

## Komunikasi Persuasif Prof. Dr. Kh. Miftah Faridl dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Kepada Masyarakat

**Annisa Huwaidah\*, Malki Ahmad Nasir, Muhammad Fauzi Arif**

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

annisahuwa@gmail.com, malki\_tea@unisba.ac.id, muhammadfauziarif@gmail.com

**Abstract.** This research is entitled "The Persuasive Communication of Prof. Dr. K.H. Miftah Faridl in Conveying Da'wah Messages to the Society", Which aims to identify and explain the characteristics of authority, credibility and attractiveness which is possessed by K.H. Miftah Faridl in conveying da'wah messages to the society. Apart from that, this research also analyzes technique of the persuasive communication that use by K.H. Miftah Faridl in conveying his preaching message. This research uses the descriptive qualitative methods with data collection techniques through literature study, observation and interviews. The research results show that K.H. Miftah Faridl has the characteristics of strong authority, high credibility, and significant appeal in his preaching. Apart from that, he effectively applied the various persuasive communication techniques, such as association techniques, integration techniques, pay off and fear arousing techniques, red herring techniques, and icing techniques, which succeeded in increasing the effectiveness of conveying da'wah messages to the public.

**Keywords:** *Persuasive Communication, Da'wah, K.H. Miftah Faridl.*

**Abstrak.** Penelitian ini berjudul "Komunikasi Persuasif Prof. Dr. K.H. Miftah Faridl Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Kepada Masyarakat". Penelitian ini bertujuan untuk mengenali dan menjelaskan karakteristik otoritas, kredibilitas, dan daya tarik yang dimiliki oleh K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa K.H. Miftah Faridl memiliki karakteristik otoritas yang kuat, kredibilitas yang tinggi, serta daya tarik yang signifikan dalam dakwahnya. Selain itu, beliau secara efektif menerapkan beberapa teknik komunikasi persuasif, seperti teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran dan teknik pembangkitan rasa takut, teknik red herring, serta teknik tataan, yang berhasil meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Persuatif, Dakwah, K.H. Miftah Faridl.*

## A. Pendahuluan

Dakwah Islam adalah seruan untuk mengubah pemahaman dan perilaku seseorang atau kelompok agar taat kepada Allah SWT dan Rasulullah SAW sesuai Al-Qur'an dan Sunnah. Dakwah menjadi kewajiban bagi setiap muslim dan berperan penting dalam penyebaran Islam. Dengan dakwah, Islam yang awalnya hanya dikenal di Mekkah kini tersebar hingga ke Indonesia. Namun, dakwah memerlukan persiapan yang matang agar pesan yang disampaikan efektif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Di Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, pendakwah memiliki tanggung jawab besar dalam menyampaikan ajaran Islam. Meski demikian, beberapa kasus menunjukkan pendakwah yang kurang mempersiapkan materi dakwah dengan baik dan membangun citra yang baik dihadapan masyarakat sehingga menimbulkan kontroversi. Salah satunya adalah kasus Ustadz Yusuf Mansur pada tahun 2022 yang menjadi sorotan setelah emosinya terekam dalam video terkait pencarian dana untuk bisnis PayTren, yang memengaruhi citranya sebagai seorang pendakwah. Kasus lain melibatkan Gus Miftah, yang melakukan tindakan perundungan dan pelecehan secara verbal yang dibungkus dengan candaan kepada seorang seniman “ketoprak” yaitu Yati Pesek.

Kondisi ini menunjukkan pentingnya kehati-hatian dan kedewasaan dalam berdakwah. Dakwah harus dilandasi pemahaman mendalam tentang mad'u, yaitu masyarakat yang memiliki sifat plural dan majemuk. Seorang da'i perlu memahami konteks sosial, budaya, dan ekonomi mad'u agar pesan dakwah efektif.

Agar pesan dakwah yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan masyarakat dapat terbuka, maka dakwah bisa menggunakan komunikasi persuasif. Dengan menggunakan komunikasi persuasif yang memiliki tujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikan (*mad'u*) sesuai yang diharapkan komunikator (*da'i*), dengan kesadaran yang dilakukan secara halus, luwes, membujuk, baik tanpa ada rasa canggung, sungkan, takut dan pemaksaan, ancaman yang keras. Diharapkan dakwah yang *da'i* sampaikan bisa berlangsung dengan efektif sehingga *mad'u* dapat termotivasi dan menuju kepada tingkah laku/sikap yang sejalan dengan yang sudah disampaikan oleh *da'i*.

K.H. Miftah Faridl adalah salah satu *da'i* paling berpengaruh di Indonesia, khususnya di Jawa Barat. Beliau merupakan guru besar Ilmu Sosial dan Kemasyarakatan di Institut Teknologi Bandung, ketua Badan Pengurus Yayasan Universitas Islam Bandung, serta ketua Pembina Yayasan AdDa'wah. Saat ini, beliau juga menjabat sebagai ketua MUI Kota Bandung. Menurut Hajir Tajiri, ia mengungkapkan bahwa salah satu pendakwah karismatik di Jawa Barat yaitu K.H. Miftah Faridl, dalam berdakwah beliau memiliki pribadi yang utuh dan sempurna, sengan sikap yang sederhana namun tetap bersahaja, gaya tutur beliau menenangkan dan santun, tanpa nada yang berlebihan. Ceramah beliau memiliki daya tarik tersendiri, sering kali disertai dengan kisah-kisah yang relevan. Bahasa yang digunakan pun tersusun rapih, sistematis dan dapat diterima oleh semua kalangan.

Hal ini juga disetujui oleh beberapa jamaah pendengar setia ceramah K.H. Mifath Faridl, salahsatunya yaitu Ibu Dede Darwis, selaku jamaah Masjid Istiqamah Bandung, pendengar setia kajian K.H. Miftah Faridl. Mengatakan “*saya sudah mendengarkan kajian Pak Miftah, sejak remaja sekitar 1970'an, menurut saya cara penyampaian dakwah Pak Miftah mudah di mengerti di berbagai kalangan usia dari mulai remaja sampai lansia, gaya ceramahnya konsisten sedari dulu, dalil yang disampaikan pun kuat dan jelas, contoh dalam pengamalannya pun sangat mudah untuk diikuti, Pak Miftah juga sangat terbuka dan dekat dengan masyarakat*”

Maka dari itu, pentingnya dilakukan penelitian ini, karena untuk mengetahui komunikasi persuasif yang tepat dan dapat digunakan oleh *da'i*, dengan menjadikan K.H. Miftah Faridl sebagai *role model* dalam melakukan komunikasi persuasif dalam dakwahnya. agar menjadi acuan bagi para *da'i* yang memiliki kesulitan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada umat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menjelaskan terkait karakteristik otoritas, kredibilitas dan daya tarik yang dimiliki K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.
2. Mengetahui dan menganalisis teknik komunikasi persuasif yang dilakukan K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.

## B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali dan menganalisis komunikasi persuasif yang diterapkan oleh K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah. Metode ini memungkinkan eksplorasi yang komprehensif terhadap proses komunikasi dalam konteks alami, dengan menekankan pada interaksi sosial serta strategi yang digunakan dalam dakwah. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Studi kepustakaan mencakup kajian terhadap buku, jurnal, tesis, serta berbagai karya tulis yang membahas sosok dan metode dakwah K.H. Miftah Faridl. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung ceramah beliau melalui video di YouTube, program MQ Pagi di MQ FM, serta kajian yang diisi secara langsung. Sementara itu, wawancara dilakukan secara mendalam dan terstruktur dengan K.H. Miftah Faridl serta jamaahnya untuk memperoleh perspektif mengenai efektivitas komunikasi persuasif yang diterapkan.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan merangkum informasi yang paling relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data bertujuan untuk menyusun informasi secara sistematis guna memahami teknik komunikasi persuasif K.H. Miftah Faridl, termasuk aspek otoritas, kredibilitas, dan daya tarik yang dimilikinya. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif, dengan interpretasi yang bersifat dinamis dan dapat berkembang sesuai dengan temuan baru dalam penelitian. Dengan metodologi ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai efektivitas komunikasi persuasif K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Analisis Karakteristik Prof. Dr. K.H. Miftah Faridl dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Perspektif Komunikasi Persuasif

Berdasarkan teori komunikasi persuasif, Dikutip dari Ezi Hendri, Richard M. Perloff menyatakan terdapat tiga karakteristik dasar yang harus dimiliki oleh *persuader*, agar *persuader* dapat memiliki kepercayaan dari *persuadee* sehingga pesan yang disampaikan bisa berjalan secara efektif dan efisien, ketiga karakteristik itu yaitu otoritas, kredibilitas dan daya tarik.

Penelitian ini menggali tentang ketiga karakteristik tersebut yang tercermin dalam diri K.H. Miftah Faridl ketika berinteraksi dengan mad'u. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengamatan langsung terhadap aktivitas dakwah beliau, baik melalui ceramah di masjid, seminar, maupun kanal digital.

Berikut karakteristik yang dimiliki oleh K.H. Miftah Faridl, antara lain:

#### 1. Otoritas

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss mengatakan bahwa keahlian sama aslinya dengan otoritas, yaitu keahlian *persuader* dalam mengenali subjeknya, pendapat khalayak tentang kecerdasan komunikator, informasi, kompetensi dan kewibawaanya.

Otoritas dalam konteks komunikasi persuasif merujuk pada kemampuan seseorang untuk dipercaya dan diterima oleh audiens berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan keahliannya. Didalam penelitian ini didapati bahwa K.H. Miftah Faridl memiliki otoritas yang didasarkan pada dua aspek yaitu keahlian dan Kekuasaan dikarenakan adanya azas kepercayaan, sebagai berikut

Keahlian dibidang Akademik: K.H. Miftah Faridl merupakan seorang akademisi yang sangat dihormati. Dengan latar belakang pendidikan yang mendalam, beliau memperoleh gelar doktor di bidang Dakwah dan Komunikasi Islam dari IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Gelar ini membuktikan kedalaman pengetahuan beliau mengenai kajian-kajian Islam, baik teori maupun praktik. Keahlian ini sangat penting dalam membangun otoritasnya, terlebih karena beliau sering menyampaikan ceramah yang mengandung unsur-unsur ilmiah dan analisis mendalam mengenai isu-isu keagamaan kontemporer.

Kekuasaan dikarenakan adanya azas kepercayaan: Selain keahlian akademik, otoritas beliau juga terbentuk melalui pengalaman panjang dalam dunia dakwah dan pendidikan agama. Posisi beliau sebagai pengajar di berbagai lembaga pendidikan Islam dan pengurus organisasi keagamaan turut memperkuat legitimasi beliau di mata masyarakat. Kehadiran beliau di berbagai forum dakwah menambah kredibilitasnya sebagai sosok yang dihormati dalam komunitas agama.

Sementara itu, Ahmad menjelaskan bahwa otoritas adalah azas kepercayaan atas jabatan yang

diraih untuk mencapai hasil yang diinginkan, namun hanya mencakup garis komando formal dengan sifat tertentu. Otoritas semacam ini diraih melalui posisi, bukan karakteristik individu. K.H. Miftah Faridl, yang memegang berbagai posisi formal dalam bidang akademik, keagamaan, dan sosial, menunjukkan bahwa otoritasnya diakui dan diterima secara sukarela oleh masyarakat dan jamaah, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas dakwah yang beliau sampaikan.

Kedua teori ini menggambarkan bahwa otoritas yang dimiliki oleh K.H. Miftah Faridl, baik dalam bentuk kekuasaan maupun legitimasi formal, memainkan peran kunci dalam membangun kepercayaan dan penerimaan jamaah terhadap pesan-pesan dakwah yang beliau sampaikan.

Dalam proses persuasi, jika hanya mengandalkan otoritas saja, maka hasil yang didapat hanya terbatas pada kepatuhan atau ketundukan, sementara identifikasi dan internalisasi cenderung tidak tercapai. Oleh karena itu, kekuasaan harus disertai dengan kredibilitas dan daya tarik dari pesan yang disampaikan. Komunikasi tidak akan efektif, jika pesan yang disampaikan tidak diperhatikan dengan baik.

## 2. Kredibilitas

Menurut Jalaluddin Rahmat, kredibilitas adalah seperangkat persepsi yang dimiliki oleh *persuadee* tentang sifat-sifat *persuader*. Hal ini menekankan bahwa kredibilitas bukanlah sifat bawaan dari *persuader*, melainkan persepsi yang terbentuk dibenak *persuadee*.

Kredibilitas seorang komunikator dalam konteks dakwah mengacu pada sejauh mana pesan yang disampaikan dianggap dapat dipercaya oleh audiens. Dalam hal ini, kredibilitas K.H. Miftah Faridl terbentuk berhasil memenuhi kriteria tersebut dalam menyampaikan pesan dakwahnya. *Pertama*, K.H. Miftah Faridl memperlihatkan energi tinggi dan kemampuan untuk mengatasi tekanan dalam setiap ceramahnya bahkan ditengah berbagai tantangan, beliau terus aktif menyampaikan dakwah selama bertahun-tahun. *Kedua*, kepercayaan diri K.H. Miftah Faridl terlihat jelas dalam ceramahnya di berbagai tempat maupun platform yang berbeda, tidak pernah dijumpai keraguan sedikit pun ketika beliau sedang menyampaikan dakwah, beliau memiliki keyakinan yang kuat terhadap kebenaran pesan yang disampaikan dan mampu mengendalikan situasi dalam forum dakwah dengan baik. *Ketiga*, K.H. Miftah Faridl dikenal sebagai pendakwah yang selalu tenang dan tidak mudah terpengaruh oleh emosi, bahkan dalam situasi yang sulit, beliau selalu menyampaikan pesan dakwah dengan kebijaksanaan dan kesabaran. *Keempat*, integritas pribadi K.H. Miftah Faridl tercermin dalam konsisten antara kata dan tindakan, beliau selalu berusaha untuk mengamalkan apa yang beliau sampaikan dalam dakwahnya. *Kelima*, motivasi kekuasaan K.H. Miftah Faridl selalu berupaya untuk mengarahkan masyarakat agar menuju kepada kehidupan yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. *Keenam*, orientasi beliau pada keberhasilan tampak dari cara beliau selalu berusaha menyampaikan pesan yang dapat diimplementasikan oleh jamaah dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun menurut Jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesan yang diberikan oleh *persuadee* terhadap *persuader*, yang didasarkan pada watak *persuader* yang jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, dan etis. Penelitian menunjukkan bahwa K.H. Miftah Faridl berhasil memenuhi semua kriteria ini dalam setiap penyampaian pesan dakwahnya. *Pertama*, beliau dikenal sebagai sosok yang jujur dalam menyampaikan pesan dakwah, selalu memastikan bahwa apa yang disampaikan sesuai dengan syariat Islam dan dapat dipertanggungjawabkan. *Kedua*, ketulusan K.H. Miftah Faridl tercermin dari niat baiknya dalam berdakwah yang semata-mata hanya untuk meraih ridho Allah dan untuk kebaikan umat tanpa kepentingan pribadi. *Ketiga*, beliau juga dipandang bermoral tinggi, menunjukkan integritas yang kuat. *Keempat*, adil dalam menyampaikan pesan dakwah tanpa memihak kepada golongan tertentu. *Kelima*, kesopanan dan etika yang ditunjukkan dalam interaksi beliau dengan jamaahnya, serta cara beliau menjaga sikap dan emosi dengan penuh kesabaran, semakin mengukuhkan kredibilitasnya sebagai seorang *persuader* yang dapat dipercaya.

Dengan karakteristik-karakteristik tersebut, K.H. Miftah Faridl mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat, dan kredibilitasnya sebagai seorang pendakwah diakui secara luas.

## 3. Daya Tarik

Daya tarik merupakan faktor yang menjadikan pesan dakwah lebih diterima oleh audiens, terutama melalui faktor kesamaan, familiaritas, dan kesukaan. K.H. Miftah Faridl sangat memperhatikan bagaimana membangun kedekatan emosional dan intelektual dengan audiens melalui tiga aspek utama ini.

Kesamaan: K.H. Miftah Faridl sangat cermat dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan

audiens yang hadir. Ketika berdakwah kepada masyarakat Jawa Barat, beliau menggunakan bahasa daerah atau ungkapan yang lebih akrab dan mudah dipahami oleh mereka. Di sisi lain, ketika berinteraksi dengan kalangan mahasiswa dan akademisi, beliau sering menggunakan bahasa yang lebih ilmiah yang dapat memicu diskusi lebih mendalam. Kesamaan dalam konteks ini tidak hanya dilihat dari segi bahasa, tetapi juga dalam hal pemahaman budaya dan konteks sosial audiens.

**Familiaritas:** Familiaritas terbentuk melalui interaksi yang lebih dekat dengan jamaah. K.H. Miftah Faridl dikenal sebagai sosok yang ramah, mudah diakses, dan terbuka terhadap pertanyaan dari jamaah. Beliau tidak hanya menyampaikan ceramah, tetapi juga aktif berdiskusi dan memberikan ruang bagi audiens untuk mengajukan pertanyaan. Pendekatan ini membuat beliau lebih dikenal dan dikenali oleh masyarakat, yang pada gilirannya menciptakan rasa kedekatan dan familiaritas yang mendalam.

**Kesukaan:** Faktor kesukaan berhubungan dengan kesan positif yang ditinggalkan oleh kepribadian seorang komunikator. K.H. Miftah Faridl dikenal sebagai sosok yang penuh kasih sayang, bijaksana, dan humoris. Humor yang beliau gunakan dalam dakwah seringkali berfungsi untuk meredakan ketegangan dan menciptakan suasana yang lebih akrab antara beliau dan audiens. Di samping itu, keteladanan pribadi beliau dalam menerapkan ajaran Islam juga menjadi daya tarik tersendiri. Beliau tidak hanya berbicara tentang ajaran Islam, tetapi juga mencontohkannya dalam kehidupan sehari-hari, yang menginspirasi banyak orang untuk mengikuti jejaknya.

### **Analisis Teknik Komunikasi Persuasif K.H. Miftah Faridl dalam Menyampaikan Pesan Dakwah**

Dalam menyampaikan pesan dakwah, K.H. Miftah Faridl mengaplikasikan berbagai teknik komunikasi persuasif yang bertujuan untuk memastikan pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh jamaah. Berdasarkan observasi dan wawancara, beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh K.H. Miftah Faridl dapat diklasifikasikan sesuai dengan teori Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi*. Berikut adalah penjelasan mengenai teknik-teknik tersebut:

**Teknik Asosiasi.** Peneliti mendapati bahwa dalam berdakwah K.H. Miftah Faridl, berusaha untuk mengaitkan pesan dakwah dengan peristiwa atau isu yang sedang hangat di masyarakat. Dalam ceramahnya yang berjudul "Pesan Akhir Ramadhan" yang disampaikan pada tanggal 7 April 2024, K.H. Miftah Faridl menjelaskan pentingnya berhati-hati dalam bersyukur, dengan mengaitkan keberhasilan dalam pemilu. Beliau menekankan bahwa meskipun kemenangan dalam pemilu patut disyukuri, namun perlu disadari juga bahwa saingan yang mendapatkan kekalahan mungkin sedang merasa tersakiti. Materi dakwah ini relevan dengan suasana politik saat itu, yang masih dalam suasana pemilu presiden yang berlangsung pada 14 Februari 2024. Dengan mengaitkan pesan dakwahnya dengan peristiwa terkini, K.H. Miftah Faridl berhasil menjadikan pesan tersebut lebih relevan dengan jamaah.

Tidak hanya berkaitan dengan pemilu, penulis juga mendapati pesan dakwah lainnya yang dimiliki oleh K.H. Miftah Faridl seperti materi ibadah haji dilangsungkan pada saat bulan haji berikut dengan fakta suasana haji di Indonesia. Dengan hal ini, membuat beliau berhasil membuat pesan lebih relevan dan menarik bagi audiens. Ini sejalan dengan teori teknik asosiasi yang menyatakan bahwa menghubungkan pesan dengan objek atau peristiwa populer dapat meningkatkan penerimaan pesan dan memudahkan audiens dalam memahami dan menginternalisasi informasi tersebut.

**Teknik Integrasi.** Dalam dakwahnya, K.H. Miftah Faridl menunjukkan kemampuan untuk menyatukan diri dengan jamaahnya melalui bahasa yang inklusif dan empati. Beliau sering menggunakan kata "kita" untuk menciptakan rasa kebersamaan dan berorientasi pada kepentingan jamaah. Peneliti mendapati, dalam ceramah dengan judul "Pesan Akhir Ramadhan" beliau menyatakan, "gak bisa kita mengajak orang lain kepada kebaikan, tapi kita sendiri tidak sabar". Pernyataan ini menunjukkan bahwa penggunaan kata "kita," yang berarti "saya dan Anda" mencerminkan komitmen K.H. Miftah Faridl untuk terlebih dahulu menerapkan kebaikan dalam dirinya sebelum mengajak orang lain kepada kebaikan. Dengan penerapan teknik integrasi dalam pesan dakwah, K.H. Miftah Faridl berhasil menciptakan kedekatan dan rasa kebersamaan dengan jamaah.

**Teknik Pay Off and Fear Arousing.** K.H. Miftah Faridl juga menggunakan teknik pay off dengan memberikan iming-iming berupa pahala dan keberkahan bagi jamaah yang mengikuti ajarannya. Dalam ceramahnya, beliau sering menekankan manfaat spiritual dari praktik-praktik tertentu, seperti berdzikir dan beribadah dengan khusyuk, yang menurutnya dapat memberikan

ketenangan batin dan menghilangkan stres. Teknik ini memotivasi jamaah untuk menjalankan ajaran agama dengan harapan mendapatkan pahala dan kebaikan dari Allah.

Sedangkan teknik *fear arousing*, selain menawarkan penghargaan, K.H. Miftah Faridl juga menggunakan teknik yang berlawanan, yaitu memberikan peringatan tentang konsekuensi negatif dari perbuatan dosa. Dalam ceramahnya, beliau sering menegaskan dampak buruk dari tindakan-tindakan seperti memutuskan tali silaturahmi atau berbuat dzolim, yang menurut beliau akan membawa kebencian dan permusuhan. Teknik ini bertujuan untuk menanamkan rasa takut akan akibat-akibat dosa, sehingga jamaah terdorong untuk menjauhi perbuatan buruk.

Teknik *Red Herring*. Teknik komunikasi red herring merujuk pada pengalihan perhatian dari argumen utama dengan menyajikan isu atau informasi yang tidak relevan tetapi menarik perhatian, sering digunakan untuk melemahkan argumen lawan dalam debat atau diskusi politik.

Peneliti menemukan, dalam penyampaian pesan dakwah K.H. Miftah Faridl, ketika menghadapi pertanyaan sulit atau isu kontroversial, K.H. Miftah Faridl sering kali memilih untuk fokus pada topik yang lebih umum dan relevan bagi jamaah, seperti ajaran dasar agama atau solusi praktis untuk masalah sehari-hari. Misalnya, saat K.H. Miftah Faridl masih menjadi dosen ITB sekitar tahun 70'an, beliau menghadapi kritik dari seorang mahasiswa di ITB yang tidak setuju dengan pandangannya tentang Islam, K.H. Miftah Faridl tetap sabar dan terus berdakwah dengan fokus pada prinsip-prinsip dasar Islam. Beliau mengalihkan perhatian dari perdebatan yang bisa menimbulkan ketegangan dengan menekankan ajaran dasar agama yang lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens.

Melalui pendekatan ini, K.H. Miftah Faridl berhasil menjaga fokus pesan dakwah pada prinsip-prinsip dasar dan solusi praktis, alih-alih terjebak dalam perdebatan yang dapat mengalihkan perhatian dari tujuan utama dakwah. Keberhasilan ini terlihat dari peningkatan kondisi dakwah di ITB, yang menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan, beliau tetap konsisten dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

Teknik Tataan. Teknik ini memainkan peran penting dalam penyampaian pesan, karena pesan perlu dipersiapkan dan disusun dengan baik agar dapat diterima dan menyentuh hati audiens secara efektif. K.H. Miftah Faridl dikenal sangat terstruktur dalam menyusun materi dakwahnya. Setiap ceramah disusun dengan baik, menggunakan dalil-dalil dari Al-Qur'an dan Hadis, disertai fakta-fakta dan contoh-contoh nyata yang relevan. Beliau juga menyoroti poin-poin penting dalam dakwahnya, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan diingat oleh jamaah. Teknik ini membantu dalam menyajikan pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan berkesan.

Dari kelima teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh K.H. Miftah Faridl, teknik asosiasi merupakan teknik yang paling menonjol. Hal ini terlihat dari bagaimana beliau secara konsisten mengaitkan pesan dakwahnya dengan peristiwa-peristiwa aktual yang sedang terjadi di masyarakat. Misalnya, dalam ceramahnya mengenai pentingnya bersyukur, beliau menghubungkannya dengan hasil pemilu yang masih menjadi perbincangan hangat di kalangan jamaah. Dengan demikian, pesan dakwahnya tidak hanya menjadi lebih relevan tetapi juga lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens karena mereka dapat langsung menghubungkan nilai-nilai Islam dengan realitas yang mereka hadapi.

Teknik ini juga tampak dalam pembahasan tentang ibadah haji, di mana beliau tidak hanya menjelaskan rukun-rukunnya secara normatif tetapi juga mengaitkannya dengan kondisi aktual yang dialami oleh jamaah haji Indonesia. Dengan cara ini, pesan yang disampaikan menjadi lebih konkret dan membumi, tidak bersifat abstrak atau teoritis semata.

Selain itu, teknik asosiasi efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens, karena mereka merasa bahwa ceramah yang disampaikan bukan hanya sekadar nasihat agama yang umum, tetapi benar-benar relevan dengan kehidupan mereka. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif yang menyatakan bahwa semakin relevan sebuah pesan dengan pengalaman audiens, semakin besar kemungkinan pesan tersebut diterima dan diinternalisasi.

Meskipun teknik asosiasi menonjol, teknik lain seperti *integrasi dan pay off and fear arousing* juga memiliki peran yang penting dalam keberhasilan dakwah K.H. Miftah Faridl. Teknik integrasi, misalnya, membantu menciptakan rasa kebersamaan antara beliau dan jamaahnya, sehingga audiens merasa lebih dekat dan terlibat dalam ceramah yang disampaikan. Sementara itu, teknik *pay off and fear arousing* efektif dalam membangun motivasi dan kesadaran di antara jamaah untuk menjalankan ajaran Islam dengan baik.

Namun, jika dilihat dari dampaknya dalam membuat pesan dakwah lebih menarik, mudah diterima, dan tetap relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari, teknik asosiasi menjadi yang paling dominan dalam strategi komunikasi persuasif K.H. Miftah Faridl.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai Komunikasi Persuasif Prof. Dr. K.H. Miftah Faridl Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Kepada Masyarakat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut, K.H. Miftah Faridl dalam dakwahnya menunjukkan tiga karakteristik utama yang harus dimiliki oleh seorang persuader, antara lain otoritas beliau tercermin dari keahlian dan asas kepercayaan yang ia bangun dengan kokoh. Kredibilitasnya diwujudkan melalui upaya terus-menerus dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat, yang didukung oleh integritas, kematangan emosi, kejujuran, keadilan, sikap etis dll. kemudian, daya tarik K.H. Miftah Faridl terletak pada kesamaan, familiaritas, dan kesukaan yang ditunjukkan dalam karakteristik pribadi dan pesan dakwahnya.

K.H. Miftah Faridl juga, mengimplementasikan beberapa teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan dakwahnya, antara lain teknik asosiasi, beliau berhasil mengaitkan isi pesan dengan peristiwa terkini yang relevan. Teknik integrasi, beliau mampu menyatukan diri dengan masyarakat serta berorientasi pada kepentingan mereka. Teknik pay off and fear arousing digunakan beliau untuk memotivasi masyarakat dalam menjalankan ibadah dengan menjanjikan pahala dan peringatan dosa. Teknik red herring diaplikasikan untuk mengalihkan perhatian dari isu kontroversial, dengan tetap fokus pada prinsip-prinsip dasar dan solusi praktis. Terakhir, melalui teknik tataan, K.H. Miftah Faridl menyusun pesan dakwah dengan terstruktur, dilengkapi dalil dan contoh yang relevan.

Setelah melakukan penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yang perlu ditingkatkan dan ditindaklanjuti, sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut mengenai efektivitas komunikasi persuasif K.H. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwah melalui pendekatan kuantitatif. Selain itu, mengenai teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh K.H. Miftah Faridl juga diperlukan eksplorasi yang mendalam. Perbandingan teknik komunikasi persuasif K.H. Miftah Faridl dengan tokoh dakwah lainnya juga disarankan untuk memahami variasi pendekatan dalam dakwah.
2. Bagi para pendakwah, penting bagi pendakwah untuk melakukan persiapan matang sebelum berdakwah. Salah satu langkah persiapan yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat karakteristik otoritas, kredibilitas dan daya tarik, serta menerapkan teknik komunikasi persuasif yang tepat. Dengan demikian, pesan dakwah akan menjadi lebih efektif, mudah dipahami, dan diterima oleh masyarakat.

#### **Ucapan Terimakasih**

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Umi dan Bapak, yang telah memberikan dukungan, doa, serta kasih sayang tanpa henti, yang menjadi sumber semangat dan kekuatan dalam menjalani setiap langkah perjalanan akademik ini.

Terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Malki Ahmad Nasir, S.Ag., M.Irk., Ph.D., serta kepada Bapak Muhammad Fauzi, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dorongan, solusi, dan bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti juga berterima kasih kepada seluruh dosen, staf, karyawan, dan sivitas akademika Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung yang telah memberikan dukungan berupa akses serta fasilitas dalam membantu penyusunan penelitian ini.

#### **Daftar Pustaka**

Alfiansyah Husin, "Komunikasi Persuasif (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab)", dalam *Jurnal Mukammil: Jurnal Kajian Keislamaan*, No. 1, Vol. 5, tahun 2022, hlm 39-55.

- Asep Saeful Muhtadi. 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet. Ke-1.
- Awaluddin. 2021. Problematika Dakwah pada Masyarakat Lingkungan Sarabakang Kelurahan Sulewatang Kecamatan Polewali Mandar. *Skripsi*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Bambang S. Ma'Arif. 2015. *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cut Medika Zellatifanny dan Bambang Mudjiyanto, "Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi" dalam *Jurnal Diakom*, No. 2, Vol. 1, Tahun 2018, hlm. 83-90.
- Ezi Hendri. 2019. *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faizah dan Lalu Muchsin Effendi. 2018. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenamedia Group Cetakan ke-4.
- Hajir Tajiri. 2020. *Belajar Kepada Sosok Da'i Kharismatik*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Jalaluddin Rakhmat. 2019. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lina Masruroh. 2020. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Taufiq Hidayat. 2016. Pesan-Pesan Dakwah K.H. Miftah Faridl Melalui Media sosial. *Tesis* Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.