

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH  
PROF DR. KH. AHMAD IZZUDIN M.AG PADA PROGRAM  
ULAMA MENYAPA DI TVKU SEMARANG**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Konsentrasi Broadcasting**

Oleh:

Daima

200102605

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 1 bandel  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

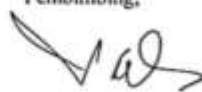
Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Daimah  
NIM : 2001026055  
Fakultas/ Konsentrasi : Dakwah dan komunikasi/ Broadcasting  
Judul : Teknik Komunikasi Persuasif Dalam  
Dakwah Prof DR. KH Ahmad Izzudin M.Ag Pada Program Ulama  
Menyapa Di TVKU Semarang

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.  
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 02 Juli 2024  
Pembimbing,



Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.  
NIP.1196310171991032001

# PENGESAHAN

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH PROF DR. KH. AHMAD  
IZZUDIN M.AG PADA PROGRAM ULAMA MENYAPA DI TVKU SEMARANG**

Disusun Oleh:


Daima

2001026055


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 17 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

  
**Dr. Abdul Ghani, M. Ag.**  
NIP. 197108 30 199703 1 003

Sekretaris Penguji

  
**Dr. Hj. Siti Solikhah, M.A.**  
NIP. 196310 17 199103 2 001

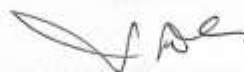
Penguji I

  
**Fitri, M.Sos**  
NIP. 198905072019032021

Penguji II

  
**Admi, M.A.**  
NIP. 199101 20 201903 1 006

Mengetahui,  
Pembimbing



**Dr. Hj. Siti Solikhah, M.A.**  
NIP. 196310171991032001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

2024

  
**Prof. Dr. H. Muli Fauzi, M.Ag.**  
NIP. 197205 17 199803 1 003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat, bila kemudian hari ditemukan bukti pelanggaran, maka penulis siap bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Semarang, 4 Juli 2024



Daima

NIM. 2001026055

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Tiada ucapan yang pantas penulis panjatkan kecuali rasa syukur yang terdalam ucapan “Alhamdulillah Robbil’alamin”, yang mana atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya serta karunia yang diberikan oleh Allah SWT, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Serta Sholawat dan Salam tidak lupa senantiasa tercurahkan Kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang ditunggu syafaatnya di hari akhir nanti.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag Pada Program Ulama Menyapa Di TVKU Semarang” Alhamdulillah akhirnya telah selesai di waktu yang tepat. Skripsi ini di tulis untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang membantu tenaga, mendo’akan, memberikan arahan maupun mensupport mental, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan dan yang telah direncanakan. Oleh karena itu, izinkan peneliti untuk mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Asep Dadang Abdullah, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Abdul Ghoni, M. Ag., selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Dr. Siti Sholikhati, MA, selaku Dosen Pembimbing skripsi sekaligus wali dosen yang telah membantu dan meluangkan waktu, tenaga dan memberikan arahan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membina dalam proses belajar selama ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah melayani dalam proses administrasi.
8. Ibu Rasiti, seorang ibu yang kasih sayangnya sepanjang masa, do'anya yang tak pernah putus untuk selalu mendo'akan anak-anaknya, dan selalu mensupport anaknya dalam hal apapun.
9. Bapak Kurdi, seorang ayah yang merupakan cinta pertama anaknya, yang tak pernah kenal lelah selama hidupnya dan selalu melindungi keluarganya. Terimakasih atas segala do'a dan perjuangan yang tanpa henti.
10. Kepada seluruh keluarga, Unesi sebagai kakak pertama, Safrudin sebagai kakak laki satu-satunya dan Rukoyah sebagai kakak terakhir, mereka adalah keluarga yang selalu memberikan do'a, dukungan dan semangat untuk adik bungsunya.
11. Kepada seluruh staf TVKU yang memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.
12. Orang terdekat Aris Supriyadi yang selalu memberi semangat untuk mengerjakan skripsi ini
13. Sahabat terdekat Antin, Puji, Sulis yang sudah saling membantu dan mensupport dalam hal apapun.
14. Teman-teman seperjuangan jurusan komunikasi dan penyiaran Islam angkatan 2020, semoga diberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir.

Harapan penulis semoga kebaikan yang telah diberikan dapat menjadi amal Jariah yang selalu mengalir pahalanya sampai hari akhir nanti. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan baik dari segi bahasa, analisis, maupun kajian teorinya. Pada akhirnya penulis dengan penuh kerendahan dan ketulusan memohon maaf atas segala kesalahan yang ditemukan dalam skripsi ini. Karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT dzat yang Maha Sempurna dan Maha Benar.

Semarang 4 Juli 2024  
Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daima', with a long horizontal stroke extending to the right.

Daima  
NIM. 2001026055

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, puji syukur dengan segala keberkahan nikmat atas selesainya skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada orangtua saya yaitu Bapak Kurdi dan Ibu Rasiti yang telah berjuang untuk masa depan putrinya, merekalah yang menjadi alasan utama untuk tetap berjuang hingga tahap ini. Orangtua yang selalu mendo'akan, mendukung dalam hal apapun, dan mengharapkan keberhasilan dalam setiap perjuangan anaknya. Tanpa do'a dan ridho orangtua, tidak mungkin saya sampai ditahap ini. Terimakasih atas segala perjuangannya ibu bapak.



## **MOTTO**

Tetaplah bertakwa terjatuh lagi, terluka lagi. Menangis lagi, tapi selagi di jalan Allah dan dia bersama kita semua akan baik-baik saja

-Ustadzah Halimah Alaydrus-

## ABSTRAK

Daima (2001026055) “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M. Ag Pada Program Ulama Menyapa Di TVKU Semarang”.

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses mempengaruhi pendapat, memberikan pemahaman dan meningkatkan penerimaan. Dengan komunikasi persuasif bisa membantu menciptakan hubungan yang lebih baik antara komunikan dan komunikator yang didakwahi. Dengan adanya media televisi, dakwah dapat disebarakan dengan jangkauan yang lebih luas. Salah satunya melalui stasiun televisi TVKU Semarang dengan program ulama menyapa. Program ulama menyapa yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dua tema yang terdapat pada program ulama menyapa yaitu “Islam agama cinta damai dan Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam”.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M. Ag pada program ulama menyapa di TVKU Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi deskriptif. Pada penelitian ini data yang diperoleh dari dokumentasi berupa video, dokumentasi dalam penelitian ini mengidentifikasi dialog, potongan gambar, dan kalimat dari narasumber yang mengandung teknik komunikasi persuasif.

Hasil penelitian ini menunjukkan dalam program ulama menyapa pada tema “Islam agama cinta damai dan Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam” menerapkan teknik komunikasi persuasif. Pada teknik asosiasi menyampaikan topik yang berhubungan dengan peristiwa yang aktual dan sedang terjadi. Teknik integrasi dengan penyatuan scane kata “saya” menjadi “kita” sehingga tampak menjadi satu dalam arti kebersamaan. Teknik Pay-Off diterapkan dengan cara menjanjikan hal yang berisi harapan dengan nada bicara yang menekan sehingga dapat mempengaruhi. Teknik Icing diterapkan dengan komunikator menata pesan yang menarik sehingga pesan mampu dimengerti oleh komunikan. Teknik red-herring diterapkan komunikator untuk menyangkal argumen dengan mengalihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya.

**Kata Kunci:** Teknik Komunikasi Persuasif, Ulama Menyapa, TVKU

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN .....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Tinjauan Pustaka .....	6
E. Metodologi Penelitian .....	10
BAB II .....	17
TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH, TELEVISI .....	17
A. Teknik Komunikasi Persuasif .....	17
1. Teknik .....	17
2. Komunikasi .....	17
3. Komunikasi Persuasif .....	21
B. Komunikasi Dakwah .....	23
C. Dakwah .....	24
1. Tujuan Dakwah .....	25
2. Media Dakwah .....	26
3. Unsur Dakwah .....	27
D. Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah .....	30
E. Televisi .....	33
1. Pengertian .....	33
2. Karakteristik Televisi .....	33
3. Televisi Sebagai Media Dakwah .....	34

BAB III .....	36
DAKWAH PROF DR KH AHMAD IZZUDIN M.A PADA PROGRAM ULAMA MENYAPA DI TVKU SEMARANG .....	36
A. Gambaran umum .....	36
1. Biografi Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin.....	36
2. Profil Televisi TVKU Semarang .....	40
3. Program Acara TVKU Semarang.....	41
B. Teknik Komunikasi Persuasif Pada Tema “Islam Agama Cinta Damai” dan “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam” .....	50
1. Teknik Asosiasi .....	50
2. Teknik Integrasi.....	51
3. Teknik Tataan atau Icing.....	52
4. Teknik Ganjaran atau Pay Off Technique.....	53
BAB IV .....	59
ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH PROF DR. KH. AHMAD IZZUDIN M.AG PADA PROGRAM ULAMA MENYAPA DI TVKU SEMARANG .....	59
A. Analisis Teknik Komunikasi Persuasif Pada Program Ulama Menyapa Di TVKU Semarang .....	59
1. Teknik Asosiasi .....	59
2. Teknik Integrasi.....	64
3. Teknik Tataan atau Icing.....	69
4. Teknik Ganjaran atau Pay Off Technique.....	72
BAB V .....	78
PENUTUP .....	78
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	81
DAFTAR RIWAYATHIDUP .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tema Dakwah Islam Agama Cinta Damai .....	48
Gambar 3.2 Tema Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam .....	49
Gambar 3.3 Tema Politik Uang Saat Pemilu dalam Perspektif Islam .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan tema “Islam Agama Cinta Damai” .....	50
Tabel 3.2 tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan tema “Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam” .....	53

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk meyakinkan atau memengaruhi orang lain agar menerima ide, pandangan, atau tindakan tertentu melalui penggunaan argumen, bukti, atau daya tarik emosional. Komunikasi persuasif dalam dakwah punya urgensi yang tinggi, diantaranya; pertama membangun pemahaman, lewat komunikasi persuasif bisa membantu orang lain memahami dan mengerti ajaran yang disampaikan dengan lebih baik. Kedua, mengatasi keraguan. Dakwah seringkali dihadapkan dengan keraguan dan skeptisisme orang lain. Dengan komunikasi persuasif, maka bisa mengatasi keraguan tersebut dan membantu orang lain melihat sisi positif dan kebaikan dalam ajaran yang disampaikan. Ketiga, meningkatkan penerimaan. Selain bisa mengomunikasikan dakwah dengan cara yang persuasif, orang lain akan lebih terbuka dan mau menerima pesan yang disampaikan. Komunikasi persuasif bisa membantu menciptakan hubungan yang lebih baik antara komunikator dan komunikan yang dakwahi. Keempat, memotivasi perubahan. Tujuan dakwah bukan cuma sekedar memberi informasi, tapi juga menginspirasi dan memotivasi orang lain untuk melakukan perubahan positif. Dengan komunikasi persuasif, komunikator bisa mempengaruhi komunikan dengan cara yang lebih efektif dan mendorong mereka untuk berbuat baik. Jadi, komunikasi persuasif itu penting dalam dakwah karena bisa membantu membangun pemahaman, mengatasi keraguan, meningkatkan penerimaan, dan memotivasi perubahan.

Menurut Burgoon & Huffer, 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. Komunikasi persuasif dapat membuat pesan yang disampaikan menjadi

efektif mencapai tujuan. Salah satu unsur komunikasi persuasif adalah teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif bisa digunakan oleh komunikator untuk mencapai keberhasilan komunikasi persuasif. *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 (Dia & Wahyuni, 2022:67-68).

Media merupakan unsur paling penting dalam komunikasi. Secara umum media dibagi menjadi tiga yaitu media visual, media audio dan media audio visual. Media ikut berkembang diiringi dengan perkembangan teknologi salah satu media baru yang mulai mendapatkan perhatian masyarakat adalah televisi (Sucin & Utami, 2020:236). Media audio visual adalah media yang menggunakan kombinasi suara dan gambar untuk menyampaikan pesan kepada pemirsa atau pendengar salah satu contoh media audio visual yang paling umum adalah televisi. Media ini melibatkan penggunaan suara, gambar, dan gerak untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan interaktif (Haryoko, 2009:3). Muatan isi dari media televisi bisa berupa informasi, hiburan maupun pendidikan, bahkan bisa jadi merupakan gabungan dari ketiga unsur di atas. Penyampaian pesan dakwah melalui televisi seolah-olah pesan yang disampaikan oleh narasumber, presenter, artis (komunikator) kepada pemirsa, penonton (komunikan) terasa bertatap muka atau langsung, sehingga televisi seakan-akan menjadi guru, ustadz, dan *da'i*, yaitu informasi yang disampaikan mudah dicerna dan dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual (Rafik, 2019:70-71).

Televisi merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi, karena melalui televisi pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat luas. Hal ini dikuatkan karena media televisi juga merupakan media yang bersifat audio visual, artinya selain bisa didengar juga bisa dilihat. Oleh sebagian besar masyarakat Indonesia televisi dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber



informasi utama. Selain itu, televisi juga sangat efektif untuk digunakan sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat menjangkau daerah yang sangat luas. Dakwah melalui televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, film (FTV), maupun sinetron. Melalui televisi seorang pemirsa dapat mengikuti kegiatan dakwah seakan dia berada langsung dihadapan *da'i* dan bahkan sekarang sudah banyak siaran langsung yang dilakukan untuk kepentingan siaran dakwah (Atabik, 2013:195). Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih dalam.

Salah satu pendakwah yang memanfaatkan media baru dalam dunia dakwah sekarang adalah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin, M. A. Dia dapat melihat media baru menjadi sarana media dakwah yang cocok untuk menyampaikan ajakan kepada semua masyarakat pada zaman sekarang. Selain itu, media baru untuk berdakwah tidak hanya membuat pesan yang disampaikan lebih mudah dijangkau, tapi juga lebih interaktif, menarik, dan kreatif. Salah satunya pada kanal televisi lokal yaitu TVKU Semarang yang memproduksi sebuah program religi keagamaan untuk menyampaikan pesannya melalui program "ulama menyapa" dengan berbagai tema dan narasumber yang berbeda setiap minggu nya.

Program religi "Ulama Menyapa" di TVKU Semarang adalah program talk show yang disiarkan oleh stasiun TVKU setiap hari Senin dari jam 16.00 hingga 17.00 WIB. Program ini menghadirkan berbagai narasumber praktisi dakwah yang akan berbincang pada program ulama menyapa. Dalam setiap episode, "Ulama Menyapa" akan membahas berbagai topik menarik terkait keislaman, seperti pemahaman agama, kearifan lokal, perkembangan dakwah di Jawa Tengah, dan sebagainya. Narasumber yang dihadirkan dalam program ini adalah para ulama dan praktisi dakwah yang terkenal dan berpengalaman, sehingga dapat memberikan insight dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para penonton.

Melalui program "Ulama Menyapa", pemirsa dapat memperoleh informasi seputar agama Islam yang berkualitas dan mendalam, serta memperluas wawasan dan pengetahuan mereka tentang Islam dan kearifan lokal di Jawa Tengah.

Dakwah dengan memanfaatkan media televisi yang termasuk perkembangan dalam dunia dakwah membuat penelitian ini menarik untuk diteliti. Dengan adanya hal ini, semua media dakwah yang digunakan menjadi pokok utama dari gaya komunikasi saat penyampaian materi dakwah yang disampaikan yaitu untuk menyeru dan mengajak yang memberi sebuah pemahaman yang baik sehingga dapat diterima oleh *mad'u*. Melihat pengaruh besar kecilnya respon dari *mad'u* dalam dakwah tergantung dari penyampaian pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i*, yaitu dilihat dengan kecakapan *da'i* dalam menggunakan teknik komunikasi yang benar. Maka dari itu, dengan berkembangnya teknologi komunikasi sekarang ini, dalam menyampaikan dakwah agar *mad'u* mudah memahami dan menerima pesan, maka dakwah membutuhkan sebuah teknik pada penyampaian pesan.

Terdapat unsur-unsur dalam dakwah yaitu menyampaikan, ajakan dari komunikator (*da'i*) ke komunikan (*mad'u*) sehingga hal tersebut membuktikan bahwa prosedur dakwah sesuai dengan komunikasi persuasif. Tujuan komunikasi persuasif mengacu untuk mengajak, mempengaruhi *mad'u* untuk melakukan perubahan pemikiran, perasaan dan tingkah laku. Islam adalah sasaran yang sangat penting untuk dituju dengan adanya pembahasan yang harus dikaji. Islam ditinjau dari berbagai aspek sangat beragam, mulai dari Islam sebagai ajaran yang paling mendasar yang berisikan tingkat kepercayaan atau keimanan yang dimiliki manusia, aspek pemikiran yang sudah dianggap sebagai sumber keputusan yang sesuai kaidah Islam (Mulyana, 2020:74). Sebagai agama Rahmatan lil alamin kepada seluruh umat manusia, dalam mengamalkan ajaran proses dakwah tentu terdapat unsur-unsur dakwah, meliputi: subjek dakwah (*da'i*), objek

dakwah (*mad'u*), metode dakwah, materi dakwah, dan media dakwah dalam mencapai sebuah tujuan dakwah (Saputra, 2012:4).

Maka dari itu, peneliti tertarik mengkaji teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam menyampaikan pesan dakwah di televisi. Penelitian ini menggunakan teori teknik komunikasi persuasif yang dijabarkan Onong Uchjana Effendy yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik red-herring. Contohnya ada empat video Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam program ulama menyapa di tvku Semarang dengan tema episode pertama, "Islam agama cinta damai pada 11 September 2023, dan tema politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam pada 18 Desember 2023". Selain itu, Prof Dr KH Ahmad Izzudin M.Ag 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. Oleh karena, peneliti mengkaji mengenai bentuk teknik komunikasi persuasif yang digunakan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam dakwah yang dilakukannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka skripsi ini berjudul "Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag Pada Program Ulama Menyapa di Tvku Semarang".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah yang dibahas penelitian ini yaitu Bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag pada program Ulama Menyapa di TVKU Semarang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan berdasarkan dengan permasalahan yang telah dijelaskan di atas adalah untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif dalam dakwah yang dilakukan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M,Ag pada program ulama menyapa di TVKU Semarang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah :

##### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan mampu memperluas ilmu pengetahuan untuk menjadi bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya dan penelitian ini dapat menambah pemahaman khazanah keilmuan dakwah, ilmu keislaman, dan ilmu tentang agama Islam yang bersifat damai.

##### 2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis dengan kajian ilmiah yang dilakukan oleh peneliti ini, diharapkan bisa meningkatkan pertumbuhan ilmu pengetahuan dan bermanfaat untuk pembaca. Khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang serta orang-orang yang ingin berdakwah dengan memanfaatkan platform media sosial, televisi, radion dan sebagainya. Semoga dengan menonton tayangan program ulama menyapa di TVKU Semarang dapat meningkatkan keimanan para penonton khususnya umat muslim di Indonesia.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka adalah tinjauan kritis dan sistematis dari penelitian sebelumnya. Untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiasi maka dalam penulisan ini akan dicantumkan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul penelitian skripsi ini. Di antaranya penelitian-penelitian sebagai berikut :

Pertama, penelitian ini ditulis oleh Lailatul Qotriah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Tahun 2019 dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif dalam novel Islami

Anak Rantau. Pada penelitian tersebut metode yang digunakan yaitu kualitatif dan pendekatan analisis isi (content analysis). Teknik pengumpulan data penelitian tersebut yaitu dokumentasi yaitu data utama dicari dari teks dalam novel tersebut. Hasil dari penelitian tersebut yaitu ditemukan lima teknik dalam Novel Islami Anak Rantau, yaitu: teknik icing device, teknik asosiasi, teknik fear arousing, teknik cognitive dissonance dan teknik pay of idea. Penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian ini karena memilikipersamaan yaitu membahas mengenai teknik komunikasi persuasif. Namun, terdapat perbedaan yaitu objek yang diteliti dalam penelitian tersebut yang diteliti Novel Islami Anak Rantau karya Ahmad Fuaidi. Sedangkan penelitian ini meneliti Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam kanal program ulama menyapa di tvku Semarang. Dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dai pada media baru sedangkan pada media penelitian tersebut masih menggunakan media cetak.

Kedua, penelitian ini ditulis oleh Dian Lestari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Tahun 2020 dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Wirda Mansur dalam berdakwah melalui Youtube di era milenial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui teknik komunikasi dakwah Wirda Mansur dalam berdakwah melalui youtube di era millennial. Untuk menganalisis permasalahan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (content analysis). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi dengan cara kerja pengunitan, penyederhanaan data, pengambilan kesimpulan dengan menentukan kategori-kategori yang sudah diklasifikasikan, kemudian analisis data. Penelitian ini mengambil lima video dakwah Wirda Mansur, dipilih sesuai rating jumlah penonton dan tema yang menarik sebagai objek penelitian. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan Wirda Mansur dalam berdakwah di youtube ada lima. yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran

(pay-off-technique), teknik tataan, dan teknik red-herring. Penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian ini karena memiliki persamaan fokus yang diteliti yaitu teknik komunikasi persuasif. Namun, terdapat perbedaan yang diteliti yaitu jika penelitian Dian Lestari meneliti Wirda Mansur pada kanal YouT ube sedangkan penelitian ini meneliti Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag Dengan menggunakan teknik analisis data yang berbeda. Pada penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu belum ada yang meneliti teknik komunikasi persuasif Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dari dakwahnya.

Ketiga, penelitian ini ditulis oleh Ginar Resti Yusandha Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Tahun 2021 dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Abdullah Gymnastiar dalam program acara “Management Qolbu” di Up Radio 98.5 FM Semarang”. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana teknik komunikasi persuasif Ustadz Abdullah Gymnastiar dalam program acara “Management Qolbu” di Up Radio 98.5 Fm Semarang. Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif Ustadz Abdullah Gymnastiar dalam program acara “Management Qolbu” di Up Radio 98.5 FM Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif. Data diperoleh dari dokumentasi untuk memperoleh data tentang dakwah Ustadz Abdullah Gymnastiar. Setelah data terkumpul kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis diskriptif yang mengacu pada analisis data secara induktif. Berdasarkan data yang telah diteliti, hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah Ustadz Abdullah Gymnastiar dalam program acara “Management Qolbu” di Up Radio 98.5 Fm Semarang terdapat lima teknik komunikasi persuasif, yaitu: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik pay-off, teknik fear-arrausing dan teknik icing. Penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian ini karena memiliki persamaan yaitu membahas mengenai teknik komunikasi persuasif. Namun, terdapat perbedaan yaitu objek yang diteliti dalam

penelitian tersebut yang diteliti Ustadz Abdullah Gymnastiar dalam program acara "Management Qolbu" di Radio 98.5 Fm Semarang. Sedangkan penelitian ini meneliti Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam kanal program ulama menyapa di TVKU Semarang. Dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dai pada media audio visual sedangkan pada media penelitian tersebut masih menggunakan media audio.

Keempat, penelitian ini ditulis Nur Laili Mahmudah mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang (2022) dengan judul "Teknik berdakwah dengan budaya Jawa oleh Gus Ulin Nuha pada program aksi indosiar" Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan teknik berdakwah yang dilakukan Gus Ulin Nuha dengan menggunakan budaya Jawa wayang dan tembang dalam program AKSI indosiar. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode analisis deskriptif dengan jenis pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dokumentasi berupa tayangan video dakwah Gus Ulin dalam program AKSI indosiar di channel youtube indosiar. Sedangkan teknik analisis data yang penulis gunakan adalah teknik Milles dan Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik berdakwah Gus Ulin Pada teknik pembukaan dakwah Gus Ulin Nuha membuka dakwah dengan teknik: Menyebutkan topik ceramah, melukiskan latar belakang masalah, memberikan humor, menyatakan kutipan Alquran atau yang lainnya, menghubungkan dengan sejarah masa lalu, menghubungkan dengan peristiwa yang sedang diperingati. Dalam menyampaikan dakwahnya, Gus Ulin menggunakan tiga teknik yaitu: Kontak mata, Olahvokal, Olah Visual. Teknik penutupan dakwah yang dilakukan Gus Ulin yaitu: menyimpulkan pembicaraan, menganjurkan untuk bertindak, menutup dengan syair, kutipan atau kata mutiara yang relevan, menyatakan kembali gagasan utama dengan kalimat yang berbeda, Menceritakan contoh sebagai ilustrasi tema pembicaraan. Persamaan penelitian ini sama-sama memfokuskan pada salah satu program di televisi, sedangkan perbedaan penelitian ini pada

sebuah teknik nya. Penulis menggunakan teknik komunikasi persuasif, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik dakwah.

Kelima, penelitian ini ditulis oleh Yusral Hadi mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta (2022) dengan judul “Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma”. Sebagaimana pada film Alma adalah film yang menggambarkan perjuangan seorang anak difabel dalam meraih keinginannya. Kisah yang merubah stigma anak-anak difabel. Film yang menjadi kado istimewa bagi anak-anak difabel Nusa Tenggara Barat dengan durasi 14 menit yang di sutradarai Trish Pradana. Jenis pendekatan dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Sedangkan spesifikasi penelitian yang peneliti lakukan untuk mengetahui teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma adalah analisis isi (content analysis). Berdasarkan data yang telah diteliti, hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam film Alma diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu Aqidah, Syari’ah, dan Akhlak. Pesan aqidah dalam film ini hanya dalam bidang keimanan kepada Allah. Pesan Syari’ah mencakup pesan ibadah dan sosial. Dan pesan Akhlak mencakup bidang akhlak terhadap sesama. Teknik penyampaian pesan dalam film ditinjau dari dua aspek yaitu Audio dan Visual. Audio meliputi dialog, musik dan sound effect. Sedangkan Visual meliputi teknik pengambilan gambar, lokasi ataupun setting. Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan media baru, yaitu sebuah film. Sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, penulis meneliti teknik komunikasi persuasif apa yang digunakan. Sedangkan pada penelitian Yusral Hadi meneliti teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menuturkan dan menggambarkan masalah yang ada, berdasarkan data-data, jadi ia menyajikan data, menganalisis data, dan mengintrestasikan data. Dari pengertian ini,



maka penelitian yang penulis gagas hanya ditunjukkan untuk menggambarkan kenyataan yang ada di lapangan. Menurut (Adlini et al, 2022: 975), penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat dalam situasi dan setting fenomenanya yang diteliti. Peneliti diharapkan selalu memusatkan perhatian pada kenyataan atau kejadian dalam konteks yang diteliti. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka.

Dilihat dari instrumen penelitian yang menjadi alat pengumpulan data serta analisis, penelitian kualitatif banyak menggunakan data yang bersifat deskriptif seperti daftar wawancara, laporan hasil pengamatan lapangan, transkrip-transkrip pembicaraan, dan catatan-catatan pengamatan. Laporan disusun dari rangkuman semua sumber-sumber tersebut dengan dukungan teori yang ada, menjadi uraian analisis. Tahap analisis dalam pendekatan ini sudah dimulai sejak penelitian dan data pertama telah diperoleh (Zaluchu 2020: 32). Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat mengenai dengan fakta-fakta yang berhubungan dengan fenomena yang diselidiki.

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan upaya untuk menggambarkan lebih jelas dan fokus dari penelitian. Pada penelitian ini terdapat batasan yang berkaitan untuk menghindari kesalahpahaman pemaknaan antara peneliti dan pembaca, oleh karena itu penelitian ini berfokus diambil pada video dakwah Prof Dr KH Ahmad Izzudin M.Ag dalam program ulama menyapa di TVKU Semarang. Dakwah tersebut diteliti pada dua video yang menayangkan tema “Islam agama cinta damai dan politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam”. Video tersebut di analisis terkait pembatasan masalah pada penelitian ini.

a. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif adalah usaha komunikator dalam menyampaikan pesan komunikasi agar komunikan terpengaruh dan melaksanakan apa yang disampaikan komunikator. Dalam penelitian ini teknik komunikasi persuasif menggunakan teknik komunikasi persuasif yang telah dijabarkan oleh Effendy (1986:28) yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik red-herring. Konsep teknik asosiasi mengaitkan pada fenomena yang sekarang dibicarakan oleh masyarakat. Teknik integrasi melibatkan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti penyatuan diri secara komunikatif. Teknik ganjaran merupakan sebuah teknik dimana dengan tujuan mempengaruhi seseorang dengan cara menjanjikan hal yang berisi harapan. Teknik tataan merupakan usaha dalam menyusun pesan komunikasi semenarik mungkin dengan kalimat- kalimat yang menarik. Yang terakhir teknik red-herring seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah, teknik ini digunakan saat keadaan mendesak.

b. Dakwah

Dakwah merupakan sebuah bentuk ajakan ,menyeru dan memanggil untuk mengubah mad'u menjadi lebih baik dan kembali kejalan yang benar dan lebih baik. Penelitian ini mengacu pada dakwah DR. KH. Ahmad Izzudin M.A.

c. Televisi

Televisi menjadi salah satu medium yang digunakan oleh beberapa orang. Penggunaan tv berbeda-beda disetiap khalayak masyarakat. Beberapa orang mejadikan televisi sebagai sarana informasi, ada pula yang mejadikan televisi sebagai sarana hiburan saja. Ini memungkinkan kita menggunakan televisi

sebagai sarana yang mudah sesuai dengan ketertarikannya. Penelitian ini mengacu pada tayangan di TVKU Semarang pada program ulama menyapa dengan beberapa tema yaitu Islam agama cinta damai dan politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam.

### 3. Sumber dan Jenis Data

#### a. Sumber yang

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data yang memperoleh dari dokumen video pada kanal program ulama menyapa di TVKU Semarang dengan mengambil dua tayangan yang disampaikan Prof D r. KH. Ahmad Izzudin M.Ag. Peneliti memilih video yang berkaitan dengan kondisi sosial masyarakat sekarang ini.

#### b. Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan yakni, data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh penulis secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Selain itu, terdapat teknik komunikasi persuasif yang telah ditayangkan pada program ulama menyapa di TVKU Semarang dengan tema:

- a. Islam agama cinta damai pada 11 September 2023 dengan durasi 48.28 menit.
- b. Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam pada 18 Desember 2023 dengan durasi 53.30 menit.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan sebuah acak dan pertimbangan. purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan acak dan pertimbangan tertentu. Contohnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek

atau situasi sosial yang akan diteliti. Alasan penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2012: 55).

Oleh karena itu, peneliti memilih purposive sampling yang menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan pada penelitian ini. Adapun kriteria sampling yang ditentukan peneliti sebagai berikut:

1. Video memiliki durasi 30 menit -1 jam
2. Tema yang dibahas terkait masalah yang sedang terjadi

Untuk mendapat sampel guna penelitian, ada beberapa cara pemilihan yang dilakukan peneliti yaitu:

1. Memilih video sesuai dengan kondisi saat ini yang sedang hangat dibicarakan
2. Memilih video yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian yang terpenting adalah pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan sebuah langkah yang paling utama untuk mendapatkan sebuah data. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik dokumentasi.

Dokumen adalah suatu catatan peristiwa yang sudah dahulu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya seseorang. Dokumentasi yaitu penelusuran dan perolehan data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar, video, dan lain sebagainya (Gunawan, 2013: 178).

Adapun untuk mencari data utama dalam penelitian ini dokumentasi video yang nantinya akan mencari data yang berkaitan dengan penyampaian pesan dakwah yang terdapat pada teknik komunikasi persuasif dari dokumen video. Dokumentasi dalam penelitian ini dengan mengidentifikasi kalimat dari narasumber, dialog antar host dan

narasumber yang disampaikan melalui streaming program ulama menyapa TVKU Semarang.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pemecahan data menjadi komponen-komponen yang lebih kecil berdasarkan elemen dan struktur tertentu. Analisis data kualitatif dilakukan secara induktif, yaitu penelitian kualitatif tidak dimulai dari teori tetapi dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun kelapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada dilapangan. Menurut Moleong, proses analisis data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya (Siyoto & Sodik, 2015: 122).

Dalam tahap ini data-data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan dan diorganisasikan secara sistematis dan diproses secara logis dengan rancangan penelitian yang sudah ditentukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif (Fitrah & Luthfiyah, 2017).

Pada penelitian yang akan dilaksanakan ini, dalam metode pengumpulan data yang akan digunakan yaitu menggunakan metode analisis deskriptif yang disampaikan oleh Miles dan Huberman dalam buku Ariesto Hadi Sutopo dan adrianus Arief menjelaskan bahwa dalam mengelola data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga cara, diantaranya adalah :

### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses analisis dengan cara menajamkan, mengkatagorikan, merangkum, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, berkonsentrasi pada apa yang penting, dan reduksi mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir. Reduksi data akan

memberikan gambaran yang jelas sehingga peneliti dapat dengan mudah mengumpulkan data dan melanjutkan ke langkah selanjutnya.

Sesudah mempertimbangkan apa yang di analisis, selanjutnya melakukan penyederhanaan dengan memilih video yang terdapat teknik komunikasi persuasif dan mencatat pesan dakwah yang mengandung teknik komunikasi persuasif menurut Onong U Effendy.

## 2. Penyajian Data

Penjelasan ini mengarah ke tahap berikutnya, yaitu menyajikan data dan membuat deskripsi rinci setelah direduksi, dengan penyajian data berupa screenshot dari shot gambar yang sudah dipilih dan dikategorikan sesuai panduan teori. Selanjutnya penulis mendeskripsikan temuan dari hasil analisis pada video sehingga pemahaman yang diperoleh dari data tersebut dapat digunakan untuk menentukan rencana kerja selanjutnya.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Langkah berikutnya yaitu mengkategorisasi dan mengklasifikasi data dengan cara mengecek semua data yang telah terkumpul berdasarkan masalah penelitian yang akan dijawab. Selanjutnya merangkai data yang telah difokuskan pada hal-hal pokok, memilih hubungan antara data dengan data, memilih hubungan data dengan teori, dan langkah akhir menarik kesimpulan.

## BAB II

### TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF, DAKWAH, TELEVISI

#### A. Teknik Komunikasi Persuasif

##### 1. Teknik

Teknik adalah upaya yang dilakukan manusia ketika menerapkan suatu metode. Jadi teknik merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan yang diharapkan. Menurut Effendy (2000:5), kata teknik berasal dari Bahasa Yunani *technikos* artinya ketrampilan atau kecakapan. Jadi teknik adalah untuk mencapai sebuah tujuan, maka harus terdapat langkah-langkah yang harus dilaksanakan.

Menurut Wina Sanjaya dalam bukunya yang dikutip oleh Moh. Ali Aziz (2009: 357-358), teknik merupakan suatu cara yang dilakukan seseorang dalam menerapkan suatu metode. Teknik pada hakikatnya yaitu operasionalisme metode yang dijalankan dalam menggapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Aziz (2004: 297) sendiri, teknik yaitu cara untuk mencapai tujuan dengan lebih spesifik dan lebih oprasional. Jadi, teknik adalah penerapan suatu kegiatan berdasarkan pengetahuan dengan cara tertentu untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

##### 2. Komunikasi

###### a. Pengertian

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah kata komunikasi atau (*communication*) berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang artinya pemberitahuan atau pertukaran. Jadi kata

komunikasi merujuk pada usaha yang dibangun untuk mencapai suatu tujuan (Wiryanto, 2004: 5).

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut beberapa sudut pandang masing-masing, diantaranya :

- 1) Menurut Liliweri (2011: 31). Istilah kata komunikasi berasal dari kata (*common*) yang mempunyai arti membagi, mempertukarkan, mengirimkan, mengalihkan, dan berbicara. Jadi komunikasi adalah proses atau tindakan untuk mengalihkan pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran dalam situasi adanya gangguan interferensi (Liliweri, 2011: 31).
- 2) Menurut Harold D. Laswell, dikutip oleh Effendy (2015:10) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu dan proses yang menggambarkan siapa mengatakan *who say what which channel to whom with what effect* (Effendy, 2015: 10).
- 3) Menurut Yasir (2020: 4), Komunikasi adalah suatu topik yang amat sering diperbincangkan bukan hanya dikalangan ilmuan komunikasi, melainkan juga dikalangan orang awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan (Yasir, 2020: 4).

b. Unsur Komunikasi

Menurut Harold D Laswell (1948) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu dan proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan



efek apa. Laswell memperkenalkan 5 formula komunikasi untuk terjadinya suatu proses komunikasi yaitu: 1). Who, yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan, 2). Says What, yakni berkenaan dengan menyatakan apa, 3). In Which Channel, yakni berkenaan dengan saluran apa, 4). To Whom, yakni berkenaan dengan ditujukan kepada siapa, 5). With What Efek, yakni berkenaan dengan pengaruh apa. Berdasarkan formula Laswell tersebut, maka terdapat lima komponen komunikasi agar dapat terjadi proses komunikasi, yaitu: Komunikator, pesan, media, komunikan, dan pengaruh (Suprpto, 2009: 9).

Unsur komunikasi merupakan hal yang mendasar bagi keberadaan dan keberlangsungan hidup manusia dalam tercapainya suatu komunikasi yang baik, sehingga perlu diperhatikan unsur-unsur dalam komunikasi. Menurut Ariyanto (2020: 82-82), unsur komunikasi sangat penting bagi terjadinya proses komunikasi yang baik. Unsur komunikasi tersebut yaitu :

#### 1) Sumber

Sumber komunikasi sering disebut sebagai pengirim (sender), penyandi (encoder), komunikator, atau pembicara (speaker). Adapun yang dimaksud sumber disini adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima (Ariyanto, 2020:82).

#### 2) Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan, yang dikirim oleh pengirim kepada

penerima. Penerima juga sering disebut dengan istilah khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan, receiver, audience, atau decoder (Ariyanto, 2020: 83).

### 3) Pesan

Pesan pada dasarnya adalah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (publik) baik secara langsung maupun melalui media. Pesan biasanya diikuti oleh motif komunikator. Berarti setiap pesan yang bersifat intensional mempunyai tujuan. Tujuan tersebut digunakan mencapai kekuasaan, baik kekuasaan secara sosial, politik, ekonomi dan budaya. Jadi, penggunaan kata pesan sebagai unsur komunikasi, berisi (*content*) tentang informasi yang dikirimkan oleh sumber kepada penerima, seperti percakapan langsung (*interpersonal communication*) maupun lewat media massa (*mass communication*), seperti telepon, media cetak, handphone, internet dan elektronik lainnya, dalam bentuk kemasan pesan (*message packaging*). Bentuk kemasan pesan seperti iklan, film, buku, brosur, baliho, website, televisi, radio, seluruhnya menunjukkan isi pesan atau sering disebut sebagai media content (Purwasito, 2017: 105).

### 4) Media

Media yaitu tempat, saluran yang dilewati oleh pesan atau simbol yang bisa dikirim melalui media baik secara tertulis, melalui media massa cetak, dan media massa elektronik. Pesan juga dikirim melalui media udara pada saat kita

melakukan komunikasi antarpersonal dalam tatap muka langsung (Dyatmika, 2020: 11). Media ini dimaksudkan supaya pesan yang dikirimkan oleh sumber (*source*) dapat diterima dengan baik oleh penerima (*receiver*). Dalam proses pengiriman pesan itu hendaknya dikemas untuk mengatasi gangguan yang muncul dalam transmisi pesan sehingga tidak menimbulkan perbedaan makna yang diterima oleh penerima (*receiver*) (Djawad, 2016: 96).

#### 5) Umpan Balik

Umpan balik biasa juga disebut sebagai tanggapan balik dari komunikan pada komunikator terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Tidak adanya umpan balik maka proses komunikasi tidak berlanjut secara berkesinambungan. Melalui umpan balik inilah komunikator bisa mengetahui apakah komunikan memahami dan menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh komunikator (Dyatmika, 2020: 13).

### 3. Komunikasi Persuasif

#### a. Pengertian

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator. Tahap-tahap mencapai keberhasilan dalam komunikasi persuasif sama dengan komunikasi informatif, tetapi disertai tujuan untuk mengajak komunikan agar bertindak sesuai dengan isi pesan komunikator. Dalam melaksanakan komunikasi persuasif, yang sifatnya mempengaruhi atau merayu pihak lain agar mau mengikuti kehendaknya, pencapaian tujuan hanya dapat berhasil lebih efektif apabila pihak

komunikator mampu menguasai teknik-teknik yang dapat menumbuhkan motivasi atau minat (Masruroh, 2020: 35).

Komunikasi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi mad'u dengan berbagai cara. Pesan yang jelas dan disampaikan dengan efektif dapat merangsang perasaan, membangkitkan pemikiran, dan membentuk persepsi. Faktor seperti gaya penyampaian, keaslian, dan relevansi isi pesan juga berperan dalam memengaruhi khalayak. Selain itu, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan nilai-nilai audiens dapat meningkatkan daya persuasi komunikasi. Pada penelitian ini, teknik komunikasi yang digunakan yaitu teknik komunikasi persuasif yang mempunyai sebuah tujuan untuk mengubah pendapat, sikap, dan mempengaruhi perilaku khalayak (Ilaihi, 2010: 125).

b. Teknik Komunikasi Persuasif

Jenis teknik komunikasi persuasif menurut Effendy (1986: 28) sebagai berikut:

1) Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi merupakan penyajian pesan komunikasi dengan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa.

2) Teknik Integrasi

Teknik integrasi merupakan kecakapan pengirim pesan dalam menyamakan diri secara komunikatif dengan penerima pesan. Dimana melibatkan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti penyatuan diri secara komunikatif, sehingga

tampak menjadi satu atau dalam arti kebersamaan, perasaan senasib sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun non-verbal.

### 3) Teknik Ganjaran atau Pay-Off Technique

Teknik ganjaran atau pay-off technique merupakan sebuah teknik dimana dengan tujuan mempengaruhi seseorang dengan cara menjanjikan hal yang berisi harapan atau mendapat ganjaran. Selain itu, teknik ganjaran atau pay-off technique yaitu kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberikan harapan (imingiming), dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk atau tidak menyenangkan perasaan.

### 4) Teknik Tataan atau Icing

Teknik tataan atau icing merupakan usaha dalam menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, yaitu menjadikan indah sesuatu, sehingga menarik bagi siapa saja yang menerimanya. Teknik tataan atau icing disebut juga teknik memanis-maniskan atau menggulai kegiatan persuasi ini dengan jalan menata pesan komunikasi dengan emosional appeal sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi lebih tertarik.

### 5) Teknik Red-Herring

Teknik red-herring, dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif, teknik “red herring” adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi

sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan. Jadi teknik ini digunakan pada saat komunikator berada dalam posisi terdesak (Effendy, 1986: 28).

## **B. Komunikasi Dakwah**

Komunikasi Dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya

disesuaikan visi dan misi Dakwah. bahwa komunikasi Dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi dan Dakwah kelihatannya hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, akan tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan dari mad'u atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap, mengubah opini atau pandangan, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat kepada yang diharapkan, adapun tujuan komunikasi Dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam stresingnya dalam kontek ini adalah pada ajaran Islam.

Komunikasi dakwah diartikan proses penyampaian pesan atau informasi dari seseorang atau kelompok ke orang lain, bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang menggunakan simbol-simbol verbal dan non-verbal dengan tujuan mempengaruhi sikap, pendapat, atau

perilaku orang lain sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini dapat dilakukan secara langsung melalui cara lisan atau tidak langsung melalui saluran media (Wahyu, 2010:26). Komunikasi dakwah juga sebagai tradisi komunikasi inklusif yang dikembangkan dalam kerangka moral keislaman yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadits dan pengalaman hidup umat Islam sepanjang sejarah di manapun, yang bertujuan untuk membangun/meneguhkan narasi Islam di ruang publik dan mengaktualisasikannya dalam pembangunan dan perbaikan kehidupan sosial (Adeni, 2022:38).

Namun satu hal yang menjadi titik temu antara keduanya bahwa pengembangan metode dakwah dan metode pengembangan dakwah beserta ilmunya, sebagaimana komunikasi dan ilmunya dapat merambah ke bidang-bidang lain, dalam upaya mewujudkan nilai pesan yang ingin dihasilkan.

### **C. Dakwah**

Dakwah menurut bahasa, kata dakwah merupakan suatu istilah dari kata kerja bahasa arab da'wah (bentuk mashdar) dari kata kerja (fi'il) *da'a yad'u da'watan* yang berarti memanggil, mengajak, menyeru (Muhaemin, 2017: 87).

Untuk memahami makna dakwah, secara terminologis dakwah dimaknai sebagai aspek positif berupa ajakan kepada keberkahan didunia dan keselamatan di akhirat *fi al-dunya hasanah*. Karena begitu banyaknya makna dakwah secara istilah, para ulama dan pakar dakwah memiliki definisi yang berbeda-beda sesuai dengan tinjauan dan maksudnya masing-masing. Diantaranya para

ahli mendefinisikan makna dakwah menurut Pirol (2018: 5-6), di antaranya;

1). Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, mendefinisikan dakwah dengan mengajak seseorang agar apa yang dibawa oleh para Rasul-nya dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan.

2). Syaikh Muhammad Ash-Shawwaf mengatakan, dakwah adalah risalah langit yang diturunkan ke bumi, berupa hidayah sang khaliq kepada makhluk, yakni *al-dien* menuju jalannya yang lurus yang sengaja dipilihnya dan dijadikan sebagai jalan satu-satunya untuk bisa selamat kembali kepadanya.

3). Syekh 'Ali Mahfudz memaknai dakwah dengan mendorong manusia berbuat kebaikan, menyuruh mereka berbuat yang *ma'ruf* dan melarang yang *mungkar* agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Definisi ini menekankan proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah.

4). M. Quraisy Shihab mendefinisikan dakwah sebagai sebuah seruan atau ajakan kepada situasi yang lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman hidup saja, tetapi juga menuju sarana yang lebih luas.

5). Bahiy Al-Khuli mengatakan bahwa dakwah adalah memindahkan manusia dari satu situasi ke situasi yang lebih baik (Pirol, 2018: 5-6).

#### 1. Tujuan Dakwah

Untuk menjelaskan tujuan dakwah tergambar pada firman Allah dalam QA. Yusuf/12: 108,



وَسُبْحَانَ أَنَّبَعَيْي ۖ وَمَنْ أَنَا بِصَيِّرَةٍ عَلَى اللَّهِ إِلَىٰ أَدْعُوا سَبِيلِي هَذِهِ قُلْ  
الْمُشْرِكِينَ مِنْ أَنَا وَمَا اللَّهُ

Terjemahannya:

Katakanlah: Inilah jalan agamaku, aku dan orang-orang yang mengikuti (mengajak) kamu kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maka secikanlah Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang musyrik.

Secara singkat tujuan dakwah yang dimaksudkan adalah arah yang akan dituju oleh seorang *da'i* dalam proses dakwah. Demikian pula tujuan dakwah yaitu mengajak manusia berjalan di jalan Allah dengan menjadikan ajaran (Islam) sebagai jalan hidupnya. Jadi tujuan dakwah untuk mendorong manusia mengikuti petunjuk yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Wahid, 2019: 17).

## 2. Media Dakwah

Media dakwah merujuk pada segala sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah atau ajaran Islam dalam rangka mengajak dan membimbing masyarakat menuju pemahaman dan praktik keagamaan yang lebih baik. Media ini bisa berupa berbagai bentuk komunikasi, baik yang tradisional maupun modern. Media dakwah terdiri dari dua kata yaitu Media dan Dakwah. Media adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berita, hiburan, atau pesan kepada khalayak. Proses komunikasi memerlukan media karena media merupakan sarana penyampaian dan penerimaan pesan. Kehadiran media mempermudah dan membuat proses komunikasi menjadi

lebih efektif (Uyuni, 2023:20). Adapun dalil dalam Al-Qur'an yang mendukung penggunaan media dakwah dalam Islam.

Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدِلْهُمْ  
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ  
سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : 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.

Ayat ini menunjukkan pentingnya menyampaikan pesan dakwah dengan hikmah, pelajaran yang baik, dan argumen yang bijak.

Media Dakwah mencakup bentuk, termasuk cetakan (seperti koran dan majalah), siaran (seperti televisi dan radio), media online (seperti situs web, blog dan media sosial), dan serta media lainnya seperti film, buku dan pameran seni. Media dakwah berfungsi untuk menyebarkan nilai-nilai Islam, meningkatkan pemahaman agama, dan mengajak umat untuk melaksanakan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan media yang tepat dan efektif dapat membantu dakwah mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

### 3. Unsur Dakwah

#### 1) Subjek Dakwah (*Da'i*)

Asal kata *dai* yaitu dari Bahasa Arab yang artinya orang yang mengajak. Supena mengemukakan bahwa

dai disebut juga sebagai subjek dakwah yang berarti orang yang mempunyai tugas untuk meluaskan ajaran agama Islam ke sesama manusia dengan adanya perkembangan pengetahuan agama (Supena, 2013:93). Nabi Muhammad sendiri merupakan subjek dakwah yang pertama sejak agama Islam diturunkan seperti firman Allah dalam

QS. Al-Ahzab/33:46,

اٰ مُنِيْرًا وَّسِرَاجًا بِاِذْنِ اللّٰهِ اِلٰى وَّدَاعِيًا

Terjemahnya; Dan untuk menjadi penyeru kepada agama Allah dengan seizinnya serta untuk menjadi cahaya yang menerangi.

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Nabi Muhammad SAW, harus menyeru kepada Allah sehingga ia menjadi penerang kegelapan.

## 2) Objek Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang yang beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas Iman, Islam dan Ihsan (Munir & Illahi, 2021: 18)

## 3) Metode Dakwah (*Ushlub* Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode dakwah mempunyai peranan penting karena

suatu pesan meskipun baik, tetapi disampaikan dengan metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh audiens. Dengan kejelian dan kebijakan para da'i dalam memilih metode sangat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan dakwah. Di dalam Kutub al-Tis'a, di antara metode dakwah yang diajarkan oleh Nabi adalah sebagai berikut:

a) Memberi kabar gembira dan tidak membuat mad'u frustrasi.

b). Bertahap

c). Menggunakan sarana-sarana baru yang dianggap mashlahat

d). Mengenai jiwa mad'u.

e). Mengundang kaum kerabat sambil makan dan minum, berdakwah kepada keluarga, pidato terbuka dan hijrah (Mahmud, 2018: 72).

#### 4) Media Dakwah (*Wasilah* Dakwah)

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (mediated communication) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh

tempatnyanya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (indirect communication), dan sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan. Untuk itu, komunikasi melalui media bersifat satu arah sehingga komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan dengan seketika. Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan

pada saat ia berkomunikasi (Widayanti, 2014: 124). Oleh karena itu, dalam melancarkan komunikasi yang bermedia, komunikator harus lebih matang dalam merencanakan dan dalam persiapan sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya tersebut akan berhasil. Untuk itu, ia harus memperhatikan beberapa faktor. Komunikator harus mengetahui sifat-sifat komunikasi yang akan dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan

#### 5) Maddah Dakwah (Materi Dakwah)

Bahan atau kaidah ajakan ialah kaidah yang berisi hukum Islam atau semua yang harus diberikan subjek kepada objek dakwah, adalah menyeluruh hukum Islam yang terkandung didalam AlQuran dan sunah Rasulullah. Kaidah dan bahan seruan harus diberikan secara baik dan mudah, supaya *mad'u* bisa memahami dan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada *mad'u* dengan mudah. Pada awalnya bahan seruan Islam bergantung pada sasaran dakwah yang hendak dicapai. tetapi, secara umum bahan ajakan bisa dijelaskan menjadi tiga bagian yaitu:

- (a) Masalah keimanan (aqidah). Aqidah adalah dasar keyakinan dalam agama Islam.
- (b) Masalah keislaman (syariat). Syariat ialah semua ajaran dan aturan-aturan yang terkandung di dalam Islam, baik yang berkaitan mahluk dengan Allah swt, ataupun antar mahluk sendiri.
- (c) Masalah budi pekerti (akhlaqul karimah). Hukum akidah atau budi pekerti dalam Islam tercantum kedalam bahan ajakan yang penting untuk diberikan kepada khalayak dan *mad'u* (Hardian, 2018: 48).

#### D. Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah

Komunikasi dalam konteks dakwah bisa saja sekedar menjadi kegiatan penyampaian informasi yang tidak berdampak luas, dan hanya dalam bentuk penyebaran wacana - bahwa audien sekedar diberitahu. Tetapi dalam kondisi tertentu komunikasi ini bisa menjadi hiburan atau bahkan sebagai pengendali tingkah laku. Dakwah yang dilakukan di tengah masyarakat diharapkan dapat mengarahkan dan membentuk tentunya perilaku tertentu. Sehingga dalam hal ini proses komunikasi dakwah harus diformat sebaik mungkin dengan menggunakan kaidah-kaidah atau hukum yang berlaku dalam komunikasi pada umumnya. Namun demikian diantara keduanya ada sedikit perbedaan pada muatan pesan. Apabila dalam komunikasi pesan bersifat netral, maka di dalam dakwah pesan-pesan mengandung nilai keteladanan (Slamet, 2009: 180). Dalam hal ini dapat kita jumpai pada ayat dalam Al-Qur'an yang mengingatkan seseorang tentang keteladanan sebagai salah satu etika dakwah, yaitu :

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 44

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya : Mengapa kamu menyuruh orang lain untuk (mengerjakan) kebajikan, sedangkan kamu melupakan dirimu sendiri, padahal kamu membaca suci (Taurat)? Tidakkah kamu mengerti?

Dalam proses komunikasi, keberhasilan seorang komunikator adalah ketika dia bisa menjadi orang lain secara tepat sebagaimana yang dibutuhkan untuk

dapat menyampaikan pesan-pesan tertentu. Disini seorang komunikator Harus bisabermain peran, menjadi aktor. Akan tetapi dalam kegiatan dakwah, seorang da'i bukan sekedar menjadi komunikator, melainkan juga pendorong (motivator) dan contoh (teladan) dalam praktik kehidupan sehari-hari. Sebab, pesan dalam dakwah bukan sekedar data informasi; melainkan nilai-nilai keyakinan, ibadah dan moral (akhlak) yang menuntut pengamalannya dalam sepanjang rentang kehidupan individu di tengah masyarakat. Komunikasi persuasif dalam dakwah adalah kunci untuk mempengaruhi orang lain secara positif terhadap ajaran atau nilai-nilai yang ingin disampaikan. Ini melibatkan penggunaan bahasa yang menarik, argumen yang kuat, empati terhadap audiens, dan penggunaan cerita atau contoh yang relevan. Dengan pendekatan yang persuasif, pesan dakwah dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh orang lain.

Komunikasi persuasif dalam dakwah melibatkan teknik-teknik dan strategi yang dirancang untuk mempengaruhi pemikiran, sikap, dan tindakan audiens. Berikut adalah beberapa elemen penting dalam komunikasi persuasif dalam dakwah:

- a. Pemahaman Audiens: Mengetahui latar belakang, kebutuhan, dan nilai-nilai audiens sangat penting. Dengan memahami audiens, pendakwah dapat menyesuaikan pesan mereka agar lebih relevan dan menarik.
- b. Pesan yang Jelas dan Terstruktur: Pesan yang disampaikan harus jelas, terstruktur dengan baik, dan mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang sederhana

dan langsung akan membantu audiens menangkap inti pesan dengan lebih mudah.

- c. Penggunaan Dalil dan Bukti: Menyertakan dalil dari Al-Qur'an dan Hadis, serta bukti logis dan empiris, dapat memperkuat argumen dan membuat pesan lebih meyakinkan.
- d. Emosi dan Empati: Menghubungkan pesan dengan perasaan dan pengalaman audiens dapat membuat dakwah lebih berkesan. Menunjukkan empati dan memahami situasi audiens dapat membantu menciptakan ikatan emosional.
- e. Cerita dan Contoh Nyata: Menggunakan cerita atau kisah nyata yang relevan dapat membuat pesan lebih menarik dan mudah diingat. Contoh-contoh praktis dari kehidupan sehari-hari dapat membantu audiens melihat penerapan nilai-nilai yang disampaikan.
- f. Kredibilitas Pendakwah: Kredibilitas dan kepercayaan terhadap pendakwah sangat penting. Pendakwah yang memiliki pengetahuan yang luas, integritas, dan akhlak yang baik lebih mudah diterima oleh audiens.
- g. Interaksi dan Keterlibatan: Mendorong interaksi dengan audiens melalui pertanyaan, diskusi, atau sesi tanya jawab dapat membuat dakwah lebih dinamis dan partisipatif.
- h. Teknik Retorika: Menggunakan teknik retorika seperti repetisi, analogi, dan metafora dapat membantu memperkuat pesan dan membuatnya lebih berkesan.
- i. Penampilan dan Bahasa Tubuh: Penampilan yang rapi dan bahasa tubuh yang positif juga berkontribusi dalam penyampaian pesan yang persuasif. Kontak



mata, senyum, dan gerakan tangan yang tepat dapat membantu memperkuat pesan yang disampaikan.

- j. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, komunikasi persuasif dalam dakwah dapat menjadi lebih efektif dalam mempengaruhi dan menginspirasi audiens untuk menerima dan mengamalkan pesan yang disampaikan (Ilyas, 2010: 14).

## **E. Televisi**

### **1. Pengertian**

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Televisi berasal dari kata tele (jauh) dan vision (tampak), teknologi merupakan perpanjangan dari manusia. Dapat dikatakan bahwa teknologi merupakan perpanjangan dari indera manusia. Televisi merupakan salah satu teknologi yang berfungsi sebagai perpanjangan mata dan telinga. Sehingga melalui televisi masyarakat mampu memperoleh berbagai informasi mengenai fenomena yang sedang terjadi.

Televisi menjadi salah satu medium yang digunakan oleh beberapa orang. Penggunaan tv berbeda-beda disetiap khalayak masyarakat. Beberapa orang menjadikan televisi sebagai sarana informasi, ada pula yang menjadikan televisi sebagai sarana hiburan saja. Ini memungkinkan kita menggunakan televisi sebagai sarana yang mudah sesuai dengan ketertarikannya. Kualitas televisi merupakan yang sangat diperhatikan oleh pihak media ketika sedang diproduksi. Penonton memilih

tayangan televisi yang mampu memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan dan informasi.

Televisi yang menyajikan tayang tersebut akan ditonton secara berkelanjutan. Penonton akan menerima pesan yang disampaikan sehingga dalam pe,maknaan pesan, penonton akan menyesuaikan tersebut dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki terkait dengan apa yang ditayangkan. Televisi mampu menyampaikan informasi dengan menampilkan visual maupun audio secara nyata kepada penonton dalam waktu yang bersamaan, sehingga televisi menjadi media yang paling baik dan sangat mudah diingat oleh orang yang menonton (Pratama, Iqbal, and Tarigan 2019: 91).

## 2. Karakteristik Televisi

### a. Audio-visual

Televisi merupakan media penyiaran yang dapat dilihat dan didengar sekaligus. Walaupun demikian, bukan berarti gambar lebih penting dari kata-kata, akan tetapi keduanya harus saling menyesuaikan dengan baik agar dapat dinikmati.

### b. Berfikir dalam gambar

Ada dua tahap dalam proses berfikir dalam gambar. Pertama, visualisasi yaitu menterjemahkan kata-kata menjadi gambar secara individual. Kedua, picturization (penggambaran) yaitu merangkai gambar menjadi kontinuitas yang mengandung arti atau makna tertentu.

- c. Khalayak televisi bersifat umum, luas, heterogen dan anonym

Siaran televisi dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas dengan satu tujuan yang sama yaitu membentuk perilaku dengan melihat dan mendengar. Walaupun para penonton tidak saling mengenal dan mengetahui, sebab terhalang jarak yang jauh secara geografi (Prayugo & Kamalia, 2022: 15-16).

### 3. Televisi Sebagai Media Dakwah

Perkembangan zaman mendorong kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi terus mengubah dan mempercepat perkembangan dalam berbagai bidang kehidupan. Perkembangan ini menciptakan tantangan baru seiring dengan kebutuhan untuk mengelola informasi, memahami sumber daya, dan menjaga keamanan digital. Dalam mempengaruhi kehidupan manusia, teknologi komunikasi yang canggih ikut serta dalam kegiatan dakwah. Seorang pendakwah perlu beradaptasi dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam arti dakwah memiliki arti harus ditata dengan media komunikasi sesuai dengan mad'u yang dihadapi. Dakwah yang efisien dan efektif yaitu dakwah yang menggunakan media komunikasi (Ghazali, 1997:322).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tentu sangat menguntungkan bagi pendakwah jika dimanfaatkan dan digunakan dengan baik dan bijak oleh seorang da'i. Selain itu, penyebaran dakwah nya lebih luas tidak hanya tatap muka saja bertemu disebuah tempat. Salah satu media massa berbasis video yaitu, Televisi. Televisi digolongkan sebagai

media audio visual. Maka, televisi dapat menjadi media dakwah dengan menghasilkan program-program yang membahas nilai-nilai agama, moral, dan kehidupan yang Islami. Acara seperti ceramah, diskusi keagamaan, atau serial dengan pesan moral yang positif dapat disajikan untuk menyebarkan ajaran agama secara edukatif. Dengan menyelaraskan isi program dengan prinsip-prinsip agama, televisi dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan dakwah kepada audiens yang lebih luas.

### **BAB III**

## **DAKWAH PROF DR KH Ahmad IZZUDIN M.AG PROGRAM ULAMA MENYAPA DI TVKU SEMARANG**

### **A. Gambaran Umum**

#### **1. Biografi Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag**

KH. Ahmad Izzuddin lahir di Kudus 12 Mei 1972, ia adalah seorang kyai sekaligus dosen di UIN Walisongo Semarang. Ia adalah pengasuh pondok pesantren Life Skill Daarun Najaah Beringin Semarang. Ia juga adalah menantu dari KH. Sirodj Khudori pendiri Pondok pesantren Daarun Najaah Jarakah Tugu Semarang. Sejak ia menjadi menantu KH Sirodj Khudori di tahun 2000, ia mulai membantu mertuanya untuk merintis pondok pesantren Daarun Najaah yang berdiri pada tanggal 28 Agustus 2001, sebelum pada akhirnya ia membangun pondoknya sendiri.

KH. Ahmad Izzuddin adalah anak ke 7 dari 9 bersaudara dari pasangan Alm. KH. Maksud Rosyidie dan Almh. Hj. Masriah Hambali. Ia termasuk orang yang dipercaya untuk melanjutkan pengabdian ayahnya di sekolah Wahid Hasyim Kudus Jawa Tengah. Pendidikan Sekolah Dasar ia di SD Negeri I Jekulo Kudus dan lulus di tahun 1985. Lalu melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri II Kudus lulus 1988. Setelah menamatkan pendidikan SMP, KH. Ahmad Izzuddin nyantri di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri sambil melanjutkan di Madrasah Aliyah Al-Muttaqien Ploso Mojo Kediri dan lulus di tahun 1991. Pendidikan S1 diselesaikan di Fakultas Syari'ah Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo

Semarang pada tahun 1993 dan lulus tahun 1997. Pada tahun 1998 ia melanjutkan Program Pascasarjana S2 di Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang dan lulus pada tahun 2001. Setelah itu mengikuti shortcourse akademik di National University of Singapura (NUS) yang diselenggarakan Kementerian Agama RI tahun 2010 dan meraih gelar Doktor di Program Doktor PPs IAIN Walisongo Semarang pada tahun 2011.

Semenjak di Pesantren Ploso, ia aktif dalam kajian dan praktik ilmu Falak, sebagaimana tercatat sebagai sebagai Tim inti pembuatan kalender Pesantren. Kemudian semenjak kuliah di Semarang, ia aktif di Pimpinan Wilayah Lajnah Falakiyyah NU Jawa Tengah, pernah menjadi Sekretaris dan sekarang menjadi Ketua Pimpinan Wilayah Lajnah Falakiyyah NU Jawa Tengah 2003-2008. Mulai tahun 1999 ia diangkat sebagai Dosen di almamaternya Fakultas `Syari`ah sebagai dosen ilmu Falak. Di samping itu, aktif mengikuti TOT Ilmu Falak tingkat Nasional dan memberikan p elatihan ilmu Falak, aktif juga mensosialisasikan ilmu Falak dengan menumbuhkembangkan ilmu Falak, dengan merintis pendirian Lajnah Falakiyyah INISNU Jepara dan UNSIQ Wonosobo, menghidupkan Lajnah Falakiyyah NU di tingkat cabang, Lembaga Hisab Rukyah Independent seperti Al-Kawaakib Kudus dan Al-Miiqaat Jawa Tengah, serta mengadakan pengkaderan ahli ilmu Falak. (Sumber <https://ppdnsmg.wordpress.com/pengasuh/kh-ahmad-izzuddin-mag/> )

KH. Ahmad Izzuddin bisa dikatakan kyai yang sangat sederhana, karna kala itu ketika ia istri dan anaknya masih tinggal di pondok pesantren Jrahah Tugu bahkan ia tinggal bersama para santri dengan batas tembok tipis kamar dari

triplek. Ia membangun pondok pesantren bersama istri dan mertuanya sehingga semakin lama pondok mulai berkembang dengan memiliki santri putri di tahun 2007. Ia merintis Pondok pesantren dengan melakukan beberapa inovasi. Pesantren mahasiswa ini harus memiliki banyak kegiatan dan lembaga yang produktif. Munculah lembaga-lembaga seperti lembaga hisab rukyat AlMiiqaat yang khusus menekuni ilmu falak, group rebana Al-Mahboeb yang kini sering diundang mengisi acara di Semarang, majalah bulletin An-Najwa, Lembaga bahasa Daarun Najaah, koperasi Saliima dan juga lembaga penerbitan buku Al-Hilal. Semua lembaga-lembaga tersebut ia rintis dengan kesabaran dan perjuangan hingga saat ini.

Pada tahun 2011, ia merintis pondok Life Skill Daarun Najaah. Dahulu santrinya belum begitu banyak dan bangunan pondoknya masih kecil. Namun seiring berjalannya waktu pondok yang dirintis semakin berkembang. Santrinya juga semakin bertambah. Di keluarga, ia adalah seorang suami dan ayah yang baik. Ia memiliki empat anak dan di tahun ini bertambah lahirnya anak yang ke lima. Anak pertamanya, Alliya Saliima Izza, anak kedua Najwa fariha Izza, anak ketiga Muhammad Farhan Najih Azizy, anak keempat Sakhiya Hanana maksuma Izza, dan yang terakhir adalah Zahida Hajja Baytika Izza. Ia adalah suami dari Aisah Andayani, S.Ag, putri dari KH Sirodj Khudori.

Sosok beliau di kalangan santri, berperan tidak hanya sebagai orang yang mengajarkan akhlak, namun juga dunia lain seperti interperneur, kedisiplinan, keterampilan sampai masalah penampilan. Di lihat dari kepiawaiannya dalam mengelola pondok bersantrikan mahasiswa ini, ia cukup

cekatan dan termasuk orang yang produktif melahirkan banyak ide untuk mendesain berbagai acara agar santrinya hidup dengan motivasi. Selain sebagai kiyai yang produktif dan menjadi idola di keluarganya, ia termasuk seorang dosen dalam usia yang sangat muda dapat melahirkan lulusan yang berkualitas. Tidak hanya menjadi tokoh falak, beliau juga seorang pendakwah yang cukup baik dengan cara berdakwahnya yang santai dan kadang diselingi dengan gelak tawa. Hal tersebut yang kemudian membuat peneliti tertarik dengan isian dakwah beliau, dan bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dipakai beliau sehingga suasana dalam berdakwah mampu memberikan kesadaran kepada mad'u tentang ajaran agama Islam. (Sumber wawancara Puguh Sulistiyowati).

Banyak karya penelitian dan karya tulis yang dipublikasikan yang terkait dengan keahliannya, di antaranya : Penelitian Kitab Sullamun Nayyirain dalam penetapan Awal bulan Qomariyyah, skripsi tahun 1997, Penelitian Respon Pesantren terhadap Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, anggota peneliti kolektif, tahun 2000, Penelitian Zubaer Umar al-Jaelany dalam Sejarah Hisab Rukyah di Indonesia, penelitian individual, tahun 2002, Penelitian Melacak Pemikiran Hisab Rukyah Tradisional (Studi atas Pemikiran Muhammad Mas Manshur al-Batawai), penelitian individual, 2004, Buku Fiqh Hisab Rukyah di Indonesia (Sebuah Upaya Penyatuan Mazhab Hiab dengan Mazhab Rukyah), Yogyakarta : Logung Pustaka, 2003, artikel "Idul Fitri antara Hisab dan Rukyah", Wawasan, 24 Januari 1998, artikel "Awal dan Akhir Ramadan yang Kompromistis", Suara Merdeka, 11 Desember 1999, artikel "Menyikapi Perbedaan Idul Adha 1420 H", Suara Merdeka, Maret 2000,



artikel “Awal Ramadan 1422 H dan Validitas Hisab”, Radar Semarang, 13 November 2001, artikel “Awal Ramadan Antara Hisab dan Rukyah”, Suara Merdeka, 15 November 2001, artikel “Awal Ramadan : Jum’at atau Sabtu ?”, Wawasan, 15 November 2001, artikel “Melacak Mazhab Fiqh Hisab Rukyah”, Jurnal Al-Ahkam Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang. 2003, artikel “Memahami Perbedaan Penetapan Idul Adha, Suara Merdeka, Februari 2003, artikel “Memahami Perbedaan Idul Fitri 1423”, Wawasan, 2 Desember 2002, artikel “Perlu Meluruskan Qiblat Masjid”, Suara Merdeka, 27 Juni 2003, artikel “Memahami Perbedaan Penetapan Idul Adha”, Suara Merdeka, Februari 2003, artikel “Menghisabkan NU, Merukyahkan Muhamadiyah”, Suara Merdeka, 1 November 2002, artikel “Antara Hisab Dan Rukyah”, Kompas, 3 Oktober 2005, artikel “Menyambut Bulan Ramadan”, Wawasan, 4 Oktober 2005, artikel “Mencari Berkah Syura” , Suara Merdeka, 27 Januari 2006 dan masih banyak lagi. (Sumber <https://ppdmsg.wordpress.com/pengasuh/kh-ahmad-izzuddin-mag/>)

## 2. Profil Televisi TVKU Semarang

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro (TVKU) merupakan stasiun televisi lokal yang berdiri dan mengudara di Kota Semarang Jawa Tengah. Dengan berbekal Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah No. 483/116/2003 tanggal 13 september 2003, TVKU dapat mengudara secara lokal dengan menempati frekuensi awal pada posisi 21 dan 23 UHF. Namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan, TVKU mulai memosisikan diri sebagai stasiun televisi lokal semarang, dari televisi komunitas yang jangkauannya hanya kampus. Kanal frekuensi TVKU di tingkatkan menjadi 49

UHF sehingga lebih stabil dan jernih. Di dukung dengan teknisi yang berpengalaman, menjadikan TVKU sebagai televisi lokal satu-satunya di Semarang yang didirikan oleh kelompok mahasiswa kampus.

TVKU saat ini berjaringan dengan media lokal terbesar dan pertama di Jawa Tengah, Suara Merdeka network mulai tahun 2011 berkerjasama dengan TVKU untuk menyiarkan berbagai konten lokal yang disiapkan oleh Suara Merdeka sebagai wadah aspirasi pembaca harian itu dan masyarakat Jawa Tengah. Pada Januari 2017, TVKU mulai bekerjasama dengan Masjid Agung Jawa Tengah hingga pada akhirnya, pemancar TVKU berpindah ke Menara Asmaul Husna Masjid Agung Jawa Tengah.

TVKU saat ini memiliki dua jaringan siaran, yakni dari RTV dan media lokal terbesar pertama di Jawa Tengah yakni Hariann Suara Merdeka. Sejak tahun 2011 sudah mulai bekerjasama dengan TVKU untuk menyiarkan berbagai berita serta konten lokal yang disiapkan oleh Suara Merdeka sebagai wadah aspirasi pembaca harian itu dan masyarakat Jawa Tengah dan sekitarnya. Selain bekerja sama dengan Suara Merdeka, TVKU juga bekerja sama dengan MUI Jawa Tengah dan MAJT TV.

TVKU mempunyai Visi “Mencerdaskan bangsa melalui media audio visual”. Adapun misionari TVKU “Meningkatkan kesejahteraan warga masyarakat dengan cara meningkatkan pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis dan memberikan pendidikan melalui media televisi dengan materi pendidikan teoritis maupun praktis serta aplikatif kepada masyarakat kota Semarang khususnya warga Jawa Tengah pada umumnya”.

TVKU juga mempunyai Motto yakni “Menumbuhkan kembangkan Ilmu Pengetahuan” Selain itu tujuan TVKU

adalah “Meningkatkan kesejahteraan warga masyarakat dengan cara meningkatkan pengetahuan teoritis dan ketrampilan praktis serta aplikatif melalui program- program siaran yang khusus dirancang untuk keperluan itu”.

( PT. Televisi kampus Universitas Dian Nuswantoro) merupakan sebuah stasiun TV local semarang yang berkedudukan pada CH 49 UHF. Dengan alamat Gedung E Lt.2, kompleks UDINUS Jl. Nakula I No 5-11 Semarang 50131 11 12 phone : 024-3568491 Fax: 024-3564645 Email: [tvku.semarang@tvku.tv](mailto:tvku.semarang@tvku.tv) IG: tvku\_smg

Cakupan area frekuensi TVKU meliputi Kota Semarang, Kab. Kendal, Kab. Grobogan, Kab. Batang, Kota Salatiga, Kab. Semarang, Kab. Demak, Kab. Jepara, Kab. Kudus, Kab. Pati, Kab. Rembang, Kab. Blora, Kab/Kota Pekalongan, Kab. Pemalang, Kota Surakarta, Kab.Boyolali, Kab. Sragen, Kab. Karanganyar, Kab. Sukoharjo, Klaten, Ngawi dan Wonosob. (Sumber <https://dinus.ac.id/2022/12/10-tahun-tvku-berkarya> )

### 3. Program Acara TVKU Semarang

TVKU dikelola oleh sebuah badan hukum berbentuk Perseroan Terbatas atau disingkat PT dengan nama PT Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro. Program-program yang disiarkan dibuat secara mandiri maupun bekerja sama dengan pihak luar yang dipertimbangkan memenuhi persyaratan bobot kualitas. Berikut merupakan beberapa program acara TVKU Semarang:

#### 1. KJT (Kabar Jawa Tengah)

Kabar Jawa Tengah” adalah program berita yang disiarkan oleh stasiun TVKU setiap hari dengan waktu tayang mulai pukul 12.00 hingga 12.30 WIB. Program ini memberikan informasi terbaru dan terkini seputar Jawa Tengah, meliputi berita politik, ekonomi, sosial, budaya, dan olahraga.

Dalam setiap tayangannya, program Kabar Jawa Tengah disajikan oleh satu presenter yang bertugas untuk memberikan ringkasan berita ringkasan berita terkini dengan cara yang jelas, professional dan mudah dipahami dipahami oleh pemirsa.

Dengan adanya program Kabar Jawa Tengah, TVKU memberikan akses mudah bagi pemirsa untuk mendapatkan informasi terbaru seputar Jawa Tengah, sehingga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mereka mengenai wilayah tersebut.

## 2. Ngicip (Ngobrol Sambil Icip-icip)

"Ngicip" adalah program kuliner yang disiarkan oleh stasiun TVKU mulai pukul 13.00 hingga 14.00 WIB pada hari Senin - Rabu dan Jumat - Minggu. Program ini menghadirkan konsep "Ngobrol Sambil Icip-icip", di mana host Andita Nurhandayani akan berbincang-bincang dengan narasumber yang memiliki restoran atau usaha kuliner, termasuk dari SMK jurusan kuliner atau tata boga. Dalam setiap episode, "Ngicip" akan mengajak pemirsa untuk menjelajahi berbagai tempat makan dan kuliner unik yang ada di Jawa Tengah dan sekitarnya.

Host akan membahas berbagai macam menu dan olahan kuliner khas daerah, serta memberikan informasi mengenai

cara membuat dan bahan-bahan yang digunakan. (Sumber <http://tvku.tv/beranda/program>)

### 3. Bincang Medika

"Bincang Medika" adalah program talk show di TVKU yang hadir pada jam 10.00 - 11.00 WIB setiap hari Rabu. Program ini dipandu oleh host Myra Azzahra. Konsep acaranya berbincang dengan para narasumber yang ahli di bidang kesehatan, terutama yang berasal dari rumah sakit. Program ini memberikan informasi penting mengenai kesehatan dan medis, serta memberikan wawasan terkini mengenai berbagai permasalahan kesehatan di masyarakat.

Setiap episode dari program ini menampilkan narasumber yang ahli di bidang kesehatan dari berbagai disiplin ilmu medis. Narasumber membagikan pengetahuan, pengalaman, dan tips tentang berbagai topik terkait dengan kesehatan dan perawatan medis. Program ini bermanfaat untuk penonton yang ingin mempelajari informasi terbaru tentang kesehatan dan mengatasi berbagai masalah kesehatan secara efektif.

### 4. Hotelier Talks

"Hotelier Talks" adalah program talk show yang disiarkan oleh stasiun TVKU setiap hari Senin dari jam 15.00 hingga 16.00 WIB. Program ini menghadirkan host dari mahasiswa UDINUS yang akan berbincang dengan praktisi di bidang perhotelan. Dalam setiap episode, "Hotelier Talks" membahas berbagai topik menarik terkait perhotelan, seperti trend bisnis dan manajemen hotel, strategi pemasaran, teknologi terbaru, dan tantangan yang dihadapi dalam industri perhotelan.

Narasumber yang dihadirkan dalam program ini merupakan para ahli dan praktisi yang berpengalaman di bidang perhotelan, sehingga dapat memberikan insight dan pengetahuan yang berguna bagi para penonton. Melalui

program "Hotelier Talks", pemirsa dapat memperoleh informasi seputar industri perhotelan yang up-to-date dan berkualitas, serta memperluas wawasan dan pengetahuan mereka mengenai bisnis perhotelan. Program ini cocok bagi mereka yang berkecimpung di dunia perhotelan atau yang ingin mencari tahu lebih dalam mengenai industri ini. (Sumber <http://tvku.tv/beranda/program>)

5. HSF (High School Forum)

"High School Forum" adalah program talk show yang disiarkan langsung oleh stasiun TVKU setiap hari Jumat pada pukul 09.00 - 10.00 WIB. Program ini dibawakan oleh Host Nadia Aufa dan menghadirkan para akademisi dari berbagai sekolah di Jawa Tengah untuk membahas berbagai isu terkait dunia pendidikan di tingkat SMU atau sederajat.

Dalam setiap episode, "High School Forum" membahas berbagai topik menarik terkait dunia pendidikan di tingkat SMU, SMK, dan MA seperti kurikulum, metode pembelajaran, persiapan ujian nasional, kegiatan ekstrakurikuler, dan lain sebagainya. Narasumber yang dihadirkan dalam program ini merupakan para akademisi di bidang pendidikan. Dengan adanya program ini, diharapkan masyarakat dapat memperoleh informasi yang berguna dan bermanfaat terkait dunia pendidikan di tingkat SMU, SMK, dan MA.

6. Tnews (Trilingual Language)

"Trilingual Language" adalah program berita yang disiarkan oleh stasiun TVKU dengan konsep unik yaitu membawakan berita dengan tiga bahasa, antara lain bahasa Jawa, Jepang, dan Inggris. Program ini dibawakan oleh 3 presenter yang menyajikan berita dalam bahasa yang

berbeda-beda. Dalam setiap episode, "Trilingual Language" menyajikan berita-berita terkini dari dalam negeri khususnya di Jawa Tengah, baik yang terkait dengan politik, ekonomi, sosial, maupun kebudayaan. Setiap presenter akan membawakan berita dalam bahasa yang ditugaskan, sehingga pemirsa dapat memperoleh informasi dengan bahasa yang diinginkan.

#### 7. Campus Corner

"Campus Corner" adalah program talk show yang disiarkan oleh stasiun TVKU setiap hari Kamis dari jam 13.00 hingga 14.00 WIB. Bersama Host Nadia Aufa Campus Corner akan menghadirkan para akademisi dari kampus UDINUS, baik dari kalangan dosen maupun mahasiswa.

Dalam setiap episode, "Campus Corner" membahas berbagai topik menarik terkait dunia pendidikan, baik itu yang terkait dengan perkuliahan, riset, maupun kegiatan kemahasiswaan. Narasumber yang dihadirkan dalam program ini adalah para akademisi sesuai dengan bidangnya, sehingga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat bagi pemirsa. Melalui program "Campus Corner", pemirsa dapat memperoleh informasi seputar dunia pendidikan, mulai dari perkuliahan, riset, hingga kegiatan kemahasiswaan.

#### 8. Ruang Dialektika

Program "Ruang Dialektika" adalah program talk show yang disiarkan di TVKU setiap hari Jumat, pukul 14.00 - 15.00 WIB. Program ini dipandu oleh host yang merupakan bagian dari Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro. Konsep acara ini adalah untuk berbincang dengan para narasumber yang merupakan bagian dari UKM

mahasiswa UDINUS. Dalam program ini, para narasumber akan berbagi pengalaman dan wawasan mengenai kegiatan UKM yang diikuti oleh mahasiswa UDINUS. Tujuan dari program ini adalah untuk menginspirasi dan memotivasi para mahasiswa untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan UKM di kampus mereka. (Sumber <http://tvku.tv/beranda/program>)

#### 9. Special TalkShow

"Special Talkshow" adalah sebuah program talk show di TVKU yang tayang setiap hari Selasa pukul 11.00-12.00. Acara ini dipandu oleh Myra Azzahra, dan memiliki konsep berbincang dengan para narasumber yang merupakan para ahli dari berbagai bidang seperti kesehatan, ekonomi, pendidikan, dan lain sebagainya. Dalam acara ini, narasumber memberikan pengetahuan dan pengalamannya di bidang masing-masing sehingga dapat memberikan informasi dan wawasan yang bermanfaat bagi pemirsa.

#### 10. Animation in Action

"Animation in Action" adalah program yang disiarkan oleh stasiun TVKU setiap hari pada pukul 12.30 - 13.00. Program ini menampilkan karya animasi yang dibuat oleh mahasiswa dari program studi Animasi di Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS). Program ini tidak dipandu oleh seorang host, sehingga fokus utama adalah pada karya animasi yang ditampilkan. Program ini memberikan kesempatan kepada para mahasiswa untuk memperlihatkan hasil karya animasi mereka kepada publik dan menunjukkan potensi kreatif mereka dalam bidang animasi. Para pemirsa dapat menikmati karya animasi yang beragam dan menarik dari para mahasiswa UDINUS. Program "Animation in Action" juga dapat menjadi sarana hiburan dan inspirasi bagi para pecinta animasi dan masyarakat umum.



## 11. Ceritera (Cerita Tentang Kita)

Program "Ceritera (Cerita Tentang Kita)" adalah program mingguan yang disiarkan oleh stasiun TVKU. Program ini difokuskan pada cerita anak-anak yang diceritakan oleh anak-anak sendiri. Program ini ditayangkan setiap hari Minggu dan dipandu oleh host Indira Majestika. Dalam program ini, anak-anak menceritakan berbagai cerita dari kehidupan sehari-hari mereka, termasuk kisah-kisah lucu, inspiratif, dan mengharukan. Cerita-cerita ini dapat memberikan pengalaman belajar dan inspirasi bagi para pemirsa, khususnya bagi anak-anak dan keluarga mereka. (<http://tvku.tv/beranda/program>).

## 12. Ulama Menyapa



"Ulama Menyapa" adalah program talk show yang disiarkan oleh stasiun TVKU setiap hari Senin dari jam 16.00 hingga 17.00 WIB. Program ini menghadirkan host Myra Azzahra yang akan berbincang dengan para praktisi dakwah di Jawa Tengah. Dalam setiap episode, "Ulama Menyapa" akan membahas berbagai topik menarik terkait keislaman, seperti pemahaman agama, kearifan lokal, perkembangan dakwah di Jawa Tengah, dan sebagainya. Narasumber yang dihadirkan dalam program ini adalah para ulama dan praktisi dakwah yang terkenal dan berpengalaman,

sehingga dapat memberikan insight dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para penonton. Melalui program "Ulama Menyapa", pemirsa dapat memperoleh informasi seputar agama Islam yang berkualitas dan mendalam, serta memperluas wawasan dan pengetahuan mereka tentang Islam dan kearifan lokal di Jawa Tengah.

Dari semua Program tayangan pada TVKU Semarang penelitian ini memilih salah satu program yaitu Ulama Menyapa guna menjadi bahan penelitian dan program tersebut berisi tentang ajaran-ajaran Islam. Program Ulama Menyapa memiliki beberapa narasumber yang berbeda-beda di setiap episode. Program Ulama Menyapa merupakan tayangan dengan tema-tema yang menarik dan berkaitan dengan masalah yang terjadi.

Gambar 3.1 Tema Program



### *Ulama Menyapa*

Dari tayangan tema tersebut, penelitian ini memilih salah satu narasumber dan dua tema yang menarik untuk dibahas sesuai dengan masalah yang saat ini terjadi yaitu Islam Agama Cinta Damai dan Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam.

Tayangan dengan tema “Islam Agama Cinta Damai” yang di tayangkan pada 11 September 2023 dengan durasi 48.28 menit. Tayangan tersebut membahas tema yang disampaikan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin yang memiliki tujuan Islam merupakan agama yang mengajarkan umatnya untuk cinta damai atau senantiasa memperjuangkan perdamaian, bukan peperangan atau konflik dan kekacauan. Sehingga tidak ada yang mengatakan bahwa Islam adalah agama yang radikalisme maupun terorisme.

*Gambar 3.2 Tema Dakwah Islam Agama Cinta Damai*



Tayangan kedua dengan tema “Politik Uang Saat Pemilu dalam Perspektif Islam” pada 18 Desember dengan durasi 53.30 menit. Tayangan tersebut merupakan tema dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzuddin M.Ag yang memiliki tujuan memberikan gambaran bagaimana supaya para calon pemimpin dalam upaya mengajak rakyat memilih pada dirinya dan bagaimana cara mensosialisasikan dengan cara-cara yang baik supaya masyarakat bisa memilih. Politik uang membawa kemudatan ketimbang sebuah kemaslahatan. Kemudaratannya tentu dilandaskan pada akibat, dampak, ataupun pengaruh politik uang ini bagi kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat maupun bangsa dan negara secara umum.

Gambar 3.3 Tema Politik Uang Saat Pemilu dalam Perspektif Islam



**B. Teknik Komunikasi Persuasif Pada Tema “Islam Agama Cinta Damai” dan “Politik Uang Sat Pemilu Dalam Perspektif Islam”**

1. Tema Dakwah Islam Agama Cinta Damai

Dibawah ini merupakan unit sampling pada tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan tema “Islam Agama Cinta Damai”

Tabel 3.1 tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan tema “Islam Agama Cinta Damai”

NO	Teknik Persuasif	Kutipan atau Sampling	Keterangan
i 1	Asosiasi	a. Pada menit ke 01.36 Prof Dr. KH.Ahmad Izzudin M.Ag mengatakan Islam sebagai cinta damai sudah diajarkan , diuswahkan dan di teladani. Agama Islam itu damai dan peduli seperti yang sudah di ajarkan dalam Al-Qur’an	a. Ungkapan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag tersebut merupakan teknik asosiasi tampak menceritakan bahwa Islam itu cinta damai, sudah tertulis didalam Al-Qur’an, bukan seperti yang dikatakan

		<p>b. Pada menit ke 25.03 dia mengatakan disemua wilayah banyak yang tidak mengajarkan sesuai ajaran Islam, seperti dia mengaku yang paling benar, hal tersebut membuat permasalahan muncul karena tidak ada sifat toleransi yang disebabkan adanya penguasaan pemahaman yang sedikit, kurangnya membaca yang menimbulkan dirinya paling benar dan pintar. Padahal kebenaran bersifat objektif. Dengan meyakini ajaran kita paling benar itu boleh, tetapi menyalahkan ajaran lain itu boleh karena tentu mempunyai pemahaman masing-masing.</p>	<p>beberapa khalayak bahwa Islam itu radikalisme maupun terorisme.</p> <p>b. Ungkapan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag tersebut merupakan teknik asosiasi, tampak menceritakan peristiwa yang sedang terjadi saat ini dan sedang diperbincangkan. Masih ada yang merasa dirinya paling benar, padahal semua itu tergantung pada keyakinan masing-masing. Hal seperti ini, menyebabkan toleransi timbul karena perbedaan keyakinan yang merasa bahwa dirinya paling benar.</p>
2	Integrasi	<p>a. Pada menit ke 21.10 ketika dia mengatakan memahami Islam cinta damai itu tidak boleh subjektif, tidak boleh absolut, tidak boleh tekstual, tetapi harus kontekstual. Dalam sebuah ajaran pemahaman itu kita harus memahami konteks secara kontekstual, membaca redaksi teks, dan harus ada guru yang mengajari, tidak boleh menafsiri sendiri. Jika kita memahami secara tekstual tidak mencari latar belakang, maka bisa menimbulkan</p>	<p>a. Ungkapan tersebut merupakan sebuah teknik integrasi yang disampaikan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin. Dia berupaya menyatukan dirinya dengan mad'u atau penonton yang sedang menonton tayangan TVKU, dengan menggunakan kata "kita" bahwa memahami Islam itu harus secara kontekstual bukan tekstual. Seperti ketika Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin membagikan</p>

		<p>pemahaman yang sesat dan bisa menjadi salah. Contohnya seperti kisah Abu Nawas sosok orang yang cerdas tapi unik. Ketika Abu Nawas di perintah atasannya untuk menjaga pintu, saat sedang menjaga pintu. Abu Nawas tiba-tiba sakit perut lalu pergi ke kamar mandi, akan tetapi sebelum pergi ke kamar mandi. Dia berfikir bagaimana caranya supaya tetap bisa menjaga pintu, kemudian dia punya ide untuk mencopot engsel pintu tersebut.</p>	<p>sebuah cerita tentang kisah Abu Nawas. Maka, dengan dikaitkan dengan contoh dia mengajak mad'u nya untuk berfikir lebih kontekstual dalam memahami Islam.</p>
3	Tataan atau Icing	<p>a. Pada menit ke 09.37 dia mengatakan bahwa pada zaman dulu peperangan itu harus dilakukan karena untuk perlawanan. Dia menyebutkan juga "Dalam ajaran Islam Adhому ni'am yang pertama adalah iman, jika kita menjadi seorang yang beriman sungguh Masya Allah. Yang kedua aman, yaitu aman merupakan sebuah kenikmatan yang sangar luar biasa. Dia mengatakan juga "Adhому ni'am, wa ba'dahu al'aman. Adhому ni'am lebih besar-besar kenikmatan pertama iman kemudian aman, dengan adanya aman hidup akan jauh lebih baik.</p>	<p>a. Ungkapan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag tersebut menggunakan teknik tataan karena dia menjelaskan pesan yang disampaikan dengan menyusun rangkain kata-kata sedemikian rupa terlihat saat Prof. Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag mengucapkan "Adhому ni'am yang pertama iman, jika kita menjadi orang beriman itu sangat Masya Allah luar bisa. Kemudian aman, jika setelah iman adalah aman maka hidup akan berjalan dengan normal". Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi lebih indah dan pesan komunikasi lebih menarik mad'u sehingga kita sebagai</p>

		<p>b. Pada menit ke 30.46 dia mengatakan jika bicara tentang ajaran Islam, kita harus bisa melihat mana yang sesuai dengan ajaran Islam atau tidak sesuai dengan ajaran Islam. Dalam ajaran Islam ada para ulama dan ormas mana yang harus diikuti karena itu tentu sudah selaras dengan konsep menuju ajaran Islam.</p>	<p>umat Islam harus menerapkan dua hal tersebut.</p> <p>b. Ungkapan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag tersebut menggunakan teknik komunikasi persuasid jenis tataan karena terlihat dia berupaya merangkai kata-kata supaya terlihat indah dan mudah dipahami mad'u. Saat dia mengucapkan "sebagai umat Islam kita harus melihat apakah ajaran tersebut sudah sesuai dengan konsep ajaran Islam.</p>
4	Ganjaran atau Pay-Off Technique	<p>a. Pada menit ke 4.49 dia mengatakan bahwa lembaga-lembaga pendidikan Islam yang harus bersentuhan langsung dengan generasi milenial itu harus menampilkan model-model pembelajaran yang tidak menjenuhkan, membosankan dan masuk kepada substansi ajaran. Konsep ajaran Islam harus masuk kepada pemikiran kaum milenial, supaya bisa menerima pemahaman bahwa Islam itu bisa diajarkan melalui formula pendidikan kepada anak-anak. Jadi khususnya kaum milenial, ajaran Islam harus dikemas dengan kekinian dan teknologi</p>	<p>a. Dalam ungkapan yang disampaikan Prof. Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena mengiming-iming dan mengharpkan bagi lembaga pendidikan saat menyampaikan model pembelajaran kepada kaum milenial harus disesuaikan , supaya apa yang diajarkan dapat terencana bagi anak-anak.</p>



2. Tema Dakwah “Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam”

Dibawah ini merupakan unit sampling pada tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan tema “Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam”

Tabel 3.2 tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan tema “Politik uang saat pemilu dalam perspektif Islam”

No	Teknik Persuasif	Kutipan atau Sampling	Keterangan
1	Asosiasi	a. Pada menit ke 09:18 dia mengatakan “bagaimana hukumnya politik uang dalam perspektif hukum Islam itu menjadi hal sangat penting, karena supaya calon pemimpin bisa mensosialisasikan diri dengan cara yang baik. Dia mengataka haram hukumnya politik uang, pada era sekarang sudah sering terjadi dimasyarakat sekitar. Para calon pemimpin punya berbagai cara untuk bagaimana supaya dirinya terpilih. Memilih pemimpin itu hukumnya wajib. Dia mengatakan harapan ulama bagaimana masyarakat supaya menghindari persoalan yang terjerat pada posisi haram. Jika politik uang diperbolehkan tentu akan terjadi kehancuran yang membuat mental pemimpin tidak sehat dalam bersaing.	a. Dalam ungkapan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis asosiasi karena membahas peristiwa saat ini sedang terjadi dan sedang hangat dibahas, yaitu saat pemilu seperti ini banyak sekali calon pemimpin yang menggunakan cara tidak baik yaitu memberi atau menyuap masyarakat untuk memilih dia, padahal sudah jelas itu haram hukumnya.

2	Integrasi	<p>a. Pada menit ke 16.15 dia mengatakan dalam perspektif general, orang itu lebih banyak terpengaruh karena banyak pemberian. Seribu banding satu orang yang seperti itu, maka kita perlu adanya mensosialisasikan supaya hati-hati dalam bagaimana memilih calon pemimpin sesuai dengan hati nurani kita dan tentunya jangan sampai terjerumus didalam skema yang hukumnya haram.</p> <p>b. Pada menit 21.34 dia mengatakan kita sebagai masyarakat sudah ada kesadaran yang sudah terbentuk. Melihat anak muda, generasi Z yang mulai terbuka dan berani bersuara sesuai hati nurani. Jika kita sebagai masyarakat sudah seperti ini, maka para calon pemimpin akan berfikir. Tentunya akan membangun pemilihan itu akan berjalan secara fair play (bersih).</p> <p>c. Pada menit ke 38.20 dia mengatakan</p>	<p>a. Dalam ungkapan tersebut Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis integrasi, terlihat saat dia mengucapkan “Banyak yang terpengaruh akan adanya politik uang, maka kita harus mensosialisasikan hal tersebut kepada masyarakat”. Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.ag menggunakan kata “kita” berupaya menyatukan diri dengan mad’u.</p> <p>b. Dalam ungkapan Prof Dr, KH. Ahmad Izzudin M.Ag tersebut nampak menggunakan teknik integrasi karena dia berbicara masyarakat sekarang sudah ada kesadaran untuk tidak terpengaruh akan adanya politik uang. Dengan itu kita sebagai masyarakat , akan melihat calon pemimpin yang jujur dan amanah.</p> <p>c. Dalam ungkapan tersebut Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin</p>
---	-----------	--	--

		<p>sebagai umat Islam kita gunakan hak pilih dengan sebaik-baiknya dan nanti bagi calon-calon legislatif yang bisa memperjuangkan amar makruf nahi munkar. Dia mengatakan juga kita sebagai masyarakat mempunyai hak pilih, maka carilah calon pemimpin yang dianggap paling sedikit kelemahannya. Kita sebagai warga negara yang baik juga tidak di boleh melakukan golput dalam pemilihan.</p>	<p>M.Ag nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis integrasi dimana dia berupaya untuk menyatukan diri dengan mad'u mengenai memilih calon pemimpin yang bisa memperjuangkan amar makruf nahi munkar.</p>
3	Tataan atau Icing	<p>a. Pada menit ke 04.23 dia mengatakan memberikan sesuatu kepada masyarakat dengan mengharapkan sesuatu, dalam artian serang fajar atau politik uang. Dalam ajaran Islam sudah dijelaskan dalam kajian hukumnya, dalam skema hadist "Orang yang memberi atau orang yang menyuap dan orang yang diberi dalam ajaran Islam sama-sama dikatakan akan ada dineraka kaum yang seperti itu", karena memberikan gambaran yang tidak baik.</p>	<p>a. Dalam ungkapan tersebut Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis tataan dengan merangkai kata-kata menjadi kalimat yang indah dan mudah dipahami mad'u sehingga akan membuat mad'u tertarik dengan pesan yang disampaikan. Seperti saat Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.ag mengucapkan "Orang yang memberi dan orang yang menerima akan smaa-sama dineraka", dengan ungkapan tersebut</p>

		<p>b. Pada menit ke 06.12 dia mengatakan dalam hukum Islam, bahwa memberi semacam itu hukumnya haram atau tidak diperbolehkan dalam kaidah fiqiyah, “Makaromah akduhu, kharomah iqtatuhu”, bagaimana orang yang mengambilnya itu dalam posisi haram maka memberinya juga haram. Uang-uang seperti politik uang, korupsi ini sebuah hal yang menjadi hal tidak baik untuk dilihat.</p>	<p>tentu membuat mad’u tersentuh hatinya untuk menghindari suatu hal yang haram.</p> <p>b. Dalam ungkapan Prof Dr. Kh. Ahmad Izzudin M. Ag nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis tataan dengan menyusun pesan sedemikian rupa terlihat saat Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag mengucapkan “ Makatomah akduhu, kharomah iqtatuhu, bagaimana orang yang menerima didalam posisi haram maka memberinya juga haram”. Dalam ungkapan tersebut membuat kalimat menjadi mudah indah dan pesan yang disampaikan menjadi pembelajaran agar mad’u bisa menghindari hal yang tidak baik.</p>
--	--	---	--

4	Ganjaran atau Pay-Off Technique	<p>a. Pada menit ke 30.53 dia mengatakan bahwa majelis ulama mengharapkan sosialisasi pemilu lebih mengedepankan akhlak, bagaimana santun dalam memimpin. Dia mengatakan juga majelis ulama Indonesia mengundang beberapa calon untuk mengetahui langkah-langkah MUI untuk mengajak menjadi pemilih yang baik.</p> <p>b. Pada menit 48.58 dia mengatakan pesan-pesan kepada calon dewan pemimpin tidak usah punya inisiasi untu politik uang, karena politik uang tidak akan berjalan jika tidak ada yang memberi. Jadi rakyat itu tidak mungkin bisa kena hukum politik uang jika tidak diberi. Maka, proses ini menjadi sangat penting. Kita harus bangun sesuai hati nurani sesuai keinginan kita sendiri. Punya hak pilih sesuai hati nurani, diniatkan untuk ibadah mencari calon pemimpin.</p>	<p>a. Dalam ungkapan tersebut nampak Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.ag menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena mengiming-ngiming dan mengharapkan mad'u atau penonton agar memilih calon pemimpin harus mengedepankan aklak dan mengetahui langkah-langkah memilih calon yang baik.</p> <p>b. Dalam ungkapan tersebut Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag nampak menggunakan teknik komunikasi persuasif jenis ganjaran karena mengiming-ngiming kepada mad'u dengan memilh calojn pemimpin diniakan untuk ibadah dan sesuai keinginan hati nurani sendiri.</p>
---	---------------------------------	--	---

Berdasarkan pengolahan data diatas, ditemukan ada beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag yaitu seperti teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, dan teknik ganjaran. Nampaknya Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam tayangan video yang menjadi bahan penelitian tidak menggunakan teknik red-herring karena dari dua tema yang dikategorikan dalam unit sampling tidak terlihat adanya perdebatan antara seorang da'i dan mad'u. Sementara definisi teknik red-herring yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Efendy yaitu seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasanya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan. Pada saat komunikar dalam keadaan mendesak, komunikator dapat menerapkan teknik red-herring tetapi dalam tayangan dua video tema yang menjadi bahan penelitian tidak terlihat adanya teknik red-herring (Effendy, 1986: 28).

## **BAB IV**

### **ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PROF DR. KH. AHMAD IZZUDIN M.A DALAM DAKWAH PADA PROGRAM ULAMA MENYAPA DI TVKU SEMARANG**

Pada bab ini, peneliti akan menganalisis tayangan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam menyampaikan dakwah pada program ulama menyapa di TVKU Semarang dengan menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan dalam tayangan dakwah tersebut. Adapun teknik komunikasi persuasif yang digunakan peneliti yaitu mengacu pada teknik komunikasi persuasif yang telah dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy (1986:28).

#### **1. Teknik Asosiasi**

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik asosiasi dalam dakwahnya yaitu:

##### **1. Tema “Islam Agama Cinta Damai”**

- a. Dalam data unit sampling 1a menit ke 01.36, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik asosiasi saat dia mengatakan Islam sebagai cinta damai sudah diajarkan, diuswahkan dan di teladani. Agama Islam itu damai dan peduli seperti yang sudah diajarkan dalam Al-Qur'an. Dari pernyataan tersebut menumpangkan dengan peristiwa yang masalah yang terjadi saat ini di masyarakat sekitar. Yaitu adanya peristiwa yang menganggap bahwa Islam itu radikalisme, terorisme, peperangan dan kekerasan. Maka dari itu peristiwa yang disampaikan berkaitan dengan realita sosial di kehidupan

masyarakat. Seperti didalam Al-Qur'an surat An-Anbiyah ayat 107.

لِّلْعٰلَمِيْنَ رَحْمَةً اِلَّا اَرْسَلْنَاكَ وَمَا

Artinya : Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.

Ayat diatas menjelaskan bahwa keberadaan Nabi Muhammad SAW yang membawa agama Islam itu di tugaskan oleh Allah SWT untuk rahmatan lil alamin, yaitu untuk alam semesta, bukan hanya manusia. Islam datang diharapkan tidak ada kdzoliman, tetapi menciptakan kedamaian.

Dalam konteks ini maka Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik asosiasi karena dia mengasosiasikan pikiran tentang Islam itu agama yang cinta damai . Banyak orang salah memahami risalah Islam yang bersifat universal dengan menyebarkan isu-isu *negative* tentang Islam. Mereka mengatakan bahwa Islam tersebar karena tajamnya pedang, tidak mengakui kebebasan beragama, berpendapat, dan kebangsaan. Padahal, makna Islam itu sendiri dari segi bahasa, berakar pada kata salam yang berarti tunduk, patuh, dan damai. Artinya misi utama agama Islam adalah menciptakan keselamatan dan perdamaian bagi semesta alam (*rahmatan li al-`alamin*). Dengan kata lain, agama Islam yang disebarkan dan diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW merupakan agama yang ditujukan demi kesejahteraan dan keselamatan seluruh umat sekalian alam (Sudrajat, 2018: 133). *Radikalisme* muncul dari



pemahaman agama yang tertutup dan tekstual sehingga merasa kelompoknya yang paling benar, sedangkan kelompok yang lain dianggap kafir atau sesat (Yunanda, 2019: 139). Munculnya kasus radikalisme dan terorisme yang mengatas namakan agama tersebut dilatarbelakangi oleh fenomena fanatisme keagamaan yang sempit sebagai dampak meluasnya gerakan radikalisme.

- b. Dalam data unit sampling 2b menit ke 25.03, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik asosiasi saat dia mengatakan banyak masyarakat yang menyampaikan ajaran Islam itu tidak sesuai, yang membuat dirinya paling benar dengan pemahaman dan keyakinan yang dia yakini. Sehingga menimbulkan permasalahan tidak toleransi sesama manusia. Dari pernyataan tersebut menjelaskan peristiwa yang banyak dialami beberapa masyarakat yang membuat masyarakat lain tertarik dengan adanya peristiwa tersebut. Saat Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menambahkan statement bahwa banyaknya orang yang menganggap dirinya paling paham dan meyakini ajarannya paling benar tetapi menyalahkan ajaran lain salah itu tidak boleh, karena setiap orang mempunyai pemahaman masing-masing.

Islam adalah sasaran yang sangat penting untuk dituju dengan adanya pembahasan yang harus dikaji. Islam ditinjau dari berbagai aspek sangat beragam, mulai dari Islam sebagai ajaran yang paling mendasar yang berisikan tingkat kepercayaan atau keimanan yang dimiliki manusia, aspek pemikiran yang sudah dianggap sebagai sumber keputusan yang sesuai kaidah Islam, Terkait dengan ruang lingkup kebudayaan sangat luas mencakup segala aspek kehidupan (hidup ruhaniah) dan penghidupan

(hidup jasmaniah) manusia. Islam mengajarkan kehidupan yang senantiasa mengembangkan kepedulian sosial, menghargai waktu, bersikap terbuka, demokratis, berorientasi pada kualitas, *egaliter*, kemitraan, anti *feodalistik*, mencintai kebersihan, mengutamakan persaudaraan, berakhlak mulia dan bersikap positif lainnya (Mulyana, 2020: 74).

Pada tayangan tema “Islam agama cinta damai” Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik asosiasi bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad’u bahwa Islam itu agama cinta damai. Islam adalah agama yang *rahmatan lil alamin*, bukan agama yang membawa perpecahan atau kerusakan dan Islam menjunjung tinggi sifat toleransi.

## **2. Tema “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam”**

- a. Dalam data unit sampling nomor 1a menit ke 09.18, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik asosiasi saat menjelaskan peristiwa yang banyak dialami beberapa masyarakat yang membuat masyarakat lain tertarik dengan adanya peristiwa tersebut. Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag mengatakan hukumnya politik uang dalam perspektif hukum Islam itu menjadi hal sangat penting, pada era sekarang sudah sering terjadi dimasyarakat. Para calon pemimpin punya berbagai cara untuk bagaimana supaya dirinya terpilih. Jika politik uang ini diperbolehkan, tentu akan menimbulkan politik yang tidak jujur dan menimbulkan permasalahan.

Padahal politik uang ini hal yang sangat tidak baik, hukumnya haram bagi yang menerima dan berpengaruh terhadap mental calon pemimpin dengan

ketidakpercayaan dirinya saat mencalonkan. Maka dari itu, peristiwa yang disampaikan berkaitan dengan realita dikehidupan masyarakat dan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag sendiri yaitu memanfaatkan peristiwa tersebut dengan menumpangkannya pada pesan dakwah pada tayangan tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa *money politic* merupakan penyakit kronis yang dapat meruntuhkan jati diri seseorang, karena tindakan *money politic*, baik pemberi atau penerimanya dapat menciderai pondasi akhlak yang paling tinggi, yaitu al Adalah (keadilan) dan Ihsan (berbuat baik). Dua karakter ini menjadi indikator baik-buruknya akhlak dan perilaku seseorang. Sementara baik dan buruknya akhlak seseorang menjadi ukuran keimanannya terhadap Allah SWT. Allah berfirman: (QS. An-Nahl:90)

عَنْ وَيَنْهَى الْقُرْبَى ذِي وَإِيَّائِي وَالْإِحْسَنُ بِالْعَدْلِ يَأْمُرُ اللَّهُ إِنَّ  
تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعِظُكُمْ وَالْبَغْيِ وَالْمَنْكَرِ الْفَحْشَاءِ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (Referensi : <https://tafsirweb.com/4438-surat-an-nahl-ayat-90.html>).

Tindakan *money politic* yang dilakukan oleh banyak pihak yang akan menyebabkan kekacauan dalam tatanan hidup bermasyarakat dan bernegara. Yusuf al-Qardhawi, mengatakan bahwa tidaklah mengherankan jika Islam mengharamkan suap dan bersikap keras terhadap

semua pihak yang terlibat di dalam praktik itu. Karena tersebarnya praktik suap di tengah masyarakat berarti merajalelanya kerusakan dan kedzaliman, berupa hukum tanpa asas kebenaran atau ketidakpedulian untuk berhukum dengan kebenaran; mendahulukan yang seharusnya diakhirkan dan mengakhirkan yang seharusnya didahulukan; juga merajalelanya mental oportunisme dalam masyarakat, bukan mental tanggung jawab melaksanakan kewajiban (Umar, 2016: 114).

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik asosiasi dalam tayangan tema dakwah “Islam Agama Cinta Damai” dan Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam” dimana terdapat pernyataan atau pesan yang dihubungkan pada peristiwa yang sedang hangat dibicarakan dimasyarakat sehingga penerima pesan (*mad'u*) merasa tertarik dengan apa yang disampaikan oleh *da'i*. Dengan menggunakan teknik asosiasi secara benar dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, pesan dakwah akan mudah dipahami, jelas, dan tujuan dakwah akan tercapai. Jika *dai* menyampaikan pesan dakwah yang dikemas tidak cukup menarik perhatian *mad'u*, maka *mad'u* akan tidak konsentrasi dan tidak fokus karena merasa bosan karena dakwah tersebut monoton dan tidak adanya keunikan. *Da'i* yang menggunakan teknik asosiasi akan mampu menarik perhatian, memberikan penjelasan yang mudah dimengerti sehingga *mad'u* tertarik untuk mengikuti ajakan *da'i* secara sadar atas kemauannya sendiri (Dia & Wahyuni 2022, 77).

## 2. Teknik Integrasi

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik integrasi dalam dakwahnya yaitu:

**1. Tema “Islam Agama Cinta Damai”**

- a. Dalam data unit sampling nomor 2a menit ke 21.10, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik integrasi ketika saat berbicara ketika memahami ajaran Islam kita harus memahami konteks secara kontekstual, membaca redaksi teks dan harus ada guru yang mengajari, tidak boleh menfasiri sendiri. Dalam ungkapan tersebut dia menekankan kata “kita” didalamnya yaitu saat memahami sebuah ajaran harus ada guru yang mengajari sehingga mad’u pun merasa bagian dari diri Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag memposisikan diri dengan mad’u saat sama-sama merasakan bahwa memahami ajaran Islam harus secara kontekstual dan ada guru yang mendampingi atau mengajari.

Maka dari itu memahami ajaran Islam secara kontekstual berarti memahami prinsip-prinsip agama ini dengan mempertimbangkan konteks sejarah, budaya, dan sosial pada saat ajaran tersebut diungkapkan. Ini melibatkan interpretasi yang memperhitungkan situasi dan kondisi waktu serta tempat, untuk menafsirkan pesan-pesan agama dalam kerangka yang relevan dengan realitas saat itu. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam dan aplikatif terhadap nilai-nilai Islam dalam berbagai konteks kehidupan. Selain itu, memahami Islam dengan bimbingan guru atau ulama dapat membantu menghindari penafsiran yang

salah atau keliru. Guru atau ulama dapat memberikan pemahaman mendalam tentang teks-teks suci, tradisi, dan konteks sejarah, sehingga pengikutnya dapat menginterpretasikan ajaran agama dengan benar. Guru atau ulama dapat memberikan panduan dalam memahami aspek kompleks agama, mencegah kesalahpahaman, dan memastikan pemahaman yang sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya. Ketika membicarakan konteks ini lebih tepat menggunakan teknik integrasi karena dengan menggunakan kata “kita” membuat penonton lebih nyaman untuk mendengarkan.

Maka dari itu, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin menggunakan teknik integrasi pada tayangan tema “Islam Agama Cinta Damai” karena menyampaikan pesan dakwah yaitu memberikan pemahaman kepada mad’u supaya memahami Islam dengan kontekstual dan didampingi guru atau ulama dengan teknik integrasi supaya mad’u juga bahwa merasakan kenyamanan ketika Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag berbicara karena dengan teknik integrasi mad’u tidak merasa di gurui.

## **2. Tema “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam”**

- a. Dalam data unit sampling 2a menit 16.15, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik integrasi yaitu ketika berbicara tentang orang itu lebih banyak terpengaruh oleh pemberian, jadi kita harus memilih calon pemimpin dengan hati nurani dengan memposisikan diri sama dengan mad’u

terlihat jelas saat Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin menerapkan kata “kita” yang artinya KH. Ahmad Izzudin dan penonton bahkan sebaliknya berada di posisi yang sama tidak ada kesetaraan berbeda dengan ketika menggunakan kata kita . Pada saat menjelaskan tentang banyak orang yang terpengaruh maka perlu adanya mensosialisasikan kepada masyarakat sekitar supaya hati-hati dalam memilih calon pemimpin, sehingga tidak terjerumus kedalam hal yang haram. Dari kata-kata yang digunakan Prof Dr. KH. Ahmmad Izzudin M.Ag nampak berusaha menyatukan diri dengan *mad'u* karena saat memilih calon pemimpin tidak hanya dirasakan oleh *mad'u* tapi dia juga merasakan, maka dari itu Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag memposisikan keadaan yang sama dengan *mad'u*.

- b. Dalam unit sampling 2b menit ke 21.34, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik integrasi saat dia berbicara bahwa di era sekarang generasi Z sudah menyadari tentang politik dan berani untuk menyuarakan ketika ada hal yang tidak sesuai, melaikan mengikuti hati nuraninya maka dia menekankan teknik integrasi dimana dalam memposisikan hak nya dalam memilih itu sesuai yang ada di hati nurani meraka masing-masing. Teknik integrasi dilakukan karena berhubungan antara sesama manusia mempunyai pendapat dan pemikiran masing-masing mengenai memilih calon pemimpin yang baik dalam politik supaya berjalan secara fair play (bersih). Dalam artian bukan hanya *mad'u*, tetapi Prof Dr. KH.

Ahmad Izzudin M.Ag juga sama merasakan berada diposisi yang sama bahkan sebaliknya. Terlihat jelas ketika dia menjelaskan bahwa ketika ada nya kesadaran dalam diri kita berani menyuarakan, maka calon pemimpin akan berfikir untuk bersaing secara sehat dalam pemilihan.

- c. Dalam unit sampling 2c menit ke 38.20, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik integrasi ketika berbicara sebagai umat Islam kita gunakan hak pilih dengan sebaik-baiknya dan kita sebagai masyarakat mempunyai hak pilih, maka carilah calon pemimpin yang dianggap paling sedikit kelemahannya. Dia menekankan teknik integrasi yaitu untuk menyatukan diri dengan mad'u menggunakan kata "kita", seperti yang peneliti jelaskan bahwa dalam pemilihan kata "kita" itu mengartikan kedekatan antara da'i dengan mad'u. Dalam ungkapan tersebut Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag sama-sama merasakan untuk memilih pilihan calon pemimpin dengan menggunakan hak pilih. Maka dari itu menggambarkan bahwa komunikator ada di pihak yang sama, 'senasib' atau menyatu dengan komunikan (Rizky & Syam, 2021: 22).

Dia menggunakan teknik integrasi karena berhubungan dengan banyaknya omongan-omongan orang yang akan terus didengarkan. Omongan-omongan disini maksudnya mengenai omongan-omongan yang mencari pemimpin yang jujur dan memilih dengan hati nurani, bukan karena ada nya pemberian politik uang yang akan mempengaruhi



masyarakat yang akan memilih calon pemimpin tersebut. Dalam pesan dakwah ini tujuan teknik integrasi sendiri untuk membuat *mad'u* tidak salah memilih calon pemimpin, tidak terpengaruh akan adanya pemberian politik uang, dan berani menyuarakan pendapat sesuai hati nuraninya masing-masing.

Maka dari itu, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.ag menggunakan teknik integrasi dalam tayangan tema “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam” karena untuk menyampaikan pesan dakwah yaitu memberikan pemahaman supaya *mad'u* tersadar jika politik uang yang dilakukan calon pemimpin itu tidak baik. Dia menggunakan teknik integrasi karena mempunyai cara yang digunakan seorang komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Kepiawaian ini membuat komunikan merasa diajak berbaur dengan komunikator. Ini berarti melalui kata-kata verbal maupun nonverbalnya, seorang komunikator dapat menggambarkan dirinya bahwa dia sama dengan komunikan atau *mad'u*. Termasuk dalam hal ini, seorang komunikator harus memahami pembicaraan atau pertanyaan yang dikemukakan oleh komunikan. Langkah pertama agar komunikan kita mau mendengarkan apa yang kita sampaikan, kita harus memahami dulu apa yang dia sampaikan. Pada saat lawan bicara kita merasa pembicaraannya direspon dengan baik sesuai dengan yang dikehendakinya, maka pada saat itu

pula dia pasti akan terus mengikuti apa yang kita sampaikan (Komara, 2021: 34).

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik integrasi dalam tayangan tema “Islam Agama Cinta Damai” dan “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam” dengan cara memposisikan sama dirinya dengan *mad'u*. Hal ini sesuai dengan cara dakwah yang baik adalah tidak memisahkan diri dengan *mad'u*, karena *da'i* menjadi bagian dari *mad'u* sehingga tidak terkesan menggurui. *Mad'u* sendiri sebagai penerima dakwah, tidak bisa di hindari jika *mad'u* mempunyai harapan-harapan kepada *da'i* saat mendengarkan materi dakwah yang disampaikan. *Da'i* (komunikator) dalam posisinya sebagai penyampai pesan kepada *mad'u* (komunikan), harus menjunjung tinggi nilai-nilai profesionalitas. Dalam arti bahwa seorang *da'i* harus memahami betul akan posisinya sebagai agen of change (pusat perubahan) dalam masyarakat, sehingga ia harus meningkatkan keterampilan dan kompetensinya dalam berdakwah agar pesan dakwah tersebut dapat berjalan secara efektif dan maksimal. Seorang *da'i* dalam prosesnya sebagai komunikator sejatinya berusaha memahami betul kondisi *mad'u* yang hendak didakwahi (Wahid, 2019: 31).

### **3. Teknik Tataan atau Icing**

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik tataan dalam dakwahnya yaitu:

#### **1. Tema “Islam Agama Cinta Damai”**

- a. Dalam unit sampling no 3a menit ke 09.37, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik tataan saat merangkai kata-kata sehingga kalimat yang indah dan mudah dipahami *mad'u* nya yaitu saat berbicara bahwa dalam ajaran Islam *Adhomu ni'am* yang pertama adalah iman, jika kita menjadi seorang yang beriman sungguh Masya Allah sebuah hal yang sangat baik. Yang kedua aman, yaitu aman merupakan sebuah kenikmatan yang sangar luar biasa. Dia mengatakan juga "*Adhomu ni'am, wa ba'dahu al'aman. Adhomu ni'am* lebih besar-besar kenikmatan pertama iman kemudian aman, dengan adanya aman hidup akan normal. Posisi Islam itu sebenarnya sudah pada memberikan kenyamanan pada kedamaian.

Teknik tataan disini berhubungan dengan Islam yang aman dan penuh iman mengajarkan nilai-nilai kasih sayang, kedamaian, serta keadilan. Pemahaman yang benar terhadap ajaran Islam dapat membawa kehidupan yang harmonis dan penuh rahmat.

- b. Dalam unit sampling 3b menit ke 30.46, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag,

## **2. Tema "Politik Uang Saat pemilu Dalam Perspektif Islam"**

- a. Dalam data unit sampling 3a menit ke 04.23, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag, menekankan teknik tataan saat merangkai kata-kata sehingga menjadi kalimat yang indah dan mudah dipahami *mad'u* yaitu mengatakan saat

“orang yang memberi orang yang menyuap dan orang yang diberi dalam ajaran Islam sama-sama dikatakan akan ada dineraka kaum yang seperti itu”, karena memberikan gambaran yang tidak baik bagi yang memberi dan yang menerima.

Pada saat dia menyampaikan bahwa memberikan sesuatu kepada masyarakat dengan mengharapkan sesuatu. Dalam hal ini teknik tataan berhubungan dengan hal yang tidak baik untuk dilihat. Tidak baik untuk dilihat disini yang dimaksud adalah agar masyarakat yang diberi dan yang memberi bisa menjauh hal tersebut, karena hukum nya sudah jelas didalam Al- Qur'an.

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menyampaikan pesan-pesan materi dakwah nya dengan menggunakan kalimat-kalimat yang indah dan mudah dipahami sehingga membuat mad'u menjadi lebih tertarik dan nyaman saat mendengarkan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin menyampaikan dakwahnya.

- b. Dalam data unit sampling 3b menit ke 06.12, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag, mengatakan ketika dalam kaidah fiqiyah, “*Makaromah akduhu, kharomah iqtatuhu*”, bagaimana orang yang mengambilnya itu dalam posisi haram maka memberinya juga haram. Dalam kalimat tersebut menekankan teknik tataan dimana ketika menerima serangan fajar (money politic) adalah haram hukumnya.

Karena menerima politik uang dalam konteks Islam mencerminkan penolakan terhadap korupsi, penekanan pada keadilan, transparansi, integritas, dan kejujuran dalam semua aspek kehidupan. Nampak jelas dari rangkaian kalimat tersebut mengedukasi *mad'u* untuk menghindari hal yang hukum nya haram.

Maka dari itu, teknik tataan berkaitan untuk tidak terpengaruh dengan adanya politik uang yang mempengaruhi mental kita dan calon pemimpin yang mencalonkan. Karena itu sebuah bentuk penyakit perilaku yang tidak baik, yang membuat dampak kehilangan kepercayaan publik terhadap lembaga politik dan para calon pemimpin. Masyarakat mungkin merasa bahwa keputusan politik lebih dipengaruhi oleh kepentingan finansial daripada kepentingan umum.

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik tataan dalam tayangan tema “Islam Agama Cinta Damai” dan “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam” yaitu dengan kalimat-kalimat yang dirangkai menjadi indah, mudah dipahami, dan mudah dimengerti serta menyelipkan makna-makna tersurat, hadist, dan ayat-ayat Al-Qur'an untuk mempengaruhi *mad'u* sehingga *mad'u* menjadi tertarik dan nyaman dengan apa yang disampaikan oleh seorang *da'i*. *Da'i* sebagai panutan dan pembimbing umat, bukan hanya bagian dari dirinya dan masyarakat kecil seperti keluarga. Namun, lebih dari itu, *da'i* sudah

menjadi bagian dari masyarakat luas, menyatu terintegrasi sebagai bagian dari umat dan bagian dari masyarakat. Seorang *da'i* harus menunjukkan akhlakul-kharimah atau beretika dalam berdakwah, agar mendapatkan respon yang positif dan dapat diterima secara lapang dada oleh objek dakwahnya (*mad'u*). Seorang *da'i* juga harus memiliki sifat penyabar dan kasih sayang, peduli terhadap sesama, bertanggung jawab, ikhlas, konsisten, dan penuh keteladanan dalam semua tingkah laku dan ucapan. Karena esensi dari seorang *da'i* merupakan public figure yang segala perbuatan dan ucapannya dinilai dan diserap oleh *mad'u* (Mawardi, 2018: 16).

#### **4. Teknik Ganjaran atau Pay-Off Technique**

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik ganjaran dalam dakwahnya yaitu:

##### **1. Tema “Islam Agama Cinta Damai”**

- a. Dalam unit sampling 4a menit ke 04.49, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik ganjaran dalam menyampaikan pesan dakwah dimana dia mengharapkan lembaga-lembaga pendidikan dalam ajaran kepada kaum milenial dikemas dengan kekinian dan teknologi, supaya pemahaman ajaran Islam yang diajarkan tidak terlihat membosankan. Maka dari itu, teknik ganjaran disini bertujuan agar *mad'u* menerapkan pemahaman ajaran Islam untuk membentuk individu yang memiliki nilai

moral, etika, dan spiritual sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, lembaga-lembaga ini berusaha untuk menyebarkan pengetahuan agama dan membimbing umat agar dapat menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

Sebagai suatu sistem, pendidikan Islam mempunyai dasar yang berupa ajaran-ajaran Islam yang terefleksi dalam Al-Qur`an dan Hadis dan seperangkat kebudayaannya. Serta seiring dengan tujuan datangnya Islam, pendidikan Islam bertujuan menciptakan pribadi-pribadi hamba Allah yang senantiasa bertakwa kepada Allah dan menjadi muslim yang kaffah dan dapat mencapai kehidupan yang bahagia di dunia dan akherat. Berbeda dengan pendidikan pada umumnya, pendidikan Islam mempunyai karakteristik tersendiri sehingga ia memiliki makna khusus bagi umat. Dan yang menjadi karakteristiknya adalah, bahwa pendidikan Islam menekankan pada pencarian ilmu pengetahuan, penguasaan dan pengembangannya, pengakuan akan potensi dan kemampuan seorang untuk berkembang dalam suatu kepribadian dan pengalaman ilmu tersebut sebagai tanggung jawab terhadap Tuhan dan masyarakat (Afida, 2018: 3).

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menggunakan teknik ganjaran dalam tema

“Islam Agama Cinta Damai” penyampaian pesan dakwahnya dikemas dengan menggambarkan harapan agar *mad'u* bisa mempelajari dan memahami ajaran Islam bisa melalui lembaga-lembaga yang telah disediakan.

## **2. Tema “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam”**

- a. Dalam unit sampling 4a menit ke 30.53, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menekankan teknik ganjaran dalam menyampaikan pesan dakwah dimana mengharapkan ketika pemilihan pemilu lebih mengedepankan akhlak, bagaimana dalam memimpin yang jujur dan santun. Maka dari itu teknik ganjaran ini bertujuan untuk *mad'u* bisa menghindari calon pemimpin yang tidak amanah.

Teknik ganjaran ini berhubungan dengan harapan mencari Calon pemimpin seharusnya mengedepankan akhlak yang berintegritas, jujur, adil, dan bertanggung jawab. Mereka perlu menunjukkan kepemimpinan yang transparan, membimbing dengan bijaksana, dan berkomitmen pada kepentingan masyarakat. Kejujuran, rasa hormat terhadap hak asasi manusia, serta kemampuan untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan rakyat juga sangat penting dalam membentuk pemimpin yang berkualitas. Sebagai calon pemimpin harus



bisa menghindari politik uang supaya proses pemilihan dapat berlangsung dengan adil dan transparan. Dengan menghindari politik uang, pemimpin dapat memastikan bahwa dukungan yang mereka terima didasarkan pada integritas dan kualitas kepemimpinan, bukan sekadar transaksi finansial. Ini membantu menjaga integritas demokrasi, mencegah korupsi, dan memastikan bahwa calon terpilih mewakili kepentingan rakyat dengan sejati.

- b. Dalam unit sampling 4b menit ke 48.58, Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik ganjaran ketika berbicara seorang pemimpin tidak usah mempunyai inisiasi politik uang untuk mencari suara, dia mengharapkan hal itu tidak terjadi karena akan merusak mental calon pemimpin untuk tidak jujur. Maka dari itu teknik ganjaran disini bertujuan agar *mad'u* tetap tenang dan dapat melewati masa pemilihan dengan tidak memberi apapun kepada masyarakat.

Money politic atau disebut dengan politik uang adalah istilah baru, namun istilah tersebut termasuk dalam kaegori risywah/suap dan hukumnya haram. Pengertian secara umum yang di anggap sebagai risywah yaitu segala pemberian yang bertujuan supaya pemegang keputusan memihak kepada pemberi, yang mengikuti

kemauannya atau mendahulukan dari pihak lain sehingga proses tidak sesuai dengan yang di benarkan.

Sebagaimana yang telah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag sampaikan dengan menyelipkan QS. Al- Baqarah ayat 188:

بِهَآ وَتُدْلُوْا بِاَلْبَطْلِ بَيْنَكُمْ اَمْوَالَكُمْ تَاْكُلُوْا وَّلَا  
وَأَنْتُمْ بِاَلْاِثْمِ النَّاسِ اَمْوَالٍ مِّنْ قَرِيْبًا لِتَاْكُلُوْا اَلْحَكَّامِ اِلَى  
تَعْلُمُوْنَ

Artinya : Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.

Ayat diatas menjelaskan dosa yang ditanggung oleh orang yang menerima suap karena dia menjadi penyebab utama terjadinya proses politik uang tersebut. Pada prinsipnya money politic (politik uang) dan *risywah* (suap-menyuap) memiliki makna yang sama. Suap atau politik uang dalam hukum Islam disebut *risywah*. Macam-macam *risywah* atau suap-menyuap diantaranya adalah politik uang. Oleh karena itu, praktik-praktik seperti ini harus mampu dihindari dalam memilih pemimpin yang amanah, jujur, dan membawa kemashlatan untuk

masyarakat. Makna *risywah* atau politik uang adalah pemberian yang diberikan kepada seseorang agar mendapatkan kepentingan tertentu. Berdasarkan definisi tersebut, suatu yang dinamakan politik uang adalah jika mengandung unsur pemberian atau athiyah, ada niat untuk menarik simpati orang lain atau itimalah, serta bertujuan untuk membatalkan yang benar (*ibtholul haq*), merealisasikan kebatilan (*ihqoqul bathil*), mencari keberpihakan yang tidak dibenarkan, mendapat kepentingan yang bukan menjadi haknya dan memenangkan perkaranya atau *al-hukmu lahu* (Setiyawan, 2021: 230).

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin menggunakan teknik ganjaran dalam tayangan dengan tema “Islam Agama Cinta Damai” dan “Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam”, penyampaian yang dilakukan oleh dia dikemas dengan menggambarkan harapan dan menjanjikan kepada mad'u. Dalam hal ini dakwah teknik ganjaran berkaitan dengan salah satu teknik dakwah yaitu Tabsyir. Tabsyir dalam dakwah adalah penyampaian dakwah yang berisi kabar-kabar yang menggembirakan bagi orang yang mengikuti dakwah. Tabsyir juga bisa diartikan sebuah informasi, berita yang baik dan indah sehingga bisa membuat orang gembira untuk menguatkan keimanan

sekaligus sebagai sebuah harapan dan menjadi motivasi dalam beribadah serta beramal saleh (Masduki & Anwar, 2018: 60-61).

Dalam menerapkan teknik ganjaran secara benar dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, pesan dakwah akan mudah diterima oleh mad'u. Mad'u akan termotivasi dan berlomba-lomba pada kebaikan, berlomba-lomba dalam menjalankan seruan dakwah yang disampaikan oleh dai, jika demikian maka tujuan komunikasi dakwah tercapai (Dia & Wahyuni, 2022: 78).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada pembahasan pada bab iv, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan dakwah Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag pada program ulama menyapa di TVKU Semarang menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk membuat mad'u tertarik dan melakukan apa yang disampaikan oleh Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dengan kesadaran diri. Dua tema yang telah diteliti yaitu berjudul "Islam Agama Cinta Damai" dan "Politik Uang Saat Pemilu Dalam Perspektif Islam", ditemukan beberapa kalimat yang mengandung empat jenis teknik komunikasi persuasif. Adapun teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy diantaranya teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan atau icing, dan teknik ganjaran atau Pay-Off Technique. Maka dari itu dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

##### 1. Teknik Asosiasi

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik asosiasi dalam menyampaikan pesan dakwah dengan menumpangkan peristiwa yang saat ini sedang hangat diperbincangkan masyarakat sehingga membuat mad'u tertarik untuk mendengarkan. Seperti temuan data yang ditemukan yaitu saat Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag mengaitkan dengan peristiwa masih banyaknya masyarakat yang beranggapan jika Islam itu radikalisme ataupun terorisme dan masih banyak juga yang terpengaruh akan politik uang ,yang hukum nya sudah jelas haram.

##### 2. Teknik Integrasi

Pada teknik integrasi banyak diterapkan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin dalam dakwahnya dimana dalam tema yang di sampaikan dia beberapa kali menerapkan teknik integrasi dimana Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin

M.Ag berupaya untuk menyatukan diri dengan mad'u dimana dia memposisikan diri dengan mad'u sebagai teman yang berbagi cerita bahkan pengalaman. Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag melakukan pendekatan dengan mad'u yaitu dalam pemilihan kata saat menyampaikan dakwah, yaitu dengan menekankan kata “kita” yang artinya “saya dan anda”. Maka dari itu mad'u atau penonton merasa lebih dekat dan menjadi bagian diri dari Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M. Ag.

3. Teknik Tataan atau Icing

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M. Ag dalam menyampaikan dakwah pada program ulama menyapa tampak berupaya menyusun pesan yang akan disampaikan sedemikian rupasehingga mad'u menjadi lebih tertarik dan termotivasi untuk melakukan pesan apa yang disampaikan oleh Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag. Hal ini dilakukan Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag dalam merangkai kata-kata sehingga menjadi kalimat yang indah , mempunyai makna yang dalam dan mudah dipahami oleh mad'u.

4. Teknik Ganjaran atau Pay-Off Technique

Prof Dr. KH. Ahmad Izzudin M.Ag menerapkan teknik ganjaran dimana dia selalu memberi gambaran yang memberikan harapan agar mad'u bisa memahami ajaran Islam secara kontekstual dan Masyarakat bisa terhindar dari politik uang sehingga bisa memilih calon pemimpin dengan hati nurani sesuai keinginan diri sendiri.

**B. Saran**

1. Bagi stasiun televisi TVKU Semarang pada program Ulama Menyapa ini sudah cukup baik dengan mengangkat berbagai tema yang menarik terkait keIslaman, perkembangan dakwah di Jawa Tengah dan berkaitan dengan kehidupan di sekitar kita. Dengan mendatangkan para tokoh –tokoh ulama yang terkenal dan berpengalaman.

2. Bagi penonton TVKU Semarang, diharapkan dapat mengambil pembelajaran dan ilmu yang disampaikan oleh para narasumber sehingga tidak salah mengartikan apa yang telah disampaikan narasumber.
3. Bagi peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam untuk dijadikan sumber referensi pada bidang komunikasi dan dakwah. Peneliti ini sadar masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti mempunyai harapan kepada peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini. Selain itu, diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adeni. (2022). *Studi Dakwah dalam Lanskap Kontemporer*. Semarang: Fatawa Publishing.
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Ariyanto, Edward. 2020. *Pengantar Ilmu Komunikasi Sejarah, Hakikat, Dan Proses*. Yogyakarta: Diva Press.
- Dyatmika, Teddy. 2020. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Eriyanto. 2011. *Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi Cetakan Ke-1*. Bandung: Remadja Karya CV.
- Effendy, Onong Uchjana, 2015. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek Cetakan Ke-26*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hardian, Novri. 2018. "Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*: 42–52.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Masduki & Anwar, Shabri Shaleh. 2018. *Filosofi Dakwah Kontemporer*. Riau: PT. Indrargiri Dot Com.
- Mulyana, Fina. 2020. "Islam Dijadikan Doktrin Berbagai Aspek Dalam Kehidupan Manusia." 5(July): 1–23.
- Masruuroh, Lina. 2020. *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Jakarta: Scopindo Media Pustaka.
- Mahmud, A. 2018. "Dakwah Dalam Al-Qur'an Sebagai Alat Untuk Mencapai Tujuan Dakwah Islam." *Al-Asas* 1(2): 61–75.
- Mawardi MS. 2018. *Sosiologi Dakwah Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur'an Dan Al-Hadist*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Muhaemin, Enjang. 2017. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11(2): 341–56.



- Munir, Muhammad & Wahyu Illahi. 2021. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi Dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: Grup Penerbitan Cv Budi Utama.
- Siyoto, Sandu & Ali Sodik. 2015. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress (Anggota IKAPI).
- Supena, Ilyas. 2013. *Filsafat Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah Cetakan Ke-2*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Uyuni, Badrah. 2023. *Media Dakwah Era Digital*. Jakarta Utara: CV Assofa.
- Wahid, Abdul. 2019. *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta Timur: Prenada Media Grup.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Yasir. 2020. *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komprensif*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.

#### **Jurnal :**

- A.Rafik. 2019. "Pesan Dakwah Melalui Media Massa." *Syi'ar : Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam* 2(1): 67–75. <http://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Syiar/article/view/575>.
- Adlini, Miza Nina et al. 2022. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6(1): 974–80.
- Afida, Ifa. 2018. "Historitas Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia." *FALASIFA : Jurnal Studi Keislaman* 9(1): 17–34.
- Atabik, Ahmad. 2013. "Melalui Media Televisi." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1(2): 191–209.
- Dia, Kelaut, and Sri Wahyuni. 2022. "Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah 'Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?'" *Realita : Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam* 19(1): 66–83.
- Djawad, Alimuddin A. 2016. "Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi." *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* 1(1): 95–101.

- Erwan Komara. 2021. "Komunikasi Perduasif Dakwah Dr. Zakir Naik." *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi* 01(02): 27–41.
- Muh Ilyas. 2010. "Komunikasi Persuasif Menurut Al-Qur'an." *Journal Al Tajdid* 11(1): 51.
- Pratama, Deska Yoga, Ilham Mohamad Iqbal, and Nadiem Attar Tarigan. 2019. "Makna Televisi Bagi Generasi Z." *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi* 4(1): 88.
- Prayugo, Bagus, and Handayani Kamalia. 2022. "Perbedaan Jenis Dan Karakteristik Pada Media Penyiaran Radio Dan Televisi Menjadi Lebih Menarik ." *Qaulan : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3: 1–19. Perbedaan Jenis Dan Karakteristik Pada Media penyiaran Radio Dan Televisi.
- Purwasito, Andrik. 2017. "Analisis Pesan." *Jurnal The Messenger* 9(1): 103.
- Rizky, Fasha Umh, and Nur Syam. 2021. "Komunikasi Persuasif Konten Youtube Kementerian Agama Dalam Mengubah Sikap Moderasi Beragama." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11(1): 16–33.
- Sapto Haryoko. 2009. "Efektivitas Pemanfaatan Media Audio-Visual Sebagai Alternatif Optimalisasi Model Pembelajaran." 5: 1–10.
- Setiyawan, Dimas Bima. 2021. "Perwujudan Nilai Moralitas Dalam Pemilihan Presiden 2019 Yang Demokratis Dan Berkeadilan." *Ijlil* 1(2): 113–28.
- Slamet. 2009. "Slawet: Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif." *Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif* X(2): 179–93.
- Umar, Mashudi. 2016. "Money Politic Dalam Pemilu Perspektif Hukum Islam (Studi Analisis Keputusan Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama)." *At-Turas: Jurnal Studi Keislaman* 2(1): 102–35.  
<https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/at-turas/article/view/170>.
- Widayanti, Yuyun. 2014. "Pengembangan Karier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional." *Librarian* Vol.2(No.2): 137–49.  
<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/1196/1087>.
- Yunanda, Rizki Rizki. 2019. "Radikalisme Dalam Perspektif Islam Dayah Di Aceh." *Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama (Jisa)* 2(2): 138.
- Zaluchu, Sonny Eli. 2020. "Di Dalam Penelitian Agama. Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat,." *Jurnal* 4: 28–38.

#### Internet

<http://tvku.tv/beranda/program>

<https://dinus.ac.id/2022/12/10-tahun-tvku-berkarya>

<https://tafsirweb.com/4438-surat-an-nahl-ayat-90.html>

<https://ppdmsg.wordpress.com/pengasuh/kh-ahmad-izzuddin-mag/>

Skripsi

Qotriah, lailatul. (2019). Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Novel Islami Anak Rantau. UIN Walisongo Semarang

Lestari, Dian. (2020). Teknik Komunikasi Persuasif Wirda Mansur Dalam Berdakwah Melalui Youtube Diera Milenial. UIN Walisongo Semarang.

Yusandha, G. R. (2021). Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Abdullah Gymnastiar Dalam Program Acara "Management Qolbu" di Up radio 98.5 FM Semarang. UIN Walisongo Semarang.

Mahmudah, N. L. (2022). Teknik Berdakwah Dengan Budaya Jawa Oleh Gus Ulin Nuha Pada Program Aksi Indosiar. UIN Walisongo Semarang

Hadi, Yusral. (2022). Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Daima  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal lahir : Cirebon, 10 April 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Dusun 03 RT 06/ RW 03, Kel Gujeg, Kec Panguragan, Kab Cirebon  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Email : daimahaprielten@gmail.com  
Instagram : Daimah\_Aprielten10  
WhatsApp : 0812-2511-0660  
Riwayat Organisasi : Bendahara Formasi  
Riwayat Pendidikan  
1. SDN Pluit 06 PT Jakarta Utara  
2. MTs NU Putri Cirebon  
3. MAN 3 Cirebon

Semarang, 4 Juli 2024

Daima

NIM 2001026055

