation to carry out activities or da'wah movements there to prevent the increase in apostasy cases. The da'wah movement carried out by the Dangsanak Kita Foundation uses a persuasive communication approach. The da'wah approach process is carried out through persuasive communication oriented towards the formation of beliefs, attitudes, behavior and activities in a real and interactive. So that it can direct the community towards their needs, and can directly and indirectly influence the increase in the religious diversity of the Mualaf Community. Therefore, this research aims to find out how the da'wah movement is carried out by the Dangsanak Kita Foundation and how the planning and phasing of persuasive communication in the da'wah movement is carried out by the Dangsanak Kita Foundation in Paramasan District.

This research uses a type of qualitative research that is descriptive analysis with a case study approach. Data collection was carried out through observation, interviews and documentation methods. Data processing and analysis techniques are carried out in three steps, data reduction, data presentation and conclusion drawing and verification. The results of this research are that there are three forms of da'wah movements carried out by the Dangsanak Kita Foundation, namely organizational activities consisting of multi-aspect da'wah activities, social, health and educational activities, cadre formation activities and preaching activities or mission approaches. Next, persuasive communication planning in the da'wah movement carried out by the Dangsanak Kita Foundation is in the form of selecting messages or materials that are suitable for the communicant or mad'u and before that the communicator must be able to understand the background and culture of a communicant. After that, the communicator can choose what techniques to use in carrying out the da'wah movement. In this research, the Dangsanak Kita Foundation used oral media and used association, integration and arrangement techniques. Lastly, the stages of persuasive communication in the da'wah movement carried out by the Dangsaanak Kita Foundation. At this stage, the Dangsanak Kita Foundation uses the AIDDA Formula from Effendy, namely Attention, *Interest, Desire, Decision and Action*.

Keywords: *Da'wah Movement, Persuasive Communication, Dangsanak Kita Foundation*

MOTO

“Semua ini Karena Abah Mama”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'amin. Segala puji syukur peneliti haturkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan ridho serta kemudahan bagi peneliti untuk menyelesaikan karya tulis berupa Tesis ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad saw, keluarganya, sahabatnya serta seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. *Aamiin yaa rabbal'amin.*

Tesis ini berjudul "**Komunikasi Persuasif Dalam Gerakan Dakwah (Studi Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar)**". Tesis ini merupakan karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh peneliti. Secara teoritis, tesis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Peneliti sadar keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan tesis ini karena dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang paling mendalam kepada :

1. Prof. Al Makin, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
3. Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. H. Akhmad Rifa'I, M. Phil sebagai Dosen Pembimbing Tesis sekaligus Dosen

- Pembimbing Akademik yang dengan sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik dalam proses penulisan Tesis ini.
5. Seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam berproses menimba ilmu.
 6. Keempat orang tua peneliti, yaitu bapak Nasrullah dan ibu Maimunah, Sani dan Norhayati serta keempat adik saya, Vita, Putra, Fathonah dan Inayah yang terus memberi doa, wawasan, dan support segala bentuk kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis sesuai waktu yang ditentukan. Serta paman saya bukhari, muslim abdul hamid dan bibi saya ramadhanah. Serta kakek saya yang baru saja meninggalkan kami, tesis ini saya persembahkan untuk beliau.
 7. Keluarga yang dicintai dan sosok yang mencintai dan dicintai peneliti yang selalu memberi support dan doa kepada peneliti.
 8. Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
 9. Keluarga besar mahasiswa Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta lebih khusus Ezhar, Fahmi, Nurul Syafikah, Fauza, Yuve dan teman-teman Banjar Culture yang selalu membantu saya dalam hal apapun.
 10. Seluruh pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam segala hal demi suksesnya tesis ini, yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Teriring doa semoga Allah swt senantiasa membalas semua amal kebaikan dari semuanya dengan sebaik-baik balasan. Peneliti menyadari bahwa tiada yang sempurna di dunia ini, kecuali Sang Pencipta. Begitu pula dalam penelitian ini yang tentu masih banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran para pembaca sekalian agar dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karya-karya selanjutnya. Semoga karya sederhana ini dapat dibaca dan mampu memberikan manfaat kepada siapapun.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 12 Januari 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	9
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Kerangka Teori.....	14
F. Kerangka Berpikir.....	29
G. Metode Penelitian.....	31
BAB II	39
YAYASAN DANGSANAK KITA	39
A. Profil Yayasan Dangsanak Kita	39
B. Gerakan Dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita.....	46
1. Kegiatan Kaderisasi.....	46
2. Kegiatan Penyebaran Dai	49
3. Kegiatan Organisasi	58
BAB III.....	75
KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM GERAKAN DAKWAH.....	75

A. Perencanaan Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan	
Dangsanak Kita	75
1. Komunikator dan Komunikan	76
2. Pesan.....	79
3. Media.....	81
4. Teknik.....	82
B. Pentahapan Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan	
Dangsanak Kita	88
1. Masyarakat Mualaf Tidak Keluar Agama Islam	88
2. Masyarakat Kaharingan Mengenal Islam.....	117
3. Masyarakat Meratus Sejahtera	132
BAB IV	162
PENUTUP.....	162
A. Kesimpulan	162
B. Saran	166
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	175
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	181

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gejala yang acap kali timbul di Indonesia satu di antaranya ialah kasus murtad. Hampir di berbagai wilayah Indonesia sudah terjadi di Indonesia. Kabupaten Langkat, Sumatera Utara salah satu contoh kasus murtad yang terjadi. Banyak warga yang berpindah agama atau murtad yang disebabkan dua hal yaitu karena kepentingan pribadi seperti pernikahan dan keadaan imannya masing-masing, selain itu juga ada oknum yang masif mengajak masyarakat warga langkat untuk berpindah agama dengan iming-iming pekerjaan dan uang.¹

Istilah murtad memiliki makna peralihan akidah yang bermula agama Islam memutuskan berhenti, keluar dan beragama selain Islam. Dalam sensus *fuqoha* menyatakan hukum Islam di beberapa negara mayoritas Muslim memberlakukan hukuman eksekusi mati bagi para pelaku murtad.² Di Indonesia sendiri, istilah "murtad" juga digunakan untuk menyebut orang-orang yang keluar dari Islam. Namun, konsekuensi hukum dari kemurtadan di Indonesia dapat bervariasi tergantung pada keadaan dan lokasi tertentu.

¹ <https://www.tvonenews.com/berita/nasional/40747-banyak-warga-langkat-murtad-diduga-ini-yang-jadi-penyebabnya> di akses pada tanggal 24 Desember 2022, pukul 11:02.

² Ja'Far Assagaf, "Kontekstualisasi Hukum Murtad Dalam Perspektif Sejarah Sosial Hadis," *Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan* 14, no. 1 (2014): 21.

Kemurtadan bukanlah kejahatan menurut hukum Indonesia, tetapi individu yang secara terbuka meninggalkan keyakinannya dapat menghadapi diskriminasi dan pelecehan dari komunitasnya. Dalam beberapa kasus, pemimpin dan pejabat agama lokal dapat menggunakan pengaruh mereka untuk menekan individu agar kembali ke keyakinan Islam. Namun, Indonesia memiliki masyarakat yang majemuk, dan pemerintah pada umumnya menghormati hak individu atas kebebasan beragama. Ada banyak kemungkinan alasan mengapa seseorang dapat memilih untuk meninggalkan keyakinannya atau pindah ke agama lain di antaranya adalah pekerjaan, lingkungan tempat tinggal, pernikahan atau pasangan hidup dan ekonomi.³

Hal serupa juga terjadi di Kalimantan Selatan, lebih tepatnya di Pedalaman Dayak Meratus yaitu Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar, banyak warga yang kembali ke agama sebelumnya atau murtad karena disebabkan tidak adanya bimbingan yang berkelanjutan setelah mereka masuk Islam. Tanpa disadari alasan yang membuat mereka kembali kepada agama sebelumnya ialah ketidaktahuan mereka terhadap langkah selanjutnya selepas masuk Islam.⁴ Agama sebelumnya dari masyarakat Dayak Meratus adalah *Kaharingan*. *Kaharingan* sendiri adalah kepercayaan yang dianggap menjadi ajaran kedaerahan yang dipegang suku Dayak di wilayah Kalimantan. Suku Dayak di Kalimantan meyakini bahwa ajaran *kaharingan* telah ada sebelum akidah-akidah yang berkembang di Nusantara seperti Hindu, Budha, atau Islam. Pemerintahan

³ Paulus Kunto Baskoro, "Konversi Di Kalangan Orang Percaya: Analisis Biblika Kata 'Murtad' Menurut Ibrani 3: 12," *Jurnal Teologi Amreta (ISSN: 2599-3100)* 5, no. 1 (2021): 106.

⁴ Fauzi asri, Pembina Yayasan Dangsanak Kita, wawancara melalui whatsapp, Jum'at 22 Desember 2022.

Indonesia menambahkan keyakinan *kaharingan* ke dalam agama Hindu secara struktural pada tahun 1980, meskipun terkait pokok aliran dan amalan memiliki banyak disparitas. Pernyataan ini menjadi legal era pemerintahan Presiden Soeharto dengan alasan jika Suku Dayak akan mendapatkan kemudahan akses dalam pencatatan sipil negara saat masuk pada agama Hindu sebagai salah satu agama resmi di Indonesia.⁵

Suku Dayak Meratus merupakan sebutan kolektif bagi sekelompok anak bagian suku Dayak yang menetap di sekeliling kawasan pegunungan Meratus di Kalimantan Selatan. Suku Bukit atau suku Dayak Bukit atau biasa disebut Dayak Meratus terdapat di beberapa kecamatan yang terletak di sekeliling pegunungan Meratus yaitu kabupaten Banjar, kabupaten Balangan, Hulu Sungai Tengah, Hulu Sungai Selatan, kabupaten Tapin, Tanah Laut, Tanah Bumbu, dan Kota Baru.⁶

Suku Dayak Meratus bisa digolongkan menjadi masyarakat pinggiran. Masyarakat pinggiran sendiri merupakan masyarakat dengan kalangan ekonomi marginal yang kerap dijuluki sebagai penduduk miskin. Studi pembangunan (*development studies*) menargetkan program-program kesehatan, perbaikan gizi, serta pendidikan, pelatihan, dan penciptaan lapangan pekerjaan bagi mereka yang berada dalam kelompok pinggiran.⁷ Masyarakat marginal mengantongi pola hidup

⁵ Heronimus Heron, "Agama Kaharingan Di Kalimantan," *Religi: Jurnal Studi Agama-agama* 17, no. 2 (n.d.).

⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Suku_Dayak_Meratus di akses pada 24 Desember 2022, pukul 11:17

⁷ Riwanto Tirtosudarmo, "Membicarakan Masyarakat Pinggiran Di Indonesia," *Jurnal Masyarakat dan Budaya* (2020): 112.

dengan menggantungkan alam sebagai usaha pemenuhan kebutuhan pokoknya. Masyarakat pinggiran memiliki fase permasalahan yang hampir serupa baik dari aspek ideologi serta sistem yang telah melekat dengan durasi yang lama.⁸ Problematika rendahnya interpretasi agama Islam dengan konsekuensi ruainya iman untuk digoyahkan turut menjadi bagian alasan selain masalah perekonomian.

Masyarakat marginal yang memiliki kualitas kehidupan yang rendah berimpresi pada minimnya inovasi sehingga transformasi berjalan statis dan cenderung tidak berkembang. Masyarakat Dayak Meratus memiliki tingkat spiritual pemahaman agama yang relatif minim yang disebabkan oleh rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, minimnya sumber informasi, kondisi wilayah yang susah dijangkau, hingga sarana dan prasarana keagamaan yang kurang memadai. Hal inilah yang membuat masyarakat Dayak Meratus untuk kembali ke agama sebelumnya, ditambah lagi tidak adanya bimbingan secara berkelanjutan yang membuat masyarakat Dayak Meratus sangat mudah untuk kembali ke agama sebelumnya.

Minimnya akan pemahaman mengenai agama Islam oleh masyarakat Dayak Meratus sehingga membuat rasa prihatin oleh Yayasan Dangsanak Kita untuk ikut serta dalam mencegah bertambahnya masyarakat Dayak Meratus kembali ke agama mereka sebelumnya. Walaupun Yayasan Dangsanak Kita hanya berfokus kepada pendidikan yang ada di disana namun setelah ada fenomena kembalinya ke agama sebelumnya oleh masyarakat Dayak Meratus, Yayasan Dangsanak Kita pun mencoba juga berfokus

⁸ Hasan Shadily, *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, 47.

untuk Islamisasi dengan gerakan dakwah dalam rangka mencegah bertambahnya masyarakat yang kembali ke agama mereka sebelumnya. Selain fenomena murtad yang membuat Yayasan Dangsanak Kita tergerak untuk melakukan islamisasi, adanya kaum misionaris yang mencoba memanfaatkan kualitas religiusitas masyarakat pedalaman Dayak Meratus.⁹

Yayasan Dangsanak Kita melakukan gerakan dakwah di pedalaman Dayak Meratus sejak tahun 2002 hingga saat ini.¹⁰ Yayasan Dangsanak Kita sejak awal berkiprah dalam melakukan Islamisasi melalui gerakan dakwah dan secara aktif menjadi komunikator dakwah dalam rangka mencegah bertambahnya fenomena murtad atau kembalinya masyarakat ke agama mereka sebelumnya di Pedalaman Dayak Meratus.

Inti gerakan dakwah dari Yayasan Dangsanak Kita dimulai dengan memaksimalkan program Islamisasi. Program islamisasi yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita yaitu dengan gerakan nyata seperti pembangunan rumah singgah bagi para mualaf, pembangunan masjid, bantuan bedah rumah terhadap mualaf bahkan pusat keislaman (Islamic center).¹¹ Selain itu Yayasan Dangsanak Kita juga membimbing ustadz atau dai yang ada di daerah tersebut dan menerjunkan dai-dai agar bisa membimbing mualaf secara berkelanjutan. Yayasan Dangsanak Kita juga bekerja

⁹ Mahmudah, Anggota Yayasan Dangsanak Kita, wawancara, Minggu, 19 Juli 2023

¹⁰ Fauzi asri, Pembina Yayasan Dangsanak Kita, wawancara melalui whatsapp, Kamis, 28 Desember 2022

¹¹ <https://kassel.antaranews.com/berita/323149/yayasan-dangsanak-kita-konsisten-bina-mualaf> diakses pada tanggal 6 Januari 2023.

sama dengan UIN Antasari Banjarmasin untuk menerjunkan mahasiswa KKN untuk ikut serta dalam melakukan bimbingan terhadap mualaf.¹² Yayasan Dangsanak Kita telah efektif menyukseskan Program Islamisasi secara perlahan-lahan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat kembali kepada fitrah agama Islam. Terhitung ada ratusan lebih masyarakat Dayak Meratus dan sampai saat ini terus bertambah dan jumlah tepatnya belum dapat diketahui.¹³

Pelaksanaan gerakan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita dalam menarik hati masyarakat untuk memeluk agama Islam kembali serta usaha menanamkan nilai-nilai keislaman dan juga pembinaan terhadap masyarakat sangat impresif untuk dikaji. Kesuksesan Yayasan Dangsanak Kita dalam melaksanakan aktifitas dakwah telah membentuk masyarakat menjadi masyarakat mualaf yang sudah mulai memahami ajaran agama Islam.

Mekanisme pendekatan dakwah berjalan melalui lajur komunikasi persuasif dengan pusat pembentukan keyakinan, sikap, perilaku dan beragam kegiatan interaktif dan konkret. Hasil mekanisme pendekatan dakwah memiliki peran dalam mengarahkan masyarakat sesuai kebutuhannya, di mana secara langsung maupun tidak berdampak pada peningkatan keberagaman masyarakat mualaf. Salah satu teknik komunikasi manusia ialah komunikasi persuasif, dimana di dalamnya berisi dua tahapan yaitu tahap

¹² Fauzi asri, Pembina Yayasan Dangsanak Kita, wawancara melalui whatsapp, Jumat, 6 Januari 2023

¹³ Fauzi asri, Pembina Yayasan Dangsanak Kita, wawancara melalui whatsapp, Jum'at 22 Desember 2022

pertama perencanaan dan tahap kedua pentahapan.¹⁴ Dari dua tahapan tersebut timbulah teknik komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dongsanak Kita yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang secara nyata seperti memberikan bantuan pokok untuk kehidupan sehari-hari dan mendirikan tempat ibadah untuk para muallaf, Yayasan Dongsanak Kita juga memperhatikan kesehatan para muallaf bahkan selain muallaf.

Selain itu Yayasan Dongsanak Kita juga memperhatikan mengenai pendidikan para anak-anak muallaf lebih khusus setelah lulus sekolah menengah pertama untuk direkrut melanjutkan sekolah di lembaga pendidikan agama. Hal ini dibuktikan bahwa lebih 50 anak yang melanjutkan sekolah di Pondok Pesantren Babussalam di Padang Batung, Pondok Pesantren Mas'ud Putera dan Puteri di Kandangan, Pondok Darussalam Martapura, dan SMA Kandangan.¹⁵ Hal ini tentunya akan membuat citra positif untuk Yayasan Dongsanak Kita bagi para muallaf dan memudahkan Yayasan Dongsanak Kita untuk melakukan kegiatan dakwah di Pedalaman Dayak Meratus lebih khusus di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar.

Yayasan Dongsanak Kita juga selalu melakukan musyawarah dan melibatkan masyarakat ketika dalam merencanakan suatu kegiatan atau program dan juga selalu membangun komunikasi personal dengan masyarakat Dayak Meratus lebih khusus

¹⁴ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, ed. Anwar Holid (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 66.

¹⁵ Fauzi asri, Pembina Yayasan Dongsanak Kita, wawancara melalui whatsapp, Jum'at 6 Januari 2023

tokoh-tokoh penting di Pedalaman Dayak Meratus seperti pemuka agama dan tokoh-tokoh masyarakat.¹⁶ Hal ini adalah salah satu langkah dalam melakukan proses pendekatan dakwah dengan komunikasi persuasif dan juga akan memudahkan program islamisasi melalui gerakan dakwah.

Komunikasi persuasif menjadi bagian fundamental dalam aktualisasi dakwah di mana terdapat proses perencanaan, pengarahan tatanan hidup yang baik, serta pengupayaan pembangunan nilai dan fungsi tatanan hidup bermasyarakat di bawah koridor pedoman agama Islam. Hasil kajian ini dimaksudkan dapat memberikan kontribusi berupa gagasan-gagasan baru mengenai gerakan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan ataupun majelis bahkan individu pada masyarakat mualaf lebih khusus yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita pada masyarakat mualaf.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM GERAKAN DAKWAH (Studi Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar)**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita yang di lakukan di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar?

¹⁶ Fauzi asri, Pembina Yayasan Dangsanak Kita, wawancara melalui whatsapp, Jum'at 22 Desember 2022

2. Bagaimana Perencanaan Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar?
3. Bagaimana Pentahapan Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Menganalisis Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita yang dilakukan di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar
 - b. Menganalisis Perencanaan Komunikasi Persuasif dalam gerakan dakwah Yayasan Dangsanak Kita di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar
 - c. Menganalisis Pentahapan komunikasi persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita dalam melakukan Islamisasi di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar
2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi keberlangsungan dalam dunia penelitian, pendidikan maupun gerakan dakwah, baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun untuk penjelasan dan pembahasannya akan dibahas lebih dalam lagi dibawah ini:

- a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan terkait keilmuan komunikasi dan dakwah sekaligus menyumbangkan pemikiran

untuk pengembangan kedua multidisiplin keilmuan tersebut. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai salah satu rujukan atau sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang dakwah dan komunikasi.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi dai atau komunikator dalam melakukan islamisasi berupa gerakan dakwah melalui pendekatan persuasif dengan masyarakat pedalaman meratus lebih khusus masyarakat yang kembali ke agama mereka sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga bisa dijadikan acuan dan memberikan kontribusi terhadap pemerintah dalam hal menanggulangi problematika krisisnya kasus murtad di Indonesia.

D. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka ini bertujuan untuk melakukan tinjauan Pustaka terhadap penelitian terdahulu sebagai usaha memposisikan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian-penelitian yang sudah ada pada sebelumnya. Selain itu, berusaha untuk menunjukkan poin besar perbedaan dengan penelitian terdahulu sehingga bisa menampilkan keunikan atau novelty yang ada pada penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berdasarkan hasil pencarian yang telah dilakukan penulis, ada sebagian penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan tema besar penelitian ini yaitu berkaitan dengan teknik komunikasi persuasif dan Gerakan dakwah

Hasil pencarian dengan tema penelitian Teknik Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah diambil beberapa penelitian dalam kurun waktu 5 tahun terakhir baik dari tesis maupun jurnal ilmiah terakreditasi nasional dan internasional. Sebagai landasan dasar, penulis memilih hasil penelitian tesis yang dilakukan oleh Alfiana Yuniar Rahmawati pada tahun 2021 dengan judul *Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Mualaf; studi kasus dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo*.¹⁷ Penelitian tersebut dilatarbelakangi adanya kristenisasi di Dusun Tugunongko sehingga menjadi perhatian bagi Majelis Tabligh Muhammadiyah untuk mencegah tersebar luasnya kristenisasi di Dusun Tugunongko sehingga terjadilah Gerakan dakwah yang dilakukan dengan pendekatan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa gerakan dakwah yang dilakukan dengan pendekatan persuasif itu sangat efektif digunakan dalam meminimalisir kristenisasi yang terjadi di Dusun Tugunongko. Melalui pendekatan komunikasi persuasif dengan teori kredibilitas sumber yang dipopulerkan oleh Hovland, Janis dan Kelley pada tahun 1953. Gerakan dakwah yang dilakukan Majelis Tabligh mengambil konsep dakwah bil-hal

¹⁷ Alfiana Yuniar Rahmawati, "Gerakan Dakwah Dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Mualaf Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah Di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo" (Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

bersifat multiaspek yang ditunjang dengan strategi komunikasi persuasif dengan empat komponen pentingnya yaitu, proses, bentuk, teknik dan kredibilitas sumber. Dengan demikian, perpaduan antara komunikasi persuasif dan dakwah sangat efektif dilakukan untuk melakukan dakwah terhadap masyarakat muallaf.

Selain itu, hasil penelitian terdahulu meliputi: Dakwah Persuasif dari tinjauan aspek rohaniyah,¹⁸ Efektivitas komunikasi dalam dakwah persuasif,¹⁹ Strategi Dakwah persuasif dalam mengubah perilaku masyarakat,²⁰ Urgensi interpersonal skill dalam dakwah persuasif,²¹ Konsep komunikasi dakwah persuasif perspektif al-quran,²² komunikasi dakwah persuasif melalui metode *story telling*.²³

Secara umum hasil dari penelitian di atas menunjukkan bagaimana komunikasi berperan penting dalam dakwah persuasif. Namun belum ditemukan penelitian serupa dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yang secara mendalam mengenai teknik komunikasi persuasif yang

¹⁸ . Amrullah, “Dakwah Persuasif (Sebuah Tinjauan Dari Aspek Hakikat Rohaniah),” *Al-Hiwar : Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* 5, no. 10 (2017).

¹⁹ Slamet, “Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif,” *Jurnal Dakwah X*, no. 2 (2009): 179–193.

²⁰ Mubasyaroh Mubasyaroh, “Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–324.

²¹ Halimatus Sakdiah, “Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 1 (2017): 1-14 Sakdiah, Halimatus. 2017. “Urgensi Interperson.

²² Ahmad Atabik, “KONSEP KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF DALAM PERSPEKTIF AL-QUR’AN” (n.d.).

²³ Volume Nomor E-issn P-issn et al., “Da’ Watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Komunikasi Dakwah Persuasif Dengan Metode Story Telling Da’ Watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting” 2 (2022): 71–80.

terstruktur untuk melakukan gerakan dakwah di pedalaman Dayak Meratus. Oleh karena itu, adanya ruang tersebut menjadi celah atau peluang untuk diteliti.

Selanjutnya penelitian oleh Rahma Maemona dan Mutia Rahmi Pratiwi yang berjudul *Teknik Asosiasi: Strategi Pesan Dakwah di Instagram*.²⁴ Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya kemajuan teknologi yang menyebabkan media dalam berdakwahpun menjadi bervariasi. Salah satunya yaitu dakwah melalui media sosial Instagram. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa dalam strategi dakwah melalui media sosial menggunakan teknik asosiasi yaitu salah satu teknik asosiasi yang dikemukakan oleh Devito. Strategi dakwah dengan menggunakan teknik persuasif yaitu teknik asosiasi sangat efektif karena di era sekarang masyarakat sangat peka terhadap perkembangan yang terjadi saat ini apalagi dalam penelitian ini target mad'u nya adalah anak muda tentunya anak muda akan selalu update dengan hal-hal yang baru dan masih hangat diperbincangkan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini strategi yang digunakan adalah teknik asosiasi yaitu menyampaikan sesuatu menyesuaikan dengan sesuatu kejadian atau momen-momen yang sedang hangat diperbincangkan.

²⁴ Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Scopindo Media Pustaka, 2020).

Secara umum penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama melakukan penelitian tentang komunikasi persuasif dalam dakwah. Namun penelitian yang dilakukan penulis tidak hanya berfokus satu teknik saja namun beberapa teknik yang digunakan oleh YDK dan formula apa yang digunakan dalam gerakan dakwah tersebut.

E. Kerangka Teori

1. Gerakan Dakwah

Perbuatan, kegiatan, aktivitas atau keadaan bergerak merupakan definisi dari Gerakan. Sedangkan dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* bermakna seruan, panggilan, undangan atau doa. Secara bahasa dakwah berarti suatu usaha untuk seruan manusia ke jalan Allah SWT. Sedangkan menurut istilah, dakwah menurut Ibn Taimiyah seruan untuk kepada Allah dan ajaran-Nya, membenarkan dan mempercayai berita yang disampaikan oleh Rasulullah SAW. Ali Mahfuz juga mengartikan dakwah sebagai ajakan kepada manusia untuk *amr ma'ruf nahi munkar*.²⁵

Secara garis besar gerakan dakwah merupakan kegiatan dakwah dalam rangka melaksanakan dakwah Islam untuk mengajak manusia kepada kebaikan, memerintahkan kepada yang baik dan melarang dari yang tidak baik, adapun secara khusus, gerakan dakwah sering disebut sebagai

²⁵ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat, Mabadi 'Asyarah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 7–8.

gerakan Islam (*al-harakah al-islâmiyyah*) atau juga disebut jamaah dakwah atau juga disebut kutlah dakwah (kelompok dakwah), yaitu sebuah kelompok yang terdiri dari orang-orang yang bersama-sama melaksanakan dakwah dalam satu kesatuan kerja dan koordinasi.²⁶

Melaksanakan kegiatan dakwah merupakan tugas yang penting dan juga mulia karena pada intinya dakwah selalu mengajak manusia kepada kalimat tauhid dan melakukan kebaikan. Oleh karena itu perintah untuk berdakwah secara jelas dan tegas sudah diperintahkan dalam al-qur'an pada surah An-Nahl ayat 125 dan Al-Imran ayat 104:

125. Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.

104. Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Ayat-ayat diatas secara tegas memerintahkan kita untuk melaksanakan dakwah Islam. Namun para ulama berbeda pendapat dalam hal hukum berdakwah. Al-Ghazali, Ahmad Mahmud, M. Quraish Shihab, Ibnu Katsir dan Muhammad Ahmad al-Rasyid mengatakan hukum berdakwah adalah *fardlu kifayah* yaitu berdakwah hanya dibebani oleh orang-orang yang memiliki kemampuan dan keahlian di bidang agama

²⁶ Dedy Susanto, "Gerakan Dakwah Aktivis Perempuan 'Aisyiyah Jawa Tengah'" 8, No. April (2013): 323-340.

Islam. Namun M. Natsir menegaskan bahwa tugas umat secara keseluruhan tanpa membedakan berdasarkan keilmuannya dan keterampilannya. Dari kedua pendapat tersebut, Abu Zahrah, Ibrahim Imam, Bassam Al-Shibag dan Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni juga berpendapat bahwa hukum kewajian berdakwah itu adalah *fardhu a'in dan fardhu kifayah*. *Fardlu a'in* melakukan dakwah secara individual dan *fardlu kifayah* melakukan dakwah secara kolektif atau jamaah.²⁷

Berbicara tentang gerakan dakwah Menurut Sayid Qutub, ada tiga ciri dakwah gerakan yaitu:

- a. Lebih mengutamakan aksi daripada teori, wacana dan retorika
- b. Boleh jihad jika diperlukan dan keadaan memaksa.
- c. Gerakan dakwah meniscayakan organisasi dan jaringan.

Menurut Sayyid Qutub, dakwah merupakan tugas dan kewajiban bersama seluruh muslim. Organisasi dakwah haruslah bersifat terbuka yang dibangun di atas pondasi akidah tauhid dan ukhuwah islam tanpa membanding-bandingkan perbedaan suku, ras, dan warna kulit.²⁸

Keberhasilan sebuah kegiatan dakwah dalam menanamkan ajaran agama Islam ditentukan dari adanya rukun atau unsur dakwah yang saling berhubungan. Unsur-unsur dakwah yaitu, dai', mad'u, materi dakwah,

²⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Prenada Media, 2019), 152.

²⁸ Faizah and Lalu Muchsin Effendy, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015),

media dan metode dakwah.^{29 30} Unsur-unsur tersebut jika dilaksanakan secara maksimal maka dapat menghasilkan dakwah yang efektif.

Seiring dengan perkembangan terminologi, maka ruang lingkup dakwah pun menjadi berkembang. Dakwah secara umum telah dikelompokkan kedalam tiga bentuk:

a. Dakwah *Bil-Lisan*

Dakwah *Bil-lisan* secara umum dibagi menjadi dua macam. *Pertama* dakwah secara langsung tanpa saluran media, yaitu antara dai dan *mad'u* saling berhadapan. *Kedua* dakwah yang menggunakan media (chanel), yaitu antara dai dan *mad'u* tidak saling berhadapan tetapi melalui media perantara seperti televisi, radio dan media lainnya.

b. Dakwah *Bil-Kitabah*

Dakwah Islam tidak hanya terbatas pada kegiatan dakwah melalui lisan atau *oral* tetapi juga bisa menggunakan tulisan (*bil-kitabah*).

Dakwah seperti ini sudah ada sejak lima belas abad yang lalu yang dilaksanakan Rasulullah Saw melalui pengiriman surat kepada para raja dan kepala negara. Di era sekarang dakwah *bil-kitabah* sudah berupa media cetak yang bercorak Islam atau media massa yang berbasis agama Islam.

²⁹ Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat, Mabadi 'Asyarah*, 22–30.

³⁰ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 215–428.

c. Dakwah *Bil-Hal*

Dakwah *bil-hal* menekankan pada aktualisasi atau bentuk nyata dalam membantu pengembangan dan pembangunan masyarakat muslim. Ace Partadiredja berpendapat bahwa dakwah *bil-hal* lebih efektif dilaksanakan dengan pemenuhan enam kebutuhan pokok manusia, yaitu pangan, sandang, papan, pendidikan, pekerjaan dan kesehatan. Pemenuhan kebutuhan pokok tersebut akan tercipta pula perubahan ekonomi dan sosial menuju ke arah masyarakat yang sejahtera.³¹ Bahkan juga berpengaruh terhadap kondisi keagamaan masyarakat tersebut. Dakwah *bil-hal* bisa dikatakan adalah sebuah kegiatan sosial yang langsung bersentuhan dengan masyarakat.

2. Komunikasi Persuasif

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama “sama,” *communico*, *communicato*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.³²

Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna

³¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*, 1st ed. (Depok: Rajawali pers, 2018), 29–35.

³² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 46.

antara dua orang komunikator atau lebih. Sedangkan Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi adalah proses pemberian makna antara orang-orang dari latarbelakang yang berbeda secara transaksional dan simbolik.³³

Istilah *persuasi* (persuasion) bersumber pada perkataan Latin *persuasion*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.³⁴ Edwin P. Bettinghaus dalam buku *Persuasive Communication* mengatakan bahwa komunikasi persuasif adalah *in order to be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change behaviour through the transmissions of some message*. Komunikasi persuasif yang dimaksud yaitu komunikasi yang mengunggah kesadaran penerima pesan atau komunikasi harus mengandung upaya mengubah perilaku seseorang atau sekelompok orang dengan melalui penyampaian pesan.³⁵

Mulyana berpendapat dan diperkuat oleh effendy bahwa komunikasi persuasif adalah salah satu dari empat teknik komunikasi manusia, selain komunikasi informatif, komunikasi koersif dan hubungan manusia.³⁶ Komunikasi persuasif dan komunikasi koersif memiliki pengertian yang hampir sama yaitu sama-sama untuk mengubah sikap, perilaku dan pendapat.

³³ *Ibid.*, 65.

³⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, ed. Tjun surjaman (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 21.

³⁵ Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, 66–67.

³⁶ *Ibid.*, 66.

Oleh karena itu para ahli komunikasi menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Komunikasi persuasif dilakukan dengan halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi sedangkan koersi mengandung paksaan atau ancaman.³⁷ Komunikasi persuasif memiliki dua tahap dalam pelaksanaannya:

a. Perencanaan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dalam mencapai tujuan dan sasarnya diperlukan perencanaan yang baik dan matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media dan komunikan.³⁸

1) Perencanaan dalam Pengenalan Komunikan

Komunikator harus bisa memahami bagaimana latarbelakang atau kondisi komunikan. Berlo menjelaskan bahwa seorang dai atau komunikator sebelum melakukan kegiatan dakwah perlu melakukan pengenalan pada sasaran dakwah atau komunikan dengan langkah berikut:

- a) Seorang komunikator harus mampu berkomunikasi dengan baik
- b) Memiliki pengetahuan yang cukup
- c) Mampu memahami budaya atau latarbelakang masyarakatnya.³⁹

³⁷ Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 21.

³⁸ *Ibid.*, 22.

³⁹ H.M Kholili, *Sebuah Model Komunikasi Dakwah: Dakwah Ramah Untuk Semua* (Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2022), 21–222.

2) Perencanaan Media

Menurut Ezi Hendri saluran atau media dalam komunikasi persuasif ada tiga bagian:

- a) Komunikasi tatap muka yaitu berlangsung pada saat *persuader* dan *persuade* saling berhadapan muka dan melihat. Situasi ini memungkinkan untuk *persuader* melihat secara langsung respon oleh *persuade* secara verbal ataupun nonverbal.
- b) *Word of Mouth* (WOM) adalah satu cara yang efektif untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.
- c) Komunikasi bermedia. Komunikasi bermedia tidak lagi menyampaikan pesan secara personal melainkan kelompok yang memiliki jumlah besar didalamnya karena dalam hal ini komunikasi bermedia menggunakan media dalam penyampaian pesannya kepada khalayak.⁴⁰

Menurut Hamza Ya'qub media dakwah terbagi menjadi lima macam yaitu lisan, tulisan, lukisan, audiovisual dan akhlak.⁴¹

3) Perencanaan Pesan

Selain media, pesan dalam perencanaan komunikasi persuasif juga harus diperhatikan. Menurut Ezi Hendri ada dua bentuk pesan:

⁴⁰ Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, 234.

⁴¹ Muhammad Munir and Wahyu Ilahi, *Managemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 32.

- a) Pesan verbal yakni pesan yang dikreasi dan disampaikan manusia melalui rangsangan kata yang diucapkan sedangkan
- b) Pesan nonverbal adalah pesan yang dikreasi dan disampaikan tanpa kata atau selain kata yang sering dikatakan manusia.⁴²

4) Perencanaan Teknik

Salah satu yang penting dalam melakukan perencanaan komunikasi yaitu kita dapat memilih dan memilah teknik apa saja yang cocok kita gunakan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif. Adapun teknik-teknik yang dapat dipilih dalam komunikasi persuasif sebagai berikut:

a) Teknik asosiasi

Teknik ini menggunakan objek atau peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan atau yang sedang menarik perhatian khalayak dalam penyampaian atau penyajian pesannya. Biasanya teknik ini juga menggunakan situasi dan kondisi masyarakat sebagai landasan untuk menyampaikan pesan

b) Teknik Integrasi

Teknik ini adalah teknik yang digunakan komunikator yang seakan-akan merasakan apa yang dirasakan oleh komunikan, sehingga terciptalah rasa kesatuan antara komunikator dengan komunikan atau

⁴² Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, 208.

menyatu antara komunikan dan komunikator. Teknik ini bisa digunakan melalui kata-kata verbal dan nonverbal.

c) Teknik ganjaran dan ancaman

Teknik ganjaran biasa digunakan untuk menumbuhkan kegairahan emosional yang mana pada kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara menawarkan hal yang menguntungkan atau berupa imbalan. Teknik ini merupakan lawanan dari teknik hukuman atau *punishment*. Teknik ancaman atau hukuman yaitu suatu cara yang bersifat menakut-nakuti atau memberikan ancaman ketika komunikan tidak mau mengikuti apa yang komunikator sampaikan.

d) Teknik tataan

Teknik tataan atau *icing* merupakan kegiatan persuasi yang mengupayakan menyusun pesan komunikasi secara detail, sehingga enak didengar dan mudah di pahami. Teknik ini juga bisa dikatakan sebuah seni berbicara atau retorika.

e) Teknik Red-herring

Teknik ini digunakan komunikator ketika keadaan terdesak dalam melakukan perdebatan yaitu dengan cara mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkan sedikit demi

sedikit ke aspek yang dikuasai komunikator untuk digunakan sebagai alat untuk menyerang lawan debatnya.^{43 44}

b. Pentahapan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif perlu dilaksanakan dengan sistematis. Dalam pentahapan komunikasi persuasif biasanya menggunakan formula AIDDA sebagai landasan pelaksanaan dalam komunikasi persuasif. Formula AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif yaitu *Attention, Interest, Desire, Decision* dan *Action*.

Formula AIDDA ini sering disebut *A-A Procedure* sebagai singkatan dari *Attention-Action Procedure*, yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dimulai dahulu dengan menumbuhkan perhatian. Berdasarkan formula AIDDA, komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Upaya ini dilakukan dengan gaya bicara dengan kata-kata yang indah dan nyaman untuk didengarkan dan juga dengan penampilan yang menarik ketika menghadapi khalayak.

Apabila perhatian sudah berhasil didapatkan, setelah itu upaya untuk memunculkan minat. Hal ini biasanya dilakukan dengan cara melihat situasi dan kondisi komunikasi yang ingin dicapainya. Tahap selanjutnya yaitu membangkitkan Hasrat. Pada tahap ini komunikator melakukan ajakan,

⁴³ *Ibid.*, 280–282.

⁴⁴ Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 22–24.

bujukan atau rayuan dengan menggunakan imbauan emosional. Sehingga pada tahap berikutnya komunikasi mengambil keputusan untuk melakukan suatu tindakan atau kegiatan berdasarkan kemauannya sendiri tanpa paksaan siapapun.⁴⁵

3. Organisasi Dakwah

Schein berpendapat bahwa sebuah organisasi memiliki ciri-ciri tertentu yang memiliki struktur, tujuan, saling berkomunikasi antar anggota untuk mengatur aktivitas dalam organisasi tersebut. Selanjutnya Kochler mengatakan bahwa organisasi adalah hubungan yang terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu.⁴⁶ Sedangkan dakwah adalah sebuah usaha untuk mengubah cara pandang manusia menuju keadaan yang lebih baik dalam segala segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran Islam.⁴⁷

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi dakwah adalah kegiatan sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama untuk menyampaikan pesan dengan harapan bisa merubah dari keadaan baik menuju ke keadaan yang lebih baik yang berbasis ajaran Islam. Setiap organisasi mempunyai karakteristik, di antaranya adalah Dinamis, memerlukan informasi, mempunyai tujuan dan harus terstruktur.⁴⁸

⁴⁵ *Ibid.*, 25.

⁴⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 23.

⁴⁷ Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat, Mabadi 'Asyarah*, 9.

⁴⁸ Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, 29–31.

Organisasi mempunyai landasan dalam mendirikan organisasi atau lembaga dakwah yang berlandaskan Surah Ali Imran ayat 104 yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Dalam ayat Ali-Imran umat Islam disuruh untuk membuat suatu lembaga atau kelompok yang mengambil tugas untuk pelaksanaan dakwah karena pada saat ini kegiatan lembaga-lembaga dakwah Islam lebih berfokus dengan kegiatan yang bersifat ilmiah. Oleh karena itu diharapkan bagi lembaga-lembaga dakwah Islamiyah untuk memulai program pembaharuan dakwah secara menyeluruh yaitu dengan cara membuat dan melaksanakan program masuk desa besar-besaran.⁴⁹

4. Kaderisasi

Menurut KBBI kader merupakan orang diharapkan akan memegang pekerjaan penting di pemerintahan, partai dan lain-lain. Di dalam buku tersebut dijelaskan pula bahwa pengkaderan adalah proses, cara, perbuatan mendidik atau membentuk seseorang menjadi kader. Dalam sebuah organisasi, pengkaderan atau kaderisasi adalah hal yang dibutuhkan karena pucuk sebuah pimpinan pasti ada fase yang kepemimpinannya harus berakhir, baik cepat maupun lambat.⁵⁰

Keterampilan seorang dai atau seorang pemimpin merupakan hasil dari melatih diri, mengembangkan diri melalui proses belajar secara langsung.

⁴⁹ Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah Suatu Pengantar* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2013), 71.

⁵⁰ Hadari Nawawi, *Kepemimpinan Menurut Islam* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993), 188.

Rangkaian seperti itulah yang disebut proses kaderisasi, yang berisi upaya-upaya mempersiapkan seseorang untuk menjadi seorang dai atau pemimpin. Dalam kaderisasi ada dua jenis kaderisasi yaitu formal dan informal.⁵¹

a. Kaderisasi formal

Kaderisasi formal adalah sebuah kaderisasi seorang pemimpin atau dai secara berencana, teratur, tertib dan sistematis. Sifat formal itu bahkan berarti proses mempersiapkan pemimpin dapat dilakukan secara melembaga, dengan kurikulumnya dan segala sesuatu yang relevan untuk menghasilkan seseorang yang kepribadian pemimpin.⁵²

b. Kaderisasi informal

Kaderisasi informal biasanya harus dimulai dan dibina secara terus menerus sejak dini melalui keluarga dan dibantu dengan pendidikan formal maupun nonformal. Dalam Islam setiap orang tua berkewajiban membantu anak-anaknya dalam memilih sekolah, namun bukan hanya sebatas itu, orang tua juga berkewajiban untuk membekalinya dengan pengetahuan, keterampilan dan keahlian sehingga juga ikut membentuk kepribadian dan membina keimanan kepada Allah SWT.⁵³

⁵¹ *Ibid.*, 187.

⁵² *Ibid.*, 201.

⁵³ *Ibid.*, 192.

5. Pendekatan Misi

Pendekatan misi adalah pengiriman tenaga para dai ke daerah-daerah yang belum atau minim akan ajaran Islam.⁵⁴ Pendekat misi merupakan salah satu metode pendekatan dakwah yang dilakukan Rasulullah SAW di Makkah, tapi belum berhasil, kemudian dikembangkan di Madinah dengan hasil yang maksimal. Pendekatan serupa pula dilakukan secara besar-besaran pada zaman sahabat khususnya Umar ibn Khattab.⁵⁵

Pada masa sekarang ini, ada banyak organisasi yang bergerak dibidang dakwah mengirimkan dai mereka untuk dikirim ke daerah-daerah yang hampir tidak ada para dainya. Tujuan daerah pengiriman dai tersebut pun daerah yang biasanya kurang memahami ajaran Islam secara dasar.⁵⁶ Model yang lain Jamaah Tabligh Indonesia (JTI) lebih opensif menggunakan pendekatan misi dengan melakukan program khuruj, yaitu kegiatan keluar dari kampung halaman secara berkelompok menuju masjid-masjid di seluruh pelosok dunia sebagai tempat untuk silaturahmi dan menyusun strategi dakwah.⁵⁷

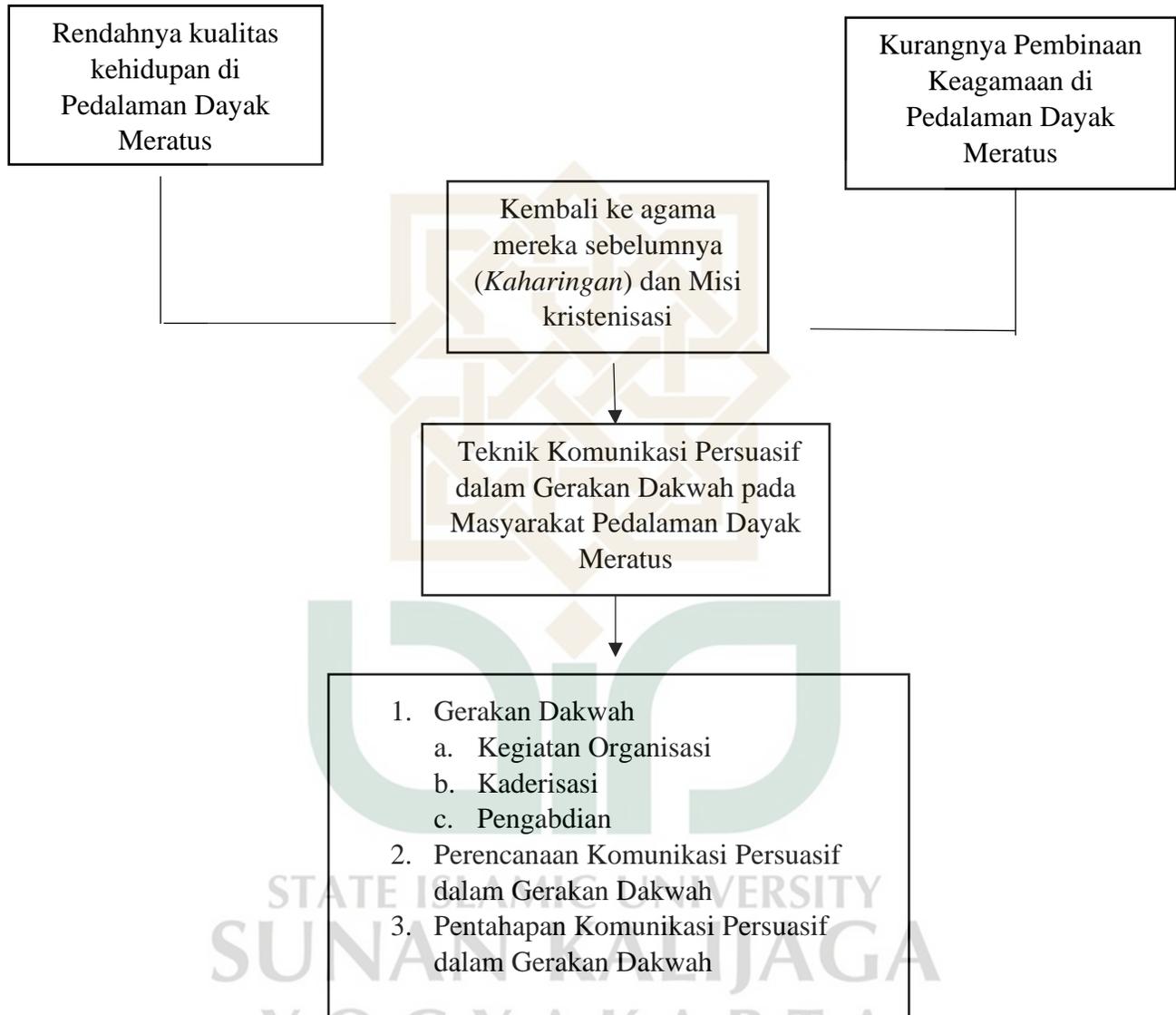
⁵⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 2nd ed. (Jakarta: Rajawali pers, 2012), 258.

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*.

⁵⁷ Rohmanur Aziz, "Urgensi Peta Dakwah," *Anida* 14, no. 2 (2015).

F. Kerangka Berpikir



Konsep di atas merupakan sebuah kerangka berpikir yang menjelaskan penelitian tentang “Teknik Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah”: Studi Yayasan Dangsanak Kita di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar”. Dalam penelitian ini, penulis akan memulai dengan menjelaskan dua permasalahan pokok yang telah terjadi dimasyarakat, yaitu rendahnya kualitas kehidupan dan kurangnya pembinaan keagamaan pada masyarakat sehingga menimbulkan rendahnya kualitas keagamaan masyarakat. Permasalahan tentang rendahnya kualitas kehidupan masyarakat diawali dengan menjabarkan permasalahan ekonomi yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Sedangkan pada permasalahan kurangnya pembinaan keagamaan pada masyarakat penulis akan menjelaskan kondisi keagamaan yang dialami oleh masyarakat sebelum adanya gerakan dakwah oleh Yayasan Dangsanak Kita.

Adanya dua masalah tersebut dimanfaatkan oleh beberapa oknum untuk menyebarkan misi kristenisasi sehingga menyebabkan kasus murtad di pedalaman Dayak Meratus. Hal ini menyebabkan Yayasan Dangsanak Kita melakukan gerakan dakwah di Pedalaman Dayak Meratus.

Gerakan dakwah Yayasan Dangsanak Kita telah dilakukan sejak tahun 2003 dengan mengutamakan kegiatan sosial sekaligus dakwah. Dalam penelitian ini, penulis akan menjabarkan dan menjelaskan Teknik komunikasi persuasif dalam pelaksanaan gerakan dakwah Yayasan Dangsanak Kita melalui kegiatan-kegiatan dakwah yang sudah terlaksana serta penulis juga akan

menjelaskan bentuk gerakan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita.

Adanya respon yang baik dari masyarakat pedalam Dayak Meratus yaitu masyarakat Paramasan terhadap gerakan dakwah, menjadikan kegiatan ini masih dilaksanakan secara konsisten hingga sekarang. Gerakan dakwah yang ditujukan pada masyarakat mualaf ini menjadi misi dakwah yang harus terus dilaksanakan dan dijaga eksistensinya oleh Yayasan Dangsanak Kita demi tegaknya agama Islam di muka bumi ini lebih khususnya di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar.

Selain itu, tentunya banyak faktor yang membuat Yayasan Dangsanak Kita diterima oleh Masyarakat Pedalaman Dayak Meratus yaitu salah satunya adanya komunikasi yang baik dalam pelaksanaan Islamisasi yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak. Dalam penelitian ini penulis menjelaskan komunikasi seperti apa yang digunakan dalam gerakan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita

G. Metode Penelitian

Pelaksanaan penelitian tentang Teknik Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah; studi kasus Yayasan Dangsanak Kita di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar ini penulis akan menjelaskan berkaitan tentang metode penelitian yang digunakan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Menurut Bodgan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah suatu cara atau prosedur penelitian melalui pengamatan terhadap perilaku orang dan kata-kata berupa lisan ataupun tertulis sehingga menghasilkan data deskriptif.⁵⁸ Melalui penelitian kualitatif deskriptif penulis dapat mengembangkan lebih luas dan dalam terkait Teknik komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah di pedalaman Dayak Meratus. Selanjutnya, strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi studi kasus. Studi kasus dipilih karena untuk melihat fenomena yang terjadi pada dakwah persuasif di pedalaman Dayak Meratus. Sehingga ketika melakukan penelitian diperlukannya wawancara, observasi dan ikut serta semua kegiatan di dalamnya.

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang memberikan informasi dalam penelitian yang mempunyai pengetahuan, pengalaman serta orang yang berinteraksi langsung serta hubungan dengan Yayasan Dangsanak Kita dan masyarakat pedalaman meratus. Subjek dalam penelitian ini di antaranya

⁵⁸ lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),

Pembina Yayasan, ketua Yayasan, anggota Yayasan, dai dan daiyah serta masyarakat pedalaman meratus.

b. Objek penelitian

Objek penelitian adalah kajian utama yang menjadi fokus utama dalam topik penelitian. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah Teknik Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita di pedalaman Dayak Meratus. Permasalahan yang timbul akan di bahas dalam bab selanjutnya yaitu:

- 1) Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita
- 2) Perencanaan Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita
- 3) Pentahapan Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah Yayasan Dangsanak Kita

2. Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata atau wawancara dan tindakan, selain itu adalah data tambahan.⁵⁹ Sumber utama merupakan data yang di cari oleh penulis dari seorang informan atau sumber lain yang memiliki hubungan dengan topik penelitian yang kemudian digunakan sebagai bahan analisis.

⁵⁹ *Ibid.*, 157.

Penelitian “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Gearakan Dakwah” sudah memiliki Yayasan Dangsanak Kita sebagai sumber data utama. Sedangkan berkaitan dengan sumber data yang memilki hubungan yang erat dan hanya di anggap sebagai data tambahan akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapat dari sumber data pertama sehingga keaslian dan kualitas data dapat di pertanggungjawabkan. Data primer dalam penelitian ini adalah Pembina Yayasan Dangsanak Kita, Ketua Yayasan Dangsanak Kita dan 4 orang dai dari Yayasan Dangsanak Kita.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pelengkap sekaligus data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui tangan kedua (media perantara). Data sekunder dalam penelitian ini adalah 3 masyarakat pedalaman Dayak Meratus serta dokumen-dokumen pendukung yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Observasi dilakukan dengan terjun dan mengamati langsung ke lokasi yang telah ditentukan sebagai

objek penelitian ini yaitu Teknik komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita yang lokasinya di Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar. Dengan melakukan pengamatan secara langsung penulis mengamati tindakan atau perilaku, interaksi dan percakapan serta konteks.⁶⁰

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi yang dilakukan secara tidak terstruktur artinya dalam pelaksanaan pengamatan penulis tidak memakai pedoman observasi. Model observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan, artinya penulis terjun langsung ke lokasi penelitian dan terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratus, penulis ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dalam hal pembinaan terhadap masyarakat pedalaman Dayak Meratus.

b. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah teknik dalam mencari informasi atau data yang lengkap sekaligus mendalam dengan cara bertemu langsung secara *face to face* dengan informan.⁶¹ Wawancara mendalam digunakan penulis untuk mengetahui data secara mendalam dan

⁶⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 1st ed. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), 108.

⁶¹ *Ibid.*, 100.

lengkap, baik dengan pihak internal dan eksternal Yayasan Dangsanak Kita. Dalam pelaksanaan wawancara, penulis menggunakan dua metode. Pertama, wawancara secara langsung dengan informan sehingga tercipta hubungan emosional yang baik. Dalam penelitian ini, terdapat tiga informan yang diwawancarai di antaranya Pembina Yayasan Dangsanak Kita, Ketua Yayasan Dangsanak Kita dan Dai- Dai Yayasan Dangsanak Kita. Kedua, Wawancara secara online melalui telepon dan *chatting WhatsApp*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berbentuk dokumen publik maupun dokumen bersifat privat yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis data.⁶² Dalam penelitian ini pencarian atau pengumpulan data-data hanya berfokus pada data-data yang berkaitan dengan tema yaitu Teknik Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Dakwah.

4. Teknik Analisa Data

Model Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga rangkaian dan saling berhubungan

⁶² *Ibid.*, 118.

antara satu dengan yang lainnya.⁶³ ketiganya akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilah dan memilih data mana yang relevan dengan topik yang dibahas dan data mana yang tidak relevan dengan tujuan penelitian. Data yang tidak relevan tentunya tidak akan dimasukkan dalam proses analisis data. Selain itu reduksi data juga proses mengklasifikasikan sesuai dengan tema atau topik pembahasan dalam penelitian tersebut.

b. Penyajian Data

Penyajian data digunakan untuk data-data yang telah direduksi kemudian dikelompokkan antara satu dengan yang lain sesuai dengan jenisnya hingga menghasilkan sebuah data yang siap untuk masuk pada tahap analisis.

c. Verifikasi dan Kesimpulan

Pada tahap ini seluruh data yang telah melewati tahap reduksi dan penyajian selanjutnya ditarik kesimpulannya. Penarikan kesimpulan adalah proses dalam menjawab rumusan masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini sejak awal. Tahap ini merupakan bagian terakhir dalam analisis data

⁶³ Matthew B Miles and A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, ed. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992).

5. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah metode penelitian yang memakai semua sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara mendalam berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara terstruktur. Oleh karena itu, sangat diperlukan berbagai instrumen pengumpulan data seperti observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.⁶⁴



⁶⁴ Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 65.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Gerakan dakwah merupakan salah satu yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita dalam meminimalisir kasus kembalinya masyarakat mualaf di Pedalaman Dayak Meratus terhadap agama mereka sebelumnya. Gerakan dakwah dilaksanakan dengan memaksimalkan kegiatan-kegiatan keagamaan maupun kegiatan sosial yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga mengikuti kegiatan yang dilakukan Yayasan Dangsanak Kita dan bisa meningkatkan tingkat keagamaan masyarakat mualaf bahkan juga bisa sekaligus melakukan islamisasi bagi masyarakat *kaharingan* di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan Paramasan. Kegiatan dakwah tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif yang di dalamnya ada perencanaan dan pentahapan yang berorientasi pada perubahan baik pola pikir, perilaku maupun sikap masyarakat kearah yang lebih baik. Dengan demikian, komunikasi persuasif menjadi bagian dari proses dakwah yang bertujuan untuk membentuk kehidupan masyarakat berpedoman ajaran Islam.

Berdasarkan penjabaran dan analisis penulis pada bab-bab sebelumnya tentang teknik komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita di Pedalaman Dayak Meratust, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsep dakwah yang digunakan dalam gerakan dakwah Yayasan Dangsanak Kita adalah dakwah *bil-hal* dan dakwah *bil-lisan*. Kedua konsep ini direalisasikan melalui pemilihan materi dakwah yang mencakup berbagai aspek yang tidak hanya berfokus kepada ajaran Islam tetapi juga sosial kemasyarakatan, kesehatan serta mengembangkan ekonomi masyarakat. Kegiatan tersebut di kelompokkan menjadi berbagai kegiatan dakwah yaitu dakwah multiaspek melalui pengajian rutin, dakwah kesehatan, dakwah sosial dan dakwah pendidikan. Selanjutnya Yayasan Dangsanak Kita juga melakukan kegiatan kaderisasi yang bersifat nonformal yaitu berupa bimbingan atau dampingan kepada dai yang menghadapi masalah di Kecamatan Paramasan. Setelah kaderisasi Yayasan Dangsanak Kita melakukan penyebaran dai ke daerah atau dalam dakwah disebut dengan pendekatan misi. Ada 13 dai yang disebarkan namun yang aktif dalam melakukan kegiatan atau bimbingan terhadap mualaf hanya ada 2 dai namun dibantu pemerintah daerah oleh TKS (tenaga keagamaan sukarela). Kedua dai tersebut masing-masing ditempatkan di Kecamatan Paramasan yaitu Ustadz Mardiansyah biasa melakukan kegiatan dakwah di Desa Paramasan Bawah dan Atas dan Ustadz Syahwani melakukan Dakwah di Desa Remo dan Angkipih Kegiatan-kegiatan ini menjadi konsep yang efektif dalam memberikan pemahaman yang mendalam pada masyarakat pedalaman Dayak Meratus tentang ajaran agama Islam.

2. Perencanaan ini merupakan bagaimana komunikator memahami kondisi komunikan dan bagaimana komunikator menentukan, memilih dan memilih media apa yang digunakan, pesan seperti apa yang disampaikan dan teknik apa yang digunakan. Yayasan Dangsanak Kita melakukan perencanaan komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan dengan mengidentifikasi latar belakang masyarakat dan melihat situasi dan kondisi masyarakat. Hal ini bertujuan dalam menentukan pesan yang disampaikan, media apa yang digunakan dan teknik apa saja yang di pakai. Dalam implikasi perencanaan ini Yayasan Dangsanak Kita menyampaikan pesan yang bersifat multiaspek yang tidak hanya berfokus kepada materi keagamaan tetapi juga berfokus kepada materi Kesehatan dan pengembangan ekonomi masyarakat. Adapun teknik yang digunakan asosiasi dan teknik integrasi. Media yang digunakan hanya menggunakan media lisan atau secara langsung.
3. Pentahapan komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita yaitu menggunakan formula AIDDA yang dikemukakan oleh Effendy. AIDDA merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Desire, Decision and Action*. Tahap pertama yaitu *Attention* berupa upaya membangkitkan perhatian masyarakat dengan menyampaikan tujuan kedatangan Yayasan Dangsanak Kita untuk membantu pendidikan di Kecamatan Paramasan sehingga bisa merangsang atau menggugah perasaan masyarakat. Selain itu Yayasan Dangsanak Kita juga melakukan

identifikasi latar belakang dan permasalahan masyarakat pedalaman Dayak Meratus di Kecamatan Paramasan sehingga membuat mereka tertarik ketika penyampaian pesan-pesan sesuai dengan situasi dan kondisi yang mereka alami. Selanjutnya tahap *Interest*, pada tahap ini ketika Yayasan Dangsanak Kita sudah melakukan identifikasi latar belakang masyarakat dan permasalahan di dalamnya. Yayasan Dangsanak Kita menyesuaikan materi yang ingin di sampaikan dan juga penggunaan bahasa juga menyesuaikan bahasa yang mayoritas di pedalaman Dayak Meratus yaitu penggunaan bahasa banjar. Sehingga hal ini menarik perhatian mereka dan juga memberikan kemudahan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh Yayasan Dangsanak Kita. Tahap selanjutnya *Desire*, pada tahap ini upaya memunculkan Hasrat agar komunikasi bisa diajak atau dibujuk sesuai kemauan atau tujuan komunikator. Pada tahap ini komunikator menyampaikan tujuan mereka secara jujur dan jelas. Dalam menumbuhkan hasrat tersebut Yayasan Dangsanak Kita menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan akidah. Hal ini bertujuan untuk menguatkan keimanan masyarakat. Namun sebelum itu sudah di dahului dengan beberapa kegiatan sosial yang dapat menarik perhatian mereka. Tahap keempat *Decision*, Komunikasi memiliki keleluasaan dalam mengambil keputusan dan pastinya keputusan harus sesuai kehendak sendiri dan tanpa paksaan. Hasil dari keputusan tersebut bisa berupa perubahan keyakinan, sikap, maupun perilaku masyarakat. Pada tahap selanjutnya, yaitu tahap terakhir *Action*.

Tahap ini kelanjutan dari keputusan yang di ambil oleh komunikan, jika keputusan di ambil sudah matang, Yayasan Dangsanak Kita akan melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung keputusan masyarakat untuk mengubah kehidupan mereka lebih baik. Keberhasilan tahap ini dibuktikan dengan keberhasilan Yayasan Dangsanak Kita dalam menggerakkan masyarakat untuk berbuat sesuai dengan harapan komunikator.

B. Saran

Penelitian tentang teknik komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah yang telah penulis lakukan di Pedalaman Dayak Meratus Kecamatan Paramasan secara umum memberikan banyak hal yang menarik baik berkaitan tentang kegiatan dakwah yang dilaksanakan atau komunikasi persuasif yang digunakan pada masyarakat pedalaman Dayak Meratus yang telah penulis angkat dalam karya ilmiah ini. Namun masih ada beberapa celah dan hal yang menarik untuk dilakukan peneliti yang lain dalam penelitian selanjutnya. Oleh karena itu penulis memberikan beberapa rekomendasi berdasarkan penemuan data di lapangan yang penulis dapatkan yaitu:

1. Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Dangsanak Kita di pedalaman Dayak Meratus, ada pihak yang juga membantu dalam pembinaan terhadap mualaf yaitu TKS (Tenaga Suka Rela). Peran TKS dalam melakukan pembinaan terhadap masyarakat mualaf ini menarik

untuk di kaji. TKS merupakan bantuan dari pemerintah daerah Banjarmasin untuk melakukan bimbingan kepada masyarakat yang ada di pedaman khususnya di Kecamatan Paramasan. Pendalaman data dan fakta mengenai bentuk dan strategi dakwah yang dilakukan dalam membimbing mualaf menjadi sebuah penemuan yang baru untuk memperluas penelitian tentang teknik komunikasi persuasif dalam gerakan dakwah di Pedalaman Dayak Meratus.

2. Secara pribadi, alasan mualaf dalam mengambil keputusan untuk memeluk agama Islam bervariasi, ada yang disebabkan karena pernikahan, ekonomi dan ada juga merasa agama mereka hampir sama dengan agama Islam. Tentunya dalam mengambil keputusan tersebut memerlukan waktu yang cukup lama untuk memantapkan lahir dan batin mereka. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi sangat disarankan oleh penulis untuk peneliti selanjutnya untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan mereka masuk Islam. Selain itu penulis juga menyarankan untuk menggali fakta dan data yang berkaitan tentang masyarakat yang masuk Islam karena mereka merasa agama *kaharigan* hampir sama dengan agama Islam.

Selain itu, penulis juga memberikan saran kepada Yayasan Dangsanak Kita untuk terus mengembangkan kegiatan dakwah untuk melakukan bimbingan kepada para mualaf atau Islamisasi di Kecamatan Paramasan. Hal ini tentunya guna untuk menghindari kasus-kasus seperti sebelumnya yaitu banyaknya kasus murtad atau kembalinya masyarakat kepada agama

sebelumnya yaitu *kaharingan* (agama lokal). Selain itu hubungan dengan masyarakat harus ditingkatkan agar kegiatan dakwah dapat berjalan dengan lancar berkat dukungan penuh oleh masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Artikel dan Buku:

- . Amrullah. “Dakwah Persuasif (Sebuah Tinjauan Dari Aspek Hakikat Rohaniah).”
Al-Hiwar : Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah 5, no. 10 (2017).
- Abdullah. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*. 1st ed. Depok: Rajawali pers, 2018.
- Al-Maraghi, Ahmad Musthafa. *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*. 1st ed. Semarang: Penerbit Tioha Putra, 1986.
- Ali Aziz, Moh. *ILMU DAKWAH*. Jakarta: Prenada Media Group, 2004.
- Assagaf, Ja’Far. “Kontekstualisasi Hukum Murtad Dalam Perspektif Sejarah Sosial Hadis.” *Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan* 14, no. 1 (2014): 21.
- Atabik, Ahmad. “KONSEP KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF DALAM PERSPEKTIF AL-QUR’AN” (n.d.).
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2019.
- Aziz, Rohmanur. “Urgensi Peta Dakwah.” *Anida* 14, no. 2 (2015).
- Baskoro, Paulus Kunto. “Konversi Di Kalangan Orang Percaya: Analisis Biblika Kata ‘Murtad’ Menurut Ibrani 3: 12.” *Jurnal Teologi Amreta (ISSN: 2599-3100)* 5, no. 1 (2021).

- Defilah, Laxmy, Sarmiati Sarmiati, and Elva Ronaning Roem. “Hambatan Komunikasi Persuasif Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Padang Dalam Program Vaksinasi Covid-19 Pada Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 2 (2022): 16496–16505.
- Effendy, Onong Uchjana. *DINAMIKA KOMUNIKASI*. Edited by Tjun surjaman. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2008.
- Faizah, and Lalu Muchsin Effendy. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Hendri, Ezi. *KOMUNIKASI PERSUASIF Pendekatan Dan Strategi*. Edited by Anwar Holid. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2019.
- Heron, Heronimus. “Agama Kaharingan Di Kalimantan.” *Religi: Jurnal Studi Agama-agama* 17, no. 2 (n.d.).
- Kholili, H.M. *Sebuah Model Komunikasi Dakwah: Dakwah Ramah Untuk Semua*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2022.
- Kriyantono, Rachmat. *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009.
- Masruuroh, Lina. *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA, 2020.
- Miles, Matthew B, and A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Edited by

- Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesi Press, 1992.
- Moleong, Lexy J. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010.
- Mubasyaroh, Mubasyaroh. “Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–324.
- Muhammad, Arni. *KOMUNIKASI ORGANISASI*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012.
- Munir, Muhammad, and Wahyu Ilahi. *Managemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Nasrudin, Nasrudin. “Komunikasi Demokratis Dalam Membentuk Keluarga Harmonis (Perspektif Al Quran Surah Al-Imran Ayat 159).” *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2023): 33–45.
- Nawawi, Hadari. *Kepemimpinan Menurut Islam*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993.
- P-issn, Volume Nomor E-issn, Studi Komunikasi, Dakwah Persuasif, Kak Syaf, Siti Lutfi Latifah, Siti Aminah, Gita Puspita, Komunikasi Penyiaran, Islam Fakultas, and Komunikasi Islam. “Da ’ Watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Komunikasi Dakwah Persuasif Dengan Metode Story Telling Da ’

- Watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting” 2 (2022): 71–80.
- Pimay, Awaludin. *MENAJEMEN DAKWAH Suatu Pengantar*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2013.
- Purhasanah, Siti, Dindin Sofyan Abdullah, Ibnu Imam Al Ayyubi, and Rifqi Rohmatulloh. “Kewajiban Menutup Aurat Dalam Perspektif Al-Quran.” *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* 2, no. 1 (2023): 53–61.
- Rahmawati, Alfiana Yuniar. “GERAKAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI PERSUASIF PADA MASYARAKAT MUALLAF Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah Di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo.” UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2021.
- Sahrul, Sahrul. “Pemikiran Dakwah Sosial Muhammadiyah.” *Journal Analytica Islamica* 1, no. 2 (2012): 292–307.
- Sakdiah, Halimatus. “Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 1 (2017): 1-14Sakdiah, Halimatus. 2017. “Urgensi Interperson.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. 2nd ed. Jakarta: Rajawali pers, 2012.
- Shihab, Muhammad Quraish. *Wawasan Al-Quran : Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan, 2007.
- Slamet. “Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif.” *Jurnal Dakwah X*, no. 2

(2009): 179–193.

Sukayat, Tata. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat, Mabadi 'Asyarah*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2015.

Suradji, Muchamad, Romelah Romelah, and Moh Nur Hakim. “EKSISTENSI MUHAMMADIYAH DI TENGAH TANTANGAN ZAMAN.” *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora* (2023): 30–37.

Susanto, Dedy. “GERAKAN DAKWAH AKTIVIS PEREMPUAN ‘ AISYIYAH JAWA TENGAH” 8, no. April (2013): 323–340.

Tirtosudarmo, Riwanto. “Membicarakan Masyarakat Pinggiran Di Indonesia.” *Jurnal Masyarakat dan Budaya* (2020).

Sumber Elektronik

<https://www.tvonenews.com/berita/nasional/40747-banyak-warga-langkat-murtad-diduga-ini-yang-jadi-penyebabnya> di akses pada tanggal 24 Desember 2022, pukul 11:02.

https://id.wikipedia.org/wiki/Suku_Dayak_Meratus di akses pada 24 Desember 2022, pukul 11:17

<https://kasel.antaranews.com/berita/323149/yayasan-dangsanak-kita-konsisten-bina-mualaf> diakses pada tanggal 6 Januari 2023.

Wawancara

Prof. Dr. Akhmad Fauzi asri, M.A. Pembina Yayasan Dangsanak Kita, Kamis, 28 Desember 2022

Mahmudah, Anggota Yayasan Dongsanak Kita, Selasa, 3 Oktober 2023.

Mardiasnyah, Dai Setempat, Minggu, 16 Juli 2023.

Muhidin, Muallaf Minggu, 16 Juli 2023.

Onung, Ketua Adat, Minggu, 16 Juli 2023.

Zainudin, Dai Setempat, Minggu, 16 Juli 2023.

Muhammad Auri, Muallaf, Minggu, 16 Juli 2023.

Sarnan, Muallaf, Minggu, 16 Juli 2023.

