

**KOMUNIKASI PERSUASIF KHR. AHMAD AZAIM IBRAHIMY DALAM
MENINGKATKAN SEMANGAT IBADAH DI DESA SUMBEREJO
KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO**



**Oleh:
NURUL ABRARI
NIM: 21202012021**

TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelara Magister Sosial (M.Sos)

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

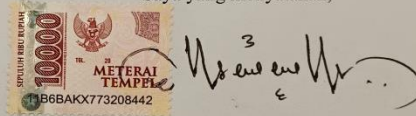
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Abrari
NIM : 21202012021
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau 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, 25 November 2023

Saya yang menyatakan,



Nurul Abrari
NIM: 21202012021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

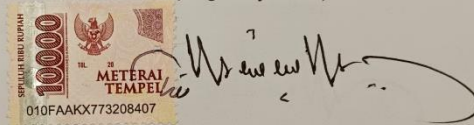
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Abrari
NIM : 21202012021
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, 25 November 2023

Saya yang menyatakan,



Nurul Abrari
NIM: 21202012021

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 KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam Meningkatkan Semangat Ibadah di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo

Oleh

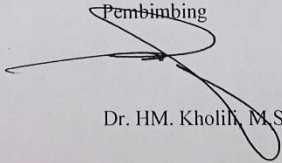
Nama : Nurul Abrari
NIM : 21202012021
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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, 25 November 2023

Pembimbing


Dr. HM. Kholil, M.Si.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2279/Un.02/DD/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam Meningkatkan Semangat Ibadah Masyarakat Desa Sumberejo Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NURUL ABRARI, S.Sos.
Nomor Induk Mahasiswa : 21202012021
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Desember 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

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

Valid ID: 658e36697d0f4



Penguji II

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

Valid ID: 658e306f4b89f



Penguji III

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

Valid ID: 658ba993ee52c



Yogyakarta, 13 Desember 2023
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 658e3c5174de7

ABSTRAK

Nurul Abrari (NIM. 21202012021). Komunikasi Persuasif Khr. Ahmad Azaim Ibrahimy Dalam Meningkatkan Semangat Ibadah Masyarakat Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo.

Komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah di desa sumberejo kabupaten banyuputih kabupaten situbondo memiliki implementasi yang sangat menarik pada umumnya, implementasinya melalui komunikasi persuasif beliau, bahkan masyarakat yang turut mengikuti dalam kegiatan tersebut juga mengaplikasikannya dengan cara beliau yang dicontohkan. Pengaplikasian seperti ini merupakan hal yang sangat luar biasayang di dalamnya terdapat dakwah dan diterapkan oleh KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy, di sinilah keunikan komunikasi persuasifbeliau yang ada di Desa Sumberejo.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa komunikasi persuasif yang disampaikan oleh KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy sebagai upaya meningkatkan semangat ibadah terhadap masyarakat di desa sumberejo kec. banyuputih kab. Situbondo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya yaitu: wawancara, observasi dan dokumentasi, teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah dalam upayanya untuk meningkatkan semangat ibadah masyarakat Desa Sumberejo, KHR Ahmad Azaim Ibrahimy menggunakan langkah komunikasi persuasif yang menggabungkan pendidikan nilai-nilai agama, cerita inspiratif, partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan, dan pemberdayaan masyarakat. Melalui pendekatan ini, ia berhasil memperkuat dan mengubah sikap serta kepercayaan masyarakat, merangsang mereka untuk bertindak, dan membangun ikatan sosial yang kuat dalam komunitas. Langkah ini tidak hanya meningkatkan semangat ibadah tetapi juga menciptakan lingkungan keagamaan yang inklusif dan harmonis di Desa Sumberejo, Kecamatan Banyuputih, Kabupaten Situbondo.

Kata kunci : Komunikasi Persuasif, Semangat Ibadah, KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy

ABSTRACT

Nurul Abrari (NIM. 21202012021). Kyai Haji Raden Ahmad Azaim Ibrahimy's Persuasive Communication In Increasing The Spirit Of Worship Of The Community Of Sumberejo Village Kec. Banyupih District Situbondo.

Kyai Haji Raden Ahmad Azaim Ibrahimy's persuasive communication in increasing the spirit of worship in Sumberejo village, Banyuputih district, Situbondo district had a very interesting implementation in general, the implementation was through his persuasive communication, even the people who took part in the activity also applied it in the way he exemplified. An application like this is a very extraordinary thing which includes preaching and is implemented by KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy, this is the uniqueness of his persuasive communication in Sumberejo Village..

This research aims to analyze the persuasive communication delivered by KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy as an effort to increase the spirit of worship among the people in Sumberejo village, sub-district. Banyuputih district. Situbondo.

This research uses a descriptive qualitative approach. Technique Data collection is: interviews, observation and documentation, techniques data analysis using data reduction, data presentation, and verification. Validity The data used in this research was source triangulation.

The result of this research is that in his efforts to increase the spirit of worship in the Sumberejo Village community, KHR Ahmad Azaim Ibrahimy used a persuasive communication strategy that combines education on religious values, inspirational stories, active participation in religious activities, and community empowerment. Through this approach, he succeeded in strengthening and changing people's attitudes and beliefs, stimulating them to action, and building strong social bonds within the community. This strategy not only increases the spirit of worship but also creates an inclusive and harmonious religious environment in Sumberejo Village, Banyuputih District, Situbondo Regency.

Keywords: Persuasive Communication, Spirit of Worship, KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy

MOTTO

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِي سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ
دَاخِرِينَ

Artinya: “Dan Tuhanmu berfirman “Berdo’alah kepada-Ku, niscaya akan kuperkenankan bagimu. Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri dari menyembah-Ku akan masuk neraka Jahannam dalam keadaan hina dina.”(QS. Al-Ghafir Ayat 60).¹

¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009), h. 542

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan kepada :

Program Magister (S2)

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri

Sunan Kalijaga

Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puja puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena kuaruni-Nya peneliti dapat saya selesaikan dengan baik. Sholawat beserta salam tak lupa peneliti ucapkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan kita sebagai seorang pendidik yang baik bagi sekalian ummat manusia. Setelah melakukan beberapa tahapan dalam pengerjaan tesis ini. Tentu peneliti telah menyelesaikan tesis ini yang berjudul “Komunikasi Persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam Meningkatkan Semangat Ibadah di Desa Sumberejo Kabupaten Banyuputih Kabupaten Situbondo”

Tesis yang telah diselesaikan ini merupakan wujud kesungguhan peneliti. Namun, ini semua tidak terwujud tanpa bantuan dan do'a, finansial, motivasi, serta dorongan semangat dari berbagai pihak yang terus membimbing peneliti. Sebab itu peneliti menyadari bahwa tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menempuh pendidikan lanjutan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

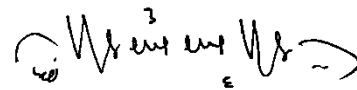
3. Dr. Hamdan Dauly, M.Si., M.A selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah mengarahkan serta menyetujui judul tesis ini.
4. Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. HM. Kholili, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tesis yang penuh dengan kesabaran dan kasih sayang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan motivasi kepada peneliti selama penelitian tesis ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan kearifan kepada peneliti.
7. KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy selaku Guruku yang telah memberikan ilmu dan informasi yang diperlukan dalam proses penyusunan tesis ini.
8. Secara khusus ucapan terima kasih kepada K. Ahmad Qasim Bin Abdul Majid dan Ibu Zubaidah selaku orang tua saya tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril dan materi.
9. Sri Devi, S.E selaku pendamping hidup saya yang telah memberikan *support system* dalam pembuatan tesis ini.
10. Seluruh kawan-kawan Magister Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2021/2022 Genap yang selalu bersama dan saling memberikan dukungan dan semangat kepada saya.

11. Seluruh pihak lainnya yang belum bisa saya sebutkan satu persatu oleh peneliti yang turut membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan naskah tesis ini.

Demikianlah semoga Allah SWT. Membalas semua kebaikan dan kebijakannya. Semoga tesis ini bermanfaat khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 25 November 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nurul Abrari', with a stylized flourish at the end.

Nurul Abrari
NIM. 21202012021

PEDOMAN TRANSLITERASI

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	bā'	B	-
ت	tā'	T	-
ث	ṣā'	ṣ	s dengan satu titik di atas
ج	jīm	J	-
ح	ḥā'	ḥ	h dengan satu titik di bawah
خ	khā'	Kh	-
د	dāl	D	-
ذ	zāl	Z	z dengan satu titik di atas
ر	rā'	R	-
ز	zāi	Z	-
س	sīn	S	-
ش	syīn	Sy	-
ص	ṣād	ṣ	s dengan satu titik di bawah
ض	ḍād	ḍ	d dengan satu titik di bawah
ط	ṭā'	ṭ	t dengan satu titik di bawah
ظ	ẓā'	ẓ	z dengan satu titik di bawah
ع	'ain	'	koma terbalik
غ	gāin	G	-
ف	fā'	F	-
ق	qāf	Q	-
ك	kāf	K	-
ل	lām	L	-
م	mīm	M	-
ن	nūn	N	-
ه	hā'	H	-
و	wāwu	W	-
ء	hamzah	tidak dilambangkan atau '	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā'	Y	-

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN BEBAS DARI PLAGIARISME	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kajian Teori	13
G. Kerangka Berfikir	38
H. Metode Penelitian.....	39
I. Sistematika Pembahasan	48

BAB II	PROFIL KHR AHMAD AZAIM IBRAHIMY DAN DESA SUMBEREJO.....	
	A. Profil KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy.....	50
	B. Profil Desa Sumberejo.....	57
BAB III	KOMUNIKASI PERSUASIF KHR. AHMAD AZAIM IBRAHIMY DALAM MENINGKATKAN SEMANGAT IBADAH DESA SUMBEREJO	65
	A. Komunikasi Persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy.....	65
	B. Semangat Ibadah Masyarakat Sumberejo.....	92
BAB IV	PENUTUP	120
	A. Kesimpulan	120
	B. Saran	122
	DAFTAR PUSTAKA	123
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	127
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	129

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai suatu agama sarat dengan berbagai ajaran yang melingkupi seluruh aspek kehidupan manusia. Islam tidak hanya berbicara tentang hal-hal yang berdimensi akhirat, namun juga persoalan-persoalan yang berhubungan dengan dunia. Oleh karena itu, dalam keseharian masyarakat mengenai konsep ekonomi Islam, konsep politik Islam, termasuk komunikasi yang Islami. Kompleksitas ajaran Islam seperti itulah yang membuat Islam dikenal sebagai *Rahmatan lil' alamin*. Sebagai agama yang menjadi rahmat bagi seluruh alam, tentunya konsep-konsep Islam tentang berbagai hal dapat diterima sebagai ajaran yang universal.²

Komunikasi merupakan salah satu aktivitas yang digunakan oleh setiap manusia, untuk saling mengerti pesan yang akan diberikan antara komunikator dan komunikan. Secara umum komunikasi terbagi dua, *HablunMinallah* (berkomunikasi dengan tuhan) dan *HablunMinannas*(berkomunikasi dengan manusia). Pertama, berkomunikasi dengan tuhan sebagai bentuk ketaatan seorang hamba terhadap sang pencipta. Contoh berkomunikasi dengan sang pencipta ialah dengan berdoa, shalat, dan mengerjakan semua yang telah diperintahkanNya. Kedua, berkomunikasi dengan manusia. Melakukan komunikasi dengan manusia perlu diperhatikan beberapa hal agar pesan yang disampaikan dapat diterima,

²Armiah, Etika Berkomunikasi Dalam Perspektif IslamIslam, Jurnal Ilmiah Ilmu Dakwah, Al-Hadharah 9. no. 17. (2010). h. 16.

dipahami, dan dimengerti sehingga maksud dan tujuan berkomunikasi dapat dipahami oleh pihak yang melakukan komunikasi tersebut.

Komunikasi Persuasif adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang bahasa) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (komunikan).³Komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena saling terkait. Keduanya merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri, namun dalam praktik serta aplikasinya selalu terpadu antarsatu dengan lainnya serta saling menunjang.⁴

KHR Ahmad Azaim Ibrahimy adalah kiai muda dengan tanggung jawab besar. Sejak tahun 2012, sepeninggal KHR Ahmad Fawaid As'ad Syamsul Arifin, beliau menjadi Pengasuh Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Sumberejo Banyuputih Situbondo Jawa Timur. Dakwah yang beliau lakukan di Desa Sumberejo selama 11 tahun hingga saat ini, berdampak signifikan pada perubahan semangat ibadah masyarakat desa. Hal tersebut dapat dilihat melalui antusiasme masyarakat yang tinggi dalam menjalankan ibadah seperti sholat dan mengikuti majlis ilmu yang diisi oleh KHR Ahmad Azaim Ibrahimy.

KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy merupakan tokoh yang paling berperan dan berpengaruh terhadap jalannya kehidupan masyarakat terutama lingkungan Sukorejo Sumberejo Banyuputih Situbondo. Masjid yang sebelumnya kurang ramai kini menjadi pusat kegiatan keagamaan yang hidup, dan semakin banyak orang yang merasakan manfaat positif dari perubahan ini. Peningkatan semangat ibadah

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

⁴Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 57

ini tidak hanya terasa di masjid, tetapi juga membawa dampak positif dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, menciptakan lingkungan yang lebih berkualitas secara spiritual.

Alasan peneliti mengangkat judul tesis ini karena komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah di desa sumberejo kabupaten banyuputih kabupaten situbondo memiliki implementasi yang sangat menarik pada umumnya, implementasinya melalui komunikasi persuasif beliau, bahkan masyarakat yang turut mengikuti dalam kegiatan tersebut juga mengaplikasikannya dengan cara beliau yang dicontohkan. Pengaplikasian seperti ini merupakan hal yang sangat luar biasayang di dalamnya terdapatdakwah dan diterapkan oleh KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy, di sinilah keunikan komunikasi persuasifbeliau yang ada di Desa Sumberejo. Sehingga penelitian ini akan memaparkan bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy sehingga dapat meningkatkan semangat ibadah masyarakat Desa Sumberejo?.

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka sangat dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk melihat dan menganalisis bagaimana Komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah kepada masyarakat setempat, dan menganalisis bagaimana efek dan pengaruh dari KHR Ahmad Azaim Ibrahimy yang telah dilakukan, apakah terjadi penurunan atau justru terjadi peningkatan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Bagaimana komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo?
2. Bagaimana semangat ibadah masyarakat Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo.
2. Untuk menganalisa semangat ibadah masyarakat Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam perkembangan dunia penelitian, baik secara teoritis maupun praktis. Penjelasan dari kedua aspek tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Pengembangan keilmuan ini digunakan untuk menggambarkan komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat

menganalisis bagaimana pesan-pesan persuasif yang disampaikan oleh persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dirancang untuk memotivasi dan meyakinkan masyarakat Desa Sumberejo untuk meningkatkan semangat ibadah.

Penelitian ini berkaitan dengan upaya dakwah atau teori komunikasi dakwah yang akan memberikan pandangan tentang langkah komunikasi yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan semangat ibadah dengan persuasif. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi pendekatan-pendekatan yang paling sesuai dalam meningkatkan semangat ibadah.

b. Kegunaan Praktis

Untuk memberikan kontribusi berupa sumbangan pikiran terkait komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah. Kemudian menjadi acuan bagi para pembaca untuk memudahkan dalam berkomunikasi di tengah tengah masyarakat. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesadaran nilai-nilai ibadah di masyarakat Desa Sumberejo. Dengan memahami komunikasi persuasif yang efektif dari KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy, masyarakat dapat lebih sadar akan nilai-nilai keagamaan dan pentingnya meningkatkan semangat ibadah.

Adapun hasil penelitian ini dapat digunakan untuk merancang program-program atau kegiatan keagamaan yang lebih menarik dan persuasif. Sehingga, harapannya dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan-

kegiatan yang bernilai semangat ibadah seperti, pengajian, ratibul haddad, sholawatan, dan ibadah berjama'ah lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

Hasil penelusuran sumber terhadap kajian komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah penelitian tidak ditemukan kajian yang sama persis dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Beberapa penelitian yang terkait telah banyak dilakukan baik berupa penelitian tesis, dan jurnal sebagai berikut;

1. Jurnal Komunikasi Persuasi Orang Tua dengan Anak dalam Membentuk Perilaku Taat Beribadah Di Desa Bandar Klippa Kecamatan Percut Seituan 2022.⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasi orang tua terhadap anak dalam membentuk perilaku taat beribadah di desa Bandar Klippa Kecamatan Percut Seituan? dan kendala apa saja yang dihadapi orang tua dalam membentuk perilaku taat beribadah di desa Bandar Klippa Kecamatan Percut Seituan?. Hasil penelitian ini adalah adanya orang tua merupakan lingkungan yang sangat berpengaruh kuat sekali terhadap anak, di dalam lingkungan ini anak-anak mengenal berbagai pendidikan dan salah satunya bimbingan orang tua. Peranan dan fungsi orang tua sangat berpengaruh besar terhadap kepribadian dan perkembangan tabiat anak. Kendala yang dihadapi orang tua dalam membentuk perilaku taat beribadah adalah *pertama*, terlalu sibuk dalam mencari

⁵Fadhilah Balqis Zain, Jurnal Komunikasi Persuasi Orang Tua dengan Anak dalam Membentuk Perilaku Taat Beribadah Di Desa Bandar Klippa Kecamatan Percut Seituan, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 18 No. 1, Bulan Maret Tahun 2022

nafkah dan bekerja dan tidak bisa mengontrol atau membimbing anak seperti shalat lima waktu *kedua*, sebagian orang tua tidak memahami atau tidak ada ilmu pengetahuan pada bidang agama.

2. Komunikasi Persuasif dalam Mempertahankan Loyalitas Relawan pada Komunitas Sosial 2021.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai komunikasi persuasif dalam mempertahankan relawan. Hasil penelitian menunjukkan kelima teknik komunikasi persuasif (*rational persuasion, consultation tactics, ingratiation tactics, personal appeals tactics, dan exchange tactics*) diterapkan kepada seluruh rangkaian kegiatan mingguan Sebung yaitu *briefing*, turun ke jalan, *sharing session*, dan acara bebas, yang membentuk *sense of community* pada relawan komunitas, sehingga timbul keinginan untuk berpartisipasi dalam setiap Sebung Bandung. Pada akhirnya terbentuklah loyalitas relawan yang ditunjukkan oleh keinginan relawan untuk bertahan dalam komunitas Sebung Bandung.
3. Komunikasi Persuasif Dosen dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan 2020.⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang dilakukan dosen dalam proses perkuliahan di Fakultas Dakwah IAIN Padangsidempuan dan untuk mengetahui disiplin belajar mahasiswa juga motivasi belajar. Hasil penelitian ini menunjukkan pola pelaksanaan komunikasi persuasi dosen

⁶Kadiva Dwilia Rosadiputri, Komunikasi Persuasif dalam Mempertahankan Loyalitas Relawan pada Komunitas Sosial, *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, Vol. 7 No. 1, Bulan April Tahun 2021

⁷Darwin Harahap, Komunikasi Persuasif Dosen dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan, *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 14 No. 1, Bulan Juni Tahun 2020

tergolong baik dalam proses perkuliahan di Fakultas Dawah IAIN Padangsidempuan sehingga mempengaruhi kedisiplinan mahasiswa dan motivasi belajar.

4. Jurnal Langkah Guru dalam Menanamkan Kebiasaan Sholat Berjama'ah pada Siswa di MTS Miftahul Ulum Leces Kabupaten Probolinggo 2023. ⁸Penelitian ini bertujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana langkah seorang pendidik dalam menerapkan kebiasaan sholat berjama'ah di tujuan dari adanya MTS Miftahul Ulum Leces Kabupaten. Hasil penelitian ini peran guru Mts dalam menanamkan sholat berjama'ah siswa membawa dampak positif terhadap siswa untuk menerapkan kebiasaan sholat berjama'ah. Sehingga dapat disimpulkan langkah guru dalam menanamkan kebiasaan sholat berjama'ah siswa memiliki pengaruh yang sangat besar untuk membentuk kebiasaan siswa dalam sholat berjama'ah.
5. Tesis Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara 2013.⁹Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Komunikasi persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara; (2) Faktor-faktor yang menghambat komunikasi persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara; (3) Hasil

⁸Devi Nur Azizah, Langkah Guru dalam Menanamkan Kebiasaan Sholat Berjama'ah pada Siswa di MTS Miftahul Ulum Leces Kabupaten Probolinggo, *Jurnal KeIslaman dan Ilmu Pendidikan*, Vol. 5 No. 2, Bulan April Tahun 2023

⁹ Nur Halima Tambunan, Tesis Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara 2013

komunikasi persuasif yang dicapai oleh Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam meningkatkan akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara. Penelitian ini digolongkan kepada penelitian kuantitatif dengan informan yang berjumlah tujuh orang yang mewakili Aisyiyah, Majelis Tabligh, penceramah dan jamaah. Instrumen pengumpulan data yang digunakan terdiri wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis induktif. Berdasarkan analisis data, dapat diketahui bahwa: (1) Komunikasi persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam meningkatkan akidah di Kabupaten Karo dilakukan dengan cara menampilkan kredibilitas komunikator, kredibilitas sumber pesan (Alquran dan Sunnah), dan teknik komunikasi persuasif situasional. (2) Faktor penghambat komunikasi persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam meningkatkan akidah di Kabupaten Karo meliputi faktor sosiologis (pendidikan, ideologi, pekerjaan, dan lingkungan) antropologis (adat istiadat dan bahasa), dan psikologis (prasangka dan minat atau rasa ingin tahu terhadap agama rendah). Dalam mengantisipasi ketiga faktor penghambat ini Majelis Tabligh Aisyiyah Pimpinan Daerah Aisyiyah Kabupaten Karo melakukan tiga hal, yaitu pembinaan (pengajian) rutin yang berkelanjutan, memperbanyak komunikasi antarpersonal, dan melakukan dakwah dengan pendekatan kultural. (3) Hasil yang dicapai komunikasi persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam meningkatkan akidah di Kabupaten Karo adalah hal positif, yakni bertambahnya jamaah dari waktu ke waktu, meningkatnya sikap beragama jamaah (indikatornya adalah menganggap agama sebagai sesuatu yang penting

untuk dijaga kemurnian dan kesuciannya), pemahaman (indikasinya adalah bertambahnya pengetahuan soal tauhid, ibadah, akhlak, dan seterusnya bagi jamaah), dan meningkatnya pengamalan agama mereka.

6. Jurnal Komunikasi Persuasif Orang Tua dalam Membiasakan Ibadah Sholat Anak di Jorong Limo Kampuang 2022.¹⁰ Penelitian ini dilatarbelakangi karena masih terdapat anak yang meninggalkan ibadah shalat di Jorong Limo Kampuang. Dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui komunikasi persuasif orang tua serta hambatan komunikasi persuasif orang tua dalam membiasakan ibadah shalat anak. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Serta lokasi penelitian adalah di Jorong Limo Kampuang, informan penelitian adalah orang tua yang mempunyai anak usia 7-12 tahun dan peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Untuk mendapatkan informasi Pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yakni Komunikasi Persuasif Orang Tua Dalam Membiasakan Ibadah Shalat Anak di Jorong Limo Kampuang, yang terdiri dari, pertama: Komunikasi persuasif orang tua yang menanamkan kedisiplinan, dimana orang tua membiasakan ibadah shalat anak dengan cara mengajak secara baik. kedua: Orang tua yang memberikan pemahaman, dimana dalam membiasakan ibadah shalat anak orang tua membimbing dan mengarahkan. ketiga: orang tua yang membebaskan dan mengikuti kemauan

¹⁰RhadaOktaviani, Tomi Hendra "Jurnal Komunikasi Persuasif Orang Tua dalam Membiasakan Ibadah Sholat Anak di Jorong Limo Kampuang" Jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol. 1, No. 4, Bulan Desember Tahun 2022

anak. keempat: orang tua yang apatis, dimana dalam membiasakan ibadah shalat anak orang tua tidak terlalu peduli ketika anak tidak mengerjakan ibadah shalat. Hambatan Komunikasi persuasif orang tua dalam membiasakan ibadah shalat anak terdapat dua faktor penghambat, pertama: faktor internal, malas, lelah dan capek, kondisi jiwa masih labil, sulit bangun pagi. Kedua: faktor eksternal, kurangnya waktu orang tua untuk anak, lingkungan (bermain bersama teman), teknologi (handphone, televisi).

7. Jurnal Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah itu”? 2021.¹¹ Terdapat teknik komunikasi persuasif karena banyak menuai respon positif dari mad'u. Adanya partisipasi khalayak secara positif atas pesan yang disampaikan, mengindikasikan keberhasilan penerapan teknik komunikasi persuasif. Studi ini menjelaskan teknik komunikasi persuasif Buya Yahya pada ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”. Metodologi studi adalah Peneliti kualitatif dengan metode analisis isi *Philipp Mayring*, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti isi pesan dalam suatu proses komunikasi, dalam penelitian ini adalah isi pesan dakwah. Penelitian ini menggunakan video yang ditranskrip menjadi teks, lalu dianalisis menggunakan agenda *coding* dengan pola dan kategori masing-masing teknik komunikasi persuasif yang digunakan pada penelitian ini. Data dikumpulkan melalui observasi tayangan di channel Youtube Al-Bahjah TV pada video ceramah berjudul “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”. Hasilnya, terdapat tujuh teknik

¹¹Kelaut Dia dan Sri Wahyuni, Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah itu”?.Realita, Vol 19, No 1, Januari-Juni 2021

komunikasi persuasif yang digunakan Buya yahya dalam ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?” yaitu : teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran atau *pay-off technique*, teknik *Putting it up to you*, teknik *transfer*, teknik *bandwagon*, teknik *don't ask if, ask which*. Dengan teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya berharap mad'u mudah memahami, mengerti sehingga tujuan komunikasi dakwah mudah tercapai.

8. Jurnal Langkah Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang 2019.¹² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana langkah komunikasi persuasif dengan metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun subjek penelitian berjumlah 30 orang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa langkah komunikasi persuasif dengan metode kisah adalah suatu alternatif yang tepat dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang.

¹² Muhammad Randicha Hamandia, Langkah Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI), Vol. 3, No 2, 2019

F. Kajian Teori

1. Komunikasi Persuasif

a. Pengertian komunikasi persuasif

Istilah persuasif diambil dari istilah dalam Bahasa Inggris ‘persuasion’ yang berasal dari Bahasa latin ‘persuasion’ yang berarti membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya. Komunikasi persuasif sendiri memiliki beragam definisi yang di kemukakan oleh para ahli. Menurut Kamus Ilmu komunikasi, komunikasi persuasif diartikan sebagai proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak sesuai dengan kehendaknya. Komunikasi persuasif juga diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan untuk membujuk atau mengajak agar lawan bicara (komunikan) mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator.¹³

Manusia sebagai makhluk komunikasi, dalam kesehariannya tidak bisa melepaskan diri dari komunikasi. Dari mulai bangun tidur hingga akan kembali tidur, komunikasi sangat menempel pada seluruh aktivitas yang dilakukan manusia. Itulah sebabnya, mengapa manusia tidak bisa tanpa adanya kegiatan komunikasi, ia akan terus menerus melakukan komunikasi. Salah satu ciri utama manusia sebagai makhluk sosial adalah ia cenderung untuk mempengaruhi orang lain melalui ucapan atau kata-katanya, bahkan ketika kata-kata tidak mempan maka ia akan tetap melakukannya dengan

¹³Nisfu Laily Zain, “Langkah Komunikasi Persuasif dalam meningkatkan semangat motivasi belajar siswa” Vol.3, No.2, Jurnal Nomosleka, 2017

menggunakan bahasa tubuhnya. Oleh karena itu, persuasif menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Hal ini dikemukakan oleh Herbert W. Simons bahwa manusia sudah mulai menulis tentang persuasif sejak istilah itu dikenal dan dipraktikkan orang. Studi tentang persuasif yang dikenal orang dengan istilah “retorika” berasal dari zaman Yunani kuno. Pada zaman Yunani kuno, Aristoteles telah berpikir bahwa persuasif (bujukan) merupakan cara menemukan semua jalan yang memungkinkan, yang bertujuan untuk menghasilkan perubahan yang diinginkan pada khalayak. Persuasif menurut Aristoteles merupakan cara untuk mempelajari bagaimana memilih dan mengembangkan kiat efektif untuk mencapai tujuan.

Komunikasi persuasif dinilai sebagai jenis komunikasi yang ideal dilakukan untuk mempengaruhi dan merubah perilaku seseorang tanpa menggunakan kekerasan atau paksaan. Seorang komunikator yang mempunyai keterampilan persuasif memiliki kecerdasan memahami kondisi psikologis dan sosiologis dari komunikan. Maka dari itu Persuasif dalam konteks komunikasi sangat dibutuhkan terlebih dalam suatu organisasi atau Lembaga yang bertugas untuk membawa perubahan bagi masyarakat atau khalayak ramai.

Komunikasi adalah penyampaian pengertian di antara orang-orang bahwa semua makhluk manusia didasarkan pada kemampuan untuk berkomunikasi dengan penuh semangat, keinginan, perasaan, informasi, dan pertemuan dari satu individu ke individu lainnya. Secara substansi, komunikasi adalah pusat dari keadaan yang tertarik dan perilaku di mana

sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan berusaha mempengaruhi perilaku penerima.¹⁴

Komunikasi merupakan aktualisasi diri agar orang lain mengetahui bahkan merespon keinginan manusia, maka terjadilah suatu proses komunikasi yang berkesinambungan.¹⁵ Dengan kata lain, komunikasi merupakan proses saling mempengaruhi antara dua orang atau lebih, dengan menggunakan sarana tertentu, baik sarana yang berada dalam diri manusia (internal) maupun yang berada diluar diri manusia (eksternal), sehingga tercapai suatu keputusan-keputusan tertentu bagi yang membutuhkan.

Menurut Wijaya H.A.W mengungkapkan komunikasi persuasif berasal dari istilah Persuasion (inggris). Sedangkan istilah persuasion itu sendiri diturunkan dari bahasa latin “persuasio”, kata kerjanya adalah to persuade, yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.¹⁶

Secara Terminology pengertian komunikasi terdapat banyak pendapat dari para ahli koununikasi, diantaranya:

- a. Hovland, Janis dan Kelly, komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus (biasanya dalam bentuk verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain.

¹⁴SyaifulRohim, Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi,(Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2016). hal.9.

¹⁵YuzrianZadewa, Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim, (Bandar Lampung : Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2018), h. 24

¹⁶Widjaja. H.A.W, komunikasi dan hubungan masyarakat,(Jakarta: Bumi Aksara Abdu alHamid Yunus, “Da’irah A-Ma’rif”, 2002), h.27

- b. Everett M. Rogers, Komunikasi dalam proses dimana suatu ide diahlikan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
- c. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, Komunikasi adalah proses memahami dan berbagai makna.
- d. Stewart L. Tubbs dan Siylvia Moss, Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih.¹⁷

Istiah Persuasif bersumber pada perkataan latin “persuasio” memiliki kata kerja persuadere” yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.¹⁸ Persuasi adalah proses komunikasi yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan menggunakan cara verbal atau non verbal dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan tertentu dari orang lain. Sedangkan Menurut Larson, persuasi adalah sebuah proses yang mengubah sikap, kepercayaan pendapat atau tingkah laku penerima, yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol.¹⁹

Maka dapat dipahami bahwa komunikasi persuasif adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku dengan mempengaruhi aspek-aspek psikologis komunikan.

Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan

¹⁷SumadiDilla, Komunikasi Pembangunan, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 21

¹⁸ Wahyu Ilaishi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125

¹⁹Nashor, Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pengembangan Masyarakat Madani, (Pustakamas, 2011), h. 23.

dengan emosi, sikap, serta nilai. Efek behavioral, yaitu yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku”.²⁰

Komunikasi persuasif dalam kerangka Dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam.²¹ Komunikasi persuasif pada prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Komunikasi persuasif bertujuan mempengaruhi sikap, bahkan perilaku komunikan.²²

Persuasif bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar komunikan mau mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya. Di antara faktor-faktor tersebut adalah :

1. Kejelasan Tujuan
2. Memikirkan secara cermat orang-orang yang dihadapi
3. Memilih langkah-langkah yang tepat, sehubungan dengan komunikasi.²³

b. Prinsip-prinsip Komunikasi Persuasif

Keberhasilan seorang komunikator dalam mempengaruhi komunikan dapat ditentukan dengan penanaman prinsip-prinsip komunikasi persuasif.

Menurut Devito, komunikasi persuasif akan berhasil bila

²⁰ Moh Ali Aziz, Ilmu dakwah, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 455

²¹ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125.

²² IswandiSyahputra, Komunikasi Profetik, Konsep Dan Pendekatan, (Bandung: RefikaOfiset, 2007), h. 211.

²³ Soleh Soemirat dan AsepSuryana, Komunikasi Persuasif (Tangerang Selatan : Universitas Terbuka, 2008). Hal.28

mempertimbangkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yaitu pemaparan yang selektif, partisipasi Audiens, suntikan, perubahan yang besar.

Adapun pengertian prinsip-prinsip komunikasi persuasif tersebut, dapat dipahami sebagai berikut:

a. Pemaparan yang selektif

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

b. Partisipasi Audiens

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

c. Suntikan

Prinsip ini berasumsi bahwa audiens telah memiliki keyakinan tertentu yang kuat sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya komunikator menghargai keyakinan yang dipegang oleh inoculation audiens dengan tidak menolak atau membantah keyakinan atau kepercayaan mereka, namun menggunakan langkah memberi antibodi, yaitu argumen rasional dan pembuktian atas kesalahan keyakinan yang dianut inoculation audience.

d. Perubahan yang besar

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa perubahan akan lebih mudah dilakukan pada tahap yang paling kecil. Semakin besar perubahan yang harus dipaparkan oleh komunikator. Adapun kandungan makna dari konsep persuasif, yang merupakan prinsip-prinsip dasar dijelaskan oleh Ilardo sebagai berikut:

- a. Persuasif merupakan bentuk dari komunikasi. Hal ini melibatkan pengirim pesan dan penerima pesan dalam suatu interaksi. Hubungan yang terjadi merupakan faktor yang sangat penting bagi semua proses persuasif. Jika diantara pengirim dan penerima tidak terjadi kontak, barangkali merupakan hal yang mustahil terjadi saling memengaruhi.
- b. Persuasif merupakan suatu proses. Persuasif bukan merupakan suatu tindakan, tidak statis, bukan suatu kejadian belaka, bukan pula suatu objek. Persuasif tidak dapat disentuh, diraba, atau terukur secara pasti. Ia merupakan sesuatu ketika kita terlibat di dalamnya. Ia bersifat terus menerus. Proses tersebut bukan ditentukan oleh ruang, tetapi oleh waktu. Hal ini memungkinkan untuk memudahkan arahan terhadap jejak dari permulaan dan evolusi dari proses persuasif, dengan membagi perubahan-perubahan tersebut ke dalam tahap-tahap atau fase-fase. Namun kenyataannya, pembagian tersebut tidak kentara.
- c. Persuasif berkaitan dengan perubahan. Pesan persuasif seperti halnya intervensi therapeutic yang direncanakan dan ditangani oleh dokter medis. Oleh karena itu, intervensi tersebut diawali dengan suatu tujuan.

Hasil dari intervensi tersebut, sasaran diperkirakan akan berubah melalui berbagai cara. Berhasil atau gagal proses tersebut diukur dengan tingkat efek yang diharapkan dapat dicapai. Hal ini memunculkan data pertanyaan, pertama, apa yang menjadi target dari persuasif tersebut? dan kedua, bagaimana perubahan tersebut diukur?. Jawaban sementara, untuk hal pertama, sasaran persuasif adalah pernyataan-pernyataan mendalam dari sasaran (kepercayaan, sikap, atau pernyataan) atau perilaku yang nampak. Perubahan dalam hal ini diukur dengan membandingkan pernyataan mendalam atau perilaku yang nampak (atau keduanya) antara sebelum dan setelah intervensi.

- d. Persuasif dapat terjadi secara sadar maupun tidak sadar. Seorang persuader, mungkin secara sadar bermaksud untuk mengubah individu atau kelompok secara khusus. Hal ini terjadi manakala pembicara persuasif merencanakan dan mengucapkan kata-katanya dengan tujuan khusus untuk mengubah sikap pendengar atau sasaran.
- e. Persuasif dapat menggunakan pesan verbal dan pesan non-verbal. Seperti anda mengetahui bahwa kata-kata yang disusun secara tepat dapat membuat efek persuasif.²⁴

c. Macam-macam perbicaraan persuasif

Dalam pembicaraan persuasif, akan berusaha mencapai salah satu dari dua tujuan.

1. Pembicaraan untuk memperkuat atau mengubah sikap atau kepercayaan.

²⁴Joseph A Ilardo, *Speaking Persuasively*, 1981

- a) Perkirakanlah dengan cermat tingkat sikap atau kepercayaan pendengar.

Banyak pembicaraan yang ditujukan untuk memperkuat sikap atau kepercayaan yang sudah ada. Sebagai contoh, orang yang mendengarkan ceramah agama tertentu biasanya memang sudah menganut agama tersebut, karenanya ceramah seperti ini ditujukan untuk memperkuat sikap dan kepercayaan yang dianut khalayak pendengar. Di sini, khalayak cenderung mendukung sasaran pembicara dan bersedia mendengarkan. Pembicaraan yang dirancang untuk mengubah sikap atau kepercayaan lebih sukar. Kebanyakan orang menolak perubahan. Bila pembicara berusaha mengubah sikap atau kepercayaan, pembicara menjalani perjuangan yang amat berat.

- b) Upayakanlah perubahan sedikit demi sedikit.

Bila, berbicara di depan khalayak yang bertentangan dengan posisi pembicara, batasilah sasaran pembicara hanya pada perubahan-perubahan kecil. Katakanlah, misalnya, tujuan akhir pembicara adalah mengajak para perokok untuk meninggalkan kebiasaan merokok. Jelas, tujuan ini terlalu besar untuk dicapai dalam sekali pembicaraan. Karenanya, usahakanlah perubahan-perubahan kecil. Cobalah, misalnya, mengajak para perokok melihat akibat-akibat negatif dari merokok

c) Berikan alasan yang meyakinkan untuk membuat khalayak percaya.

Berikan alasan yang meyakinkan untuk membuat khalayak mempercayai apa yang pembicara inginkan mereka percayai. Kemukakan bukti dan argumen yang meyakinkan dan nyata. Perlihatkanlah pada mereka bagaimana sikap atau kepercayaan seperti itu terkait langsung dengan tujuan dan motif mereka. Mengembangkan pembicaraan untuk memperkuat atau mengubah sikap dan kepercayaan. Berikut ini diberikan contoh pembicaraan persuasif. Dalam contoh ini, pembicara menggunakan pola pemecahan masalah, pertama-tama menyajikan masalah yang ditimbulkan oleh merokok kemudian mengajukan pemecahan.

Sebagai contoh, mengapa iklan rokok harus dihapuskan? Berikan alasan meyakinkan dengan bukti dan riset serta argumen, yakni: merokok merupakan masalah nasional yang dapat menyebabkan kanker paru-paru, mencemari udara, meningkatkan biaya pemeliharaan kesehatan dan dengan adanya penghapusan iklan merokok dapat mengurangi kebiasaan merokok.²⁵

2. Pembicaraan untuk merangsang tindakan.

a. Bersikaplah realistis tentang apa yang anda inginkan untuk dilakukan khalayak.

²⁵Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2011), h. 503-504

Bersikaplah realistis tentang apa yang pembicara inginkan untuk dilakukan khalayak. Ingatlah pembicara hanya mempunyai waktu 10 atau 15 menit dan dalam waktu itu pembicara tidak mungkin memindahkan sebuah gunung. Karenanya, mintalah mereka melaksanakan perilaku yang mudah dan sederhana, menandatangani petisi, memberikan suara dalam pemilu yang akan datang, menyumbangkan sejumlah kecil uang.

b. Tunjukkan kesediaan anda sendiri untuk melakukan hal yang sama.

Tunjukkan kesediaan pembicara sendiri untuk melakukan hal yang sama. Sebagai pedoman umum, jangan pernah meminta khalayak untuk melakukan sesuatu yang pembicara sendiri tidak pernah melakukannya. Jika pembicara melakukan hal ini, khalayak akan segera bertanya, “Mengapa anda sendiri tidak berbuat demikian?” Selain menunjukkan kepada mereka bahwa pembicara juga melakukan apa yang pembicara ingin mereka lakukan, perlihatkanlah pada mereka bahwa pembicara senang melakukannya.

c. Tekankan manfaat spesifik dari perilaku ini bagi khalayak.

Tekankan manfaat spesifik dari perilaku ini bagi khalayak pembicara. Jangan meminta khalayak untuk menjalankan suatu perilaku hanya karena alasan-alasan yang tidak jelas. Berikan mereka contoh konkret dan spesifik mengenai bagaimana mereka akan

mendapatkan manfaat dari tindakan yang pembicara ingin mereka lakukan.²⁶

d. Ciri-Ciri dan Tujuan Persuasif

Ciri-ciri persuasif antara lain sebagai berikut:

1. Persuasif sebagai ilmu diorganisasi dan diklasifikasi dari pengetahuan atau sumber yang valid berdasarkan penjelasan.
2. Persuasif sebagai ilmu berupaya untuk menjelaskan cakupan atau batasan istilah yang dipergunakan dan memperjelas secara khusus kaitan antara istilah-istilah tersebut.
3. Kecermatan persuasif sebagai ilmu diungkap dalam bentuk nilai bilangan pada gejala yang diteliti (kuantifikasi).
4. Persuasif sebagai ilmu dalam mempertahankan kesahihannya, senantiasa memperhatikan variabel control. Maksudnya, dalam mempertahankan kesahihannya, secara sistematis diupayakan untuk menghilangkan turut sertanya variabel-variabel yang lain yang menjadi faktor penyebab terjadinya suatu fenomena.
5. Persuasif sebagai ilmu dalam menjelaskan gejala-gejala yang diamatinya, senantiasa berusaha menghindari penjelasan yang bersifat metafisik. Maksudnya, ilmu senantiasa menghindari penjelasan-penjelasan yang tidak rasional, yang tidak masuk akal dan yang bersifat mistik.

Adapun ruang lingkup persuasif, dapat pula dilihat dari tujuannya yakni mengubah:

²⁶*Ibid.*, h. 505

1. Pengetahuan (to change the knowledge);
2. Sikap (to change the attitude);
3. Opini (to change the opinion);
4. Keterampilan (to change the psichomotoric);
5. Perilaku (to change the behavior).

Secara umum tujuan komunikasi persuasif adalah perubahan sikap. Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita atas sesuatu. Menurut Murphy dan Newcomb sikap pada dasarnya adalah suatu cara pandang terhadap sesuatu. Sedangkan menurut Allport sikap adalah kesiapan mental dan sistem saraf yang di organisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respon-respon seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait. Sedangkan menurut Kresch, Crutchfield dan Ballachey sikap adalah sebuah sistem evaluasi positif atau negative yang awet, perasaan-perasaan emosional dan tendensi tindakan pro atau kontra terhadap sebuah objek sosial.

Sikap sering di anggap memiliki tiga komponen yang pertama adalah komponen afektif yaitu perasaan terhadap objek, yang kedua adalah komponen kognitif yaitu keyakinan terhadap sebuah objek dan yang ketiga adalah komponen perilaku yaitu tindakan terhadap objek. Intinya sikap adalah rangkuman terhadap objek sikap kita. Evaluasi rangkuman rasa suka atau tidak suka terhadap objek sikap intinya adalah inti dari sikap. Ketiga komponen sikap tersebut manifestasi yang berbeda

atas evaluasi inti itu. Tiga model komponen sikap yakni afektif, komponen kognitif, dan komponen perilaku. Komponen afektif terhadap objek sikap. Komponen kognitif berisi keyakinan terhadap objek sikap. Komponen perilaku berisi perilaku-perilaku yang disengaja terhadap objek sikap.²⁷

e. Struktur Persuasif

Melansir dari Buku Bahasa Indonesia terdapat struktur persuasif terkait teks atau kalimat persuasif. Penulisan struktur yang benar bertujuan agar teks tersebut benar-benar bisa mempengaruhi pembaca atau pendengar sebagai berikut:

1) Pengenalan isu

Pada bagian ini, pembicara atau penulis menyampaikan terlebih dahulu pengantar mengenai isu yang akan dibicarakan.

2) Rangkaian argument

Pembicara atau penulis akan menyampaikan pendapat mereka terkait isu yang akan mereka sampaikan. Biasanya, pendapat mereka akan diperkuat dengan penyajian fakta.

3) Ajakan

Setelah menyampaikan pengantar serta penguatan pendapat, pembicara atau penulis akan menyampaikan ajakan, anjuran, larangan, atau perintah kepada pembicara untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

²⁷Herdiyan Maulana and Gungum Gumelar, *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013)

4) Penegasan kembali

Ajakan yang sudah disampaikan kemudian diperkuat dengan penegasan kembali sehingga pembaca atau pendengar lebih yakin untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang dianjurkan.

2. Perbedaan Komunikasi Persuasif dengan Komunikasi Lain

Tabel 1.1 Perbedaan Komunikasi Persuasif dengan Komunikasi Lain

Komunikasi Persuasif	Komunikasi Lain
Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain agar berubah sikapnya, opininya dan tingkah lakunya atas kesadaran sendiri	Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu sesuatu tanpa mengharapkan efek apapun dari komunikasi
Pesannya berisi motivasi yang dimana pesan yang dirancang hendak dapat mendorong khalayak sasaran untuk menentukan pilihan dan keinginannya sendiri	Tidak terdapat pesan motivasi semata hanya untuk menyampaikan pesan kepada komunikasi
Menurut Perlof (2003:180), Pesan persuasif berisi bukti yang merupakan pernyataan fakta. Bukti disini terdiri dari pernyataan fakta, informasi, kuantitatif (berupa angka), pernyataan saksi, laporan narasi, dan testimoni.	Tidak memerlukan bukti atau fakta untuk menyampaikan informasi kepada komunikasi.
Mengharapkan respon yang melibatkan perubahan sikap, keyakinan, atau tindakan dari audiens.	Tidak mengharapkan respon apapun. Hanya saja, pada umumnya mengharapkan pemahaman pesan yang telah disampaikan komunikasi.
Cenderung menggunakan bahasa yang meyakinkan, emosional, dan seringkali persuasif. Penggunaan retorika dan teknik persuasif seperti perumpamaan dan analogi seringkali muncul.	Lebih fokus pada penggunaan bahasa yang jelas tanpa adanya upaya kuat untuk mempengaruhi emosi komunikasi.

Sumber: E-Modul Dr. Asep Suryana <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SKOM432603-M1.pdf>, diakses Tahun 2023

2. Pengertian Semangat

Definisi semangat sering kali disebut dengan motivasi, keduanya memanglah mempunyai pengertian yang sama, yaitu :

a. Pengertian Semangat atau Motivasi

Motivasi digunakan sebagai penggerak atau pendorong seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan dalam diri mereka.²⁸ Motivasi didefinisikan sebagai dorongan. Dorongan merupakan suatu gerak jiwa dan perilaku seseorang untuk berbuat. Sedangkan motif dapat dikatakan suatu *driving force* yang artinya, sesuatu yang dapat menggerakkan manusia untuk melakukan tindakan atau perilaku, dan di dalam tindakan tersebut terdapat tujuan tertentu. Menurut Teori Hamzah yang dikutip oleh Rima Rahmawati menjelaskan istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat.

Pendapat lain mengatakan bahwasannya motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya feeling dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia.²⁹ Motivasi pada dasarnya dapat membantu dalam memahami dan menjelaskan perilaku individu, termasuk perilaku individu yang sedang menumbuhkan semangat beribadah.

²⁸Rima Rahmawati, *Teori Motivasi Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008

²⁹Sudirman, *Interaksi dan Motivasi*, Jakarta :Grafindo Persada.

Menurut Umam pengertian dari motivasi tercakup berbagai aspek tingkah atau perilaku manusia yang dapat mendorong seseorang untuk berperilaku atau tidak berperilaku. Namun dalam istilah berikut ini, motivasi adalah dorongan manusia untuk bertindak dan berperilaku. Sedangkan pengertian motivasi di kehidupan sehari-hari, motivasi dapat diartikan sebagai proses yang dapat memberikan dorongan atau rangsangan.

Adapun menurut pendapat Usman motivasi adalah dorongan yang dimiliki seseorang untuk berbuat sesuatu. Motivasi akan merangsang seseorang untuk dapat melakukan tindakan-tindakan atau sesuatu yang menjadi dasar atau alasan seseorang untuk berperilaku atau melakukan sesuatu.

Berdasarkan pendapat teori para ahli di atas mengenai pengertian semangat atau motivasi, maka dapat disimpulkan bahwa bahwa semangat beribadah adalah daya penggerak seseorang yang dapat berasal dari dalam maupun luar diri siswa yang menyebabkan mereka bertindak secara nyata agar dapat menumbuhkan semangat beribadah.

b. Jenis-Jenis Semangat

Menurut Syaiful Bahri, semangat atau motivasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu berasal dari dalam diri pribadi seseorang atau intrinsik dan berasal dari luar diri seseorang atau ekstrinsik. Adapun pengertian semangat atau motivasi intrinsik dan ekstrinsik yaitu³⁰:

³⁰Syaiful Bahri Djamarah, Psikologi Belajar, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

1) Motivasi intrinsik

Semangat atau motivasi intrinsik merupakan dorongan kuat yang berasal dari dalam diri seseorang. Jenis semangat intrinsik sangat diperlukan untuk menumbuhkan semangat beribadah siswa, peserta didik yang memiliki motivasi intrinsik selalu ingin maju dalam mengerjakan ibadah. Keinginan untuk tersebut dilatarbelakangi oleh pemikiran positif bahwa kita harus memilikisemangat untuk menjalankan ibadah karena ibadah merupakan kebutuhan dan kewajiban bagi umat muslim.

2) Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah keinginan untuk mencapai sesuatu didorong karena ingin mendapatkan penghargaan atau menghindari hukuman. Seorang anak dikatakan memiliki semangat atau motivasi ekstrinsik untuk menumbuhkan semangat beribadah jika peserta didik menempatkan tujuan kita untuk beribadah. Contoh semangat atau motivasi yang diberikan biasanya dapat berupa pujian kepada peserta didik, hadiah, angka dan sebagainya yang berpengaruh untuk merangsang siswa untuk menumbuhkan semangat beribadah.

c. Fungsi semangat atau motivasi untuk Menumbuhkan Semangat Beribadah

Menurut Syaiful Bahri Djamarah fungsi semangat atau motivasi dalam menumbuhkan semangat ibadah adalah sebagai berikut:³¹

1. Motivasi sebagai pendorong perbuatan

³¹*Ibid.*

Motivasi yang berfungsi sebagai pendorong yaitu motivasi yang akan mempengaruhi sikap apa yang seharusnya masyarakat lakukan dalam menumbuhkan semangat ibadah. Pada awalnya masyarakat kurang memiliki semangat untuk melaksanakan ibadah, mungkin karena belum terlalu paham tentang pentingnya menjalankan ibadah, manfaat positif dalam kehidupan, dan makna hidup adalah untuk beribadah.

2. Semangat sebagai penggerak perbuatan

Dorongan psikologis yang melahirkan sikap adalah kekuatan yang sangat kuat yang kemudian menjelma dalam gerakan psikofisik. Akal pikiran berproses dengan raga, perbuatan dan akal pikiran yang sangat kuat sehingga mengerti betul isi apa yang dipelajari.

3. Semangat sebagai pengarah perbuatan

Peran semangat atau motivasi dapat mengarahkan perbuatan masyarakat dalam menumbuhkan semangat beribadah. Masyarakat yang mempunyai motivasi dapat menyeleksi mana yang harus diperbuat dan yang tidak dilakukan, faktor pengarah dalam menumbuhkan semangat ibadah adalah tujuan melaksanakan ibadah. Semangat atau motivasi berkaitan dengan suatu tujuan. Sehubungan dengan hal tersebut, ada tiga fungsi motivasi, yaitu:

- a. Mendorong manusia untuk berbuat, yang akan menjadi penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.
- b. Menentukan arah perbuatan, yaitu ke arah yang hendak dicapai.

- c. Menyeleksi perbuatan, yaitu menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang sesuai untuk mencapai tujuan, dengan mengesampingkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Berdasarkan dari pendapat di atas, fungsi semangat atau motivasi dalam menumbuhkan semangat ibadah antara lain untuk mendorong, menggerakkan, dan mengarahkan aktivitas-aktivitas masyarakat khususnya dalam penelitian ini pada masyarakat Desa Sumberejo dalam melaksanakan ibadah sehingga dapat mencapai hasil yang maksimal. Dengan begitu seseorang melakukan suatu usaha yang sungguh-sungguh karena adanya tujuan yang baik.

d. Ciri-Ciri Semangat Ibadah

Semangat atau motivasi yang ada pada diri masyarakat, memiliki beberapa ciri-ciri semangat ibadah sebagaimana berikut ini:³²

1. Tekun menjalankan ibadah, yaitu melaksanakan ibadah dengan tepat waktu dan bersungguh-sungguh.
2. Mengerti bahwasannya sholat adalah kewajiban dan kebutuhan setiap umat muslim.
3. Tidak terpengaruh terhadap lingkungan sosial yang berbanding terbalik dengan dirinya agar tidak terpengaruh kedalam hal-hal yang negatif
4. Teguh iman, menjadi seseorang yang berprinsip tidak akan meninggalkan ibadah setiap harinya.

³²*Ibid.*

5. Selalu mempunyai keinginan untuk belajar dan memperbaiki agar terus meningkatkan semangat dalam menjalankan ibadah.
6. Berusaha mengupayakan dan berkumpul dengan orang-orang yang mempunyai semangat untuk menjalankan ibadah.

Jika seseorang memiliki ciri-ciri di atas maka dapat dikatakan seseorang memiliki semangat atau motivasi untuk menumbuhkan semangat ibadah yang cukup tinggi. Seseorang yang memiliki semangat atau motivasi yang kuat akan mendorong dirinya untuk melaksanakan ibadah dengan bersungguh-sungguh dan mengerjakan ibadah tepat waktu dengan penuh semangat.

3. Pengertian Ibadah

a. Pengertian Ibadah

Dari segi bahasa, kata Ibadah berarti taat, tunduk, merendahkan diri, dan menghambakan diri. Ibnu Taimiyah memberikan pengertian ibadah menurut istilah syarak dengan tunduk dan cinta, yaitu tunduk mutlak kepada Allah disertai cinta sepenuhnya kepadaNya dengan demikian, unsur pertama ibadah adalah taat dan tunduk kepada Allah, yaitu merasa berkewajiban melaksanakan peraturan Allah yang dibawakan oleh para rasul-Nya, baik yang berupa perintah maupun larangan, ketentuan halal maupun haram.³³

Kata Ibadah terambil dari akar dari a'bada yang biasa diartikan antara lain dengan mengabdikan, tunduk taat, merendahkan diri dan sebagainya, seseorang dapat saja tunduk, taat, bahkan merendahkan diri kepada yang

³³ Ismail Muhammad Syah, Filsafat Hukum...hal.168

dicintainya, atau yang ditakutinya, jadi karena terbukti bahwa Allah Swt merupakan wujud yang maha Agung, maha berkuasa dalam semesta alam ini, maka tentunya puncak dari ketundukan tersebut harus pula tertuju kepadanya semata.

Manusia belum termasuk beribadah apabila tidak mau tunduk kepada perintahNya, enggan mengikuti jalan yang digariskanNya, dan tidak mau taat kepada aturanNya, meskipun ia telah mengakui bahwa Allah adalah pencipta dan yang memberi rezeki kepadanya.

Unsur kedua adalah *cinta kepada Allah*. Rasa wajib taat dan tunduk itu harus timbul dari hati yang cinta kepada Allah. Tidak ada diantara yang wujud yang lebih di cintai dari pada Allah. Dia yang memberikan anugerah dan kebaikan kepada para makhluk. Dia yang menciptakan manusia dari tidak ada dan segala sesuatu yang ada di bumi dijadikan Allah untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dia menjadikan manusia sebagai makhluk yang mulia dan diberinya kelebihan atas segala makhlukNya. Dia memberikan nikmat yang tidak pernah terputus. Dia memberikan kedudukan kepada manusia sebagai khalifah (penguasa) di bumi.

Demikianlah dua unsur, taat dan cinta, dalam ibadah yang tidak dapat dipisahkan yang satu dari yang lain.³⁴ Sebagaimana disebutkan dalam (QS. Ali Imran;31)

³⁴Kh Ahmad Azhar Basyir. Falsafah Ibadah Dalam Islam, (yogyakarta: UII Press, 2003), hal. 11-12

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ

رَّحِيمٌ

*Artinya; Katakanlah: "Jika kamu (benar-benar) mencintai Allah, ikutilah aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosamu." Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*³⁵

Pendidikan Agama Islam menekankan keseimbangan, keselarasan dan keserasian antara hubungan manusia, hubungan manusia dengan diri sendiri, dan hubungan manusia dengan alam sekitar. Dalam syariat Islam tujuan akhir dari semua aktifitas hidup manusia adalah pengabdian, penyerahan diri yang total terhadap ketentuan Allah, sehingga terwujud sikap dan prilaku yang lahir dari rasa yakin akan pengapdiannya kepada Allah. Ibadah juga motivasi, dorongan, semangat hidup, yang bertujuan mendapat Ridho Allah.

b. Macam-macam Ibadah

Secara garis besar, ibadah dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- 1) Ibadah Mahdah (ibadah yang ketentuannya pasti) atau ibadah khassah (ibadah murni, ibadah khusus), yakni ibadah yang ketentuan dan pelaksanaannya telah ditetapkan oleh nash dan merupakan sari ibadah kepada Allah SWT, seperti: shalat, zakat, puasa dan haji.
- 2) Ibadah GhairuMahdhoh: sosial, politik, budaya, ekonomi, pendidikan, lingkungan hidup kemiskinan dan sebagainya. Yaitu suatu sistem praktis untuk menguatkan hubungan manusia dengan Tuhannya, hubungan antar

³⁵ Departemen Agama RI, Alqur-an dan Terjemahan, (Diponegoro: CV Diponegoro 2008) Q.S Ali –Imran ayat 31, hal 55

individu atau hubungan manusia dengan masyarakat dari seorang insan yang berdaya guna dan berhasil guna. Karena itu ibadah mempunyai peranan besar dalam membina peradaban manusia.

c. Manfaat Ibadah

Pada dasarnya ibadah membawa seseorang untuk memenuhi perintah Allah, bersyukur atas nikmat yang Allah berikan dan melaksanakan hak sesama manusia. Oleh karena itu, tidak mesti ibadah itu memberikan manfaat kepada manusia yang bersifat material, tidak pula merupakan hal mudah mengetahui hikmah ibadah melalui kemampuan akal yang terbatas.

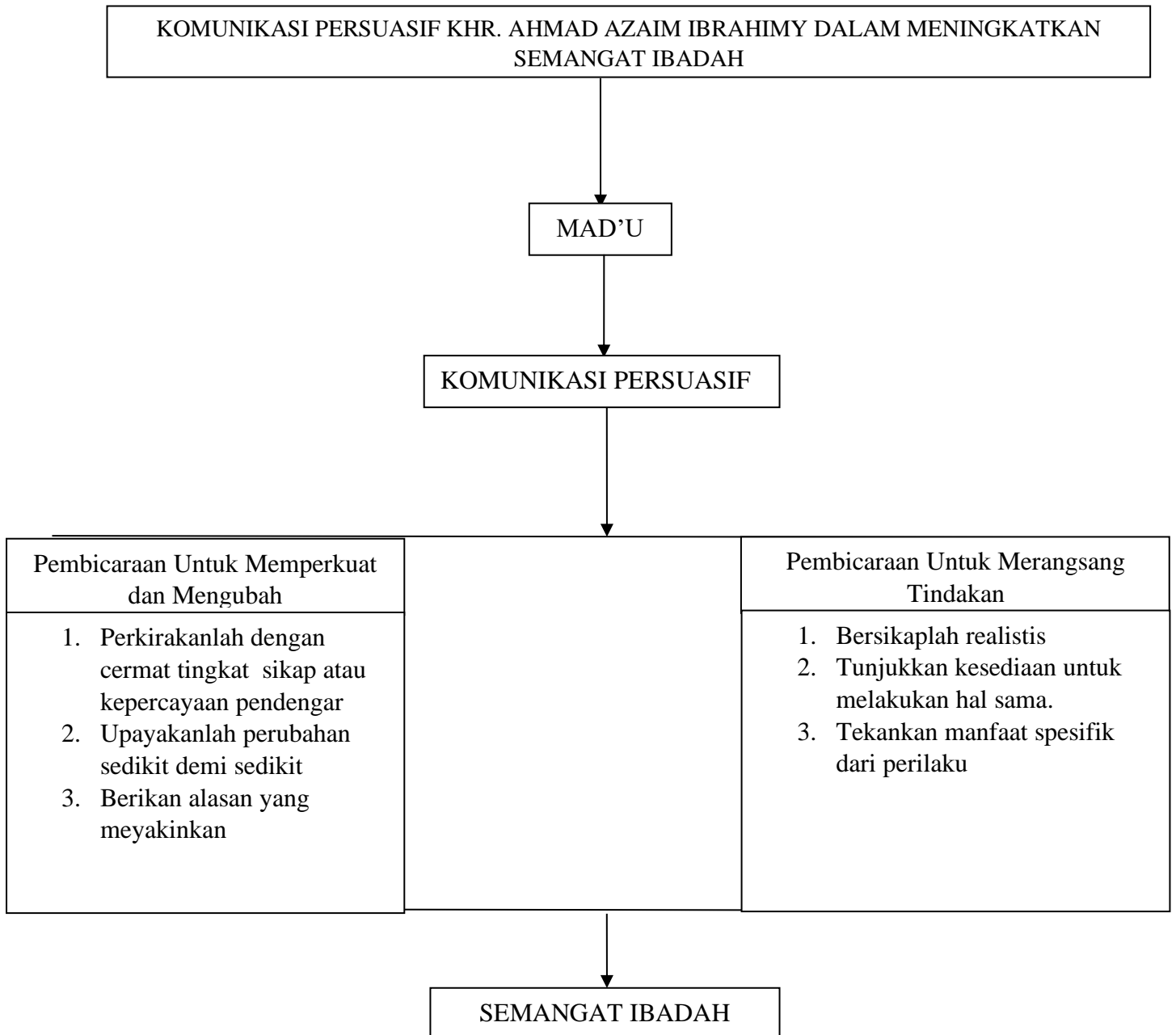
Ibadah merupakan pengujian terhadap manusia dalam menyembah Tuhannya. Ini berarti tidak harus mengetahui rahasianya secara terperinci. Seandainya ibadah itu harus sesuai dengan kemampuan akal dan harus mengetahui hikmah atau rahasianya secara terperinci, tentu orang yang lemah kemampuan akal untuk mengetahui hikmah tersebut tidak akan melaksanakan atau bahkan menjauhi ibadah.

Ibadah wajib dilaksanakan sebagaimana dicontohkan oleh Nabi, karena mereka dapat mengetahui rahasia-rahasia berdasarkan inspirasi ke-Nabiannya, bukan dengan kemampuan akal. Implikasi atau dampak atau akibat dari nilai-nilai kegiatan ibadah sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari karena kegiatan ibadah mempunyai nilai-nilai tersendiri dan dianggap sebagai tujuan, kewajiban, panutan tanpa ada tujuan tanpa ada kewajiban tanpa ada panutan kita hidup seakan tidak ada arah yang pasti tidak ada yang menjamin kebahagiaan tentram damai dan sejahtera.

Dari penjelasan di atas mengenai hikmah atau manfaat ibadah bahwa hikmah melaksanakan ibadah bertujuan untuk menyembuhkan hati manusia, sebagaimana obat untuk menyembuhkan orang sakit, sebagai contoh ibadah dapat menyembuhkan hati manusia, misalnya seseorang yang gelisah dan resah dapat disembuhkan dengan menjalankan ibadah sholat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Hasby “Shalat itu membaharui kepercayaan dan iman kepada Allah dan menghidupkan prinsip-prinsip Islam yaitu bersifat amanah berlaku benar, menepati janji dan mengutamakan orang lain.”³⁶

³⁶Hasby Ash Shiddiqy, *Falsafah Hukum Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1975), h. 408

G. Kerangka Berfikir



Gambar 1.1: Kerangka Berfikir Tahun 2023

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Riset ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.³⁷

Creswell (1998), menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih di tonjolkan dalam penelitian kualitatif landasan teori di manfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.³⁸

Penelitian kualitatif dikemukakan dari sisi lainnya bahwa hal itu merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang. Menurut SoerjonoSoekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis dan konsisten.³⁹

³⁷Kriyantono Rachmat, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). 156.

³⁸Noor Juliansyah, Metodologi Penelitian (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011). 33-34.

³⁹Ruslan Rosady, Metode Penelitian Public Dan Komunikasi (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2003). 23.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi hipotesis dan teori. Jadi dalam penelitian kualitatif melakukan analisis data untuk membangun hipotesis.⁴⁰

Berdasarkan judul penelitian, yaitu tentang Komunikasi Persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam Meningkatkan Semangat Ibadah di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo, maka penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan utama untuk membuat gambaran tentang deskripsi suatu keadaan secara obyektif, agar dapat menganalisis.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data didapat dan diperoleh. Jadi sumber data ini menunjukkan asal informasi, sehingga sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua macam yaitu:

a) Sumber Data Primer

Menurut Sugiono, sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti.⁴¹ Adapun data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan dengan menggunakan alat pengambilan data secara langsung (wawancara langsung) dari informan

⁴⁰ Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2010). 3

⁴¹ *Ibid.*, h. 308

sebagai sumber informasi. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Da'i dan masyarakat dan lembaga-lembaga terkait, dan pemangku kepentingan.

b) Sumber Data Sekunder

Menurut Arikunto menyatakan bahwa sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen, foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer.⁴² Data ini digunakan untuk mendukung data primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, buku, jurnal, penelitian terdahulu, serta situs internet dan lain sebagainya. Sehingga data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data ini berupa laporan penting yang telah tersedia kaitannya dengan Komunikasi Persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam Meningkatkan Semangat Ibadah di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan jalan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap penemuan-

⁴²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), h. 22

penemuan mana yang di selidiki.⁴³ Istilah observasi diturunkan dari bahasa latin yang berarti “melihat” dan “memperlihatkan”. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.⁴⁴ Observasi tidak terbatas pada orang saja akan tetapi, pada objek-objek alam lain.

Sedangkan menurut Sutrisno Hadi sebagaimana dikutip oleh Sugiono mengemukakan bahwa, observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari proses biologis dan psikologis.⁴⁵ Dalam aplikasinya metode observasi ini digunakan untuk mendapatkan data dan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis yang merupakan informasi yang diperoleh lewat tulis-tulisan, dokumen-dokumen baik tulisan yang berbentuk foto-foto maupun gambar kegiatan. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data dan informasi tentang kondisi sosial budaya masyarakat setempat, dan profil lokasi penelitian. Dalam penelitian kualitatif agar mendapatkan hasil

⁴³SuharsiniArikunto, *Prosedur Penelitian-Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016). 123.

⁴⁴Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Oraktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 143

⁴⁵Sugiyono, h. 145

yang optimal dan benar-benar menemukan data secara *natural setting*, selain teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara, maka dapat dilengkapi dengan dokumentasi. Menurut Bungin sebagaimana dikutip oleh Imam Gunawan bahwa teknik dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis.⁴⁶

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴⁷ Metode dokumentasi ini peneliti gunakan untuk mengetahui data profil desa, letak geografis desa, sejarah singkat desa, dan biografi KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy serta hal-hal lainnya yang dapat menunjang hasil penelitian.

c. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara dalam mengumpulkan data yang peneliti lakukan dengan cara melakukan wawancara baik secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu wawancara bebas dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja kaitannya dengan apa yang diteliti.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang

⁴⁶Imam Gunawan, h. 177

⁴⁷*Ibid.*, h. 82-83

memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴⁸ Observasi saja tidak memadai dalam melakukan penelitian. Mengamati aktivitas dan perilaku orang saja tidak dapat mengungkapkan apa yang diamati dan dirasakan orang lain. Maka observasi harus dilengkapi dengan wawancara. Dengan melakukan wawancara maka kita bisa mengetahui secara langsung data yang ingin kita dapatkan bukan hanya sekedar hanya dapat mengira-ngira.

Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Maka pada penelitian ini wawancara dilakukan secara terbuka. Wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada *key informan* atau subjek penelitian, yaitu: KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy dan sejumlah mad'u atau jama'ah atau masyarakat Desa Sumberejo yang terkait dengan fokus penelitian.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara bebas dan bebas terpimpin. Wawancara bebas ini dilakukan dengan cara bebas menanyakan apa saja terkait masalah yang diteliti, sedangkan wawancara terpimpin ini peneliti melakukan wawancara dengan membawa sejumlah daftar pertanyaan. Dalam praktik atau aplikasinya peneliti membuat pedoman wawancara sebelum melakukan penelitian di lapangan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah mendapatkan data tentang masalah yang diteliti.

⁴⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 135

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, sifat analisis adalah dekomposisi mengenai fenomena yang terjadi (deskriptif) beserta interpretasi makna yang terdapat di dalamnya.⁴⁹, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Analisis dilakukan setelah data yang dibutuhkan terkumpul. Data yang diperoleh berkaitan dengan komunikasi persuasif KHR Ahmad Azaim Ibrahimy dalam meningkatkan semangat ibadah di Desa Sumberejo Kec. Banyuputih Kab. Situbondo.

Dari informasi yang diberikan, langkah-langkah analisis penelitian ini dimulai dengan membaca, mengkaji, dan menginvestigasi data dengan menerapkan prosedur yang disusun oleh Miles dan Huberman. Beberapa prosedur yang diterapkan adalah sebagai berikut;⁵⁰

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data, yaitu pengumpulan data di tempat penelitian melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi menentukan langkah pengumpulan data yang tepat dan menentukan fokus dan kedalaman proses informasi pendataan selanjutnya. Menurut Sunarti Nur, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data.⁵¹

⁴⁹Andi Mappiare AT, *Dasar-Dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial Dan Profesi* (malang: Jengala Pustaka Utama, 2009) 80

⁵⁰ Matthew B Miles, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode- Metode Baru*, ed. TjejepRohendi and Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992) 15

⁵¹Sunarti Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 308.

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang mempertajam mengkategorikan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengatur informasi sehingga diterima kesimpulan akhir dan diubah. Menurut Sugiono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu.⁵² Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.

Sedangkan menurut Nasution sebagaimana yang dikutip oleh Kaelan mengatakan bahwa data yang diperoleh di lapangan ini akan terus-menerus bertambah dan akan menambah kesulitan bila tidak dianalisis sejak awalnya. Laporan itu perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok difokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Jadi, laporan lapangan menjadi bahan mentah, dirangkum, direduksi, disusun lebih sistematis sehingga mudah dikendalikan.⁵³

c. Penyajian data

Penyajian data adalah tindakan pengelompokan data berkurang pengelompokan data dilakukan dengan menggunakan stiker atau lainnya. Menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Sugiono, penyajian data yang paling sering dalam penelitian kualitatif adalah dengan

⁵²Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 338

⁵³Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*, (Yogyakarta: Paradigma, 2012).
Cet. Ke-1, h. 132

teks dan naratif.⁵⁴ Pada proses ini, upaya penyusunan data yang relevan dalam bentuk uraian, bagan, atau hubungan antar kategori agar pembaca akan mengerti proses atau kronologi kegiatan dalam analisis data, dan apa yang perlu ditindak lanjuti untuk mencapai tujuan penelitian, sehingga memberi peluang akan adanya penarikan simpulan.

Peneliti melakukan dan mengorganisasi data yang sudah direduksi yang asalnya data itu disajikan secara terpisah antara tahapan satu dengan tahapan yang lainnya dengan berbentuk narasi, selanjutnya data disajikan seluruhnya dirangkum secara terpadu, dengan penyajian data maka dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang dilakukan.

d. Membuat kesimpulan

Menarik kesimpulan adalah kegiatan yang lebih analisisdidedikasikan untuk interpretasi data yang disajikan. Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisa data. Kesimpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

Sedangkan menurut Kaelan bahwa sejak semula peneliti berusaha mencari makna data yang dikumpulkannya. Untuk itu ia mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering timbul, dan sebagainya. Jadi dari data yang diperoleh ia sejak semula berupaya mengambil kesimpulan. Kesimpulan itu mula-mula masih bersifat tentatif, kabur, diragukan, akan tetapi dengan bertambahnya data, maka kesimpulan itu

⁵⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 246

lebih bersifat *grounded*. Jadi, kesimpulan senantiasa harus diverifikasi selama penelitian berlangsung.⁵⁵

I. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasan menjadi empat bab. Pada tiap bab akan memaparkan komponen penelitian yang berkaitan antara satu dengan lainnya. Penggambaran pada tiap bab disusun sebagai berikut:

BAB I :Pendahuluan. Bagian ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan. Pada latar belakang dijelaskan alasan diangkatnya judul tesis ini menjadi sebuah penelitian. Rumusan masalah ditentukan guna memudahkan sasaran penelitian dan tujuan penelitian adalah jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan. Pada bab ini juga dipaparkan kegunaan penelitian yang dibahas secara jelas. Kajian pustaka merupakan segala macam bentuk informasi yang tertulis dan juga sebuah rujukan yang relevan sesuai dengan judul tesis. Pada bab ini juga dipaparkan bagaimana sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.

BAB II : Berisi Gambaran Umum Penelitian yang berisi profil diri KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy sebagai subjek penelitian serta dalam bab ini juga menjelaskan tentang gambaran umum Desa Sumberejo yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai lokasi penelitian atau objek penelitian.

⁵⁵Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*, h. 133

BAB III :Memuat Hasil Penelitian yang memaparkan data yang sudah didapat serta dianalisa sesuai teknik analisis data yang digunakan. Sehingga penelitian menghasilkan: 1. Komunikasi persuasif KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy di Desa Sumberejo Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo 2. Semangat Ibadah Masyarakat Sumberejo Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

BAB IV :Kesimpulan dan Saran. Berisi simpulan seluruh data yang diperoleh dalam penelitian. Penarikan kesimpulan memuat jawaban atas pertanyaan yang tertuang pada rumusan masalah. Saran memuat kelebihan dan kekurangan penelitian sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya. Saran diarahkan pada dua hal, yaitu:

1. Saran untuk lokasi fokus penelitian untuk menentukan kebijakan di bidang-bidang terkait dengan masalah maupun terkait dengan fokus penelitian.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya dalam usaha memperluas hasil penelitian, misalnya disarankan perlunya diadakan penelitian lanjutan terkait dengan komunikasi persuasif dalam meningkatkan semangat ibadah masyarakat atau lembaga.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pemaparan data dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik sebuah simpulan yaitu:

1. Pembicaraan untuk Memperkuat dan Mengubah

KHR Ahmad Azaim Ibrahimy menggunakan langkah komunikasi persuasif dengan memberikan pendidikan nilai-nilai agama secara mendalam dan relevan. Melalui ceramah dan khutbahnya, ia merangkul aspek-aspek agama yang mencakup cinta kasih, kebijaksanaan, dan toleransi. Dengan memahami kebutuhan dan kekhawatiran masyarakat, Kyai Azaim secara persuasif merangkul mereka dengan nilai-nilai keagamaan, memperkuat keyakinan mereka dalam agama, dan mengubah sikap mereka menjadi lebih positif dan inklusif.

KHR Ahmad Azaim Ibrahimy menggunakan cerita-cerita yang inspiratif dan relevan dari kehidupan sehari-hari untuk mengilustrasikan nilai-nilai agama. Langkah ini memungkinkan pendengar untuk merasa terhubung dengan pesan-pesan keagamaan dalam konteks kehidupan mereka sendiri, membantu mereka menginternalisasi nilai-nilai tersebut, dan mengubah sikap mereka terhadap keagamaan.

Kyai Azaim mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan keagamaan, termasuk shalat berjamaah, kajian agama, dan kegiatan amal. Dengan melibatkan mereka secara langsung, ia merangsang mereka untuk

bertindak, menciptakan ikatan sosial yang kuat di dalam komunitas, dan memperkuat semangat ibadah.

KHR Ahmad Azaim Ibrahimy melaksanakan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, pendidikan, dan program-program sosial. Dengan memberdayakan masyarakat, terutama perempuan dan pemuda, ia merangsang mereka untuk mengambil peran aktif dalam kegiatan keagamaan. Pemberdayaan ini menciptakan kepercayaan diri dan pengetahuan yang diperlukan untuk bertindak, memperkuat semangat ibadah, dan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan keagamaan di desa.

2. Semangat Ibadah Masyarakat Desa Sumberejo

Akibat dari pesan-pesan persuasif yang disampaikan oleh KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy, masyarakat Desa Sumberejo merasa terinspirasi dan terdorong untuk lebih aktif atau semangat dalam melaksanakan ibadah sholat berjama'ah di masjid dan mengikuti majlis ilmu yang diisi oleh KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy. Beliau tidak hanya memberikan pesan persuasif melalui ceramah, tetapi juga mendukungnya dengan kegiatan keagamaan lain. Beliau mengadakan pengajian rutin dan sholawatan untuk memberikan wadah bagi masyarakat Desa Sumberejo untuk lebih memahami dan merasakan kebersamaan dalam ibadah.

B. Saran

1. Bagi Masyarakat Desa Sumberejo

Diharapkan kepada masyarakat Desa Sumberejo meningkatkan pemahaman terhadap nilai-nilai keagamaan karena dapat memiliki dampak yang signifikan pada semangat ibadah. Oleh karena itu, masyarakat bersama-sama menggalakkan kegiatan pengajaran diskusi agama dengan KHR Ahmad Azaim Ibrahimy untuk memperdalam pemahaman terhadap ajaran Islam.

Diharapkan kepada masyarakat Desa Sumberejo untuk terus mempertahankan keaktifan berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan bersama KHR Ahmad Azaim Ibrahimy seperti, pengajian, ratibul haddad, sholawatan, diskusi agama, dan kegiatan rutin lainnya yang berkenaan dalam konteks ibadah. Pada kegiatan tersebut juga dapat memperkuat ikatan masyarakat dengan ajaran Islam.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi persuasif dalam meningkatkan semangat ibadah di masyarakat ataupun di lembaga tertentu. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyusun sebuah penelitian yang memuat informasi-informasi yang lebih banyak lagi. Sehingga sebuah hasil atau temuan baru diharapkan berhasil didapatkan dipenelitian dan lokasi fokus selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Abyan, Abid Fadhil. 2018. *Berguru Kepada Ustadz Zaman Now*. Yogyakarta: Laksana
- Alwi. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Anas, Ahmad. 2006. *Paradigma Dawah Kontemporer*. Semarang: Pustaka Rizki Putra
- Arifin, M. 2007. *Hubungan Timbal Balik Pendidikan Agama*. Jakarta : Bulan Bintang
- Andi Mappiare AT, *Dasar-Dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial Dan Profesi* (malang: Jengala Pustaka Utama, 2009)
- Armiah, Etika Berkomunikasi Dalam Perspektif IslamIslam, Jurnal Ilmiah Ilmu Dakwah, Al-Hadharah 9. no. 17. (2010)
- AsepSaeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)
- Bastomi, Hasan, 2016. *Dakwah Bil-Hikmah*, *Jurnal Ilmu Dakwah* 36, No. 2
- Departemen Agama RI, *Alqur-an dan Terjemahan*, (Diponegoro: CV Diponegoro 2008) Q.S Ali –Imran ayat 31
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group)
- Enjang AS dan Aliyuddin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis dan Praktis*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009)
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Oraktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013
- Hamka. 2008. *Dakwah Islam*. Jakarta : Bumi Aksaea
- Ismail Muhammad Syah, *Filsafat Hukum...*

- Ilardo, Joseph A. 1981. *Speaking Persuasively*
- IswandiSyahputra, Komunikasi Profetik, Konsep Dan Pendekatan, (Bandung: RefikaOfiset, 2007)
- Ismail, Ilyas. 2018. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama*. Jakarta: Kencana
- Kaelan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma
- Kelaut Dia dan Sri Wahyuni, Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah itu”?. *Realita*, Vol 19, No 1, Januari-Juni 2021
- Kh Ahmad Azhar Basyir. *Falsafah Ibadah Dalam Islam*, (yogyakarta: UII Press, 2003)
- Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)
- M. Nator, *Studi Ilmu Komunikasi*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2009)
- Matthew B Miles, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, ed. TjejepRohendi and Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992)
- Moh Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2009)
- Moelong, Lexy J. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Munir, Muhammad dan Wahyullaihi. 2012. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Muhammad RandichaHamandia, Langkah Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, Vol. 3, No 2, 2019
- Muhammad Qadaruddin Abdullah. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Qiara Media

- Nashor, Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pengembangan Masyarakat Madani, (Pustakamas, 2011)
- Noor Juliansyah, Metodologi Penelitian (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Nur Halimah, Tesis Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara 2013
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Sleman: Budi Utama, Cetakan Ke-1
- RhadaOktaviani, Tomi Hendra “Jurnal Komunikasi Persuasif Orang Tua dalam Membiasakan Ibadah Sholat Anak di Jorong Limo Kampuang”*Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol. 1, No. 4, Bulan Desember Tahun 2022
- Rima Rahmawati, Teori Motivasi Pendidikan, Jakarta : Bumi Aksara, 2008
- Ruslan Rosady, Metode Penelitian Public Dan Komunikasi (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2003)
- Saputra, Wahid. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Sudirman, Interaksi dan Motivasi, Jakarta :Grafindo Persada.
- Sunarto. 2014. *Etika Dakwa*. Surabaya: Uin Sunan Ampel Press
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- SuharsiniArikunto, Prosedur Penelitian-Suatu Pendekatan Praktis (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016)
- Suisyanto, Pengantar Filsafat Dakwah (Yogyakarta: Budi 2006)
- SumadiDilla, Komunikasi Pembangunan, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Syaiful Bahri Djamarah, Psikologi Belajar, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Tiarto, Eko Hari. 2019. *Cara Berdakwah Pemuda Masa Kini*., Sukabumi: Jejak
- Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010),

Widjaja. H.A.W, komunikasi dan hubungan masyarakat,(Jakarta: Bumi Aksara
Abdu alHamid Yunus, “Da’irah A-Ma’rif”, 2002)

YuzrianZadewa, Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi
Berwirausaha Pemuda Muslim, (Bandar Lampung : Fakultas Dakwah
Dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2018)

Zamroji, Muhammad. 2012. *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*. Kediri: Kalam
Santri Press

Wawancara:

1. Ainurrahman, Masyarakat Desa Sumberejo, Situbondo, tanggal 17 Oktober 2023
2. Dwi Aris Suryono, Kepala Desa Sumberejo, Situbondo, tanggal 24 Oktober 2023
3. Halim, Masyarakat Desa Sumberejo, Situbondo, tanggal 15 Oktober 2023
4. KHR. Ahmad Azaim Ibrahimy, Tokoh Agama, Situbondo, tanggal 21 Oktober 2023
5. Mahfud Ali, Masyarakat Desa Sumberejo, Situbondo, tanggal 17 Oktober 2023
6. Masrur, Masyarakat Desa Sumberejo, Situbondo, tanggal 18 Oktober 2023
7. Ustadz Akbar, Tokoh Agama di Desa Sumberejo, Situbondo, 16 Oktober 2023