

# TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF BUYA YAHYA PADA CERAMAH “APA DAN BAGAIMANA HIJRAH ITU?”

Kelaut Dia dan Sri Wahyuni

STID Al-Hadid, Surabaya  
[Kelautdyaa@gmail.com](mailto:Kelautdyaa@gmail.com), [eswe.wahyuni87@gmail.com](mailto:eswe.wahyuni87@gmail.com).

## **Abstract:**

*KH. Yahya Zainul Ma'arif (Buya Yahya) in the lecture "What and How Is Hijrah?", There is a persuasive communication technique, because there are many positive responses from mad'u. The existence of positive audience participation on the message conveyed, indicates the successful application of persuasive communication techniques. This study explains Buya Yahya's persuasive communication technique in the lecture "What and How Is Hijrah?". The study methodology is a qualitative researcher with the Philipp Mayring content analysis method, namely the research used to examine the content of messages in a communication process, in this study the content of da'wah messages. This study used video transcribed into text, then analyzed using a coding agenda with the patterns and categories of each persuasive communication technique used in this study. The data were collected through observation of broadcasts on the Al-Bahjah TV Youtube channel in the video lecture entitled "What and How Is Hijrah?". As a result, there are seven persuasive communication techniques used by Buya Yahya in his lecture "What and How Is Hijrah?" namely: association technique, integration technique, reward technique or "pay-off" technique, "Putting it up to you" technique, transfer technique, "bandwagon" technique, "don't ask if" technique and "ask which" technique. With the persuasive communication techniques used by preachers in conveying their da'wah messages, hopefully that mad'u can easily understand, so the purpose of da'wah communication is easily achieved.*

*Keywords: Persuasive communication techniques, Buya Yahya, Hijrah*

## **Abstrak:**

KH. Yahya Zainul Ma'arif (Buya Yahya) dalam ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”, 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 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.

Kata kunci : Teknik komunikasi persuasif , Buya Yahya, Hijrah

## PENDAHULUAN

Dakwah ditinjau dari segi bahasa, berasal dari kata *da'a yad'u* yang berarti panggilan, ajakan, seruan. Dakwah Islam sebagai kegiatan mengajak, mendorong, dan memotivasi orang lain berdasarkan *bashirah* untuk meneliti jalan Allah dan Istiqomah di Jalan-Nya serta berjuang bersama meninggikan agama Allah.<sup>1</sup> Pada tulisan Isnawijayanti, mengajak yang dimaksud yakni dengan cara hikmah kebijaksanaan (bukan paksaan) untuk mengikuti ajaran Allah dan Rasul-Nya<sup>2</sup> *Bil hikmah* yaitu memperhatikan kondisi sasaran dakwah, dan *mauidhah hasanah*, menyampaikan nasihat dengan kasih sayang, dan dapat menyentuh hati mereka, sehingga orang dengan sendirinya ikut dalam kebaikan, tanpa adanya pemaksaan.<sup>3</sup>

Di dalam Al-Qur'an Allah SWT memerintahkan umatnya untuk berdakwah menggunakan cara yang tidak memaksa. Hal tersebut tertuang dalam firman Allah QS. An-Nahl [16] ayat 125 yang berbunyi 'Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk'.<sup>4</sup> Dan juga tersurat pada Qs. Al-baqarah [2] ayat 256 Allah berfirman 'Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang

*benar daripada jalan yang sesat. Karena itu barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui*'.<sup>5</sup> Dari kedua firman Allah tersebut bahwa komunikasi dakwah yang dipegang oleh setiap da'i untuk mengajak, menyeru kepada *mad'u* ke jalan Islam dengan cara *bil hikmah*, bijaksana, tanpa adanya paksaan dalam menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Dalam bahasa komunikasi pengertian *bil hikmah* adalah suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan dasar persuasif dengan harapan agar komunikasi dapat bersikap dan berbuat amal saleh sesuai dengan ajaran Islam.<sup>6</sup>

Menurut Burgon & Huffner, komunikasi persuasif adalah suatu proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang lain agar sesuai dengan tujuan komunikator tanpa adanya unsur paksaan, melainkan berdasarkan pada kesadaran, kerelaan, disertai perasaan senang.<sup>7</sup> Komunikasi persuasif dapat membuat pesan yang disampaikan menjadi efektif mencapai tujuan. Seperti pada studi yang dilakukan oleh Nurhalima Tambunan dengan judul "Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara", hasil studi tersebut menyatakan komunikasi persuasif bisa meningkatkan jumlah *mad'u* dalam

<sup>1</sup> Ali Azis, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Prenada Media, 2004), 2, 4.

<sup>2</sup> Isnawijayanti, "Teknik Komunikasi Dakwah Dalam Masyarakat Modern dan Multikultural", diakses 19 September 2012, <https://isnawijayanti.wordpress.com>

<sup>3</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 22.

<sup>4</sup> Al-Quran 16 :125

<sup>5</sup> Al-Quran 2 : 256

<sup>6</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Baru Pertama, 1997), 37.

<sup>7</sup> Herdiyana Maulana dan Gumgum Gumelar, *Psikologi komunikasi dan Persuasi* ( Jakarta : Akademia Permata, 2013), 8.

mengikuti kajian, serta meningkatkan pemahaman dan pengamalan *mad'u* perihal tauhid, ibadah, akhlak.<sup>8</sup>

Salah satu unsur komunikasi persuasif adalah teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif bisa digunakan oleh komunikator untuk mencapai keberhasilan komunikasi persuasif.<sup>9</sup> Da'i yang menggunakan teknik komunikasi persuasif akan mampu menarik perhatian, memberikan penjelasan yang mudah dimengerti sehingga *mad'u* tertarik untuk mengikuti ajakan da'i secara sadar atas kemauannya sendiri. Seperti penelitian yang dilakukan Muirodah yang berjudul "Teknik Komunikasi Persuasif Ustad Nur Maulana dalam Acara Islam itu Indah di Trans TV" menyatakan bahwa penggunaan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Ustad Nur Maulana membuat pembahasan menarik, sesuai kebutuhan pribadi jamaah, menyenangkan, enak didengar sehingga para jamaah termotivasi untuk menerapkan pesan dakwah tersebut.<sup>10</sup>

Salah satu pendakwah yaitu KH. Yahya Zainul Ma'arif (selanjutnya disebut Buya Yahya). Buya Yahya aktif berdakwah di masyarakat dan mengasuh pondok pesantren Al Bahjah yang berpusat di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Buya Yahya menyebarkan dakwah ditengah-tengah masyarakat melalui media radio, TV dan juga media sosial seperti Youtube yang bisa dikunjungi dichannel Buya Yahya, Instagram dengan nama akun buyayahya\_albahjah dan Facebook dengan nama akun Buya

Yahya.<sup>11</sup> Pada studi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri Ummu Habibah yang berjudul '*Metode Dakwah KH. Yahya Zainul Ma'arif*', menyatakan bahwa salah satu metode dakwah yang dilakukan oleh Buya yahya dalam menyampaikan pesan ajaran Islam kepada *mad'u* adalah dengan menggunakan metode dakwah *al hikmah*. Arti *al hikmah* menurut Buya Yahya yaitu tepat,sesuai porsinya, sesuai dosisnya, tidak terlalu keras yang akan menimbulkan kesan galak atau garang yang membuat orang lari, dan juga tidak terlalu lemah yang tidak menimbulkan kesadaran atau perubahan.<sup>12</sup> Sehingga Buya yahya dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'u* dengan *al hikmah*, bijaksana, bagaimana mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan *mad'u* agar menjalankan perintah ajaran agama Islam didasarkan atas kesadaran, tidak koersif melainkan persuasif.

Pada video Youtube Buya Yahya di channel Al-Bahjah TV yang berjudul "Apa dan Bagaimana Hijrah itu?" telah mencapai 13 ribu kali ditonton, 575 like, serta ada 46 komentar yang berisi respon positif atas ceramah beliau. Salah satu indikator keberhasilan teknik komunikasi persuasif adanya partisipasi khalayak. Khalayak berpartisipasi secara aktif dalam presentasi yang dilakukan komunikator. Misalnya dalam mengulang atau mengikhtisarkan apa yang disampaikan.<sup>13</sup> Sementara video Youtube Buya Yahya di channel Al-Bahjah TV yang berjudul "Apa dan Bagaimana Hijrah itu?" , banyak respon positif dari *mad'u* atas pesan dakwah yang disampaikan oleh Buya Yahya, mulai dari sikap setuju dengan memberikan komentar positif terhadap pesan dakwah yang disampaikan

<sup>8</sup> Nurhalima, "Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara" (Tesis--IAIN, Medan, 2013), 67-68.

<sup>9</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 68.

<sup>10</sup> Muroidah, "Teknik Komunikasi Persuasif Ustad Muhammad Nur Maulana dalam Acara Islam itu Indah di Trans TV" (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2015), 109-110.

<sup>11</sup> Fitri Ummu Habibah, "Metode Dakwah KH.Yahya Zainul Ma'arif", (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2017), 89-90.

<sup>12</sup> Ibid, 105.

<sup>13</sup> Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Kelima (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan ke-4 Februari 2009), 500.

oleh beliau, misal pada akun Kasir, Kasir mengatakan “Asslmkum, alhmdulillah trimah kasih dakwah ini membuat aku sadar dari kesalahan dan dosa2ku” kemudian dari akun Mu7rti Bwi menyampaikan dalam komentarnya “mulai belajar hijrah, banyak juga rintangannya. Tapi dengan menonton ceramah dari pak ustaz tiap saat sangat bermanfaat. Trimah kasih pak ustaz ditunggu video-video yg sangat bermanfaat”. Akun Syarifah mariam “Iya benar sekali buya susah sekali untuk mau menerima kesalahan kita sendiri bahkan marah sekali ketika di ingatkan. Terlalu egois dan keras kepala keras hati bahkan terlalu sombong. Benar ini ada pada diri saya.”<sup>14</sup>

Keberhasilan ceramah yang dilakukan oleh Buya Yahya dengan judul “Apa dan Bagaimana Hijrah itu?” tidak terlepas dari teknik komunikasi persuasif. Penggunaan teknik komunikasi persuasif dalam komunikasi dakwah, agar pesan dakwah menarik, mudah dipahami, dimengerti sehingga *mad'u* merubah pendapat, sikap, dan tindakannya untuk menjalankan perintah ajaran Islam secara sadar atas kemauannya sendiri. Indikasi penerapan teknik komunikasi persuasif adalah adanya penyesuaian pesan dakwah yang dikemas secara menarik, menjawab kebutuhan komunikan, serta memudahkan komunikan untuk memahami maksud komunikator misal salah satunya menggunakan contoh. Dalam video Buya Yahya yang berjudul “Apa dan Bagaimana Hijrah itu?”. Saat beliau ingin menyampaikan pesan dakwah hijrah fisik, beliau menyampaikan bahwa hijrah fisik perlu dilakukan bila kita berada pada lingkungan yang tidak baik, mengancam keselamatan iman anak beserta keluarga. Beliau memberikan contoh bila kita mendapatkan rumah peninggalan orang

<sup>14</sup> Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”. Video Youtube, 27:51. dikirim oleh “Al-Bahjah TV”, Juli 05, 2019. <https://youtu.be/BZiavvz7W7Y>.

tua yang itu berada di lingkungan yang tidak baik, yang mengancam keselamatan iman anak dan keluarga kita, sehingga perlu hijrah tempat berpindah ke lingkungan yang baik, sunyi namun keselamatan anak dan keluarga terjaga walaupun ada perasaan sayang untuk meninggalkannya. Pesan tersebut mengandung penyesuaian kebutuhan *mad'u*, bahwa setiap manusia ingin mendapatkan rasa aman dengan mendapatkan lingkungan yang baik, tempat tinggal yang menjaga keselamatan anak dan keluarga. Selain itu beliau juga memberikan contoh hijrah fisik adalah hijrah tempat tinggal mereka atau rumah, contoh tersebut sangat familiar bagi *mad'u* membuat *mad'u* mudah dalam menangkap pesan dakwah.

Dari paparan di atas, pesan dakwah yang disampaikan Buya Yahya kepada *mad'u*, mengindikasikan penerapan teknik komunikasi persuasif karena pesan dikemas dengan menjawab kebutuhan komunikan serta pemberian contoh yang mudah dimengerti. Oleh karena itu studi ini bertujuan mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif Buya Yahya pada ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah itu?”. Mendeskripsikan jenis teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan oleh Buya Yahya dalam ceramah tersebut.

Studi terdahulu terkait teknik komunikasi persuasif pernah dilakukan oleh Muirodah,<sup>15</sup> menghasilkan ada beberapa teknik komunikasi persuasif baik teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik *pay-off*, *fear arousing*, *icing* pada ceramah oleh Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam acara “Islam itu Indah” serta penggunaan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh da'i membuat *mad'u* mendengarkan pesan merasa tertarik, enak didengar dan

<sup>15</sup> Muirodah, “Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam Acara Islam itu Indah di Trans TV” (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2015), 109-110.

termotivasi dalam mengamaliahkan pesan dakwah yang disampaikan. 2) Auliya Niswah,<sup>16</sup> menghasilkan terdapatnya teknik komunikasi dalam buku 7 keajaiban rezeki karya oleh Ippho Santoso ada teknik *Cognitif Dissonance, pay-off, technique and fear hearing, emphaty, packing dan asosiasi*. Namun Ippho lebih banyak menggunakan teknik *Cognitif Dissonance* dan *packing*. Serta menyampaikan penggunaan teknik komunikasi persuasif membuat pesan dakwah menjadi indah, enak dibaca, mudah dipahami, komunikatif, sehingga pembaca tidak merasa bosan dan jenuh. 3) Fitra Febiani,<sup>17</sup> menghasilkan terdapatnya teknik komunikasi persuasif dalam buku *Hijab I'm In Love* Karya Oki Setiana Dewi, yaitu teknik *cognitif dissonance, pay-off, technique, emphaty, packing* dan *asosiasi*. Studi penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan dengan subjek yang diteliti yaitu terkait teknik komunikasi persuasif, mendeskripsikan jenis teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh da'i dalam menyampaikan pesan ceramahnya. Sedangkan perbedaannya adalah pada obyek yang diteliti, pada penelitian ini menggunakan video *Buya Yahya berjudul "Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?"*.

### **Teori Teknik Komunikasi Persuasif**

Teori teknik komunikasi persuasif yang digunakan sebagai unit analisis dalam studi ini menggunakan lima belas teknik komunikasi persuasif, lima teori teknik komunikasi persuasif menurut Onong Uchjana Effendy serta sepuluh teori teknik komunikasi persuasif menurut William S.Howell. Teori Lima belas teknik komunikasi persuasif mengkaji keberhasilan komunikator dalam

mengemas pesan komunikasi yang bersifat praktis sehingga menarik perhatian para *mad'u*, memberikan penjelasan yang mudah dimengerti dan dipahami, sehingga mereka tertarik untuk mengikuti ajakan da'i secara sadar atas kemauannya sendiri. Teknik komunikasi persuasif adalah cara-cara pengemasan pesan komunikasi yang bersifat praktis untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan seseorang atau kelompok melalui proses psikologis sehingga orang tersebut bisa bergerak atas kehendaknya sendiri. Pengemasan pesan itu bisa berupa bahan materi, data pendukung, struktur paragraf, kalimat penjas, bahasa-bahasa yang dikemas untuk mendukung upaya mengajak orang lain agar mau mengikuti tujuan komunikator.

Dakwah sendiri memiliki arti secara etimologis adalah seruan, ajakan dan panggilan. Dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan dakwah berupa ajakan atau seruan agar *mad'u* untuk bersikap dan berbuat amal sholeh sesuai ajaran Islam dengan cara *bil hikmah*. Pengertian hikmah seringkali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana artinya pendekatan yang dilakukan kepada komunikan, sehingga komunikan melakukan sesuatu atas dasar keinginannya sendiri, merasa tidak ada paksaan, diancam, konflik apalagi merasa tertekan.<sup>18</sup> Dalam bahasa komunikasi pengertian *bil hikmah* adalah suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan dasar persuasif dengan harapan agar komunikan dapat bersikap dan berbuat amal saleh sesuai dengan ajaran Islam.<sup>19</sup>

Sehingga pemilihan teori teknik komunikasi persuasif menurut Onong Uchjana Effendy dan William S.Howell relevan digunakan dalam konteks dakwah karena dakwah sendiri memiliki arti

<sup>16</sup> Auliya Niswah, Skripsi Sarjana: "Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya Ippho Santoso" ( Skripsi --UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014), 88-89.

<sup>17</sup> Fitra Febiani, "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku *Hijab I'm In Love* Karya Oki Setiana Dewi" (Skripsi -- UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015), 85.

<sup>18</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi dakwah* (Jakarta: Gaya Baru Pertama, 1997), 37.

<sup>19</sup> Ibid, 38.

seruan, ajakan dan panggilan dengan cara *bil hikmah* atau pendekatan komunikasi yang dilakukan dasar persuasif. Studi yang ingin diteliti terkait bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Buya Yahya dalam video dengan judul “Apa dan Bagaimana Hijrah itu?”. Pesan komunikasi yang disampaikan Buya Yahya dalam video tersebut dikemas dengan praktis sehingga menarik perhatian, mudah dimengerti dan dipahami sehingga *mad’u* mengikuti ajakan da’i secara sadar atas kemauannya sendiri. Dengan teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwahnya, dapat mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan seseorang atau kelompok berdasarkan pada kesadaran, sehingga orang tersebut bisa bergerak atas kemauannya sendiri maka relevan menggunakan teori lima belas teknik komunikasi persuasif menurut Onong Onong Uchjana Effendy dan William S.Howell .

### 1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi persuasif dengan pendekatan psikologis, memiliki arti bahwa komunikasi persuasif merupakan proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan alasan-alasan psikologis sehingga *persuadee* tersebut bertindak seperti kehendaknya *persuader*.<sup>20</sup> A.W. Widjaja mendefinisikan bahwa komunikasi persuasif tidak lain merupakan usaha *persuader* untuk meyakinkan orang lain (*persuadee*) agar berbuat dan bertingkah laku sebagaimana harapan *persuader*, *persuader* dalam proses penyampaiannya mempengaruhi *persuadee* tanpa memaksa dan tanpa menggunakan kekerasan.<sup>21</sup> Sedangkan menurut Maïke

<sup>20</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya,2007), 14.

<sup>21</sup> Nurhalima, “Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam

Desyafitri, komunikasi persuasif adalah proses komunikator dalam mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku komunikan, baik dengan pesan verbal maupun pesan nonverbal sehingga bertindak sesuai maksud yang diinginkan oleh komunikator.<sup>22</sup> Menurut Ahmad Zaenuri, komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai kegiatan mempengaruhi orang lain dengan melibatkan sisi psikologis komunikan, sehingga komunikan tersebut dengan sadar melakukan sesuatu atas kehendaknya sendiri.<sup>23</sup>

Sehingga dari penjelasan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alasan psikologis, menekankan pada kesadaran komunikan untuk berpendapat, bersikap dan bertindak didasarkan atas kemauan, kerelaannya sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain.

Deddy Mulyana menjelaskan persuasif merupakan suatu keahlian atau kemampuan *persuader* dalam mengungkapkan pesan persuasif yang bertujuan untuk *persuadee* yakin kemudian melakukan atau berperilaku sesuai harapan *persuader*. Menurut K. Anderson tujuan atau efek yang diharapkan dari persuasif ini adalah membuat pembaca atau pendengar (*persuadee*) baik individu atau kelompok pada akhirnya mengubah keyakinan, sikap, atau perilaku melalui transmisi beberapa pesan (persuasif).<sup>24</sup> Menurut

di Kabupaten Karo Sumatera Utara” (Tesis--IAIN, Medan, 2013), 15.

<sup>22</sup> Maïke Desyafitri, “Komunikasi Persuasif Komunitas Hijabers Pekanbaru Dalam Merekrut Wanita Berjilbab Di Kota Pekanbaru “Jom FISIP, Vol. 2 No. 1 (Februari 2015)

<sup>23</sup> Ahmad Zaenuri, “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran” JALIE: *Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*, Vol. 01, No 01 ( Maret 2017)

<sup>24</sup> Rokhmad Joko Santoso, “Komunikasi Persuasif Dalam Penyampaian Dakwah Pada Channel Youtube CakNun.com” (Skripsi-- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020).

Nurjanah tujuan persuasi adalah komunikator mengubah sikap dan perilaku komunikan melalui perkataan secara lisan maupun berupa perbuatan.<sup>25</sup> Sedangkan menurut persuasi adalah upaya mempengaruhi manusia yang berpedoman pada fakta, baik fakta psikologis, sosiologis, maupun budaya.<sup>26</sup>

## 2. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Menurut Sumirat dan Suryana dalam proses komunikasi persuasif terdapat unsur-unsur pembentuknya.<sup>27</sup> *Pertama, Persuader*, individu atau kelompok orang yang menyampaikan pesan persuasi kepada khalayak (*persuadee*) untuk mempengaruhi pendapat, perilaku, sikap yang dilakukan secara verbal maupun non verbal. *Kedua, Persuadee*, yaitu individu atau kelompok orang yang menerima pesan persuasif dari *persuader* baik secara verbal maupun non verbal. *Ketiga*, pesan persuasi, Littlejohn menjelaskan pesan persuasi adalah usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Arti manipulasi yang dimaksud tersebut adalah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, melainkan menggunakan fakta-fakta yang berhubungan dengan motif *persuadee* sehingga tergerak untuk melakukan pesan yang disampaikan.

*Keempat*, saluran persuasi adalah perantara atau alat yang digunakan *persuader* menyampaikan pesan kepada *persuadee*. Saluran digunakan untuk berkomunikasi sehingga pesan-pesan persuasifnya sampai kepada *persuadee*. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk

pesan verbal atau non verbal. *Kelima*, umpan balik dan efek, Sastropoetra menjelaskan umpan balik adalah respon aktif yang ditimbulkan *persuadee* dari pesan persuasi yang disampaikan *persuader*. Sedangkan efek adalah perubahan yang ditimbulkan *persuadee* dari pesan persuasi yang disampaikan *persuader* sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi.

## 3. Teknik Komunikasi Persuasif

Menurut Onong Uchjana dipaparkan beberapa teknik komunikasi persuasif yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan persuasif. Ketika *persuadee* yang disasar sudah jelas, media yang digunakan untuk mentransmisikan pesan sudah ditetapkan, maka selanjutnya adalah menata pesan (termasuk dalam menata teknik pesan tersebut disampaikan). Teknik-teknik tersebut meliputi teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan *red-herring*.<sup>28</sup>

Menurut Onong, teknik asosiasi adalah cara *persuader* dalam menyajikan pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak luas. Penulis menambahkan, misal dicontohkan dalam menyampaikan pesan dakwah materi bersyukur, kemudian da'i memberikan contoh penerapan rasa syukur dalam konteks pandemi covid 19 misal menjaga kesehatan dengan mentaati protocol kesehatan dan memberikan bantuan bagi mereka yang terdampak covid 19. Pemilihan contoh penerapan rasa syukur dalam masa pandemi covid 19, karena pandemi covid adalah peristiwa yang aktual di masyarakat.

Teknik integrasi merupakan kemampuan *persuader* menyatukan diri secara komunikatif. Hal tersebut maksudnya adalah *persuader* melakukan

<sup>25</sup> Nurjanah, "Peran Komunikasi Persuasif dalam penyelesaian konflik antara Nelayan", ilmu komunikasi, Vol. 6, No. 2 ( September 2015 )

<sup>26</sup> Yusuf Fauzan Rangkuti, "Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Ikatan Remaja Masjid Al-Huda (IRMAH) Dalam Meningkatkan Pengamalan Agama Di Kelurahan Sudirejo II Kecamatan Medan Kota" (Skripsi-- Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 2016), 12.

<sup>27</sup> Cicik Nur Faiqoh, "Khutbah Jum'at Persuasif H. Ahmad Zahro Di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya" (Skripsi-- Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019), 18.

<sup>28</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hal 22.

penyampaian komunikasi baik verbal maupun non verbalnya yang memiliki makna bahwa *persuader* “senasib” dengan *persuadee* hal ini kemudian menimbulkan efek adanya kesatuan atau kesamaan nasib. Contoh dalam penerapan teknik ini adalah penggunaan diksi “kita” untuk menyatukan saya (komunikator) dengan Anda (komunikan).

Teknik ganjaran atau *pay-off technique* adalah cara mempengaruhi *persuadee* dengan mengiming-iming hal yang menguntungkan (memberi manfaat) atau menjanjikan adanya harapan. Menurut Onong teknik ganjaran memiliki daya upaya menumbuhkan kegairahan emosional (kecenderungan secara psikis komunikasikan menyukai karena secara fitrah manusia menginginkan *reward*).

Teknik tataan atau *icing* adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga pesan tersebut menjadi enak didengar atau dibaca serta komunikasikan menjadi termotivasi untuk melakukan sebagaimana yang disarankan dalam pesan persuasi tersebut. Dalam teknik ini pesan dikemas untuk menjadi menarik dan indah sehingga memikat perhatian setiap komunikasikan yang menerima pesan tersebut.

Teknik *red-herring* merupakan cara persuasif yang menggambarkan komunikasikan untuk meraih kemenangan dalam komunikasi debat dengan cara mengelak argumentasi yang lemah kemudian mengalihkan sedikit demi sedikit ke aspek (bagian lain) yang dikuasainya untuk dijadikan alat menyerang lawan. Sehingga dikatakan teknik ini digunakan ketika *persuader* sedang dalam kondisi terdesak.

Sedangkan ragam teknik komunikasi persuasif menurut William S. Howell, terdiri dari *The yes respons technique*, *Putting it up to you*, *Simulated disinterest*, *Transfer*, *Bandwagon technique*, *Say it with flowers*, *Don't ask*

*if, ask which*, *The swap technique*, *Reassurance*, *Technique of Irritation*.<sup>29</sup>

*The yes respons technique* adalah teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan memberi pertanyaan kepada *persuadee* yang jawabannya pasti “iya” sehingga pesan dakwah tersebut jawabannya sudah diarahkan oleh *persuader*. Tujuannya adalah untuk membentuk pendapat, sikap atau perilaku tertentu dengan cara mengemukakan pertanyaan atau pernyataan yang saling berhubungan.

*Putting it up to you* yaitu teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan *persuader* berusaha menjalin hubungan psikologis dengan *persuadee* yaitu memberi stimulus berupa pertanyaan untuk menanyakan kejelasan pendapat kepada *persuadee* dengan harapan mendapat jawaban yang berharga untuk mendukung disepakatinya pesan persuasi.

*Simulated disinterest* ialah teknik mempengaruhi untuk komunikasikan mengikuti pesan persuasif dengan berpura-pura bahwa tidak ada perbedaan antara pesan dengan efek. Teknik ini komunikasikan berupaya menekan perasaan cemas dan sikap memaksa *persuadee* untuk mengikuti kehendaknya.

*Transfer* adalah teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan memanfaatkan lingkungan baik positif maupun negatif untuk memberi pengaruh terhadap *persuadee*. Jadi di sini *persuader* memanfaatkan kondisi lingkungan yang menurutnya dapat memberi pengaruh terhadap pesan untuk diterima oleh *persuadee*.

*Bandwagon technique* adalah teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan cara memberitahu dan meyakinkan bahwa

---

<sup>29</sup> Yanie Pratiwi Firdaus, “Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum Di PT.Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru”, *Jurnal Online Mahasiswa*, 03, No.02 (2016) : 4-6

semua orang telah menyetujui pesan atau gagasan yang saat ini disampaikan kepada *persuadee*. Sehingga dengan cara mengemukakan bahwa setiap orang sama halnya kita diharapkan dapat menerima, sepakat, atau mengerjakan hal tersebut sebagaimana pesan persuasifnya.

*Say it with flowers* yaitu teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan mengambil hati *persuadee* yaitu memberi pujian dan sanjungan kepada komunikan secara jujur (apa adanya atau tidak berlebihan) terhadap kelebihan, kecakapannya, kemampuannya, kepandaianya.

*Don't ask if, ask which* adalah teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan cara memberi tawaran yang lain atau alternatif-alternatif yang masih sesuai dengan harapan *persuader*.

*The swap technique* ialah teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan tukar-menukar hadiah (barang maupun informasi) antara *persuader* dan *persuadee*, dimulai dengan aktivitas wawancara dengan menunjukkan gagasan baru yang berharga bagi komunikan.

*Reassurance* adalah teknik mempengaruhi untuk *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan menjalin hubungan secara psikologis (adanya keterikatan jiwa). Hubungan tersebut dilakukan setelah *persuader* memberi persuasi tentang apa saja (pesan persuasifnya) dan sebisa mungkin tidak memutuskan hubungan begitu saja.

*Technique of Irritation* ialah teknik mempengaruhi *persuadee* mengikuti pesan persuasif dengan mengajak sasaran untuk menerima pesan dakwah dengan bahasa yang sangat halus sehingga *persuadee* mengikuti *persuader* tanpa terpaksa.

## Metodologi

Studi ini adalah studi kualitatif dengan metode analisis isi oleh Philipp Mayring. Sedangkan teknik penggalan data menggunakan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer karena mengandung prinsip pada data primer (merujuk pada sumber aslinya). Sumber data dalam penelitian ini adalah video ceramah berjudul “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?” oleh Buya Yahya pada channel Youtube Al-Bahjah TV. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis isi, metode yang sering digunakan dalam mengkaji pesan-pesan dalam suatu media. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi.<sup>30</sup> Pada penelitian ini teknik analisa datanya yakni mengolah data-data yang sudah dikumpulkan, yaitu dengan cara mereduksi data yang tidak berkaitan dengan dakwah komunikasi persuasif, memberikan kode, serta mendeskripsikan hasil temuan (dengan panduan kajian teknik komunikasi persuasif). Kemudian diakhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan (menyintesis) teknik komunikasi persuasif Buya Yahya pada ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”. Sedangkan teknik validasi data, peneliti melakukan peningkatan penekunan.

## PEMBAHASAN

### Profil Buya Yahya

Yahya Zainul Ma'arif yang biasa dipanggil Buya Yahya beliau adalah da'i asal Cirebon, Jawa Barat. Beliau menyelesaikan pendidikan dasar, menengah pertama, disamping juga mengambil pendidikan agama di madrasah diniyah dipimpin oleh KH.Imron Mahbub di Blitar. Setelah itu beliau melanjutkan pendidikan di pesantren Darullughah Wadda'wah di

<sup>30</sup> Bambang Setiawan, *Metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta : Universitas Terbuka ,2004), 79.

Bangil, Pasuruan tahun 1998 hingga 1993. Setelah menjadi murid beliau tahun 1993 hingga 1996 menjadi pengajarnya sebagai masa khidmah di tempat menimba ilmu dulu. Tahun 1996 beliau mendalami ilmu agama ke Universitas Al-Ahgaff, Yaman hingga tahun 2005. Beliau belajar disiplin ilmu fiqih, aqidah, ulummul quran dan mustholah alhadist selama 9 tahun dengan para Habib dan Syekh. Beliau juga pernah mengajar di Yaman selama 5 tahun di Fakultas Tarbiyah dan Dirosah Islamiah dan Markas Pendidikan Bahasa Arab di Universitas Al-Ahgaff.<sup>31</sup>

Awalnya Buya Yahya merintis majelis taklim dari musholla-musholla dengan jama'ah tidak lebih dari dua puluh orang. Kemudian majelis tersebut beliau jalankan secara istiqomah hingga saat ini jama'ah yang hadir untuk mengikuti kajian beliau mencapai ribuan jama'ah di pondok pesantrennya bernama Al-Bahjah. Beliau Islam beraliran sunni (*ahl al-sunnah wa al-jama'ah*) memiliki banyak guru di mana tempat Buya Yahya menimba ilmu. Diantara guru-guru tersebut terdapat dua guru yang sangat mempengaruhi pemikiran Buya Yahya yakni Almurobbi Almursyid Al-Habib Hasan bin Ahmad Baharun dan Almurobbi Almursyid Al-Habib Abdullah bin Muhammad Baharun. Setelah sukses berdakwah di Cirebon, Buya Yahya kemudian berdakwah ke berbagai tempat lain di beberapa majelis taklim yang kemudian majelis-majelis tersebut beliau beri nama yang sama dengan nama pesantren beliau yaitu mejelis Al-Bahjah. Pada pertengahan 2006 beliau mendapat kepercayaan sebagai direktur operasional di stasiun radio islami Salma 101 FM melalui siaran tersebut beliau banyak

menghadirkan kajian-kajian yang menyejukkan hati.<sup>32</sup>

Buya Yahya juga membuka puluhan majelis taklim bulanan di berbagai tempat di Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Majalengka, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Indramayu, dan Jabodetabek. Di antaranya adalah majelis yang diadakan Masjid Al-Imam alun-alun Kota Majalengka, Masjid Al-Istiqomah Cilimus, Kuningan, Masjid Pertamina Klayan, dan Masjid AlMustaqim, Weru. Dakwah Buya Yahya tidak terbatas pada masjid-masjid, akan tetapi Buya Yahya juga berdakwah di beberapa swalayan dan toserba, seperti Yogya, dan Matahari Departement Store Grage. Majelis yang Buya Yahya asuh diberi nama Majelis Al Bahjah sekaligus nama pesantren yang saat ini dirintisnya.<sup>33</sup>

Buya Yahya dalam menyebarkan dakwah ditengah-tengah masyarakat selain memanfaatkan media radio, televisi, Buya Yahya juga aktif berdakwah melalui media sosial seperti Youtube yang bisa dikunjungi di channel Buya Yahya, Instagram dengan nama akunbuyayahya\_albahjah dan Facebook dengan nama akun Buya Yahya.<sup>34</sup>

### Konteks Ceramah

Video ceramah Buya Yahya yang berjudul "Apa dan Bagaimana Hijrah itu?" pada channel You Tube Al-Bahjah TV di tayangkan pada tanggal 5 juli 2019. Konteks secara tidak langsung pada tahun 2019, tema hijrah adalah peristiwa aktual di masyarakat. Fenomena arus hijrah yang luar biasa dari kalangan generasi milenial. Adanya puluhan komunitas hijrah mulai bermunculan dan

<sup>31</sup> Al-Bahjah, "Profil Buya Yahya", diakses 14 Oktober 2020, <https://buyayahya.org/profile>.

<sup>32</sup> Alihamdan, "Buya Yahya Profil Pengasuh Pondok Pesantren Al-Bahjah Cirebon", diakses 07 September 2017, <https://www.alihamdan.id/buya-yahya>.

<sup>33</sup> Syibli Maufur, "Analisis Tindak Tutur Buya Yahya Dalam Interaksi Belajar Mengajar Di Pesantren Al-bahjah Cirebon" Holistik, Vol. 14, No. 02 (2013), 81.

<sup>34</sup> Fitri Ummu Habibah, "Metode Dakwah KH. Yahya Zainul Ma'arif" (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2017), 89-90.

disambut antusiasme para pemuda pemudi milenial. Mulai dari komunitas yang berlevel nasional hingga yang berlevel lokal. Bahkan, ada juga komunitas hijrah yang dibentuk oleh para artis dan selebritis. Komunitas tersebut beranggotakan banyak artis tenar yang telah berhijrah. Selain banyaknya komunitas, fenomena hijrah kaum milenial ini juga didukung oleh banyaknya event-event hijrah yang diselenggarakan.<sup>35</sup>

### **Asumsi Komunikatif (*Mad'u*)**

Video ceramah Buya Yahya ditayangkan dalam channel You Tube Al-Bahjah TV. Al-Bahjah TV adalah saluran resmi Majelis Al-Bahjah dibawah naungan Buya Yahya. Al-Bahjah TV adalah sebuah televisi online yang dihadirkan sebagai salah satu dari program dakwah yang berada dalam naungan lembaga pengembangan dakwah Al-Bahjah Cirebon sejak Ahad 3 Rabiul Awal 1435 / 4 Januari 2014. Al-Bahjah TV, acara-acara siarannya ditujukan untuk semua umur, televisi online jangkauannya yang mencakup nasional maupun internasional.<sup>36</sup>

### **Analisa Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya pada ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”**

*Pertama*, teknik asosiasi digunakan oleh Buya Yahya saat hendak menyampaikan pesan apa itu Hijrah kepada *Mad'u*, beliau mengkaitkan pembahasan hijrah dengan suatu hal yang menarik dan aktual di masyarakat, Beliau menyampaikan, “*Hijrah bukan hijrah trend, bukan gaya, hijrah adalah tetesan air mata di tengah malam. Hijrah adalah penyesalan atas kekurangan kita. Hijrah*

*adalah penghapus dosa kalau kita faham. Jadi kita perlu sisihkan waktu*”. Buya Yahya dalam menyampaikan maksud apa itu hijrah kepada *mad'u*, dengan menggunakan teknik asosiasi, teknik yang digunakan persuader dalam menyajikan pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak luas.

Dalam ceramah “*Apa dan Bagaimana Hijrah itu ?*”, Beliau saat menjelaskan maksud dari hijrah dengan menumpangkan pada peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak luas yaitu komunitas dan event hijrah. Video ceramah Buya Yahya yang berjudul “*Apa dan Bagaimana Hijrah itu?*” di tayangkan pada tanggal 5 juli 2019. Konteks secara tidak langsung pada tahun 2019, adanya fenomena arus hijrah yang luar biasa dari kalangan generasi milenial. Mulai dari komunitas hijrah yang berlevel nasional sampai dengan local. Bahkan, ada juga komunitas hijrah yang dibentuk oleh para artis dan selebritis. Hal demikian, membuat topik hijrah ramai diperbincangkan oleh masyarakat.

Buya Yahya, saat beliau menjelaskan apa yang dimaksud dengan hijrah dengan memanfaatkan tema hijrah yang lagi trend di masyarakat. Dengan memanfaatkan peristiwa aktual yang menarik yang terjadi di masyarakat dan menumpangkannya pada pesan dakwah yang disampaikan ini berharap komunikasi akan ada perhatian, tertarik untuk mendengarkan dan memahami apa itu hijrah dengan tepat, bahwa hijrah adalah bukan trend melainkan hijrah adalah tetesan air mata di tengah malam, penyesalan atas kekurangan yang dimiliki dan penghapus dosa.

Dengan menggunakan teknik asosiasi secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'u*, pesan dakwah akan mudah terpahami, jelas, serta tujuan komunikasi

<sup>35</sup> Republika, Fenomena Hijrah Kaum Milenial, diakses pada tanggal 23 januari 2021 <https://republika.co.id/berita/puyv6k349/fenomena-hijrah-kaum-milenial>.

<sup>36</sup> The description of Al-Bahjah TV, diakses pada tanggal 23 Januari 2021, <https://apkpure.com/al-bahjah-tv/com.syamilstudio.albahjahtv>.

dakwah akan tercapai. Bila da'i menyampaikan pesan dakwah yang dikemas tidak mampu menarik perhatian, maka *mad'u* akan mengalami gagal fokus atau kosentrasi karena membosankan, monoton dan tidak unik. Bila *mad'u* tidak konsentrasi, maka *mad'u* tidak akan mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i sehingga tujuan komunikasi dakwah tidak akan tercapai.

**Kedua**, teknik integrasi digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah untuk menjelaskan bagaimana orang yang sedang menjalani hijrah, orang tersebut sadar akan kesalahan dengan membangun kesamaan senasib atau menyatukan antara da'i dengan *mad'u*, salah satunya dengan pilihan kata "kita". Beliau menyampaikan, '*maka kita perlu merenungi kesalahan kita setiap saat. Sisihkan waktu di tangan malam jangan hanya memperbanyak sholat sholat sholat sholat sholat, puasa puasa puasa puasa tidak, berikan waktu sesaat setengah jam sepuluh menit lima belas menit untuk membaca kehidupan kita di masa lalu, kejelekan apapun saat itu, kemudian setelah itu takutlah akan siksa Allah kemudian setelah itu hadapkan dengan tetesan air mata kepada Allah*'.

Dalam pesan dakwah yang disampaikan oleh Buya Yahya agar *mad'u* hijrah, menyadari akan kesalahan yang selama ini diperbuat tersebut dengan menggunakan kata "kita". Kata kita merujuk pada diri komunikator dengan komunikan, artinya tidak hanya *mad'u* yang melakukan intropeksi atas kesalahan yang selama ini diperbuat, melainkan da'i pun juga dikenai aktivitas tersebut. Sehingga *mad'u* tidak merasa tersinggung atas pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah dengan menggunakan teknik integrasi berharap bisa mendekatkan diri secara psikologi dengan *mad'u*. Artinya, dengan

kata "kita" menjadikan lebih mendekat dan menyatu dengan antara da'i dengan *mad'u*, sehingga lebih memudahkan untuk mengajak *mad'u* agar sesuai dengan maksud atau tujuan da'i. Seperti yang dilakukan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan pesan tersebut, beliau mengajak *mad'u* agar menyadari dan meninggalkan kesalahan yang selama ini diperbuat oleh *mad'u* dengan membangun kesamaan, kedekatan secara psikologis dengan *mad'u* lewat kata "kita". Penggunaan kata "kita" dalam pesan dakwah yang disampaikan oleh Buya Yahya membuat *mad'u* tidak tersinggung dan rela mengikuti seruan da'i.

Dengan menggunakan teknik integrasi secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'u*, pesan dakwah akan mudah diterima dan dilaksanakan oleh *mad'u*. *Mad'u* akan menjalankan pesan dakwah tersebut didasarkan kerelaan dan merasa tidak terpaksa, karena pesan dakwah yang dikemas dengan teknik integrasi menjadikan tidak ada jarak antara komunikator dan komunikan, secara psikologis sudah dekat, sehingga *mad'u* akan lebih menerima seruan da'i bila demikian maka tujuan komunikasi dakwah tercapai.

**Ketiga**, teknik ganjaran atau *pay-off technique* digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu manfaat berhijrah kepada *mad'u*. Penyampaian pesan dakwah tersebut dikemas dengan memberikan harapan-harapan, iming-iming, sesuatu yang diinginkan oleh setiap manusia khususnya muslim. Beliau menyampaikan,

*"Dan setelah kita taubat kepada Allah, taubat kepada manusia sempurnalah hijrah kita, sehingga orang bertaqwa adalah baik kepada Allah dan baik kepada sesama manusia".* Engkau akan dicintai Allah, "Kalo sudah masuk wilayah tobat dia akan masuk wilayah istimewa wilayah mahbubiyah dicintai oleh Allah "innallahayuhibbut tauabin" Allah mencintai orang yang bertaubat. Allah

*mencintai orang yang bertaubat*”. Dan hati akan menjadi damai atau tentram, *‘Poin ketiga agar hidup anda indah lestari tentrem damai aman jadilah anda hidup apakah dalam keluarga atau yang komunitas semacam ini jadilah orang yang mudah mengingatkan dan mudah diingatkan’*”.

Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwahnya dengan menggunakan teknik ganjaran atau *pay-off technique* adalah cara yang digunakan Buya Yahya dalam mempengaruhi *mad’u* dengan mengiming-iming hal yang menguntungkan (memberi manfaat) atau menjanjikan adanya harapan. Dalam pesan dakwah tersebut, ada ganjaran yang disampaikan oleh Buya Yahya bagi mereka yang bertaubat, baik engkau akan menjadi muslim yang bertaqwa, Allah mencintai orang yang bertaubat, hidup indah lestari, tentram, damai dan aman. Dalam konteks ceramah yang disampaikan oleh Buya yahya adalah keuntungan atau ganjaran dari perintah bertaubat. Sisi lain, ditinjau dari aspek psikologis komunikasi, seseorang akan lebih senang mendapatkan keuntungan daripada kerugian. Sehingga Buya Yahya berharap *mad’u* berbuat amal shaleh, menjalankan seruan dakwah yaitu perintah untuk bertaubat dengan mengemas pesan dakwah menggunakan teknik ganjaran atau *pay-off technique*.

Dengan menggunakan teknik ganjaran atau *pay-off technique* secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad’u*, pesan dakwah akan mudah diterima. *Mad’u* akan termotivasi dan berlomba-lomba dalam kebaikan, *fastabiqul khoirot* dalam menjalankan seruan dakwah yang disampaikan oleh da’I, bila demikian maka tujuan komunikasi dakwah tercapai.

**Keempat**, teknik *Putting it up to you* digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah “bagaimana hijrah itu?” kepada *mad’u*. Pesan dakwah yang disampaikan oleh beliau dikemas dengan memberikan

pertanyaan kepada *mad’u*, sehingga *mad’u* terdorong berdialog untuk mencari jawaban. Contoh ketika Buya bertanya siapa yang seperti itu di antara kita? maksud pertanyaan tersebut mengarah pada menanyakan siapa di antara umat yang mendoakan kebaikan untuk orang yang sedang bermaksiat, bukan mengolok atau menilai negatif. Beliau menyampaikan,

*‘Melihat wanita yang sedang menjual diri di jalan. Apa yang ada di hati kita? dan mungkin apa yang terucap di lisan kita? Mungkin ada di antara kita yang berkata “eh kasian” karena kita sudah hijrah “eh kasian malem-malem astagfirullah-astagfirullah” istifarnya istifar ngejek itu bukan istifar beneran. “astagfirullah astagfirullah malem malem ya allah tuh tuh astagfirullah astagfirullah astagfirullah” siapa di antara kita? Jujur di antara kita siapa di antara kita? Yang disaat melihat wanita seperti itu kemudian tanpa sadar kita menengadahkan tangan dibarengi dengan tetesan air mata lalu kita berkata “ya allah itu umat kekasihmu Nabi Muhammad, Kau uji dengan kehinaan ampuni ya allah berikan kesadaran angkat derajat ya allah” siapa yang seperti itu di antara kita?’*

Dari paparan diatas, Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan teknik *Putting it up to you* yaitu teknik yang dilakukan komunikator dalam mempengaruhi komunikasi untuk mengubah pendapat, sikap dan tindakan dengan memberi stimulus berupa pertanyaan untuk menanyakan kejelasan pendapat, dengan harapan *mad’u* sepakat dengan pesan yang disampaikan. Pertanyaan Buya Yahya ini membuat jamaah berdialog dan mencari jawaban akan pertanyaan tersebut, yang kemudian dalam konteks pesan dakwah yang disampaikan diatas, pertanyaan “siapa diantara kita yang mendoakan kebaikan untuk orang yang sedang bermaksiat, bukan mengolok atau menilai negatif”, bila *mad’u* menjawab “tidak” berarti termasuk orang melakukan hijrah

dengan benar, sedangkan yang menjawab ‘‘iya’’ maka orang tersebut perlu memperbaiki hijrahnya. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan ceramahnya menggunakan persuasi yaitu proses transaksional, proses ini melibatkan baik komunikator maupun komunikan. Buya Yahya menggunakan teknik *Putting it up to you*, mengajak *mad'u* berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi salah satunya memberikan pertanyaan kepada *mad'u*. Dengan memberikan pertanyaan kepada komunikan, membuat *mad'u* terlibat berproses dalam memahami pesan dakwah ‘‘bagaimana hijrah itu?’’, berharap dengan penggunaan teknik tersebut membuat pembahasan lebih menarik, lebih hidup karena *mad'u* bisa berdialog, bisa menyampaikan sudut pandang tertentu terkait pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.

Dengan menggunakan teknik *Putting it up to you* secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'u*, pesan dakwah akan mudah dipahami, dimengerti karena secara aspek kognitif manusia, bila seseorang berdialog, berdiskusi untuk mencari jawaban akan pertanyaan yang disampaikan oleh da'i, maka ada proses penambahan pengetahuan, sudut pandang dalam menjawab pertanyaan tertentu terkait pesan dakwah yang disampaikan.

**Kelima**, teknik *transfer* yang digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan ‘‘Apa itu hijrah?’’, bahwa hijrah fisik perlu dilakukan bila berada pada lingkungan yang memberikan pengaruh negatif pada anak, diri serta keluarga. Beliau menyampaikan,

*‘‘Hijrah fisik kadang harus kita lakukan. Jangan memaksakan kita hidup di sebuah lingkungan yang ternyata lingkungan tersebut tidak menjadikan selamat anak kita. Jangan hanya karena ini rumah peninggalan bapak saya, rumah orangtua saya, sayang kalau saya tinggalkan. Jangan berpikir masalah itu. Kalau memang disitu lingkungan tidak baik, khawatir selamat*

*kita, tidak selamat di anak. Ini hijrah tempat.’’*

Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut menggunakan teknik transfer, teknik mempengaruhi komunikan untuk mengikuti pesan persuasif dengan memanfaatkan lingkungan baik positif maupun negatif untuk memberi pengaruh terhadap komunikan. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah agar *mad'u* melakukan hijrah fisik, dengan memanfaatkan lingkungan rumah yang negatif sebagai sebuah contoh. Bila lingkungan rumah mengancam keselamatan iman anak beserta keluarga walaupun rumah tersebut merupakan rumah peninggalan orang tua atau rumah tersebut sayang bila dijual maka perlu bagi *mad'u* menjalankan hijrah fisik. Dengan memanfaatkan lingkungan rumah sebagai contoh dalam menjelaskan apa itu hijrah fisik kepada *mad'u*, memudahkan *mad'u* dalam memahami hakikat hijrah fisik. Penggunaan teknik *transfer* secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, berharap pesan dakwah lebih mudah dipahami dan dimengerti.

**Keenam**, teknik *bandwagon* yang digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan bagaimana hijrah itu, orang yang sedang melakukan hijrah, dia senantiasa melakukan evaluasi atas sikap dan perbuatan selama ini. Ada tindakan merenung atau introspeksi dalam diri atas kesalahan dan perbuatan yang dilakukan. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* dengan menyampaikan bahwa pesan tersebut diterima oleh semua orang sehingga membuat *mad'u* sepatutnya dan bertindak sesuai dengan maksud *persuader*. Beliau menyampaikan ‘‘ibadah yang sering dilupakan oleh hamba Allah yaitu ibadah tafakkur, merenung. **Sehingga kami selalu sampaikan kepada siapapun** yang punya waktu kalo ibadah tolong jangan monoton, banyak orang sholat sholat sholat belum tentu hatinya benar’’.

Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah bagaimana seseorang sedang berhijrah, orang tersebut sentiasa melakukan evaluasi atas sikap dan perbuatan selama ini, merenung atau intropeksi dalam diri atas kesalahan dan perbuatan yang dilakukan, menjalani ibadah tafakkur, dengan menggunakan teknik *bandwagon*, yaitu menyampaikan pesan dengan menganggap bahwa pesan tersebut penting untuk diterima dengan indikator disampaikan kepada semua atau banyak orang. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut dengan menggunakan kalimat “*Kami selalu sampaikan kepada siapapun*”, memiliki kesan kalau orang lain menerimanya, mengapa saya tidak. Orang lain menerima karena sudah tentu pesan ini baik, maka juga harus diterima juga oleh saya (*mad'u*). Penggunaan kalimat tersebut mengandung bahwa pesan dakwah tersebut adalah penting sehingga disampaikan kepada siapapun.

Dengan menggunakan teknik *bandwagon* secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'u* berharap pesan dakwah lebih mudah diterima, karena pesan tersebut adalah pesan yang penting, disampaikan kepada semua atau banyak orang. Sehingga secara universal, bahwa pesan dakwah tersebut adalah solusi atas persoalan yang secara universal dialami oleh banyak orang, bila banyak orang menerima pesan tersebut dan menerima, maka peluang besar *mad'u*, dengan pengemasan teknik *bandwagon* juga akan menerima, bila demikian maka tujuan komunikasi dakwah akan tercapai.

**Ketujuh**, teknik *don't ask if, ask which* digunakan oleh Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah bahwa orang berhijrah ada aktivitas perenungan atau intropeksi atas kesalahan yang diperbuat. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut dengan memberikan alternatif-alternatif

yang masih sesuai dengan harapan persuader. Beliau menyampaikan “*berikan waktu sesaat setengah jam, sepuluh menit, lima belas menit, untuk membaca kehidupan kita di masa lalu, kejelekan apapun saat itu, kemudian setelah itu takutlah akan siksa Allah kemudian setelah itu hadapkan dengan tetesan air mata kepada Allah.*”

Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut menggunakan teknik *don't ask if, ask which* sehingga *mad'u* merasa tidak terpaksa, karena banyak alternatif yang disampaikan oleh *mad'u* dalam menjalankan seruan da'i, sehingga *mad'u* bisa fleksibel secara waktu dalam menjalankan aktivitas merenung, sebagai upaya untuk melakukan hijrah. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah, bahwa orang berhijrah ada aktivitas perenungan atau intropeksi atas kesalahan yang diperbuat, dengan menawarkan alternatif banyak pilihan secara teknis waktu, agar *mad'u* melakukan intropeksi diri baik setengah jam, sepuluh menit, lima belas menit. Dengan adanya alternatif tersebut memudahkan komunikasi mengikuti seruan komunikator.

Dengan menggunakan teknik *don't ask if, ask which* secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'u* supaya pesan dakwah lebih mudah diterima, karena banyaknya alternatif yang disajikan oleh komunikator sehingga memudahkan komunikasi secara fleksibel untuk memilih alternatif tersebut.

## KESIMPULAN

Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah pada ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?” terdapat tujuh teknik komunikasi persuasif, antara lain : 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*.

**Pertama,** Buya Yahya menggunakan teknik asosiasi dalam menyampaikan pesan dakwah apa itu Hijrah kepada *mad'u*, beliau mengkaitkan pembahasan hijrah dengan suatu hal yang menarik dan aktual di masyarakat, hal demikian ini dikarenakan ‘hijrah’ seperti halnya trend atau yang sedang ramai diperbincangkan dan sedang banyak dilakukan oleh masyarakat, diindikasikan dari banyaknya komunitas-komunitas hijrah sehingga dengan menggunakan teknik asosiasi berharap *mad'u* akan ada perhatian, tertarik karena sesuai kebutuhannya.

**Kedua,** Buya Yahya menggunakan teknik integrasi dalam menyampaikan pesan dakwah bagaimana orang yang sedang menjalani hijrah, orang tersebut sadar akan kesalahan dengan membangun kesamaan senasib atau menyatukan antara da'i dengan *mad'u*, salah satunya dengan pilihan kata ‘kita’. Kata ‘kita’ merujuk pada diri komunikator dengan komunikan, artinya tidak hanya *mad'u* yang melakukan intropeksi atas kesalahan yang selama ini diperbuat, melainkan da'i pun juga dikenai aktivitas tersebut. Artinya, dengan kata ‘kita’ dalam penyampaian pesan dakwah tersebut memudahkan da'i untuk mengajak *mad'u* agar sesuai dengan maksud atau tujuan dakwah.

**Ketiga,** Buya Yahya menggunakan teknik ganjaran atau *pay-off technique* dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu manfaat berhijrah kepada *mad'u*. Buya Yahya menyampaikan ada ganjaran bagi mereka yang bertaubat yaitu akan menjadi muslim yang bertaqwa, Allah mencintai orang yang bertaubat, hidup indah lestari, tentram, damai dan aman. Sehingga dengan menggunakan teknik ganjaran atau *pay-off technique* berharap *mad'u* akan termotivasi dalam menjalankan seruan pesan dakwah tersebut.

**Keempat,** Buya Yahya menggunakan teknik *Putting it up to you*

dalam menyampaikan pesan dakwah ‘‘bagaimana hijrah itu? ‘‘ kepada *mad'u*. Pesan dakwah yang disampaikan oleh beliau dikemas dengan memberikan pertanyaan kepada *mad'u*, sehingga mendorong *mad'u* berdialektika dengan pemikiran sendiri untuk mencari jawaban.

**Kelima,** Buya Yahya menggunakan teknik *transfer* dalam menyampaikan pesan dakwah ‘‘Apa itu hijrah?’’, Beliau memanfaatkan lingkungan untuk memberi pengaruh terhadap *mad'u*. Beliau menyampaikan bahwa hijrah fisik perlu dilakukan bila berada lingkungan yang ternyata lingkungan tersebut tidak menjadikan selamat kita dan anak kita.

**Keenam,** Buya Yahya menggunakan teknik *bandwagon* dalam menyampaikan pesan dakwah bagaimana seseorang berhijrah. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut dengan menggunakan kalimat ‘‘*kami selalu sampaikan kepada siapapun*’’, Penggunaan kalimat tersebut mengandung bahwa pesan dakwah tersebut adalah penting sehingga disampaikan kepada siapapun.

**Ketujuh,** Buya Yahya menggunakan teknik *don't ask if, ask which* dalam menyampaikan pesan dakwah bahwa orang berhijrah, ia akan melakukan aktivitas perenungan atau intropeksi atas kesalahan yang diperbuat. Buya Yahya dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut dengan menawarkan alternatif banyak pilihan secara teknis waktu agar *mad'u* melakukan intropeksi diri baik sesaat setengah jam, sepuluh menit, lima belas menit. Dengan adanya alternatif tersebut memudahkan *mad'u* mengikuti seruan da'i.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2004.
- Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?". Video YouTube, 27:51. dikirim oleh "Al-Bahjah TV", Juli 05, 2019.
- Al-Bahjah. "Profil Buya Yahya". Oktober 14,2020.  
<https://buyayahya.org/profile>
- Alihamdan. "Buya Yahya Profil Pengasuh Pondok Pesantren Al-Bahjah Cirebon". September 07,2017.  
<https://www.alihamdan.id/buya-yahya>.
- Bambang, Setiawan. "Metode Penelitian Komunikasi I, Jakarta." *Universitas Terbuka* (1995).
- Desyafitri, Maike. "Komunikasi persuasif komunitas hijabers Pekanbaru dalam merekrut wanita berjilbab di Kota Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 2, no. 1 (2014): 1-13.
- Faiqoh, Cicik Nur. "Khutbah jum'at persuasif H. Ahmad Zahro di Masjid Nasional Al- Akbar Surabaya." PhD diss., UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Febiani, Fitra "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Hijab I'm In Love Karya Oki Setiana Dewi." PhD diss., UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Habibah, Fitri Ummu. "Metode dakwah KH. Yahya Zainul Ma'arif." PhD diss., UIN Walisongo, 2017.
- Ilahi, Wahyu, and Komunikasi Dakwah. "Bandung: PT." Remaja Rosda Karya (2010).
- Isnawijayanti, "Teknik Komunikasi Dakwah Dalam Masyarakat Modern dan Multikultural, September 19, 2021. <https://isnawijayanti.wordpress.com>
- Jalaluddin, Rakhmat. "Psikologi komunikasi." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2007).
- Lubis, Evawani Elysa, and Yanie Pratiwi Firdaus. "Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru." PhD diss., Riau University.
- Maulana, Herdiyan, and Gumgum Gumelar. "Psikologi komunikasi dan persuasi." Jakarta: Akademia Permata (2013).
- Muirodah, Muirodah. "Teknik komunikasi persuasif ustadz Muhammad Nur Maulana dalam acara "Islam Itu Indah" di Trans TV." PhD diss., UIN Walisongo, 2015.
- Maufur, Syibli. "Analisis Tindak Tutur Buya Yahya dalam Interaksi Belajar Mengajar di Pesantren Albahjah Cirebon." *Holistik* 14, no. 2 (2016).
- Niswah, Auliya. "Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya IPPHO SANTOSA." *Skripsi Program Sarjana Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Yogyakarta* (2014).
- Nurjanah, "Peran Komunikasi Persuasif dalam penyelesaian konflik antara Nelayan", *ilmu komunikasi*, Vol. 6, No. 2 September 2015.
- Onong, Uchjana Effendy. "Dinamika komunikasi." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2018).
- Rangkuti, Yusuf Fauzan. "Implementasi teknik komunikasi persuasif pengurus ikatan remaja masjid al-huda (irmah) dalam meningkatkan pengamalan agama di kelurahan sudirejo ii kecamatan Medan kota." PhD diss., Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
- Republika. "Fenomena Hijrah Kaum Milenial". Januari 23, 2021.

<https://republika.co.id/berita/puyv6k349/fenomena-hijrah-kaum-milenial>.

- Suhandang, Kustadi. "Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah." *Bandung: Remaja Rosdakarya* (2014).
- Severin, Werner J., and James W. Tankard Jr. "Teori Komunikasi: Sejarah, metode, & Terapan di dalam media massa." *Jakarta: Prenada Media, Terjemahan, edisi kelima* (2005).
- Santoso, Rokhmad Joko. "Komunikasi Persuasif Dalam Penyampaian Dakwah Pada Channel Youtube CakNun.com." PhD diss., UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020.
- Tasmara, Toto. *Komunikasi dakwah. Gaya Media Pratama*, 1997.
- Tambunan, Nurhalima. "Komunikasi persuasif Majelis Tabligh pimpinan daerah Aisyiyah dalam meningkatkan akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara." PhD diss., Pascasarjana UIN Sumatera Utara, 2013.
- The description of Al-Bahjah TV*, Januari 23, 2021. <https://apkpure.com/al-bahjah-tv/com.syamilstudio.albahjahtv>.
- Zaenuri, Ahmad. "Teknik komunikasi persuasif dalam pengajaran." *JALIE; Journal of Applied Linguistics and Islamic Education* 1, no. 1 (2017): 41-67.