

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah Islam di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan. Pada zaman dahulu, dakwah Islam melalui beberapa metode dan sarana seperti pondok pesantren, kitab kuning, dan pengajian.¹ Aktivitas dakwah tersebut biasanya mengacu pada metode yang digunakan sejak awal penyebaran agama Islam di masa Rasulullah, misal dakwah menggunakan lisan seperti ceramah, khutbah, majelis taklim keliling kampung, dan sebagainya. Hal ini dilakukan para dai untuk memberikan pengajaran langsung tentang agama Islam kepada masyarakat. Selain itu, dai juga menyebarkan Islam melalui perdagangan, perkawinan campuran, membentuk intitusi pendidikan berbasis Islam, dan terbentuknya komunitas muslim di suatu tempat tertentu.²

Pada zaman dahulu, para pendakwah dalam menyebarkan ajaran Islam menggunakan berbagai teknik dalam berkomunikasi. Dai sering menggunakan bahasa lisan atau secara langsung menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, melalui ceramah, khutbah di mimbar, dan pengajian. Dalam ceramah atau khutbahnya, pendakwah juga menggunakan teknik bercerita atau dongeng agar lebih mudah dimengerti oleh khalayak.³ Selain itu, para pendakwah juga mengadakan diskusi secara langsung membahas isu-isu keagamaan dan menjawab pertanyaan seputar agama yang masyarakat sampaikan.

¹ Margaret Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, diterjemahkan dari *Contemporary Sociological Theory* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 308.

² I. M. Lapidus, *Sejarah Masyarakat Islam* (Cambridge: Universitas Cambridge, 2002), hlm 587-591.

³ Amelia Fauzia, *Iman dan Negara: Sejarah Filantropi Islam di Indonesia* (Jakarta: BRILL, 2013), hlm 209-210.

Hal ini memungkinkan pendakwah untuk berinteraksi kepada khalayak secara langsung dan lebih mendalam. Penggunaan seni juga dimanfaatkan dai untuk menyebarkan ajaran Islam dengan halus, misalnya dengan kesenian musik, teater, atau puisi untuk menyampaikan pesan.⁴

Seiring berkembangnya teknologi, proses penyebaran ajaran Islam dapat dilakukan dengan leluasa menggunakan berbagai media dan platform, sehingga tidak terbatas tempat dan waktu. Menurut Mc. Luhan bahwa teknologi dan media telah menciptakan tatanan masyarakat baru. Ia melihat media mengambil peran untuk menciptakan dan mengelola budaya.⁵ Beberapa media sosial atau media massa saat ini dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu, seperti menyebarkan informasi, melakukan kegiatan persuasif, sarana hiburan, dan memperkuat eksistensi diri, bahkan untuk menyebarkan ajaran Islam.

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, pendakwah dalam menyebarkan ajaran agama Islam, dapat menggunakan fasilitas atau media yang sudah tersedia saat ini, baik berupa media cetak, media massa, maupun media sosial. Salah satu media massa yang cukup menarik perhatian dan masih eksis hingga saat ini adalah penyebaran informasi melalui radio. Selain menjadi media massa yang masih dikenal, radio juga memiliki kekuatan yang masif sebagai sarana penyebaran informasi dalam sosial kemasyarakatan.⁶ Penyampaian informasi melalui radio dapat mengefisiensi waktu, karena penggunaan radio dapat dipancarkan ke segala penjuru yang jaraknya jauh serta dapat digunakan

⁴ Rahman, 2009, *Islam di Era Negara-Bangsa: Politik dan Pembaruan Keagamaan di Asia Tenggara Muslim*, Pers Universitas Hawaii, hlm 6.

⁵ Morissan, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm 10.

⁶ Badruttamam, Nurul, 2005, *Dakwah Kolaboratif Tarmizi Taher*, (Jakarta: Granfind Khazanah Ilmu), hlm 150-160.

untuk menyampaikan pesan yang sama dalam satu waktu. Selain itu, dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, radio dapat dinikmati melalui *streaming* dengan menggunakan layanan internet. Hal itu menambah jangkauan radio lebih luas dan dapat dinikmati di berbagai wilayah.

Radio memiliki posisi yang strategis, karena selain dapat memindahkan informasi dari komunikator ke komunikan dalam waktu yang singkat, radio juga dianggap memiliki kekuasaan yang hebat.⁷ Hal tersebut disebabkan beberapa faktor, di antaranya: dalam mencapai sasaran atau target radio tidak melalui proses yang kompleks atau bersifat langsung, radio tidak mengenal jarak dan waktu, serta radio mempunyai daya tarik yang kuat. Radio dengan daya tarik kuat ini, disebabkan karena sifatnya yang serba hidup, artinya ada beberapa unsur yang membuat suasana hidup, seperti musik, kata-kata, dan efek suara.⁸

Berdasarkan data Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur, pada tahun 2023 di Jawa Timur terdapat 89 Televisi dan 302 radio, termasuk lembaga penyiaran swasta, komunitas, dan publik.⁹ Dari jumlah tersebut dapat digambarkan bahwa di Jawa Timur terdapat peluang pemanfaatan media penyiaran secara masif. Salah satu radio besar yang masih eksis di Jawa Timur adalah Radio Andika FM Kediri. Hal tersebut sesuai yang disampaikan H. Rofik Huda, CEO Andika Media Net dalam acara Pembekalan Duta GenRe Kabupaten Kediri Tahun 2023.¹⁰

⁷ Sudibyo Agus, 2004, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, Yogyakarta, LKIS hal 24-25.

⁸ Ibid hal 26.

⁹ Diskominfo Jatim, *Kadis Kominfo Jatim: Lembaga Penyiaran Penting untuk Diseminasi Hasil Pembangunan*, 12 September 2023, <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kadis-kominfo-jatim-lembaga-penyiaran-penting-untuk-diseminasi-hasil-pembangunan>

¹⁰ Sambutan H. Rofik Huda dalam Pembekalan Duta GenRe Kabupaten Kediri Tahun 2023 di Bercakap Kopi Ngasem Kediri, 14 Februari 2023

Posisi Radio ANDIKA yang masih eksis hingga saat ini didukung oleh beberapa faktor seperti manajemen yang baik, sumber daya yang kompeten, media marketing bisnis yang masif, aksi sosial yang masih terus dilakukan misal berbagi nasi bungkus ke tukang becak dan para dhuafa di Kota Kediri dan sekitarnya, jangkauannya yang luas meliputi Kota Kediri, Kabupaten Kediri, Tulungagung, Trenggalek, Kabupaten Blitar, Kota Blitar, Malang, Jombang, Mojokerto, dan Nganjuk, serta program acara inovatif membuat Radio ANDIKA mampu *survive* hingga saat ini. Beberapa program acara inovatif di Radio ANDIKA adalah Ruang Hukum, yang membahas mengenai ilmu dan persoalan hukum dengan narasumber pengacara, serta Kajian Tombo Ati, membahas persoalan dan kajian tentang ajaran Islam secara interaktif yang disampaikan oleh Haji Bundiar atau akrab disapa Mbah Bun.¹¹

Program kajian Kajian Tombo Ati bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang ajaran Islam kepada pendengarnya melalui komunikasi yang interaktif. Program Kajian Tombo Ati ada sejak tahun 2005.¹² Pada tahun 2024 ini, masuk tahun ke-19. Materi yang disampaikan mencakup beberapa topik ajaran Islam, seperti akidah, akhlak, ibadah, dan tata cara beribadah. Kajian Tombo Ati disampaikan Mbah Bun dengan kemampuan menyampaikan materi yang sederhana dan lugas, sehingga mudah dicerna dan dipahami oleh khalayak.

Sedangkan, Mbah Bun merupakan tokoh agama yang masih eksis hingga kini di Kota Kediri. Selain menjadi pendakwah dalam Kajian Tombo Ati, Mbah Bun juga sering mengisi berbagai kajian rohani di lingkungan masyarakat hingga

¹¹<http://www.andikafm.com>, diakses pada 18 Maret 2024

¹²<http://www.andikafm.com>, diakses pada 20 Maret 2024

lingkungan pemerintahan. Mbah Bun juga pernah menduduki posisi yang strategis di Kementerian Agama, tidak hanya di Kota Kediri, namun juga di berbagai daerah seperti di Sumedang Jawa Barat dan Trenggalek. Selain itu, Mbah Bun juga mengampu mata kuliah keagamaan di beberapa perguruan tinggi di Kota Kediri.

Penelitian yang dilakukan Dwi Arini Yulianti yang berjudul *Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta*, menyatakan bahwa dalam berdakwah dan menyampaikan pesan, seorang komunikator sudah seharusnya membekali diri dengan teknik-teknik komunikasi persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak secara efektif. Komunikasi persuasif digunakan komunikator untuk mempengaruhi khalayak dari segi kognitif, afektif, maupun behavioral.¹³

Komunikasi persuasif menjadi suatu teknik yang efektif untuk menyampaikan dakwah. Komunikasi persuasif merupakan proses untuk memengaruhi pandangan, sikap, hingga tindakan khalayak sehingga mereka dapat melakukan apa yang disampaikan komunikator kepadanya. Sedangkan maksud dari komunikasi persuasif dalam kerangka dakwah merupakan komunikasi yang berorientasi pada segi psikologis khalayak untuk membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melakukan ajaran Islam.¹⁴ Jadi, seorang pendakwah harus mampu menyampaikan dakwah dengan teknik komunikasi persuasif, dengan tujuan agar pendengar termotivasi untuk bersikap yang sesuai dengan pesan dakwah.

¹³ Arini Yulianti Dwi. 2020. *Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, hlm 5.

¹⁴ Illaihi, Wahyu, 2010, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm 87.

Dalam observasi sebelumnya yang dilakukan peneliti dengan mendengarkan Kajian Tombo Ati yang disampaikan Mbah Bun di Radio ANDIKA, yaitu bahwa dalam menyampaikan materi dakwah Mbah Bun mengemas dengan bahasa yang mudah dimengerti, memberikan kesan keindahan dengan menyampaikan puisi keagamaan, pendengar diberikan kesempatan untuk bertanya atau interaksi, penyampaian topik yang relevan di masyarakat, dan penyampaian yang mudah dipahami, sehingga kajian yang disampaikan Mbah Bun dapat diterima dan masih eksis hingga saat ini.¹⁵

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang komunikasi persuasif yang dilakukan Mbah Bun dalam kajian tombo ati di Radio ANDIKA Kediri sehingga kajian yang disampaikan mampu diterima pendengar atau khalayak, sehingga tetap eksis hingga saat ini. Dari hal tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Komunikasi Persuasif Mbah Bun dalam Kajian Tombo Ati di Radio ANDIKA FM Kediri.**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana komunikasi persuasif Mbah Bun dalam Kajian Tombo Ati di Radio ANDIKA Kediri?

C. Tujuan

Berdasarkan konteks dan fokus penelitian tersebut, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif yang digunakan Mbah Bun dalam Kajian Tombo Ati Radio ANDIKA Kediri

¹⁵ Radio ANDIKA via analog 105.7, didengarkan pada 21 Maret 2024

D. Manfaat

Setiap riset atau penelitian mempunyai manfaat dan kegunaan bagi peneliti maupun pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membawa ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, serta khususnya tentang strategi pendakwah dengan menggunakan komunikasi persuasif, dalam pengembangan dakwah Islam melalui media massa.
- b. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya, khususnya tentang strategi pendakwah, dengan menggunakan komunikasi persuasif dalam pengembangan dakwah Islam melalui media massa.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Media

Penelitian ini diharapkan dapat membantu media dalam pengembangan dan peningkatan kualitas siaran dakwah yang berdampak kepada *audience*.

b. Bagi Masyarakat atau Lingkungan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi stimulus bagi masyarakat dalam menerapkan nilai-nilai kebaikan yang disampaikan melalui media penyiaran.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis, sebagai pengalaman dalam mendalami tentang komunikasi persuasif pendakwah dalam Kajian Tombo Ati di Radio ANDIKA Kediri.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Jurnal yang ditulis Erwan Komara yang berjudul *Komunikasi Persuasif Dakwah DR. Zakir Naik* menyatakan bahwa dalam ceramah yang dilakukan oleh DR. Zakir Naik menggunakan beberapa teknik seperti penerapan teknik asosiasi yang terdapat dalam kajiannya dengan pembahasan tema yang relevan di masyarakat. Selanjutnya penerapan teknik integrasi yaitu menyatukan apa yang diinginkan atau kebutuhan dari komunikan, pertanyaan yang diajukan komunikan dijawab dengan bahasa yang mudah dipahami dan dicerna. Teknik ganjaran, pendakwah selalu menyampaikan berupa afirmasi masuk surga, diampuni segala dosa, dan mendapat pahala dari Allah, hal ini akan membangkitkan semangat beribadah para khalayak. Selanjutnya, teknik tataan yang merupakan teknik menata pesan dalam susunan kalimat yang mudah dipahami oleh pendengarnya, termasuk bagian kalimat yang harus ditekankan dan ditegaskan. Teknik *red herring* yang digunakan pendakwah untuk mengemukakan argumentasi yang didasari oleh dalil-dalil dari sumber hukum agama Islam.¹⁶

¹⁶ Komara Erwan, 2021, *Komunikasi Persuasif Dakwah DR. Zakir Naik*, Bandung: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana, hlm 53-54.

2. Jurnal berjudul *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media* yang ditulis oleh Siti Aisyah Hajar, dkk menyatakan bahwa dalam menyampaikan dakwah menggunakan *new media* Farah Qoonita memberikan pengetahuan dan pemahaman melalui media desain grafis untuk mengubah emosional dan faktor kognitif. Cara ini juga disesuaikan peraturan yang ada di media sosial, seperti instagram. Dengan melalui *new media* ini, Farah Qoonita mengontruksi pemaknaan bahasa yang disampaikan agar dapat dipahami dengan mudah, tanpa mengurangi pemaknaan intinya yang sesuai dasar hukum agama Islam.¹⁷
3. Jurnal yang ditulis oleh Nursaptini dan Arif Widodo, yang berjudul *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Bil Hikmah: Upaya Pembentukan Karakter Anak Tuna Laras di Madrasah Inklusi*, menyatakan bahwa komunikasi persuasif dengan menggunakan metode dakwah *bil hikmah* sebagai pendekatan dan pembinaan karakter anak tuna laras telah berhasil. Keberhasilan dapat dilihat dari indikatornya yaitu perilaku anak tuna laras yang semakin terkontrol dan membaik, emosi dapat dikendalikan, hubungan sosial juga semakin membaik, dan partisipasi anak tuna laras dalam pembelajaran juga meningkat. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan melalui *emotional argument, argument based on credibility*, serta pendekatan psikologis.¹⁸

¹⁷ Aisyah Hajar Siti, 2021, *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, Sumbawa: Aksiologi Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial Universitas Teknologi Sumbawa, hlm 65.

¹⁸ Nursaptini, Widodo Arif. 2020. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Bil Hikmah: Upaya Pembentukan Karakter Anak Tuna Laras di Madrasah Inklusi*. Mataram: Universitas Mataram, hlm 16.

4. Penelitian berjudul *Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta*, yang ditulis Dwi Arini Yulianti menyatakan bahwa cara persuasif dalam menyampaikan dakwah pada komunitas Terang Jakarta melalui *Attention, Inters, Desire, Decision, Action*. Membangun *attention* berarti membangun perhatian dengan cara mengatur busana dan bahasa yang digunakan. *Inters* berarti kejian dikemas dengan santai dan khalayak dapat menikmati dengan nyaman. *Desire* bermakna memberikan fasilitas untuk menyampaikan dan berbagi pengalaman, sehingga dapat meringankan masalah dari khalayak. *Decision* artinya mengarahkan khalayak untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dan mempunyai mindset yang berkembang. *Action* merupakan perubahan khalayak dari sisi perilaku dan kebiasaan.¹⁹
5. Jurnal yang ditulis oleh Azlika Purnama Sari dan Nur Aida yang berjudul *Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa'i Rif'an dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial* menyatakan bahwa teknik persuasif yang digunakan Ahmad Rifa'i Rif'an dalam Buku *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan*, yaitu teknik asosiasi, integrasi, *pay-off*, *fear-arousing*, tataan, kombinasi, *authoritas*, dan naratif. Teknik-teknik yang digunakan tersebut ketika digabungkan dengan karakteristik generasi milenial ternyata sesuai dan cocok. Teknik asosiasi dengan melihat perkembangan lingkungan serta menjunjung nilai moral dan sosial.

¹⁹Arini Yulianti Dwi, 2020, *Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, hlm 159.

Teknik integrasi yaitu dengan mengajak pembaca menyadari masalah tertentu dan memilih sikap. Kemudian, teknik *pay-off*, dengan memberikan stimulus dan kepercayaan bahwa ampunan Allah sangat luas agar dapat mengejar prestasi akhirat. Teknik *fear-arousing*, mengingatkan peringatan tentang siksa neraka. Teknik tataan menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti. Selanjutnya teknik kombinasi autoritas dan naratif, dengan menyajikan sejarah rasul dan sahabat sesuai karakter kaum milenial untuk menjadi panutan dalam bertindak.²⁰

²⁰ Purnama Sari, Azlika dan Nur Aida. 2021. *Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial*. Surabaya: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam STID Al-Hadid, hlm 153.