

Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Melalui Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan

Hairul Hatami¹, Nahed Nuwairah^{2*}, Najla Amaly³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

*email Korespondensi : nahednuwairah@uin-antasari.ac.id

Abstrak: Komunikasi dakwah merupakan aspek kehidupan muslim yang menjadi salah satu kewajiban agama sekaligus mempunyai tujuan untuk terjadinya perubahan tingkah laku, sikap atau perbuatan yang sesuai dengan pesan-pesan Islam. *Dai* yang memiliki tujuan tidak hanya memahami nilai-nilai keIslaman tapi juga berusaha mengarahkan *Mad'u* untuk senantiasa mengaplikasikan nilai-nilai Islam dalam keseharian sehingga perubahan yang dirasa tidak saja pada pemahaman namun juga pada sikap, perilaku serta tindakan dari *Mad'u*. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi komunikasi persuasif yang tepat dalam pelaksanaan aktivitas dakwah agar pesan-pesan ajaran Islam (*message*) sampai kepada *Mad'u* melalui berbagai sarana, salah satunya melalui Majelis Taklim Nafahattur Rabbani di Kota Balikpapan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Komunikasi dakwah persuasif yang dilakukan KH. Husaini Hanafi dalam menanamkan nilai-nilai Islam. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah persuasif yang dilaksanakan KH. Husaini Hanafi dalam menanamkan nilai-nilai Islam melalui Majelis Taklim Nafahattur Rabbani menggunakan pendekatan kekeluargaan, menggunakan tahapan memahami *Mad'u*, menentukan pesan dan materi yang relevan, memulai komunikasi dakwah dengan membangun situasi yang hangat dan nyaman serta menggunakan komunikasi persuasif dengan metode partisipasi, metode asosiasi, metode *icing device*, dan metode *pay-off*.

Kata Kunci: *komunikasi dakwah, komunikasi persuasif, majelis taklim*

Abstract: Da'wa communication is an aspect of Muslim life which is one of the religious obligations and also has a goal to bring about changes in behavior, attitudes or actions that are in accordance with Islamic messages. *Dai* is not only to understand Islamic values but also to try to direct *Mad'u* to always apply Islamic values in his life so that changes are felt not only in understanding but also in *Mad'u's* attitudes, behavior and actions. To achieve this goal, an appropriate persuasive communication strategy is needed in carrying out da'wah activities so that the messages of Islamic teachings (messages) reach the *Mad'u* through various means, one of which is through the Nafahattur Rabbani Taklim Council in Balikpapan City. The purpose of this research is to determine the persuasive da'wah communication carried out by KH. Husaini Hanafi in instilling Islamic values. This research method uses a qualitative descriptive method with the type of field research. Data collection

was carried out by means of observation, interviews and documentation. Data analysis techniques by means of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that the persuasive da'wah communication strategy implemented by KH. Husaini Hanafi in instilling Islamic values through the Nafahattur Rabbani Taklim Council uses a family approach, uses stages of understanding *Mad'u*, determines relevant messages and materials, starts da'wah communication by building a warm and comfortable situation and uses persuasive communication with participation methods, methods association, icing device method, and pay-off method.

Keywords: *da'wa communication, persuasive communication, majelis taklim*

PENDAHULUAN

Komunikasi secara sederhana dapat dimaknai sebagai proses penyampaian informasi atau pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan melalui sarana tertentu dengan tujuan dan dampak tertentu pula (M. Romli, 2013). Dalam ilmu komunikasi kita mengetahui tentang komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang menitikberatkan pada psikologis *Mad'u* yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikan, sehingga dapat memenuhi harapan yang sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator yang pada akhirnya pesan yang diterima oleh komunikan dapat merubah sikap dan perilaku mereka. Dakwah merupakan bagian dari kegiatan komunikasi, dakwah sejatinya ialah komunikasi yang dilakukan oleh Dai dengan menekankan penyampaian berupa pesan ke-Islaman agar *Mad'u* mau menerima, memahami serta melaksanakannya.

Dalam Tafsir Al- Munir, seorang Dai dapat memahami metodologi dakwah yaitu *bil hikmah* (dengan perkataan yang kuat, tepat, menyentuh dan berkesan), mauizah hasanah (dengan nasihat dan pelajaran yang efektif serta berkesan dalam hati mereka) dan berdebatlah (dengan bentuk debat yang paling baik) (Wahbah, 2016). Jika dilihat secara seksama ketiga metode dakwah itu sangat berkaitan erat dan sejalan dengan pendekatan dakwah persuasif. Melihat kepada dakwah yang berbasis *bil hikmah*, sifat al-hikmah merupakan perpaduan antara unsur-unsur *al- kibrah* (pengetahuan), *al-miran* (latihan), dan *al-tajribah* (pengalaman) (Nurhidayat, 2015), yang artinya menggunakan standar pengetahuan sebagai ujung tombak perjuangan disertai cara yang baik sehingga *Mad'u* dapat mudah mengerti dan memahami ilmu agama secara mendalam. Pembinaan masyarakat yang Islami adalah tujuan yang sebenarnya yang ingin diraih dalam kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh para Dai. Pesan dakwah yang disampaikan diharap dapat membina sikap masyarakat menuju arah yang lebih tinggi lagi baik secara individual (untuk diri sendiri) atau publik (untuk masyarakat).

Persuasif merupakan istilah dari bahasa Latin “persuasi”, yang maknanya merayu, membujuk atau mengundang. Berkomunikasi secara persuasif, yaitu memiliki kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, menginformasikan audiens tentang tujuan persuasi, dan menghormati kehadiran mereka. Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan menyentuh aspek afeksi atau hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah (Maulana & Gumelar, 2020). Efektivitas komunikasi dakwah yang persuasif mengarah pada sebuah pertanyaan, sampai sejauh mana pesan-pesan dan aktivitas dakwah dapat mempengaruhi dan meyakinkan khalayak (*Mad'u*). Sebagaimana penyebaran Islam di nusantara yang dilakukan oleh walisongo yang luar biasa sehingga

Islam menjadi agama mayoritas, yang sebelumnya beragama Hindu (Atabik, 2014). Dalam komunikasi persuasif terdiri dari beberapa unsur yaitu *persuader* atau Dai, *Persuadee* atau *Mad'u*, *maddah* atau pesan, metode, media dan *feedback* (Misbah, 2021).

Banyak ahli yang menyarankan untuk menggunakan pendekatan (*approach*) berhubungan dengan komunikasi persuasif, yaitu kesamaan yang dikenal dengan *A-A-Produce* atau *Attention to Action*. *Prosedur A-A* adalah proses komunikasi persuasif langkah demi langkah untuk mendapatkan perhatian dan kemudian memotivasi orang tersebut untuk mengambil tindakan untuk mencapai apa yang kita inginkan. Dan disarankan untuk melakukan proses ini dengan menggunakan formula AIDDA atau yang kita kenal dengan perhatian, minat, perencanaan, keputusan dan tindakan (Misbah, 2021).

Komunikasi dakwah persuasif dalam konteks yang sebenarnya harus dilakukan oleh orang-orang yang memiliki pengetahuan yang baik dalam agama dan ahli di bidangnya. Dakwah harus tetap dilaksanakan terlepas kepada siapa seorang Dai memberikan pesan dakwah kepada seseorang. Sebagai pesan yang berisikan nilai-nilai dalam Islam, seperti iman (keyakinan), ibadah, serta akhlak (moral) yang memperjuangkan pengalamannya dalam sepanjang rentang waktu kehidupan seseorang di tengah masyarakat.

Banyak penelitian sebelumnya terkait komunikasi dakwah persuasif seorang Dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *Mad'u*. Studi literatur sebelumnya menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif sangat membantu dalam pemahaman pesan dakwah oleh *Mad'u*, dan komunikasi persuasif menjadi metode yang efektif dalam pemahaman pesan dakwah (Afriyanto, 2018).

Hal itu dapat kita perhatikan pada sosok Ulama kharismatik asal Balikpapan yaitu KH. Husaini Hanafi. Alasan penulis meneliti beliau dikarenakan beliau memiliki jemaah yang banyak di Kota Balikpapan yang saat ini menjadi pusat dakwah atau pembinaan umat di Kota Balikpapan. Beliau selaku Dai dengan memadukan metode komunikasi dakwah dengan pendekatan persuasif kemudian mengajarkan pemahaman Islam.

Tujuan dari dakwah KH. Husaini Hanafi yang tidak saja hanya ingin memberikan pemahaman atas nilai-nilai keIslaman, tujuan utama dalam Komunikasi Dakwah yaitu dengan memberikan efek psikologis sehingga sasaran dakwah berubah pada pemikiran serta melanjutkannya dengan tindakan yang telah diarahkan melalui pesan-pesan yang telah dikemas dengan pendekatan persuasif. Dalam hal ini mengamalkan.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh KH Husaini Hanafi dalam setiap kajian yang beliau laksanakan antara beliau sebagai Dai dan para *Mad'u* yang hadir merupakan faktor fundamental dalam menciptakan sebuah wadah yang bekerja secara efektif. Oleh sebab itu Dai dituntut dapat memberikan pendekatan persuasif kepada komunikan agar terjadi sebuah korelasi yang baik antara Dai dan *Mad'u* dalam mendalami setiap pesan dakwah yang telah diberikan.

Ketertarikan penulis muncul sebagai bentuk dari antusiasme dan keinginan kuat antara Dai dan Jama'ah (*Mad'u*) dalam menyebarkan, membangun serta memberi pondasi yang kuat pada agama Islam, oleh karenanya muncullah keinginan untuk meneliti tentang bagaimana Komunikasi Dakwah Persuasif KH Husaini Hanafi pada *Mad'u* di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani, Kota Balikpapan

METODE

Jenis penelitian ini termasuk dalam *Field Research* (Penelitian Lapangan). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang berada di lapangan (Misbah, 2021). Alasan peneliti menggunakan penelitian lapangan, karena ingin mengetahui sisi pemahaman mendalam, komunikasi dakwah persuasif oleh KH. Husaini Hanafi yang terdapat di majelis Taklim Nafahattur Rabbani. Oleh sebab itu, peneliti melakukannya dengan turun ke lapangan untuk melakukan wawancara langsung kepada KH. Husaini Hanafi selaku Dai di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani serta beberapa jemaah untuk pengurutan data pada Komunikasi Dakwah Persuasif. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah KH. Husaini Hanafi dan 20 *Persuadee/Mad'u* yang dipilih secara acak yang aktif mengikuti pengajian dan berdomisili di Kecamatan Balikpapan Timur. Objek Penelitian dalam penelitian adalah komunikasi dakwah persuasif yang dilakukan oleh KH. Husaini Hanafi kepada *Mad'u* yang ada di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk teknik observasi, peneliti turun langsung ke Majelis Taklim Nafahattur Rabbani serta ikut dalam kegiatan yang dilangsungkan di sana selama periode penelitian yaitu 45 hari.

Pengamatan ini bertujuan untuk mengetahui proses Komunikasi Dakwah Persuasif yang berlangsung antara KH. Husaini Hanafi dan para *persuadee*. Wawancara yang dilakukan peneliti ialah mengajukan pertanyaan langsung kepada para responden dalam hal ini KH. Husaini Hanafi dan juga para *persuadee*. Metode dokumentasi yang dilaksanakan peneliti adalah sebagai penunjang dari data-data sebelumnya, dokumentasi yang dimaksud berupa catatan, transkrip, data-data, buku surat atau bukti peristiwa untuk mempermudah dalam mengecek kebenaran sehingga penelitian menjadi valid (Bungin, 2013). Teknik analisis data penelitian ini dengan tahap reduksi data, yaitu tahap pengumpulan, pemilihan dan mengorganisasikan data yang telah didapat. Kemudian dilanjutkan dengan tahap penyajian data, yaitu tahap menyajikan data dalam bentuk naratif untuk mendeskripsikan hasil data. Lalu tahap akhir yaitu, tahap penarikan kesimpulan (Yusuf, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subjek Penelitian

Kyai Haji Husaini Hanafi atau yang lebih akrab dipanggil Guru Husaini ini merupakan Ulama kelahiran Amuntai, Kalimantan Selatan. Menghabiskan masa kecilnya di tempat kelahirannya, beranjak dewasa Guru Husaini kemudian melanjutkan pendidikannya di Martapura tepatnya di Pondok Pesantren Darussalam Martapura. Secara khusus mengenyam Pendidikan agama Islam, mengasah pengalaman serta kemampuannya dalam berbagai disiplin ilmu agama Islam. Kemudian pada tahun 1991, luluslah beliau dari Pondok Pesantren Darussalam. Setelah lulus itu beliau tidak langsung pulang tapi menetap untuk beberapa waktu di Martapura, beliau juga membuka pengajian kecil selama menghabiskan waktu di Martapura. Sadar akan budaya dan tradisi masyarakat disana yang sudah mengenal Islam, budayanya juga sangat kental dengan nilai-nilai keIslaman membuat Guru Husaini muda memutuskan untuk merantau dengan niat mencari pengalaman serta menyebarkan dakwah Islam lebih luas lagi.



Gambar 1 KH. Husaini Hanafi

Kyai Haji Husaini Hanafi merupakan sosok guru dan juga teladan. Berdasarkan informasi yang saya dapatkan dari Ketua I Bapak Abdul Rachmat. KH. Husaini Hanafi juga rutin mengisi pengajian di beberapa tempat di Kota Balikpapan. Ada yang secara rutin dilakukan dan ada juga yang di isi sesekali. Tidak hanya di Kota Balikpapan, tapi beliau juga mengisi di beberapa tempat di luar Kota Balikpapan secara rutin. Di sampaikan oleh Ketua I, bahwa setiap 2 minggu sekali KH. Husaini Hanafi akan mengisi pengajian di Kecamatan Kota Bangun, Kabupaten Kutai Kartanegara. Kemudian di Desa Babulu Laut, Kecamatan Babulu, Kabupaten Penajam Paser Utara yang dilaksanakan 2 minggu sekali juga dan di Kecamatan Long Kali, Kabupaten Paser yang dilakukan sebulan sekali.

Lokasi penelitian yang dipilih adalah di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan. Secara spesifik Majelis Taklim Nafahattur Rabbani berada di Jalan Pantai, Kelurahan Manggar baru, Kecamatan Balikpapan Timur. Secara spesifik Majelis Taklim Nafahattur Rabbani berada di Jalan Pantai Rekreasi Pantai Segara Sari RT. 38, Kelurahan Manggar baru, Kecamatan Balikpapan Timur. Peneliti secara khusus memfokuskan terhadap komunikasi Dakwah Persuasif dari KH. Husaini Hanafi selaku pimpinan serta pendiri dari Majelis Taklim Nafahattur Rabbani.



Gambar 2 Majelis Taklim Nafahattur Rabbani

Majelis Taklim Nafahattur Rabbani merupakan sebuah pengajian yang telah dilakukan oleh KH. Husaini Hanafi selepas merantau ke Kota Balikpapan. Di awali pada tahun 2004, pengajian pertama kali di adakan di rumah bapak Syahrudin atau Haji Isah tepatnya pada 17 Februari 2004, konsisten dengan itu pengajian terus berlangsung selama

5 tahun lamanya. Kurang lebih 5 tahun mengadakan pengajian di rumah, pada tahun 2009, KH. Husaini Hanafi membebaskan tanah yang berlokasi di Jalan Rekreasi Pantai Segara Sari sebagai tempat baru untuk melanjutkan pengajiannya. Pada tanggal 26 Februari 2010 oleh Wakil Wali Kota Balikpapan, Bapak Rizal Efendi SE. Majelis Taklim Nafahattur Rabbani berdiri.

Visi Majelis Taklim Nafahattur Rabbani adalah Menciptakan masyarakat madani dan mengedepankan nilai-nilai keIslaman yang dibangun berdasarkan Al- Qur'an dan As-Sunnah. Misi dari Majelis Taklim Nafahattur Rabbani adalah Tumbuhnya sikap peduli serta memahami dengan benar ajaran keIslaman sehingga mampu mengamalkannya di dalam lingkungan keluarga dan bermasyarakat. Dari visi dan misi tersebut dapat dikonfirmasi dengan para pengurus majelis taklim serta dapat dilihat secara langsung dalam setiap pertemuan atau setiap pengajian yang diadakan. Para *Mad'u* yang hadir sangat antusias dalam menambah wawasan tentang ilmu agama yang bisa direalisasikan dalam kehidupan bermasyarakat setiap harinya.

Komunikasi Dakwah Persuasif KH Husaini Hanafi

Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Dai (komunikator) untuk menyampaikan pesan kepada *Mad'u* (komunikan) baik secara perseorangan atau kelompok. Dakwah adalah transmisi ajaran Islam dari satu orang ke orang lain, yang berarti mewujudkan perilaku manusia menurut metode linier di atas. Dakwah jenis ini telah ada selama berabad-abad hingga saat ini. Sejak Rasulullah diutus ke muka bumi ini, dakwah telah dilakukan dan terus berlanjut hingga saat ini dalam ragam yang berbeda-beda (Fahrurrozi dkk., 2019).

Dalam komunikasi persuasif terdiri dari beberapa unsur yaitu *persuader* atau dai, *Persuadee* atau *Mad'u*, Maddah atau pesan, metode, media dan *feedback* (Misbah, 2021). Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. KH. Husaini Hanafi dalam proses komunikasi dakwah mengenai nilai-nilai keIslaman telah melakukan berbagai macam bentuk sehingga apa yang ingin disampaikan dinilai efektif. Peneliti juga akan menjabarkan mengenai tindak persuasif yang dilakukan oleh KH. Husaini Hanafi sehingga masyarakat tidak saja memahami tapi membentuk sikap serta presentasinya dalam kehidupan bermasyarakat.

Proses Komunikasi KH. Husaini Hanafi

Dalam proses komunikasi KH. Husaini Hanafi yang telah ditemukan peneliti dari bentuk wawancara hingga ikut langsung dalam kegiatan komunikasi beliau. Peneliti menemukan bentuk komunikasi yang sederhana namun menyentuh hati artinya memberikan efek jangka panjang sehingga tertanam dalam memori otak. Sesuai dengan penuturan dari KH. Husaini Hanafi yang berdakwah menyesuaikan dengan keadaan *Mad'u* yang ada di Kota Balikpapan. Berikut petikan wawancaranya:

...Kami kan asalnya dari pondok juga, kemudian terjun ke berdakwah di tempat ini (Kota Balikpapan). Jadi menyesuaikan juga dengan yang ada di masyarakat. Tapi di samping itu kami tetap mengadopsi sistem pondok walaupun tidak semuanya dipakai. Disini kami dalam memulai dakwah yaitu dengan cara menjadikan perkumpulan ini, majelis ini selayaknya seperti sebuah keluarga, tidak memandang siapa, jabatannya apa, menganggap semua yang hadir disini sama sehingga menipiskan perbedaan dan batasan antara Dai dan para Jemaah yang hadir. Itulah yang kami sebut sebagai sistem kekeluargaan.

Penuturan itu menandakan bahwa penting untuk memahami, mempelajari serta menyesuaikan dengan keadaan di suatu daerah untuk melaksanakan dakwah secara umum. Apalagi jika yang diinginkan disini adalah tidak saja perubahan secara materi ilmu tapi juga pada tindakan dan olah masyarakatnya dalam kehidupan. Pengajian di Majelis Taklim Nafattur Rabbani yang dibimbing oleh KH. Husaini Hanafi awalnya dilakukan di rumah mulai dari tahun 2004 sampai 2009. Kemudian pengajian ini dilakukan ditempat baru yang merupakan pembangunan Majelis Taklim di Jalan Rekreasi Pantai Segara Sari. Tempat ini diresmikan oleh Wakil Wali Kota Balikpapan, Bapak Rizal Efendi, SE. Dan pada tanggal 26 Februari tahun 2010, majelis Naftattur Rabbani berdiri. Pengajian di Majelis Taklim Naftattur Rabbani dilakukan setiap hari dengan kajian kitab yang berbeda-beda. Berikut jadwal pengajian pada Majelis Taklim Nafattur Rabbani:

Tabel 1 Jadwal Pengajian Majelis Taklim Nafattur Rabbani

No.	Hari	Kajian Kitab	Waktu	Jamaah		Pembimbing
				Laki-Laki	Wanita	
1.	Senin s/d Kamis	1. <i>Sa'aadatud Daroiin</i> 2. <i>Quntul Qulub</i>	07.00 – selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
2.	Senin	1. Fathul Muiin 2. Kawaakibud Durriyah	18.30 – selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
3.	Selasa	1. Pembacaan Maulid 2. Tafsir Jalalain 3. <i>Adzkar Nawami</i>	19.30 – 23.00	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
4.	Rabu	1. <i>Dalailul Khoirat</i> 2. <i>Hidayatus Saalikin</i>	14.00 – 16.00	Wanita		KH. Husaini Hanafi
5.	Rabu	1. <i>Is'aafut Tboliblin</i> 2. Abi Jamroh 3. <i>Duruusut Tasriif</i>	18.30 – selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
6.	Kamis	1. <i>Sairus Saalikin</i> 2. <i>Iqoodzul Himan</i>	22.00 – 23-30	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
7.	Jumat	1. <i>Shahib Bukhorii</i> 2. <i>Al-Gum'yah</i>	07.00 – selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
8.	Jumat	1. <i>At- Targhib Wat Tarbiib</i> 2. <i>Kifaayatul Atqiyaa'</i> 3. <i>Mubaadii ilmu Fiqh</i>	18.30 – selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
9.	Sabtu	1. <i>Ihyaa' Ulumuddin</i> 2. <i>Shahib Bukhorii</i>	19.30 selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi
10.	Minggu	1. <i>Fathul Qorib</i> 2. <i>Tannirul Miqbaas</i>	18.30 – selesai	Laki-laki		KH. Husaini Hanafi

Awal mula pengajian di Majelis Taklim Nafattur Rabbani hanya dihadiri oleh 30 orang yang juga jadi jemaah pertama saat Guru Husaini memulai dakwahnya. Kemudian pada tahun 2009 memindahkan pengajian ke Jalan Rekreasi Pantai Segara Sari, yang kini

dikenal sebagai Majelis Taklim Nafahattur Rabbani. Awalnya hanya dihadiri 30 orang saja, pengajian rutin bisa di hadiri hingga 200 orang, dan mencapai 2000 orang ketika melaksanakan acara besar, contohnya Maulid Nabi Muhammad SAW.

Proses yang pertama adalah perencanaan komunikasi dakwah persuasif. Sebelum masuk ke komunikasi tersebut. Maka mengetahui siapa yang akan dihadapi juga jadi satu faktor kunci keberhasilan suatu komunikasi. Suatu komunikasi yang sudah dipersiapkan secara matang, materinya sudah disusun secara rapi, pesan yang sudah dipersiapkan dengan sangat baik akan jadi sirna atau gagal, ketika survei tentang sasaran komunikasi terlewatkan. Anak-anak tidak akan tertarik jika komunikasi tidak diberi visual hewan atau kartun dalam mengemas pesan dakwahnya, atau orang tua juga tidak suka jika komunikasi dilakukan dengan durasi yang lama sehingga terkesan monoton dan membosankan. Anak-anak akan jadi ribut karena tidak fokus mendengarkan, orang tua bisa jadi tertidur dan memilih pergi ketika kemasan pesan tidak menyesuaikan dengan sasaran komunikasi. Oleh karena itu penting rasanya mengenal siapa dan di lingkungan seperti apa komunikasi akan dilaksanakan. Khususnya lagi yang disampaikan adalah tentang nilai-nilai agama.

KH. Husaini Hanafi dalam proses komunikasi dakwah telah mempelajari secara seksama mad'u seperti apa yang akan dihadapi. Menyesuaikan dengan cara mengajar yang beliau anut dan menggabungkannya sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Peneliti mengkonfirmasi kepada KH. Husaini Hanafi tentang data perencanaan komunikasi. KH. Husaini Hanafi memperoleh data tentang keadaan mad'u dari kedekatan yang sudah dibangun di masyarakat. Sebagaimana biasa Mad'u yang bertanya langsung kepada KH. Husaini Hanafi ketika selesai shalat fardhu di Masjid. Kemudian, KH. Husaini Hanafi selain Guru yang mengajar di Majelis tapi beliau juga merupakan seorang pedagang yang ada di pasar, itu juga jadi faktor KH. Husaini Hanafi memperoleh data tentang isu yang sedang hangat di masyarakat. Terbukanya konsultasi ke rumah beliau juga jadi satu faktor perencanaan komunikasi yang efektif.

Peneliti juga mencoba mengidentifikasi tentang suasana yang terbangun pada saat pengajian dimulai. Peneliti menyimpulkan dari setiap kajian yang dilaksanakan bahwa suasana yang dibangun sangat harmonis artinya berkesinambungan dengan pernyataan KH. Husaini Hanafi tentang sistem kekeluargaan yang telah disebutkan sebelumnya. Harmonis disini ditandai oleh respon yang dilihat oleh peneliti secara empirik, seperti perhatian yang terfokus pada mendengarkan. Banyak jemaah yang menunduk dengan memejamkan mata tapi juga merespon dengan senyum dan anggukan kepala. Ada juga jemaah yang fokus dengan penglihatan dan menuliskan point penting dari pesan yang disampaikan oleh KH. Husaini Hanafi. Ditambah dengan disediakan air minum dan cemilan yang menambah santai pengajian.

Dalam wawancara peneliti dengan KH. Husaini Hanafi. Peneliti mencoba mengkonfirmasi serta menjelaskan mengenai suasana yang terbangun dalam pengajian yang beliau laksanakan. Beliau menjelaskan sebagai berikut:

“...Saya kira kenyamanan adalah kuncinya, bagaimana kita membuat para jemaah itu nyaman dengan kita. Bukan saja tentang kita tapi juga tempat yang nyaman sehingga mereka mau datang lagi. orang tidak merasa terganggu ketika datang sehingga dapat fokus mendengarkan. Dari faktor-faktor itulah, saya kira yang menjadikan para jemaah mau datang secara konsisten.”

Dalam penuturan tersebut KH. Husaini Hanafi mengkonfirmasikan bahwa

suasana yang dibangun merupakan sesuatu yang secara sengaja dilaksanakan, artinya menjadikan tempat yang nyaman bertujuan untuk mencari perhatian orang sehingga berkenan untuk datang lagi.

Proses kedua adalah penyampaian pesan serta isi pesan. Kiranya setelah mengetahui tentang siapa sasaran komunikasi selanjutnya adalah cara penyampaian pesannya serta isi pesan yang akan disampaikan. Cara penyampaian adalah proses sebelum pesan disebarkan ke komunikan. Pemilihan bagaimana pesan itu disampaikan kepada komunikan jadi tugas selanjutnya untuk komunikator. Dalam ilmu komunikasi proses ini disebut sebagai Encoding (Perancangan ide dan pemikiran menjadi sebuah pesan) yang artinya kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima. Kemudian dilanjutkan dengan message atau seperangkat makna yang disampaikan kepada komunikan (Hendri, 2019).

Dai dan *Mad'u*

Faktor lain sehingga pesan dapat diterima oleh komunikan adalah dari siapa pesan itu disampaikan, siapa yang menyampaikan pesan, yang kemudian sampai pada sosok seperti apa yang memberikan pesan (Hendri, 2019). Komunikan akan menilai pesan tidak hanya dari isi sebuah pesan tapi juga sosok dibalik pesan tersebut. Sehingga kali ini peneliti akan menjabarkan mengenai kompetensi KH. Husaini Hanafi.

KH. Husaini Hanafi merupakan seorang yang terpelajar, yang mengenyam pendidikan agama di Pondok Pesantren Darussalam Martapura. Kemudian sempat mengajar di Martapura hingga kemudian menjadi pembawa atau pemandu orang-orang haji. Seperti penuturan beliau pada wawancara langsung:

“...Saya sendiri datang dari Amuntai, belajar agama di Pondok Pesantren Darussalam, lulus tahun 1991 kemudian mengajar beberapa waktu di sana. Atas dasar ingin mencari pengalaman, akhirnya memutuskan untuk merantau ke Kalimantan timur. Dari situlah awal mula pindah ke Balikpapan, majelis atau pengajian ini dulu awalnya hanya sebatas untuk etnis banjar. Karena kepedulian dengan sesama suku tapi makin lama-makin bertambah dan pada akhirnya menjadi milik umat di kota Balikpapan”.

Mad'u pada majelis taklim ini adalah masyarakat yang majemuk. Masyarakat disekitar Majelis Taklim merupakan gabungan dari berbagai macam tipe, baik dari segi pendidikan hingga etnis. Untuk pendidikan sebagian besar telah mencapai jenjang pendidikan menengah atas (SMA) yang mendominasi, sedangkan terlihat segelintir yang mencapai tahap strata satu (S1). Untuk pekerjaan, sangat didominasi oleh pedagang yang berkaitan dengan jenjang usia tua yaitu 30 -70 tahun. Kemudian diikuti karyawan swasta yang berkaitan dengan jenjang usia dewasa 18-25 tahun. Diikuti oleh para pelajar yang berkaitan dengan jenjang usia muda 6-15 tahun. Untuk etnis atau suku terdiri dari Etnis Banjar, Etnis Bugis, Etnis Jawa, dan Etnis Madura.

Metode Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi

Metode komunikasi dakwah adalah cara bagaimana menyampaikan pesan kepada *Mad'u* (M. Romli, 2013). Metode dalam Komunikasi Dakwah persuasif diambil dari metode yang dikemukakan oleh Oemi Abdurrahman yaitu sebagai berikut (Ilaihi & Andriyani, 2010):

1. Metode partisipasi, yaitu melibatkan seseorang atau masyarakat dalam kegiatan sedemikian rupa sehingga menimbulkan saling pengertian dan saling menghormati di antara mereka. Ketika metode ini dikaitkan dengan pidato persuasif, kegiatan berbicara harus dapat melibatkan *audiens* secara aktif. Sebagai seorang komunikator, pengkhotbah harus berusaha membangun situasi komunikasi antara dirinya dengan *audiens*. Dengan demikian percakapan tidak terkesan monoton dan *audiens* akan merasa lebih dihargai ketika terjadi interaksi positif antara Dai dan *Mad'u*.
2. Metode Asosiasi yaitu, penyampaian pesan yang terkait dengan acara atau objek yang populer dan menarik perhatian publik.
3. Metode *Icing Device* yaitu, menyajikan suatu pesan dengan menggunakan *emotional appeal* agar menjadi lebih menarik, dapat kesan yang tidak mudah dilupakan sekaligus lebih menonjol daripada yang lain.
4. Metode *Pay-off* yaitu, penyampaian pesan dengan saran-saran yang jika diikuti akan membuahkan hasil yang memuaskan.
5. Metode *Fear-arousing* yaitu, menghadirkan sesuatu yang dapat menimbulkan perasaan takut atau gentar jika pesannya tidak diikuti.

Untuk mengetahui bagaimana cara penyampaian pesan dan secara detail tentang bentuk pelaksanaannya. KH. Husaini Hanafi menuturkan sebagai berikut:

“...Secara majelis merupakan sebuah sistem pengajaran yang menggunakan sistem duduk. Berbeda dengan sistem kelas, kami tidak menggunakan sistem kelas, yang mana di sana ada ujian untuk waktu tertentu. Dan biasanya juga dibedakan, seperti kelas 1 dan seterusnya. Kami mengadopsi sistem duduk atau halaqah yang mirip dengan pesantren, jadi semua boleh ikut belajar dan hadir tanpa adanya ujian. Itu dulu perbedaannya, prosesnya bagaimana? Hampir mirip dengan itu juga yaitu menyampaikan pesan berdasarkan rujukan kitab yang dipakai, menjelaskan waktu, kapan mengkaji kitab ini, kapan kitab ini. Waktunya juga jam berapa. Menyesuaikan juga.”

KH. Husaini Hanafi mengemas pesan berdasarkan rujukan pada kitab yang telah beliau pelajari dan kuasai secara akademis. Diantara kitab yang beliau kuasai adalah yang telah dituliskan oleh peneliti pada bagian lain dalam tulisan ini. Baca bagian “Jadwal Rutin KH. Husaini Hanafi”.

Kemudian pelaksanaan penyampaian pesan dilakukan dengan sistem duduk atau yang dikenal dengan Halaqah. Duduk bersama mendengarkan Komunikan menyampaikan pesan-pesan dakwah. Secara Filosofis Halaqah dipilih karena erat kaitannya dengan *usrah* yang artinya keluarga, sifatnya lebih mencerminkan perkumpulan keluarga. Secara Historis juga Halaqah merupakan sistem yang dipakai Nabi Muhammad SAW, oleh karena itu juga dalam pengertian yang tereduksi ada pemaknaan yang menginginkan seorang individu akan membentuk kepribadian yang kuat sesuai ajaran Alquran dan As-Sunnah Rasulullah SAW.

Dalam bukunya Sejarah Tumbuhnya Pembaharuan Pendidikan Islam di Indonesia, Haidar Putra Daulay mengatakan bahwa Halaqah, wetonan atau bandongan adalah metode pengajaran dimana santri mengikuti pengajian sambil duduk mengelilingi seorang kyai. Pada saat itu Kyai membacakan pengajian, para santri saling mendengarkan kitab dan mencatat. Dalam bentuk lain yang peneliti dapatkan ketika melakukan

observasi dengan mengikuti pengajian langsung adalah olah pesan yang telah disesuaikan. Dalam durasi yang cukup panjang, KH. Husaini Hanafi membangun pesan dengan tiga tahap yang berkaitan namun penerapannya sangat acak. Artinya bentuk penyampaian pesan disesuaikan langsung dengan situasi yang ada atau dalam arti lain situasional. Pada satu kesempatan yang peneliti tulis dalam buku catatan kotor peneliti, tahap pertama yang dilakukan oleh KH. Husaini Hanafi yaitu dengan intro dengan intonasi rendah, kedua mulai intonasi mulai ditinggikan sehingga lugas pesan yang keluar.

Tahap kedua terjadi ketika perhatian telah diberikan oleh *Mad'u*. Tahap kedua adalah bagian terpenting, yang disana memuat inti dari pesan yang ingin secara jelas dipahami oleh *Mad'u*. Pada bagian ini juga secara variatif KH. Husaini Hanafi mempresentasikan pesan tadi, ada yang dilakukan berdasarkan oleh Analogi konkrit, Peristiwa yang serupa, atau sejarah yang pernah beliau sendiri alami. Tahap ketiga, peneliti sebut sebagai pendinginan, intonasi kembali direndahkan disertai dengan pesan pendukung. Pesan pendukung disini diartikan dengan pesan lelucon atau candaan. Jadi KH. Husaini memasukkan unsur Humor dalam penutupan dari penyampain pesan tersebut. Secara tidak langsung cara penyampain seperti itu jadi efektif untuk komunikasi yang berdurasi panjang.

Sebagaimana contoh pada pengajian kitab Mursyidul Amin tentang keTauhidan, KH. Husaini Hanafi menjelaskan perkara beribadah pada tahap pertama (Intonasi Rendah) seperti ibadah kepada Allah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim yang beriman, di dalam hatinya ada iman dan seterusnya. Selanjutnya pada tahap kedua (Intonasi ditinggikan) dengan kalimat *Ibadah bukan perkara diterima atau tidak namun dikerjakan atau tidak, diterima atau tidak itu bukan hak prerogatif kita tapi Tuhan. Namun dibalik itu, Tuhan adalah yang Maha Kasih lagi Menyayangi Makhluknya*. Kemudian tahap ketiga (Intonasi menurun) yaitu dengan *Layaknya kita yang doanya kelewat banyak tapi ibadah sedikit. Itulah satu contoh pesan yang disampaikan KH. Husaini Hanafi dalam kitab Tasawuf*.

Berbeda jika itu adalah tanya jawab langsung. Maka jawaban yang diberikan oleh KH. Husaini Hanafi tidak terlalu panjang dan tahapan tadi tidak dipakai. Asumsi pertama datang dari kebutuhan seseorang akan jawaban, maka jawaban akan didengarkan secara seksama. Kedua tetap ada unsur pengolahan pesan seperti pada tahap 2 yaitu analogi, serta kesamaan peristiwa. Itulah yang peneliti dapat ketika sesi wawancara dengan KH. Husaini Hanafi dan ikut dalam tanya jawab bersama para jamaah di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani.

Tidak saja menghadiri langsung, ada beberapa kali peneliti mencoba ikut dalam kajian online yang ada di Instagram dan Facebook resmi dari Majelis Taklim Nafahattur Rabbani. Media sosial menjadi sarana lain yang memudahkan para jamaah dari luar kota atau yang tidak bisa hadir untuk tetap mengikuti pengajian dengan mengaksesnya secara online. Secara proses komunikasi tidak ada yang berbeda antara secara langsung hadir atau hanya mengakses lewat siaran langsung. Namun dengan itu sangat disayangkan ketika interaksi secara langsung berbuah baik namun tidak diperluas secara massif pada media online.

Materi Pesan yang Disampaikan oleh KH. Husaini Hanafi

Materi merupakan salah satu unsur dalam komunikasi, dan berperan penting dalam keberhasilan suatu komunikasi (M. Romli, 2013). Seperti halnya KH. yang menjadikan Kitab sebagai dasar dalam Menyusun isi pesan atau materi yang ingin disampaikan. Mengulik tentang kitab yang digunakan untuk mengemas pesan, peneliti secara khusus menanyakan tentang ketertarikan kitab yang dipakai dengan *Mad'u* dalam mencapai tujuan dakwah KH. Husaini Hanafi.

KH. Husaini Hanafi menjelaskan kitab yang menjadi pedoman dalam berdakwah. Katanya:

“Kalau pemilihan kitab sebenarnya bisa dibilang menyesuaikan juga bisa dibilang tidak karena Taklim dalam konteks pelaksanaannya tidak terlepas dari tiga bidang disiplin ilmu yaitu Fiqh, Tasawuf dan Tauhid. Oleh karena itu juga kitab-kitab yang dipakai sesuai dengan tiga bidang itu. Namun, saya mengedepankan secara khusus yaitu ibadah seseorang.”¹⁰³

Antara kitab, isi pesan dan *Mad'u* sebenarnya ada korelasi didalamnya. Namun dari penuturan KH. Husaini Hanafi yang lebih berkaitan adalah isi pesan dan *Mad'u*. Kitab bisa dikatakan sebagai referensi atau pedoman sehingga yang dijabarkan jelas berdasarkan apa, juga sebagai penghormatan kepada para guru-guru yang telah mengajarkan keilmuan kepada beliau.

Pada kelanjutan wawancara bersama KH. Husaini Hanafi, beliau menjabarkan secara detail isi kandungan pesan yang bernilai Tauhid. Katanya:

“Sesuatu itu dibentuk berdasarkan satu formula, atau satu rumus. Nah kalau Taklim dibangun atas dasar ketiga disiplin ilmu itu, yang mana ketiganya adalah pokok terpenting yang disebut sebagai syariat Islam. Mengenal Tuhan, tata cara ibadah serta bagaimana menjadi sosok hamba yang baik. Kalau pribadi saya lebih menguasai tentang Tauhid, yang berhubungan dengan mengenal Tuhan.”¹⁰⁴

Artinya secara tidak langsung pesan-pesan yang beliau kemas ada didalamnya terselip nilai ke-Tauhidan sehingga terasa lebih kepada hati yang menggerakkan tubuh.

Media yang Digunakan oleh KH. Husaini Hanafi

Media merupakan salah satu instrumen dakwah yang digunakan untuk menyampaikan pesan, secara langsung atau menggunakan media seperti televisi, radio, atau sosial media (M. Romli, 2013). KH. Husaini Hanafi menggunakan media digital dalam berdakwahnya. Majelis Taklim Nafahattur Rabbani memiliki Tim Media yang mengurus segala kebutuhan KH. Husaini Hanafi untuk berdakwah secara digital.

Live Streaming atau siaran langsung menjadi salah satu cara yang digunakan oleh KH. Husaini Hanafi untuk melakukan dakwah secara digital. Menurut KH. Husaini Hanafi, *Live Streaming* merupakan cara yang paling mendekati atau memiliki persesuaian dengan pengajian langsung. Beliau menilai *Live Streaming* itu hanya memiliki perbedaan caranya saja, jika yang datang langsung melihat dan hadir secara fisik sedangkan yang menonton secara live streaming tidak berhadir secara fisik di pengajian. Namun disamping itu kelebihan *Live Streaming* yaitu dapat disaksikan secara fleksibel dan mencakup jaringan yang lebih luas. Beberapa platform yang digunakan untuk live streaming adalah Instagram, facebook, youtube majelis taklim Nafahattur Rabbani.

Beberapa Platform yang digunakan Majelis Taklim Nafahattur Rabbani untuk melakukan Live Streaming pengajian:

1. Instagram: Akun Instagram Majelis Taklim Nafattur Rabbani memiliki 144 pengikut dengan 25 posting.
2. Facebook: Akun Facebook grup Majelis Taklim Nafahattur Rabbani memiliki 3,7

ribu pengikut dan 3 ribu *Like*.

3. YouTube: channel youtube Majelis taklim Nafattur Rabbani Balikpapan memiliki 307 subscribers dan 237 video <https://www.youtube.com/@mt.nafahaturrabani>.

Feedback dari Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi

Untuk memenuhi atau mengetahui bagaimana KH. Husaini Hanafi dalam menilai serta memahami umpan balik yang disampaikan *Mad'u* secara khusus dalam wawancara dengan KH. Husaini Hanafi peneliti menanyakan tentang perubahan pada jamaah yang hadir dalam pengajian yang diadakan beliau. KH. Husaini Hanafi menjelaskan sebagai berikut:

Kami berniat dengan dibacakannya sebuah ilmu, diberikannya sebuah ilmu itu dapat memberi pengajaran sehingga mengubah pemahaman orang menjadi lebih mengerti. Saya juga pribadi ingin mengembalikan atau setidaknya menguatkan keimanan yang lemah di antara para jamaah, hadir ditengah-tengah masyarakat yang kurang pengertiannya akan agama, membuat point atau tujuan tertentu yang saya inginkan adalah menyadarkan kembali kepada mereka tentang nilai-nilai keIslaman.¹⁰⁵

Pada penuturan di atas dapat diambil sebuah tujuan dalam berdakwah yaitu menanamkan nilai-nilai keIslaman. Dan juga diambil kesimpulan bahwa KH. Husaini Hanafi menginginkan perubahan pada aspek Kognitif seseorang.

“Tentu saja mengharapkan, karena kebaikan itu harus terus diteruskan sehingga nilai-nilai baik terus ada dimanapun berada. Sama seperti yang saya jelaskan tadi. Sehingga masyarakat sadar kembali, dan kembali beribadah, meluangkan waktu untuk agamanya. Dan lebih dari pada itu dapat menumbuhkan masyarakat yang ber keIslaman.”¹⁰⁶

Namun pada lanjutan jawaban, beliau tidak hanya menargetkan pemahaman tapi juga praktek secara langsung dalam kehidupan bermasyarakat.

Pembahasan

Proses Komunikasi Dakwah Persuasif merupakan suatu proses hubungan timbal balik yang dilakukan Dai yang berperan sebagai komunikator terhadap komunikan (Atabik, 2014). Persuasif dalam dakwah merupakan hal yang sudah menjadi bagian dari kegiatan dakwah, tapi secara praktek dan pekerjaannya jarang sekali terlihat para Dai menggunakannya secara sengaja. Untuk menciptakan masyarakat yang memahami ajaran Islam serta mengaplikasikannya dalam keseharian maka perlu kiranya komunikasi persuasif secara sengaja dan terperinci agar terciptanya masyarakat cerdas dalam beragama.

Dalam menerapkan komunikasi dakwah persuasif antara guru Husai (KH. Husaini Hanafi) dan Jamaah dalam mengajarkan tentang nilai-nilai keIslaman. Nilai-nilai yang tertanam di hati disertai dengan pemahaman mendalam menjadi tujuan dari Guru Husai. Tidak lebih dari pada itu, prinsip dakwah yang telah diwariskan dari guru beliau yang kemudian juga beliau terapkan saat ini, memberi hasil yang luar biasa.

Jika hal itu dilihat dari perspektif teori, maka proses komunikasi yang terjadi dalam Majelis Taklim Nafahattur Rabbani berkaitan dengan Teori Struktural Fungsionalisme dan secara khusus mengarah pada komunikasi persuasif yaitu, Teori Disonansi Kognitif dan Respons Kognitif dalam pengolahan isi pesan dan penyampaian pesan (Wahyuningsih, 2012). Teori Disonansi Kognitif adalah adalah sebuah persepsi

yang terjadi atau terbentuk dalam pikiran seseorang yang menginginkan keringan dalam kekacauan yang terjadi pada dirinya. Asumsi dari Teori Disonansi Kognitif didasari atas sebuah persepsi kepercayaan atau keyakinan ditambah perilaku yang dapat menimbulkan perubahan pada sikap (Wahyuningsih, 2012). Sedangkan teori respon kognitif memiliki asumsi bahwa seseorang bereaksi terhadap berbagai aspek sikap tertentu dengan pikiran positif atau negatif (atau reaksi kognitif). Pemikiran inilah yang kemudian memutuskan apakah seseorang mendukung posisinya atau tidak. Teori ini menyatakan bahwa proses argumentasi dan pembentukan argumen tandingan akan menyebabkan perubahan sikap terhadap pesan persuasif (S. Ma'arif, 2015). Teori Struktural Fungsionalisme yang menganggap masyarakat yang saling ketergantungan akibat konsekuensi dari bertahan hidup (Maliki, 2012). Tujuan dari teori ini adalah mencapai keteraturan sosial, yaitu bentuk Majelis beserta jamaah yang jadi bagian di dalamnya. Baik itu kepengurusan resmi atau yang disebut sebagai jamaah Majelis Taklim Nafahattur Rabbani merupakan satu sistem keteraturan yang disebut sebagai sistem kekeluargaan oleh KH. Husaini Hanafi.

Metode penyampaian dakwah terdiri dari beberapa jenis, yaitu metode partisipasi, metode asosiasi, metode *Icing Device*, metode *pay-off*, metode *Fear-arousing* (Ilaihi & Andriyani, 2010). KH Husaini Hanafi menggunakan beberapa metode dalam dakwahnya, yaitu:

1. Metode Partisipan, yaitu mengikutsertakan jamaah dalam kegiatan ceramah saat kegiatan pengajian di laksanakan. Saat itu metode partisipan bisa dikatakan sebagai tanggapan bebas dari jamaah. Kemudian pada saat acara formal selesai maka para jamaah dengan bebas bertanya kepada Guru Husaini tentang perkara yang ingin ditanyakan. Peneliti berhadir pada setiap kesempatan majelis Taklim Nafahattur Rabbani mengadakan pengajian, yang biasa di mulai selepas Isya sampai dengan selesai.
2. Metode Asosiasi, dimana Guru Husai dalam durasi pengajian selalu memberikan contoh konkrit yang ada dalam pelajaran dengan peristiwa yang terjadi di masyarakat, sehingga berhubungan dengan apa yang terjadi di lingkungan sekitar.
3. Metode *Icing Device*, setiap kajian yang dilakukan oleh Guru Husai selalu menggunakan pendekatan yang disebut *emotional appeal* artinya dengan mempersamakan kondisi psikologis Dai dan *Mad'u* yang menimbulkan kesan yang tidak mudah dilupakan. Sebagaimana pada pengajian kitab Mursyidul Amin, beliau mengatakan atau menyebut dirinya sebagai pedagang di pasar yang mengindikasikan bahwa kita tidak ada bedanya di mata Tuhan. Atau mengganti kalimat aku menjadi kami, sehingga menjadi kalimat rangkul kepada jamaah yang hadir.
4. Metode *Pay-off*, ini merupakan salah satu sugesti yang biasa ada dalam isi pesan dakwah atau komunikasi dakwah yaitu pesan yang berisikan imbalan atau balasan. Begitu juga dengan Guru Husai, masyarakat awam biasanya akan lebih cenderung tertarik dengan sesuatu yang didalamnya ada imbalan (*Reward*). Ketika jamaah memilih untuk hadir atau tidak maka cara menarik jamaah selain imbalan yang tertuang dalam ibadah (mendapatkan surga atau pahala). Guru Husai juga menyediakan makanan serta minuman sehingga jamaah mencoba datang.

Penyampaian pesan seperti yang ditemukan peneliti dalam observasi serta wawancara dengan KH. Husaini Hanafi maka penyampaian pesan juga disesuaikan dengan apa yang dituju oleh KH. Husaini Hanafi yaitu dengan menggunakan pendekatan persuasif dalam perspektif ilmu komunikasi. Dakwah dengan mengedepankan Teknik persuasif mengindikasikan keberhasilan isi pesan dapat dipahami oleh *Mad'u* sehingga *Mad'u* diarahkan untuk mengamalkannya. Pesan-pesan yang tersampaikan melalui sifat

yang persuasi tadi, menginginkan adanya perubahan pada setiap individu dalam jangka waktu yang lambat dengan prosesnya atau dengan jangka waktu yang relatif singkat dengan segala bentuk kepadatan isi pesan. Jika kita mengetahui pesan yang bersifat persuasif sangat menginginkan setidaknya perubahan dalam efek kognitif. Efek kognitif ini dapat diamati berdasarkan teori komunikasi melalui rumusan yang ada pada karya ini.

KH. Husaini Hanafi dalam upaya dalam mengirimkan pesan-pesan yang bernuansa Islam juga menginginkan adanya perubahan dalam pikiran para *Mad'u* yang menimbulkan sikap atau memposisikan diri yang benar. Yaitu pada nilai-nilai keIslaman yang sesuai dengan Alquran dan Hadist. Peneliti dalam observasinya menemukan upaya itu dalam setiap ceramah maupun nasehat yang terjadi dalam forum pengajian ataupun tanya jawab santai kepada para jamaah yang hadir.

Seperti hal yang diinginkan oleh para dai atau disini kita sebut sebagai guru dalam lingkup masyarakat yang luas. Pesan-pesan yang tersampaikan, melalui sifat yang persuasi tadi, menginginkan adanya perubahan pada setiap individu dalam jangka waktu yang lambat dengan prosesnya atau dengan jangka waktu yang relatif singkat dengan segala bentuk kepadatan isi pesan. Jika kita mengetahui pesan yang bersifat persuasif sangat menginginkan setidaknya perubahan dalam efek kognitif. Efek kognitif ini dapat diamati berdasarkan teori komunikasi melalui rumusan yang ada pada karya ini.

KH. Husaini Hanafi dalam upaya mengirimkan pesan-pesan yang bernuansa Islam juga menginginkan adanya perubahan dalam pikiran para *Mad'u* yang menimbulkan sikap atau memposisikan diri yang benar. Yaitu pada nilai-nilai keIslaman yang sesuai dengan Alquran dan Hadist. Peneliti dalam observasinya menemukan upaya itu dalam setiap ceramah maupun nasehat yang disampaikan dalam forum pengajian ataupun tanya jawab santai kepada para jamaah yang hadir.

Sebagaimana pada malam pengajian Kitab Hidayatus Salikin, pada kasus ini KH. Husaini Hanafi mencoba merubah pandangan *Mad'u* tentang perjalanan Safar/menjadi musafir. Sebagian besar para jamaah yang hadir dalam pengajian kitab Hidayatus Salikin merupakan para pedagang, didominasi para pedagang pasar yang beroperasi dari jam buka pasar yaitu, jam 08:00 WITA hingga 17:00 WITA. Diketahui bahwa para pedagang biasanya mengambil atau berbelanja barang di Kota Samarinda yang jaraknya 108,6 Km dari Kota Balikpapan yang artinya telah melewati batas safar yang telah disepakati sebagian besar ulama yang berkisar kurang lebih 86 Km. Tidak menurunkan rasa hormat kepada para jamaah, KH. Husaini Hanafi juga menjelaskan secara mudah tentang perkara hal itu.

Masyarakat yang biasa meninggalkan salat lima waktu dengan kesibukan mengambil atau berbelanja barang dengan dalih adalah seorang musafir walaupun itu bukan kesalahan, tapi ditegaskan oleh KH. Husaini Hanafi perbedaan atau konteks secara detail tentang musafir tersebut. KH. Husaini Hanafi menjabarkan tentang bagaimana dulu musafir merupakan perjalanan yang panjang dengan kelelahan disepanjang jalan, menggunakan unta dan perbekalan yang banyak disertai tempat ibadah yang sukar untuk ditemui. Dengan itu KH. Husaini kemudian membandingkan dengan keadaan sekarang yang terbilang lebih mudah dan tidak melelahkan jika dibandingkan kembali. Secara sederhana penyampaian tersebut merupakan bagian dari Teori Disonansi Kognitif, atau timbulnya dua kognisi yang similar. Dari contoh itu dapat dipahami, bahwa KH. Husaini Hanafi ingin mengubah sikap serta tindakan yang lebih baik dari yang baik. Dengan kebiasaan mereka, maka timbulah *dissonance* atau membentuk sebuah persepsi baru yang mendukung atau membenarkan sikap atau kebiasaan mereka tersebut.

PENUTUP

Komunikasi Dakwah Persuasif antara KH. Husaini Hanafi dan *Mad'u* adalah sebuah proses komunikasi yang dimulai dari perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh KH. Husaini Hanafi dengan cara menganalisis keinginan dan isu yang ada di masyarakat. Masyarakat atau *Mad'u* yang ada dalam proses komunikasi dakwah persuasif KH. Husaini Hanafi merupakan masyarakat majemuk. Diikuti dengan komunikasi dengan menyiapkan isi pesan berdasarkan rujukan kitab disesuaikan dengan peristiwa konkrit di masyarakat, membangun suasana Majelis dengan baik, menggunakan sistem duduk atau Halaqoh untuk menyampaikan pesan serta memberikan sesi tanya jawab untuk menilai bagaimana pemahaman dari *Mad'u* tentang isi pesan yang disampaikan atau feedback.

KH. Husaini Hanafi dan *Mad'u* di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan merupakan proses komunikasi yang dinilai dari berbagai aspek komunikasi dakwah maupun aspek persuasif berlangsung cukup efektif. Ditandai dengan keberhasilan merubah pondasi sosial menjadi keberislaman. Aspek-aspek Komunikasi Dakwah yang terpenuhi disini adalah Dai (Komunikasikan), cara penyampaian pesan, isi pesan, sasaran dakwah, media/lambang yang digunakan, serta Efek dari Pesan Dakwah. Kemudian Aspek yang terpenuhi dalam Komunikasi Persuasif adalah Persuader, cara memanipulasi pesan, isi pesan yang bersifat afektif, saluran yang digunakan, umpan balik (reaksi), Efek Komunikasi Persuasif yang berbentuk sikap, pendapat, serta tingkah laku.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanto, H. (2018). Komunikasi Persuasif Dai dan Mad'u dalam pemahaman pesan dakwah (Studi di Majelis Ta'lim Al- Hidayah Kelurahan Waydadi, Sukarame, Bandar Lampung). *UIN Raden Intan Lampung*. <http://repository.radenintan.ac.id/3693/>
- Atabik, A. (2014). *Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al- Qur'an*. 2, 117–136.
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran Edisi Pertama*. Kencana Prenada Media Group.
- Fahrurrozi, Faizah, & Kadri. (2019). *Ilmu Dakwah*. Prenada Media.
- Harahap, N. (2022). *Penelitian Kualitatif*. Wal ashri publishing.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi*. Remaja Rosdakarya.
- Ilaihi, W., & Andriyani, K. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Remaja Rosdakarya.
- M. Romli, A. S. (2013). *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*.
- Maliki, Z. (2012). *Rekonstruksi Teori Sosial Modern*. gadjah mada university press.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2020). *Psikologi Komunikasi & Persuasi*. In Media.
- Misbah, S. (2021). *Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam*. 2, 20–30.
- Nurhidayat, Muh. S. (2015). *Dakwah Tabligh 16, Metode Dakwah (Studi Al-Quran surah an nabl ayat 125)*.
- S. Ma'arif, B. (2015). *Psikologi Komunikasi Dakwah*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wahbah, A.-Z. (2016). *Tafsir Al-Munir jilid 7*. Gema Insani.
- Wahyuningsih, S. (2012). *Teori Disonansi Kognitif*.
- Yusuf, M. (2014). *metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Kencana.