



# Komunikasi Persuasif Dakwah Nabi Muhammad Menanggapi Penawaran Menghentikan Dakwah oleh Pemuka Quraisy

**Didit Krisdianto**

STID Al-Hadid, Surabaya

*diditkrisdianto@stidalhadid.ac.id*

**Abstrak:** Peran dai tidak hanya menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Namun dai harus mampu mengajak dan mempengaruhi mad'u agar mengikuti dan menjalani kebenaran dan kebaikan dari ajaran Allah Swt. Maka Seorang dai membutuhkan kemampuan komunikasi dakwah persuasife untuk mempengaruhi dan meyakinkan mad'u mengikuti pesan dakwahnya. Komunikasi persuasif adalah cabang ilmu komunikasi bertujuan mempengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku seseorang bertindak sesuai komunikator. Sasarannya, yaitu perubahan kognitif, afektif, dan konatif. Tujuan studi ini adalah menganalisa model komunikasi persuasife dakwah Nabi Muhammad kepada Abu Tholib. Jenis studi adalah kualitatif deskriptif melalui pendekatan historis. Sumber data dari buku Sejarah Hidup Muhammad karya Muhammad Husain Haekal. Pengumpulan data dengan cara pengkajian dokumen. Analisa menggunakan teori komunikasi persuasif Onong Uchjana dan Teori Gerald R. Miller. Hasil studi ini menunjukkan teknik komunikasi persuasif oleh Nabi Muhammad kepada pamannya Abu Thalib. Teknik asosiasi dibuktikan dengan pemaparan kondisi Nabi Muhammad saat itu. Teknik Integrasi dibuktikan dengan penyampaian bahwa ikatan keluarga harus saling membela dan melindungi. Teknik Pay-Off dibuktikan dengan balasan kebaikan, keselamatan dunia dan akhirat apabila ikut gerakan menegakkan agama Islam. Teknik Fear-Arousing dibuktikan dengan penggambaran psikologi Nabi Muhammad. Dan teknik Icing dibuktikan dengan penggambaran menguatkan suatu kata.

**Kata Kunci:** Persuasif Dakwah, Nabi Muhammad saw.

**Abstract:** *Persuasive Communication of the Prophet Muhammad's Da'wah in Response to the Offer to Stop the Da'wah by the Leaders of Quraysh.* The role of the dai is not only to convey the da'wah message to the mad'u. However, the dai must be able to invite and influence the mad'u to follow and live the truth and goodness of the teachings of Allah Swt. So a dai needs persuasive da'wah communication skills to influence and convince mad'u to follow his da'wah message. Persuasive communication is a branch of communication science aimed at influencing a person's attitudes, beliefs and behavior to act according to the communicator. The targets are cognitive, affective and conative changes. The aim of this study is to analyze the persuasive communication model of the Prophet Muhammad's preaching to Abu Tholib. The type of study is descriptive qualitative using a historical approach. Data source from the book Life History of Muhammad by Muhammad Husain Haekal. Data collection by reviewing documents. The analysis uses Onong Uchjana's persuasive communication theory and Gerald R. Miller's theory. The results of this study show persuasive communication techniques by the Prophet Muhammad to his uncle Abu Talib. The association technique is proven by explaining the condition of the Prophet Muhammad at that time. The integration technique is proven by conveying that family ties must defend and protect each other. The Pay-Off technique is proven by the return of goodness, safety in this world and the hereafter if you join the movement to uphold the Islamic religion. The Fear-Arousing

*technique is proven by the depiction of the psychology of the Prophet Muhammad. And the Icing technique is proven by depicting strengthening a word.*

**Keywords:** *Persuasive Da'wah, Prophet Muhammad saw.*

## PENDAHULUAN

Allah Swt. menurunkan Al Qur'an kepada Nabi Muhammad saw. untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia adalah sebagai petunjuk menjalani kehidupan manusia di dunia menuju kehidupan akherat. Kitab suci Al Qur'an sebagai petunjuk hidup berisikan tentang nilai-nilai kebenaran dan kebaikan pada seluruh sektor-sektor kehidupan agar manusia mendapatkan keselamatan hidup di dunia dan keberuntungan saat kembali kepada kehidupan akherat yaitu mendapatkan surga.

Pesan tentang nilai-nilai kebenaran dan kebaikan dalam ajaran Islam yang bersumber dari firman Allah Swt. yaitu Al Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad saw. tidak dapat dikenal, dipahami dan diikuti oleh seluruh umat manusia tanpa adanya komunikasi dakwah antara seorang *dai* (yang menyampaikan pesan dakwah) kepada *mad'u*-nya (yang menerima pesan dakwah).

Dalam komunikasi dakwah, peran seorang *dai* tidak hanya sekedar menyampaikan atau menginformasikan pesan dakwah kepada *mad'u*-nya. Namun lebih dari itu, seorang *dai* harus mampu mengajak dan mempengaruhi *mad'u*-nya agar dapat memahami, mengikuti dan menjalani nilai-nilai kebenaran dan kebaikan berupa

perintah dan larangan Allah Swt. dalam ajaran Islam. Oleh sebab itu, seorang *dai* dalam menjalankan dakwahnya membutuhkan kemampuan komunikasi dakwah persuasif, sehingga dapat meyakinkan para *mad'u*-nya untuk mengikuti pesan dakwahnya.

Pengertian dari komunikasi dakwah persuasif adalah sebuah proses penyampaian pesan dakwah yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadis dilakukan seseorang *dai* kepada *mad'u* untuk mengubah sikap, opini, dan tingkah lakunya dengan kesadaran sendiri.<sup>1</sup>

Berdasarkan fakta sejarah kehidupan Nabi Muhammad saw. telah disampaikan bahwa beliau merupakan salah seorang Nabi dan tokoh teladan umat manusia yang sukses dalam menjalankan perintah Allah untuk mendakwahkan nilai-nilai kebenaran dan kebaikan ajaran Islam kepada masyarakat Jazirah Arab dan sekitarnya, yang dimulai dari kota Makkah hingga kota Madinah. Hingga hari ini kita saksikan bahwa nilai-nilai kebenaran dan kebaikan dalam ajaran Islam telah dirasakan, diikuti dan jalani hingga menyebar luas diseluruh dunia.

Perlu dipahami dan menarik untuk diteliti dalam jurnal ini, bahwa pada sejarah masa-masa awal Nabi Muhammad saw.

---

<sup>1</sup> Onong Uchajana Effendy, *Radio Siaran Teori & Praktek* (Bandung: Mandar Maju, 1990), 81.

mendakwahkan ajaran Islam di kota Makkah, terdapat satu kondisi beliau dipaksa oleh masyarakat Makkah dari para pemuka suku Quraisy agar menghentikan dakwahnya kepada masyarakat Makkah dengan imbalan harta, wanita atau jabatan tinggi di Makkah. Sikap para pemuka tersebut disampaikan kepada Paman Nabi Muhammad saw. yaitu Abu Thalib sebagai pemimpin dari bani Hasyim agar larangan berdakwah tersebut dapat disampaikan kepada Nabi Muhammad saw.

Pada awalnya Abu Thalib menjalankan perintah para pemuka Quraisy tersebut, namun setelah bertemu dan berkomunikasi dengan Nabi Muhammad saw. justru Abu Thalib memantapkan komitmennya, bahwa akan senantiasa membiarkan dan mendukung Nabi Muhammad saw. kemenakannya melanjutkan dakwahnya dengan sekehendak Nabi tanpa ada rasa khawatir karena Abu Thalib pamannya akan terus melindunginya dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggungjawab.

Berdasarkan pada fakta sejarah tersebut, maka sangat menarik untuk dikaji dan diteliti dalam jurnal ini, metodologi penelitian ini adalah studi kualitatif deskriptif. Studi kualitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan sebuah realitas atau kenyataan, realitas yang alamiah atau sebenarnya, maupun buatan manusia. Penelitian kualitatif deskriptif lebih memfokuskan pada kualitas, karakteristik atau ciri-ciri, dan hubungan diantara kejadian.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Sukmadinata, N.S., *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2011), 73.

Tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisa model komunikasi persuasive dakwah Nabi Muhammad kepada pamannya Abu Tholib yang dikaitkan komunikasi persuasif. Sumber data didapatkan dari buku Sejarah Hidup Muhammad karya Muhammad Husain Haekal. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan pengkajian dokumen. Analisa dilakukan dengan analisa menggunakan teori komunikasi persuasif Onong Uchjana dan Teori Gerald R. Miller dalam hal tujuan komunikasi persuasif. Sehingga studinya adalah "Bagaimana komunikasi Persuasif Dakwah Nabi Muhammad saw. Kepada Abu Thalib (Peristiwa Penolakan Tawaran Kafir Quraisy Makkah)?"

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas tentang studi komunikasi persuasif dakwah pada tulisan-tulisan ilmiah sebelumnya yang menganalisa obyek penelitian yang berbeda dengan tulisan ini. Yaitu: pertama, Skripsi yang di tulis oleh Maya Sofiya Dimiyati dengan judul: Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Ferdunand De-Saussure Pada Akun Instagram @Qurandansenja), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Kedua, *Jurnal Lentera* yang di tulis oleh Yudi Asmara Harianto dengan judul: Teknik Persuasi Nabi Muhammad Kepada Kaum Anshar Dalam Pembagian Ghanimah Perang Hunain.<sup>3</sup> Ketiga, *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 1, no. 1 yang di tulis oleh Lutfi Alvian Widiyanto dengan

<sup>3</sup> Yudi Asmara Harianto, "Teknik Persuasi Nabi Muhammad Kepada Kaum Anshar Dalam Pembagian Ghanimah Perang Hunain," *JURNAL*

judul: Teknik Persuasif Bung Tomo pada Pidato 10 November 1945 di Surabaya.”<sup>4</sup>

### Konsep Komunikasi Persuasif

Kegiatan dakwah maupun komunikasi adalah kegiatan-kegiatan yang memiliki kesamaan dalam hal terminologi, sehingga tidak dapat dibedakan di antara keduanya.<sup>5</sup> Apabila dipahami dengan mendalam, maka definisi kegiatan dakwah tersebut tidak memiliki perbedaan dengan kegiatan komunikasi. Sangat kecil sekali perbedaannya yaitu jika ditinjau dari bentuk komunikasinya yaitu isi pesan dan tujuan yang ingin ditarget. Tujuan kegiatan komunikasi adalah terjadinya partisipasi dari seorang komunikan (obyek) atas pesan-pesan yang akan disampaikan dari seorang komunikator (subyek) sehingga terjadi transfer pesan agar terjadi perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Sedangkan pada kegiatan dakwah, *dai* menjadi komunikatornya (subyek) dan komunikannya (obyek) adalah *mad'u*. Seorang *dai* berharap terjadi partisipasi oleh komunikan tersebut agar dapat bersikap dan berbuat sebagaimana pesan yang disampaikan seorang komunikator.

Hubungan antara kegiatan dakwah dengan kegiatan komunikasi, adalah bahwa kegiatan dakwah sebagai cara menginformasikan pesan-pesan ajaran Islam dengan membutuhkan proses dalam kegiatan komunikasi. Yaitu ajaran Islam yang merupakan nilai-nilai Al Qur'an dari Allah Swt. dan sunnah-sunnah Nabi Muhammad saw. yang disampaikan kepada

seluruh umat manusia. Dalam kegiatan dakwah dapat diketahui bahwa terjadi kesamaan antara proses komunikasi dengan proses dakwah. Sehingga dapat disimpulkan atau dikatakan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi itu sendiri.

Berdasarkan teknisnya, maka kegiatan komunikasi dan dakwah terlihat sama dan erat, kegiatan dakwah membentuk suatu personal, kelompok hingga masyarakat. Kegiatan Dakwah dalam istilah kegiatan Islam yang disebut sebagai *tabligh* merupakan inti dari komunikasi dakwah. Dalam kegiatan *tabligh* terdapat proses penyampaian pesan-pesan ajaran Islam yang bersumber dari al Qur'an dan Sunnah Rasul, sebagaimana pengajian umum selama ini.

Komunikasi persuasif merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contoh komunikasi persuasif yaitu, seperti iklan di televisi yang sedang menawarkan produknya kepada penonton, seorang salesman yang sedang menawarkan produk yang dijual kepada orang yang ditemui, seorang penceramah yang mengajak jamaahnya untuk menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah, orang tua yang menyuruh anaknya untuk mengerjakan pekerjaan rumah dengan alasan agar rumah bersih dan rapi sehingga nyaman untuk dihuni atau dengan memberikan imbalan.

---

LENTERA : Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi 21, no. 1 (Maret 2022): 1–15.

<sup>4</sup> Lutfi Alvian Widiyanto, “Teknik Persuasif Bung Tomo Pada Pidato Sepuluh November 1945 Di Surabaya,” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan*

*Ilmu Dakwah* 1, no. 1 (19 Agustus 2019): 143, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v1i1.16>.

<sup>5</sup> Samsul Arifin Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 145.

Berdasarkan etimologis, definisi komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut juga '*communication*' adalah berasal dari bahasa latin yaitu '*communicatio*', sumbernya adalah dari kata '*communis*' yang artinya "sama". Secara prinsip, komunikasi harus memiliki "maksud yang sama" antara komunikator (subyek) dengan komunikan (obyek) yaitu agar komunikan (obyek) mengetahui dan memahami maksud komunikator, selain itu juga terdapat unsur *persuasif*, dimana seorang komunikan mau menerima dan mengikuti ajakan atau undangan atau pengaruh dari sesuatu pemikiran hingga pada keyakinan untuk melakukan suatu kegiatan dan lain-lain oleh komunikator.<sup>6</sup>

Sedangkan berdasarkan terminologis, definisi komunikasi adalah usaha dalam menyampaikan atau menginformasikan suatu pesan komunikasi oleh seorang komunikator (subyek) kepada komunikan (obyek). Sehingga berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa komunikasi tidak dapat dilakukan seorang diri tetapi harus melibatkan personal atau kelompok manusia yang lain dalam penyampaian pesannya.<sup>7</sup> Suatu komunikasi dapat dikatakan sukses jika pesan komunikasi dikatakan seorang komunikator (subyek) di pahami dan di mengerti oleh komunikan (obyek).<sup>8</sup>

Kegiatan komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan di dalam masyarakat juga terdapat proses-proses tertentu. Berdasarkan tinjauan psikologis, bahwa komunikasi akan terjadi pada diri

seorang komunikator dan komunikan secara timbal balik. Seorang komunikator (subyek) sedang bermaksud menginformasikan sesuatu pesan kepada komunikan (obyek), maka dalam dirinya terjadi suatu proses komunikasi. Dalam pesan komunikasi tersebut terdapat dua aspek, yaitu adanya isi pesan dan lambang. Di maksud Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan di maksud lambang umumnya adalah bahasa.<sup>9</sup>

Berdasarkan bahasa Inggris yang akar katanya yaitu "*persuasi*" atau "*persuasion*" adalah berasal dari bahasa Latin yaitu "*persuasion*", sedangkan berdasarkan kata kerjanya yaitu "*persuadere*" yang artinya adalah ajakan atau bujukan atau imbauan atau merayu atau meyakinkan.

Berdasarkan pendapat ilmuwan yaitu De Vito yang menjelaskan pengertian komunikasi persuasif, bahwa "*Persuasion is the process of influencing another person's attitudes, beliefs, values and behaviors*", yang artinya bahwa persuasif merupakan proses dalam mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai dan perilaku orang lain.<sup>10</sup>

Dalam pandangan Wahyu Ilaihi, komunikasi persuasif yang memiliki pengaruh pada struktur dakwah adalah komunikasi yang dilakukan seorang *dai* secara terus-menerus diarahkan pada bagian mental *mad'u*, untuk meningkatkan perhatian mereka dalam mengakui dan melaksanakan ajaran Islam. Untuk melakukan komunikasi persuasi yang dapat mempengaruhi *mad'u* nya, maka

---

<sup>6</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

<sup>7</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 4.

<sup>8</sup> Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 4.

<sup>9</sup> Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 31.

<sup>10</sup> Joseph A. DeVito, *Human Communication - The Basic Course* (Pearson Education, 2013), 410.

seorang komunikator dakwah atau *dai* harus membekali dirinya dengan keahlian hipotesis yang menarik *mad'unya*, sehingga seorang *dai* dapat menjadi komunikator yang menarik. Penggunaan dakwah yang meyakinkan, yang berarti metode yang terlibat dalam mempengaruhi sudut pandang, cara pandang, dan aktivitas individu dengan memanfaatkan pengendalian mental sehingga individu tersebut melakukan demonstrasi sesuai dengan kehendaknya sendiri.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut Effendy, komunikasi persuasif adalah metode di mana orang lain bersedia menerima pemahaman dan keyakinan, dan untuk mengambil tindakan dan aktivitas. Metode ini merupakan kontak tatap muka yang memungkinkan komunikator mengetahui, memahami, dan mengontrol: pertama, *frame of reference* komunikan selengkapnyanya. Kedua, kondisi fisik dan mental komunikan sepenuhnya. Ketiga, suasana lingkungan pada saat terjadinya komunikasi. Dan keempat, tanggapan komunikan secara langsung.<sup>12</sup>

Kesimpulan komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang dijalankan oleh seorang komunikator atau *persuader* kepada komunikan atau *persuadee* yang bertujuan untuk melakukan bujukan dan rayuan sehingga komunikan atau *persuadee* mau mengikuti ajakan komunikator atau *persuader*, sehingga opini, sikap, dan

tingkah lakunya dapat berubah dengan kesadarannya sendiri. Komunikasi persuasif membutuhkan kemampuan atau keahlian dalam mempengaruhi perilaku orang lain secara personal dan kelompok orang. Memiliki kemampuan atau keahlian dalam memberikan kepercayaan dan nilai-nilai kedalam diri orang lain, mulai dengan mempengaruhi pemikiran hingga tindakan komunikator dengan metode yang sangat detail.

Kemampuan komunikasi persuasif, membentuk orang mau melakukan yang diinginkan oleh komunikator, seakan-akan komunikan tersebut melaksanakan pesan komunikasi berdasarkan keinginannya sendiri. Sebagaimana seorang penyiar yang meyakinkan komunikan ketika mendengarkan adanya informasi kemacetan di jalan ataupun Razia. Hal tersebut membuat komunikan berhati-hati, sehingga mau membawa perlengkapan kendaraan bermotor selama dalam perjalanan. Maka peran komunikasi persuasive terlihat mampu memenuhi tujuan dari komunikasi, dalam masalah ini adalah untuk memberikan persepsi dan pengetahuan tentang apa yang terjadi.

Menurut pandangan Purnawan EA yang dikutip oleh Lutfi, bahwa komunikasi persuasif dapat berjalan sukses jika memenuhi faktor-faktor berikut ini:<sup>13</sup> *Pertama* yaitu *availability* maksudnya adalah kemudahan bagi seorang komunikan atau

<sup>11</sup> Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 12-13.

<sup>12</sup> Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono., "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)," *Jurnal Komikasi*. (Semarang: UNDIP, 2015), 2015.

<sup>13</sup> Iin Wahyuni, *Analisis Pesan Persuasif E-Wom SosialMedia*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2015), dikutip dalam Lutfi Alvian Widianto, "Teknik Persuasif Bung Tomo pada Pidato 10 November 1945 di Surabaya," *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 1, no. 1 (Agustus 2019): 122-138.

*persuadee* ketika menerima pesan, dan *relevance* maksudnya adalah keserasian pesan yang diterima oleh komunikan atau *persuadee* berdasarkan situasi dan kondisi komunikan atau *persuadee*. *Kedua* yaitu *heuristic* maksudnya adalah usaha berfikir yang tidak terlalu melihat sistematika logika yang berurutan akan tetapi lebih menekankan keindahan dan kemasan pesan yang disampaikan oleh komunikator atau *persuader*, *systematic* maksudnya adalah usaha berfikir yang memperhatikan sistematika logika yang berurutan. *Ketiga* adalah dengan memahami kebutuhan berdasarkan kondisi sasarannya. Apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan sasaran maka komunikasi persuasi dikatakan berhasil. Maka seorang komunikator atau *persuader* wajib menemukan kebutuhan yang paling diinginkan untuk dipenuhi oleh seorang komunikator atau *persuadee*. Keempat yaitu *attribution* dan *sequential*. *attribution* maksudnya adalah suatu usaha seorang individu dalam menjelaskan alasan dari sikapnya maupun perilakunya. *Attribution* ada dua jenis yaitu *attribution* internal dan *attribution* eksternal. *attribution* internal maksudnya adalah suatu kejadian yang terjadi karena tanggung jawab sendiri atau sebabnya datang dari orang itu sendiri, sedangkan *attribution* eksternal maksudnya adalah sesuatu kejadian yang akan didapatkan dari luar jika seseorang melakukan atau tidak melakukan apapun perintah dari komunikator atau *persuader*, seperti berupa hukuman atau memperoleh hadiah.

Adapun unsur-unsur komunikasi persuasi adalah bagian yang tidak dapat dihindari dalam setiap proses komunikasi antara individu dengan individu, maupun individu dengan kelompok. Dalam realitas suatu proses komunikasi persuasif, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi persuasif berjalan dengan baik, yaitu:<sup>14</sup>

*Komunikator atau Persuader*, Disebut komunikator bersifat persuasif, maka seorang komunikator wajib memiliki kredibilitas yang baik dalam komunikasi, maksudnya wajib memiliki ilmu pengetahuan tentang pesan apa yang di komunikasikan dengan tujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku orang lain secara personal atau kelompok baik dengan verbal maupun nonverbal.

*Pesan*, persoalan yang disampaikan oleh seorang komunikator atau *persuader* kepada komunikan atau *persuadee* agar penerima melaksanakan hal-hal yang diharapkan komunikator, sedangkan apa-apa yang diucapkan oleh seorang komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Di dalamnya terdiri atas disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan serta materi yang disajikan.

*Saluran sarana*, Media yang dipakai dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Agar komunikasi bersifat persuasif maka media yang dipakai harus tepat sesuai dengan bahasa, budaya, kebiasaan serta tingkat pendidikan.

---

<sup>14</sup> Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15.

*Komunikasikan atau persuadee*, yaitu orang yang menerima informasi atau pesan dari komunikator, biasanya disebut komunikan. Dalam berkomunikasi, penerima harus diperhatikan bagaimana dengan bahasa, budaya, kebiasaan serta tingkat pendidikan penerima.

*Umpan balik*, adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikasi atau dari pesan itu sendiri. Umpan balik juga dapat disebut balasan atau perilaku yang diperbuat. Umpan balik bisa berbentuk internal atau eksternal.

*Efek komunikasi persuasif* adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat, tingkah laku.

Komunikasi persuasif membutuhkan keterampilan yang baik dari komunikator dalam penyampaian pesan kepada komunikan atau *audiens*. Terdapat tahap-tahap yang harus dilalui agar komunikasi persuasif dapat menjadi efektif dan dapat mencapai tujuannya. Menurut Johnson Alvonco, Tahap-tahap komunikasi persuasif tersebut adalah:<sup>15</sup>

*Pertama*, menginformasikan, merupakan proses pemberian informasi sesuai dengan data yang sebenarnya. Informasi harus dipersiapkan dan dikemas menjadi pesan yang menarik bagi komunikan.

*Kedua*, menjelaskan, merupakan proses memberikan gambaran yang lebih detail dari informasi atau pesan atau objek yang

disampaikan tersebut sehingga lengkap. Tujuannya agar komunikan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih lengkap.

*Ketiga*, meyakinkan merupakan proses pembentukan atau mengubah persepsi komunikan sehingga memiliki penilaian yang positif terhadap pesan yang disampaikan. Dalam proses ini, terkandung proses pembangunan hubungan saling percaya antara komunikan dan komunikator.

*Keempat*, membujuk merupakan proses untuk mengajak komunikan untuk mau mengikuti atau melakukan sesuatu sesuai dengan pesan yang disampaikan. Dalam tahap ini, komunikan akan melihat apa manfaat untuk dirinya apabila ia mau melakukan seperti apa yang diharapkan komunikator.

Mendapatkan persetujuan atau Komitmen, merupakan tahap akhir dari komunikasi persuasif, dimana pada akhirnya komunikan setuju atau mengatakannya "ya" dan memutuskan untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator.

Para *dai* berkomunikasi dengan *mad'u* untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan bahkan tindakan mereka. Mencapai tujuan ini tidak mudah. Hyang menyatakan bahwa berkomunikasi dengan satu kata kunci yang tepat adalah lebih baik daripada menggunakan 10 ungkapan.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Johnson Alvonco, *Practical Communication Skill* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 25.

<sup>16</sup> Oh Su Hyang, *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi Yang Efektif* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2018), 99-101.

Seorang dai yang meraih predikat *cum laude* setelah menuntaskan satu pendidikan dakwah semestinya telah menguasai satu bidang ilmu dakwah, namun jika tidak didukung kemampuan berbicara yang baik, ilmunya akan sulit dipahami jemaahnya. Oleh karena itu, seorang pendakwah perlu menguasai berbagai teknik persuasi dakwah agar bisa berbicara sesuai dengan konteks yang dialami oleh jemaahnya. Berikut ini beberapa teknik persuasi dakwah yang harus dikuasai seorang pendakwah.

Menurut Effendy, ada teknik yang juga lumrah digunakan dalam komunikasi persuasif disebutkan ada lima teknik komunikasi persuasif yang dapat dipilih untuk mencapai suatu tujuan dan sasarannya, yaitu:<sup>17</sup>

*Teknik Asosiasi*, Teknik ini pada dasarnya adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengemasnya pada suatu usaha laten (tidak terlihat atau tidak langsung) mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan. Praktiknya menyajikan pesan dengan menumpangkannya pada suatu kejadian, objek atau peristiwa dan fenomena yang sedang menarik perhatian khalayak. Praktik humas dengan teknik asosiasi ini salah satunya pernah dilakukan Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan viralitas “berchandya” untuk publikasi konten Ketertuaan ASEAN 2023 di Indonesia.

*Teknik Integrasi*, Teknik ini adalah menyatukan diri komunikator dengan diri komunikan menggunakan kata-kata verbal

yang menyatukan kesatuan. Merupakan bagaimana kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Pada teknik ini, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Persamaan nasib berarti pengirim pesan merasakan apa yang komunikan rasakan.

Contoh kata “kita”, bukan “saya” atau “kami”. “Kita” dapat diartikan saya dengan anda. Ini berarti bahwa komunikator tidak berjuang untuk keuntungannya sendiri, tetapi juga kepentingan komunikan.

*Teknik Ganjaran*, Teknik ini adalah usaha mempengaruhi orang lain dengan mengiming-iming sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu (*pay-off*). Semisal, orang tua menjanjikan kepada anaknya bahwa jika setiap ujian mendapatkan nilai minimal 90 maka akan mendapatkan ganjaran hadiah menarik. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik membangkitkan rasa takut (*fear arousing technique*), yakni menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk. Sebagai contoh orang tua mengancam kepada anaknya bahwa jika setiap ujian mendapatkan nilai di bawah 70 maka akan mendapatkan hukuman larangan bermain selama sehari.

*Teknik red-herring*, Red herring atau hering merah sebenarnya merupakan ikan yang diolah dengan cara dikeringkan hingga menghasilkan bau menyengat. Ikan berwarna kemerah-merahan ini biasanya digunakan untuk menarik perhatian dan

---

<sup>17</sup> Effendy, *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*, 280–282.

melatih hewan berburu. Sehingga, pernyataan yang mengalihkan perhatian disebut sebagai red herring fallacy. Dalam teknik komunikasi red herring fallacy bertujuan untuk mengalihkan perhatian komunikan sehingga teralih dengan cerita yang lain. Dalam komunikasi *pesuasif* istilah ini berarti komunikator berusaha memenangi perdebatan menggunakan argumentasi yang lemah kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan.

*Teknik Tataan atau Icing*, Teknik tatanan ialah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, enak dilihat, enak dibaca agar orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut. Dalam dunia humas, teknik ini dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang baik sehingga mampu memuaskan publik.

## **Konteks Sosial Komitmen Nabi Muhammad Kepada Abu Tholib<sup>18</sup>**

Dalam buku Sejarah Hidup Muhammad karya Muhammad Husein Haekal disampaikan bahwa pada saat itu Nabi Muhammad berada pada fase dakwah terang-terangan kepada masyarakat kafir Quraisy. Saat beliau berdakwah, Nabi Muhammad menyebut kemudian mencela berhala-berhala sesembahan (Hubal, Latta, Uzza dan semua berhala) kafir Quraisy, dimana sebelumnya tidak pernah beliau lakukan. Sehingga orang-orang kafir

Quraisy menjadi khawatir, marah dan mempermasalahkannya. Hal tersebut dipandang sebagai masalah serius bagi pemuka kafir Quraisy karena dapat mempengaruhi penduduk Makkah untuk melawan mereka dan meninggalkan berhala-berhala sehingga mengganggu perkembangan perdagangan mereka.

Paman Nabi Muhammad yaitu Abu Thalib adalah sebagai pembela, pelindung dan penjaga beliau walaupun tidak memeluk Islam sampai akhir hidupnya. Karena pertimbangan tersebut para pemuka Quraisy yang diketuai oleh Abu Sufyan bin Harb pergi menemui Abu Thalib.

*“Abu Thalib,” kata mereka, “kemenakanmu itu sudah memaki berhala-berhala kita, mencela agama kita, tidak menghargai harapan-harapan kita dan menganggap sesat nenek moyang kita. Soalnya sekarang, harus kau hentikan dia. Kalau tidak, biarlah kami sendiri yang akan menghadapinya. Karena Anda juga sejalan dengan kami, maka cukup Anda-lah dari pihak kami untuk menghadapi dia.”*

Namun respon Abu Thalib memberikan jawaban dengan tepat. Sedang di sisi lain, Nabi Muhammad konsisten melanjutkan kewajiban dakwahnya sehingga pengikutnya semakin banyak. Sehingga orang-orang kafir Quraisy bekerjasama dalam menghadapi dakwah Nabi Muhammad. Kemudian pemuka kafir Quraisy menemui Abu Thalib untuk kedua kalinya. Pertemuan kali ini ditemani oleh Umarah bin al Walid bin al Mugirah, rencananya akan memberikan seorang pemuda yang gagah

---

<sup>18</sup> Muhammad Husein Haekal, *Sejarah Hidup Muhammad* (Surabaya: Litera AntarNusa, 2008), 98-101.

kepada Abu Thalib sebagai anak angkat, sedangkan sebagai gantinya agar Nabi Muhammad diserahkan kepada mereka (pemuka kafir Quraisy). Namun Abu Thalib menolak rencana pemberian mereka. Sehingga Nabi Muhammad terus menjalankan kewajiban dakwah, sedangkan kafir Quraisy juga terus bekerjasama.

Maka pemuka kafir Quraisy berupaya untuk yang ketiga kalinya datang kepada Abu Thalib, dengan mengatakan. "Abu Thalib," kata pemuka kafir Quraisy,

*"Anda sebagai orang yang terhormat, terpancang dikalangan kami. Kami telah meminta Anda menghentikan kemenakanmu itu, tetapi tidak juga Anda lakukan. Kami tidak akan tinggal diam menghadapi orang yang memaki nenek moyang kita, tidak menghargai harapan-harapan kita dan mencela berhalaberalhal kita sebelum Anda suruh dia diam atau sama-sama kita lawan sampai salah satu pihak nanti binasa."*

Beban berat yang dirasakan oleh Abu Thalib karena berpisah dan harus konflik dengan masyarakat Quraisy. Namun disisi lain Abu Thalib juga enggan menyerahkan Nabi Muhammad kepada pemuka Quraisy sehingga membuat kemenakannya kecewa. Sehingga terus memikirkan, apa yang harus dilakukannya?

Kemudian Abu Thalib menyuruh Nabi Muhammad datang kepadanya dan segera menceritakan segala maksud perkataan kaum Quraisy tersebut. Kemudian Abu Thalib berkata

*"Jagalah aku, begitu juga dirimu. Jangan aku dibebani hal-hal yang tak dapat ku pikul."*

Abu Thalib yang sudah usia lanjut merasa sudah tak kuasa lagi untuk melindungi dan membela Nabi Muhammad. Pamannya sudah terpaksa ingin meninggalkan dan melepaskannya. Ketika orang-orang Muslimin masih lemah dan tak berdaya untuk berperang, sehingga tidak dapat melawan kaum Quraisy yang sedang berkuasa, bergelimang harta dan memiliki sekutu yang kuat. Sedangkan sebaliknya Nabi Muhammad tidak memiliki itu semua kecuali kekuatan iman dan nilai-nilai kebenaran. Berdasarkan nilai-nilai kebenaran tersebut menjadi kekuatan dan motivasi Nabi Muhammad dalam mengajak umat manusia yang diperintahkan Allah kepadanya. Sehingga lebih baik gugur sedang ia membawa keimanan dan kebenaran yang telah diwahyukan kepadanya daripada menyerah tanpa berusaha. Oleh sebab itu, bersama jiwa dan raga yang penuh dengan kekuatan dan motivasi besar, Nabi Muhammad menghadap pamannya dan berkata:

*"Paman, demi Allah, walaupun mereka meletakkan matahari di tangan kanan saya dan bulan di tangan kiri supaya saya meninggalkan tugas ini, sungguh tidak akan saya tinggalkan, biar nanti Allah Yang akan membuktikan kemenangan itu di tangan saya atau saya binasa karenanya!"*

Abu Thalib gemetar setelah mendengar jawaban lantang dan tegas Nabi Muhammad hingga terpesona sejenak atas jawaban yang sangat tidak sangka tersebut. Sehingga dengan beberapa waktu lamanya Abu Thalib dalam kondisi terpesona atas

sikap Nabi Muhammad. Hingga kemudian Abu Thalib meminta Nabi Muhammad untuk datang kembali, dan mengatakan kepadanya:

Jawaban Abu Thalib, *"Anakku, katakanlah sekehendakmu. Bagaimanapun aku tak akan menyerahkan engkau karena hal-hal yang tidak kausukai!"*

### **Komunikasi Dakwah Persuasif Nabi Muhammad Saw. Kepada Abu Thalib**

Di dalam dialog antara Nabi Muhammad saw. dengan Abu Thalib pamannya, telah terlihat secara tersirat bahwa Nabi Muhammad saw. sebagai *persuader* ingin mengajak kepada Abu Thalib pamannya sebagai *persuadee* agar tidak takut dan mengikuti perintah, kehendak, dan ancaman dari para pemuka kafir Quraisy untuk menghentikan jalan dakwahnya. Dan sebaliknya mengajak Abu Thalib agar tetap mendukung dan melindungi dirinya agar selalu aman dan selamat dalam menjalankan dakwahnya. Hal tersebut sebagaimana tersirat dalam teks ucapan Nabi Muhammad saw. sebagai berikut:

*"Paman, demi Allah, walaupun mereka meletakkan matahari di tangan kanan saya dan bulan di tangan kiri supaya saya meninggalkan tugas ini, sungguh tidak akan saya tinggalkan, biar nanti Allah Yang akan membuktikan kemenangan itu di tangan saya atau saya binasa karenanya!"*

Jawaban Abu Thalib, *"Anakku, katakanlah sekehendakmu. Bagaimanapun aku tak akan menyerahkan engkau karena hal-hal yang tidak kausukai!"*

Jika dilihat dari isi pernyataan Nabi Muhammad saw. tersebut, maka dapat dipahami bahwa yang menjadi sasaran komunikasi dakwah persuasifnya adalah Abu Thalib pamannya. Sedangkan Nabi Muhammad saw. menjadikan "Allah" sebagai motivasi dan komitmennya dalam menjalankan dakwah kepada masyarakat agar menyembah Allah dengan pernyataan "demi Allah". Di sisi lain Nabi Muhammad saw. telah menunjukkan sikapnya bahwa dirinya tidak dapat ditawar dan dipengaruhi dengan kenikmatan apapun di dunia meskipun "matahari dan bulan" diberikan kepadanya sebagai symbol bahwa beliau tidak dapat ditawar dengan apapun.

Sebelum melakukan analisa teknik komunikasi persuasif Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib pamannya, maka perlu dipahami bahwa, konteks yang menjadi latar belakang dalam fakta sejarah dakwah Nabi Muhammad saw. bahwa saat itu beliau berada pada fase dakwah terang-terangan kepada masyarakat kafir Quraisy. Saat beliau berdakwah, Nabi Muhammad saw. menyebut kemudian mencela berhala-berhala sesembahan (Hubal, Latta, Uzza dan semua berhala) kafir Quraisy, dimana sebelumnya tidak pernah beliau lakukan. Sehingga orang-orang kafir Quraisy menjadi khawatir, marah dan mempermasalahkannya. Hal tersebut dipandang sebagai masalah serius bagi pemuka kafir Quraisy karena dapat mempengaruhi penduduk Makkah untuk melawan mereka dan meninggalkan berhala-berhala sehingga mengganggu perkembangan perdagangan mereka.

Paman Nabi Muhammad Saw yaitu Abu Thalib adalah sebagai pembela, pelindung

dan penjaga beliau walaupun tidak memeluk Islam sampai akhir hidupnya. Karena pertimbangan tersebut para pemuka Quraisy yang diketuai oleh Abu Sufyan bin Harb pergi menemui Abu Thalib.

### **1. Penerapan Teknik Asosiasi dalam Komunikasi Dakwah Persuasif Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib.**

Berdasarkan pada teks pernyataan komitmen Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib pamannya, terdapat teknik asosiasi yang digunakan oleh Nabi yaitu pada awal pernyataan dengan menyebut "*Paman, demi Allah*". Dalam awal pernyataan Nabi Muhammad saw. tersebut, beliau mengatakan "*Paman*", kemudian dilanjutkan dengan kata "*Demi Allah*". Kata "*Demi*". Berdasarkan Kamus Bahasa Indonesia<sup>19</sup> dapat diartikan dengan "atas nama (Tuhan, untuk bersumpah), maka kata tersebut telah mengandung nilai kesungguhan atau yang sungguh-sungguh. Dengan meletakkan suatu obyek yang dianggap, diketahui, dan dikenal sebagai obyek yang berkuasa dan agung atas manusia. Sehingga untuk mempengaruhi komunikasi atau *persuadee*, beliau menggunakan sumpah atau komitmennya dalam melakukan sesuatu. Sedangkan kata kedua yaitu kata "*Allah*". Berdasarkan Kamus Bahasa Indonesia<sup>20</sup> yang artinya Tuhan atau sesembahan. Yaitu obyek yang dianggap sempurna, pencipta (diakui oleh masyarakat Arab),<sup>21</sup> agung, dan berkuasa atas manusia. Sehingga untuk mempengaruhi komunikasi atau *persuadee* yaitu Abu Thalib, beliau menggunakan obyek yang dikenal sebagai

pencipta oleh masyarakat Arab yaitu Allah sebagai obyek sumpahnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam pernyataan komitmen Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib menunjukkan kesungguhan, menyadarkan dan mengajak bahwa atas nama Tuhan pencipta yaitu Allah yang mereka akui bersama maka Nabi Muhammad saw. tidak akan menghentikan jalan dakwahnya sedangkan Abu Thalib adalah orang yang selama ini membela dan melindungi keselamatan Nabi Muhammad saw.

### **2. Penerapan Teknik Integrasi dalam Komunikasi Dakwah Persuasif Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib.**

Penggunaan teknik integrasi oleh *persuader* atau komunikator merupakan keahlian *persuader* atau komunikator untuk menyatukan diri dalam berkomunikasi bersama *persuadee* atau komunikasi melalui verbal atau non verbal bahwa masih satu keluarga besar.

Maka pada teks pernyataan komitmen Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib pamannya, terdapat teknik integrasi yang digunakan oleh Nabi yaitu pada awal pernyataan dengan menyebut: kata "*Paman*". Berdasarkan Kamus Bahasa Indonesia,<sup>22</sup> artinya "adik laki-laki ayah atau adik laki-laki ibu". Maka maksud "*paman*" pada pernyataan ini adalah Abu Thalib bin Abdul Mutthalib yang merupakan adik kandung laki-laki dari ayah (Abdullah bin Abdul Mutthalib) Nabi Muhammad saw. Atau sebaiknya bahwa Nabi Muhammad saw.

---

<sup>19</sup> Kamus Bahasa Indonesia (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), 336.

<sup>20</sup> Kamus Bahasa Indonesia, 44.

<sup>21</sup> Haekal, *Sejarah Hidup Muhammad*.

<sup>22</sup> Kamus Bahasa Indonesia, 1027.

adalah keponakan Abu Thalib sehingga masih satu keluarga (sedarah) atau kabilah yaitu Bani Hasyim.<sup>23</sup>

Oleh sebab itu pernyataan “*paman*” tersebut menunjukkan penggunaan teknik integrasi Nabi Muhammad Saw yang mengajak kepada Abu Tholib agar senantiasa sabar, teguh, dan konsisten dalam membela dan melindungi beliau ketika menjalankan dakwah dari segala gangguan dan ancaman para pemuka maupun masyarakat quraisy. Sedangkan Abu Tholib sebagai pemimpin dari Bani Hasyim dan sekaligus paman kandung Nabi Muhammad saw. yang sedarah.

Berdasarkan analisis faktor keberhasilan komunikasi persuasif, dapat dikatakan bahwa penggunaan teknik dan pesan dalam pernyataan Nabi Muhammad saw. adalah faktor *available* dan *relevance*. Dimana Nabi Muhammad saw. memulai dengan menyebut paman dengan harapan agar sebagai bagian dari ikatan keluarga Bani Hasyim, mari bersama-sama ikut melindungi dan membela Nabi Muhammad saw. keponakannya dalam menjalankan dakwah dari segala ancaman dan gangguan para pemuka dan masyarakat kafir Quraisy.

### **3. Penerapan Teknik Ganjaran dalam Komunikasi Dakwah Persuasif Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib.**

Secara prinsip teknik ganjaran itu ada dua yaitu pertama, *pay-off* adalah cara

mempengaruhi orang lain dengan janji memberikan imbalan yang menguntungkan, dan kedua *fear arousing* adalah cara mempengaruhi orang lain dengan memberikan ancaman atau menakut-nakuti dengan konsekwensi yang buruk.

Teknik *pay off* (imbalan keuntungan) yang Nabi Muhammad saw. katakan adalah terdapat pada teks “*biar nanti Allah Yang akan membuktikan kemenangan itu di tangan saya.*” Gambaran imbalan keuntungan yang disampaikan oleh Nabi Muhammad saw. kepada *persuadee* yaitu Abu Tholib sebagai pamannya (ikatan keluarga dekat) adalah imbalan mendapatkan kemenangan Nabi Muhammad saw. dan golongannya dari Allah Swt. atas orang-orang kafir Quraisy.

Berdasarkan teori faktor-faktor kesuksesan komunikasi persuasif, bahwa penggunaan teknik yang dipakai dan pesan yang digunakan oleh Nabi Muhammad saw. telah sesuai dengan faktor *attribution* yaitu berupa imbalan kemenangan dari Allah (sebagai *attribution eksternal*) kepada Nabi Muhammad saw. dengan golongannya (Bani Hasyim salah satunya).

Nabi Muhammad saw. memahami bahwa semangat dan harga diri kultur kekeluargaan sangat utama dan penting dalam menghadapi kerasnya persaingan kehidupan social di Arab. Sehingga meskipun Abu Thalib pamannya tidak masuk agama Islam tetapi semangat dan harga diri kultur kekeluargaan yang tinggi mengharuskan Abu Tholib selalu membela dan melindungi Nabi Muhammad dari segala

---

<sup>23</sup> Haekal, *Sejarah Hidup Muhammad*.

gangguan dan ancaman dari para pemuka kafir Quraisy.

Sedangkan teknik *fear arousing* (ancaman) yang Nabi Muhammad saw. katakan adalah terdapat pada teks “*saya binasa karenanya!*” Gambaran ancaman yang disampaikan oleh Nabi Muhammad saw. kepada *persuadee* yaitu Abu Tholib sebagai pamannya (ikatan keluarga dekat) adalah ancaman kebinasaan Nabi Muhammad saw. dan golongannya termasuk Bani Hasyim atas perbuatan orang-orang kafir Quraisy.

Berdasarkan teori faktor-faktor kesuksesan komunikasi persuasif, bahwa penggunaan teknik yang dipakai dan pesan yang digunakan oleh Nabi Muhammad saw. telah sesuai dengan faktor *attribution internal* yaitu berupa kebinasaan karena perbuatan orang-orang kafir Quraisy yang ingin menghancurkan Nabi Muhammad saw. beserta golongannya. Sedangkan keluarganya (Bani Hasyim) yang tidak tahan atau konsisten untuk membela dan melindungi Nabi Muhammad saw. dan golongannya.

Nabi Muhammad saw. memahami bahwa semangat dan harga diri kultur kekeluargaan sangat utama dan penting dalam menghadapi kerasnya persaingan kehidupan social di Arab. Sehingga dengan semangat dan harga diri kultur kekeluargaan yang tinggi mengharuskan Abu Tholib selalu membela dan melindungi Nabi Muhammad dari segala gangguan dan ancaman dari para pemuka kafir Quraisy.

#### **4. Penerapan Teknik Tataan atau Icing dalam Komunikasi Dakwah**

#### **Persuasif Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib.**

Secara prinsip teknik tataan merupakan cara mempengaruhi orang lain dengan menyusun pernyataan pesan komunikasi sebaik mungkin, sehingga enak didengar, dapat dipahami dan diterima dengan baik dan nyaman yang mampu membuat *persuadee* tergerakkan dan mengikuti keinginan dari pesan *persuader*.

Ciri khas dari penggunaan teknik tataan ini adalah dengan menggunakan gaya bahasa yang tinggi dan menarik. Teknik tataan yang digunakan Nabi Muhammad saw. kepada Abu Tholib seperti pada pernyataan:

*“Kalaupun mereka meletakkan matahari di tangan kanan saya dan bulan di tangan kiri supaya saya meninggalkan tugas ini, sungguh tidak akan saya tinggalkan.”*

Dalam pernyataan tersebut Nabi Muhammad saw. menggunakan gaya bahasa metafora yaitu gaya bahasa yang membandingkan diantara benda satu dengan benda selainnya secara langsung. Penggunaan kata “meletakkan matahari di tangan kananku” dapat dianalisa memetaforakan dengan “memberikan jabatan atau pangkat atau kedudukan kepada Nabi Muhammad saw.” Sedangkan “bulan ditangan kiri” dapat dianalisa memetaforakan dengan memberikan wanita yang cantik atau pasangan sesuai selera Nabi Muhammad saw. Berdasarkan penggunaan kata-kata Nabi Muhammad saw. tersebut, maka dapat dipahami bahwa beliau hendak menegaskan bahwa walaupun para pemuka Quraisy hendak memberikan jabatan atau pangkat atau kedudukan tinggi dan wanita paling cantik sesuai dengan selera

dengan jumlah yang banyak, maka Nabi Muhammad saw. supaya meninggalkan tugas dakwah, maka sesungguhnya beliau tidak akan meninggalkan tugasnya. Berdasarkan pada penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib adalah dengan menggunakan komunikasi persuasif dengan teknik tataan. Kata-kata dalam pernyataan tersebut disusun dengan terstruktur dan indah sehingga memiliki efek yang mendalam bagi Abu Thalib pamannya hingga menjawab:

*"Anakku, katakanlah sekehendakmu. Bagaimanapun aku tak akan menyerahkan engkau karena hal-hal yang tidak kausukai!"*

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa terhadap komunikasi dakwah persuasif Nabi Muhammad saw. kepada Abu Thalib, maka dapat kita simpulkan bahwa: *pertama*, Nabi Muhammad saw. menggunakan teknik asosiasi dengan menggunakan identitas maha pencipta langit dan bumi yang dikenal oleh Abu Tholib dan masyarakat Arab pada umumnya, kemudian digunakan sebagai obyek legitimasi yang menarik dalam berkomitmen, untuk menunjukkan kesungguhan beliau untuk terus melanjutkan tugas dakwahnya. *Kedua*, menggunakan teknik Integrasi dengan menunjukkan ikatan keluarga dari Bani Hasyim yang memiliki harga diri untuk saling melindungi, menolong, dan membela antara satu dengan selainya ketika

ada ancaman dan gangguan dari orang lain. Apabila dihubungkan dengan teori faktor keberhasilan komunikasi persuasif, maka pemilihan teknik integrasi yang digunakan dalam pesan Nabi Muhammad saw. telah memenuhi faktor *available* dan *relevance*. *Ketiga*, menggunakan teknik ganjaran (*pay-off*), Nabi Muhammad saw. mengajak *persuadee* nya dengan menggambarkan harapan atau imbalan berupa kemenangan dari Allah Swt. atas orang-orang kafir Quraisy. Dan teknik ganjaran (*fear arousing*), Nabi Muhammad saw. mengajak *persuadee* dengan gambaran ancaman kebinasaan Nabi Muhammad saw. dan golongannya termasuk Bani Hasyim atas perbuatan orang-orang kafir Quraisy. Apabila dihubungkan dengan teori faktor keberhasilan komunikasi persuasif, maka pemilihan teknik ganjaran yang digunakan dalam pesan Nabi Muhammad saw. telah memenuhi faktor *attribution internal dan eksternal*. *Keempat*, menggunakan teknik ganjaran tataan, Nabi Muhammad saw. mengajak *persuadee*-nya dengan menggunakan gaya bahasa yang tinggi dan menarik. Seperti pada pernyataan, "*Kalaupun mereka meletakkan matahari di tangan kanan saya dan bulan di tangan kiri supaya saya meninggalkan tugas ini, sungguh tidak akan saya tinggalkan.*"

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi sumber referensi tambahan bagi para pendakwah atau *dai* saat dakwah kepada obyek dakwahnya *mad'u* di masyarakat luas.

## **Bibliografi**

- Alvonco, Johnson. *Practical Communication Skill*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014.
- Amin, Samsul Arifin. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- DeVito, Joseph A. *Human Communication – The Basic Course*. Pearson Education, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju, 1990.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- . *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono. "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)." *Jurnal Komikasi*. (Semarang: UNDIP, 2015), 2015.
- Haekal, Muhammad Husein. *Sejarah Hidup Muhammad*. Surabaya: Litera AntarNusa, 2008.
- Harianto, Yudi Asmara. "Teknik Persuasi Nabi Muhammad Kepada Kaum Anshar Dalam Pembagian Ghanimah Perang Hunain." *JURNAL LENTERA : Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi* 21, no. 1 (Maret 2022): 1–15.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Masruroh, Lina. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indpnesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Oh Su Hyang. *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi Yang Efektif*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2018.
- Sukmadinata, N.S. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosadakarya, 2011.
- Wahyuni. Iin, *Analisis Pesan Persuasif E-Wom SosialMedia*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2015).
- Widianto, Lutfi Alvian. "Teknik Persuasif Bung Tomo Pada Pidato Sepuluh November 1945 Di Surabaya." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 1, no. 1 (19 Agustus 2019): 143. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v1i1.16>.

