

URGENSI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH

THE URGENCY OF PERSUASIVE COMMUNICATION IN DA'WAH

Fauzi

Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen, Aceh

JL. Medan – Banda Aceh, Blang Bladeh, Bireuen, Aceh

Email: fauzikalia2017@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan yaitu ; 1) untuk menggambarkan penerapan komunikasi persuasif dalam dakwah dan 2) untuk menjelaskan urgensi keterampilan interpersonal dalam dakwah persuasif. Studi ini menggunakan jenis studi kepustakaan. Metode yang digunakan adalah dengan mengumpulkan informasi yang relevan dengan komunikasi persuasi dan dakwah melalui literatur ilmiah, buku, laporan penelitian dan sumber lainnya. Instrumen yang digunakan adalah daftar sumber-sumber literatur yang sudah diklasifikasikan dalam bentuk daftar check-list. Setelah data dikumpulkan, teknik reduksi, penyajian, dan verifikasi digunakan untuk menganalisisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) komunikasi persuasif dalam dakwah menekankan penyampaian pesan dengan mempertimbangkan psikologi dan sosio mad'u, sehingga dapat mengubah sikap dan perilaku mereka serta mendorong mereka untuk menerapkan ajaran Islam. 2) Untuk mencapai tujuan dakwah maka da'i harus memiliki kemampuan interpersonal. Kemampuan interpersonal sebagai faktor keberhasilan komunikasi persuasif dalam dakwah dijelaskan dalam konsep AIDDA yaitu perhatian, minat, keinginan, keputusan dan tindakan.

Kata Kunci: Dakwah, Komunikasi Persuasif, Konsep AIDDA

Abstract: The purpose of this study is 1) to describe the application of persuasive communication in da'wah and 2) to explain the urgency of interpersonal skills in persuasive da'wah. This study uses a type of literature study. The method used is to collect information relevant to persuasion and da'wah communication through scientific literature, books, research reports and other sources. The instrument used is a list of literature sources that have been classified in the form of a check-list. Once the data is collected, reduction, presentation, and verification techniques are used to analyze it. The results showed that 1) Persuasive communication in da'wah emphasizes the delivery of messages by considering the psychology and sociopsies of mad'u, so as to change their attitudes and behaviors and encourage them to apply Islamic teachings. To achieve the goal of da'wah, the da'i must have interpersonal skills. Interpersonal skills as a success factor for persuasive communication in da'wah are explained in the AIDDA concept, namely attention, interest, desire, decision and action.

Keywords: Da'wah, Persuasive Communication, AIDDA Concept

Pendahuluan

Islam sebagai agama dakwah mengharuskan setiap muslim untuk mengkomunikasikan risalah Rasulullah Saw kepada manusia. Maka proses komunikasi sebagai proses dakwah adalah kegiatan mentransmisikan pesan-pesan ke-Islaman yang mencakup aqidah, ibadah, mu'amalah dan akhlak dengan tujuan untuk melaksanakan kebaikan sesuai petunjuk Al-Qur'an dan Hadis. Dakwah merupakan proses mengajak manusia untuk melakukan kebajikan dan meninggalkan keburukan agar tercapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹ Peran dakwah sangat penting dalam penyebaran ajaran Islam dan diterima oleh mad'u. Berdasarkan laporan dari the royal Islamic strategic studies centre (RISSC) tercatat jumlah populasi muslim di Indonesia tahun 2023 sebanyak 240,62 juta jiwa atau 86,7% dari total populasi nasional.² Jumlah populasi muslim yang besar tersebut menjadi tantangan sendiri bagi dakwah karena semestinya kuantitas diiringi dengan kualitas yang memadai.

Ajaran Islam harus terus dikomunikasikan untuk meningkatkan pemahaman dan pengamalan agama pada masyarakat. Karena itu keberadaan dakwah tidak terlepas dari kehidupan masyarakat secara berkelanjutan sebagai sebuah proses sosial. Langkah awal untuk mengembangkan dakwah Islam yang sangat efektif adalah kemampuan membaca realitas sosial. Saat ini tampak fenomena yang kontradiksi antara merebaknya kegiatan dakwah dengan maraknya kerusuhan sosial, tindakan kekerasan dan sebagainya. Hal ini menjadi indikator bahwa dakwah masih teralienasi dari realitas sosial masyarakat disekitarnya.

Realitas tersebut menunjukkan wajah dakwah yang tidak berbasis pada realitas sosial. Sementara, hubungan yang kuat antara dakwah dan realitas sosial menunjukkan dua hal penting, yaitu: realitas sosial berfungsi sebagai indikator keberhasilan dakwah dan sebagai cermin sosial dalam pembuatan agenda dakwah untuk tahap berikutnya. Selain itu, kegiatan dakwah pada dasarnya merupakan tindakan esensial yang memungkinkan terjadinya perubahan sosial. Upaya untuk mendorong orang lain sesuai dengan fitrah dan kehanifannya untuk berjalan secara menyeluruh di jalan Allah Swt dikenal sebagai dakwah.

Dakwah, baik secara lisan, tulisan, maupun nalar, dan perbuatan, merupakan perwujudan kebenaran spiritual dan nilai-nilai kebaikan yang menyeluruh sebagaimana ditetapkan dalam landasan agama Islam.³ Dalam Al-Qur'an, surat Ali Imran, ayat 104, dijelaskan bahwa perlu ada kelompok orang dengan pendapat dan sikap yang pantas menjadi contoh. Sesuai dengan petunjuk Allah SWT, kelompok ini terus mengajak orang lain untuk melakukan kebaikan. Menganjurkan dan mengajarkan ajaran Islam kepada

¹ Munir, M, *Metode Dakwah* (Jakarta: Predana Media, 2003), p. h. 7.

² Cindy Mutia Annur, '10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!', *Databoks*, 2023 <<https://databoks.katadata.co.id>>.

³ Asep Muhidin, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qura'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), p. 36.

semua orang dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari juga dapat disebut dakwah.⁴

Dengan demikian, dakwah adalah proses penyebaran ajaran Islam dari da'i sebagai penyampai ke mad'u yang menerima dengan tujuan meningkatkan sikap dan perilaku Islami serta pencerahan iman. Seseorang dapat memperbaiki keyakinan, pikiran, sikap, dan perilakunya melalui kegiatan dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjalankan kebajikan dan menghindari kemaksiatan. Dalam Al-Qur'an, dakwah berarti ajakan untuk kebaikan dengan membangun masyarakat madani Qur'ani dan senantiasa melakukan amar ma'ruf nahi mungkar.⁵

Di sisi lain, setiap muslim melakukan dakwah sesuai dengan kemampuan mereka bertujuan mendorong orang lain untuk percaya dan menerapkan ajaran Islam. Penjelasan Al-Qur'an dan Hadis tentang dakwah mencakup unsur-unsur dakwah, termasuk aspek da'i, mad'u, media, tujuan, dan metode. Metode yang digunakan adalah penuh kebijaksanaan, petunjuk yang baik, dan percakapan yang baik. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an dalam surat An-Nahl ayat 125, Allah menerangkan cara berdakwah melalui pengajaran yang baik, lemah lembut, dan menyejukkan, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Allah Swt juga menyatakan bahwa tidak adil jika pengajaran justru menyebabkan manusia takut, gelisah, dan ketakutan.

Selain itu, ayat tersebut menjelaskan bahwa karena dakwah mengandung elemen membujuk, memengaruhi, dan meyakinkan, maka dapat dikategorikan sebagai komunikasi persuasif. Kegiatan dakwah didasarkan pada komponen komunikasi persuasif. Menurut perintah yang tersebut dalam surat An-Nahl ayat 125, setiap muslim harus melakukan dakwah. Perintah tersebut ditunjukkan dalam bentuk *fiil amar*. Selain itu, dijelaskan bahwa sangat penting bagi seorang da'i untuk memahami keadaan mad'u dari berbagai sudut pandang, seperti status sosial, budaya, latar belakang pendidikan, pendapatan, dan aspek kehidupan sebelumnya. Komponen ini dikenal sebagai *frame of reference* dan *field of experience*. Da'i sangat penting memperhatikan aspek-aspek ini saat melakukan komunikasi persuasif.

Hakikat dakwah adalah aktualisasi keimanan yang ditunjukkan dalam tindakan manusia. Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan norma agama dan sosial dengan tujuan memengaruhi sikap, pikiran, dan perilaku seseorang. Dengan kata lain, dakwah, yang merupakan cara untuk menyampaikan ajaran Islam, harus memiliki kekuatan yang kuat jika diharapkan dapat memperbaiki masyarakat menuju perubahan yang lebih baik. Artinya, dakwah harus lebih komunikatif. Dengan memahami gejala sosial, tingkah laku orang dalam masyarakat, dan bagaimana agama memengaruhi tingkah laku mereka, para da'i akan lebih mampu menyampaikan dakwah mereka.

⁴ Faizah, Lalu Muchsin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), p. h. 7.

⁵ Novri Hardian, 'Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits', *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 2018, 42–52 <<https://doi.org/10.15548/al-hikmah.voio.92>>.

Dakwah adalah kegiatan komunikasi karena para da'i bertindak sebagai komunikator dan menyebarkan pesan (pesan) dalam bentuk ajaran agama Islam kepada mad'u, yang bertindak sebagai komunikan. Tujuannya agar para mad'u mau menerima, memahami, dan menerapkan pesan tersebut. Salah satu elemen penting dalam kegiatan dakwah adalah kemampuan berkomunikasi, yang dibutuhkan agar pesan dapat disampaikan dengan baik dan sasaran dakwah dapat memahaminya dengan mudah. Komunikasi dikatakan efektif jika komunikan memahami maksud pesan dan memberikan umpan balik seperti yang diharapkan.⁶

Menurut Al-Quran, dakwah dilakukan secara hikmah, yaitu dengan memanggil dan membujuk orang lain dengan menggunakan pertimbangan sosiologis dan psikologis. Komunikasi persuasif adalah aspek sosiologis dan psikologis yang tepat untuk pendekatan dakwah. Terlihat dari efek yang ditimbulkan komunikasi persuasif, yaitu terjadinya perubahan kognitif, afektif dan behavioral. Perubahan yang mendalam berdasarkan kesadaran dan keyakinan ini lebih dari sekedar perubahan temporer. Komunikasi dengan pendekatan hikmah disebut dengan komunikasi persuasif.

Persuasif adalah kegiatan psikologis sebagai upaya untuk memengaruhi pendapat, sikap dan perilaku seseorang berdasarkan alasan dan argumen psikologis.⁷ Karakteristik persuasif dalam perspektif dakwah Islam tampak pada unsur mengajak, membujuk, memengaruhi dan meyakinkan. Sesuai penjelasan Al-Qur'an dalam surat Ali-Imran ayat 159 yang menekankan tentang pentingnya sikap lemah lembut dan keikhlasan untuk memaafkan kesalahan orang lain. Melalui ayat ini juga, Allah Swt mendorong ummat Nya untuk rendah hati, tidak kasar dan tidak keras hati terhadap orang lain. Hal ini yang dimaksudkan dengan pendekatan persuasif dalam pelaksanaan dakwah.

Komunikasi persuasif merupakan teknik untuk memengaruhi komunikan melalui pendekatan data dan fakta psikologis dan sosiologis komunikan tersebut. Persuasi adalah ketika seseorang berkomunikasi secara verbal atau nonverbal untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku orang lain.⁸ Komunikasi persuasif dalam dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, membangun interaksi sosial yang baik dan memengaruhi sikap. Akan tetapi lebih dari pada itu juga mendorong mad'u untuk melaksanakan pesan-pesan dakwah.⁹ Dalam hal ini efektivitas komunikasi persuasif ditentukan oleh proses persuasi yang dilakukan dalam dakwah mulai tahap menimbulkan perhatian sampai menggerakkan komunikan agar berbuat.

Proses persuasi ini disesuaikan dengan situasi komunikan berada, kondisi kepribadian dan norma-norma sosial. Dalam komunikasi persuasi, komunikator secara sengaja menggunakan motif manipulatif untuk mengarahkan pikiran dan tindakan

⁶ Andriyani Kamsyah, Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

⁷ Lina. Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. (Jakarta: SCOPINDO MEDIA PUSTAKA, 2020), p. 12.

⁸ Gumgum Gumelar. Maulana, Herdiyan, *'Psikologi Komunikasi Dan Persuasi.'* (Jakarta: Akademia Permata 113, 2013), p. 12.

⁹ Slamet, 'Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif', *Jurnal Dakwah*, X.2 (2009), 179-93.

komunikasikan ke arah yang telah ditetapkan komunikator.¹⁰ Persuasi yang dilakukan biasanya berfokus pada afeksi dengan cara membujuk bertujuan memengaruhi sikap emosi. Dalam hadis Riwayat Bukhari dijelaskan, Artinya: “Berbicaralah kepada manusia dengan apa-apa yang mereka pahami, apakah kau suka Allah dan RasulNya didustakan?” (HR. Bukhari).

Karena itu, agar dakwahnya lebih efektif, da'i harus mempertimbangkan latar belakang mad'u saat menyampaikan dakwah. Meskipun demikian, fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa tidak semua jenis dakwah menghasilkan hasil yang memuaskan. Hal tersebut menunjukkan bahwa menjadi suatu keniscayaan dalam dakwah menerapkan komunikasi persuasif untuk merubah perilaku. Berdasarkan latar belakang tersebut artikel ini mengkaji tentang penerapan komunikasi persuasif dalam dakwah dan urgensi keterampilan interpersonal dalam dakwah persuasif.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu "Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media." Oleh Siti Aisyah Hajar (2021). Hasil penelitian menjelaskan bagaimana penyebaran dakwah melalui media baru yang dinamis berdampak pada interaksi dan komunikasi menggunakan strategi persuasif, termasuk strategi psikodinamika (the psychodynamic strategy), strategi sosiokultural (the sociocultural strategy), dan strategi pembuatan arti (the meaning construction strategy). Dalam penyampaian dakwah digunakan strategi psikodinamika dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman melalui bahasa yang mudah dimengerti sehingga dapat mengubah aspek kognitif dan emosional mad'u. Selanjutnya menggunakan strategi sosiokultural yaitu memahami norma sosial yang berlaku pada mad'u. Sedangkan strategi konstruksi makna digunakan dalam penyampaian dakwah dengan membangun pemaknaan pesan yang disampaikan kepada mad'usehingga pesan lebih mudah dipahami.¹¹ Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam hal teori komunikasi persuasif. Penelitian sebelumnya menggunakan teori strategi komunikasi persuasif karya Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, sementara penelitian ini menggunakan teori AIDDA karya Wilbur Schramm.

Penelitian lain oleh Erwan Komara (2021) dengan judul: "Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik." Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dr. Zakir Naik menggunakan teknik komunikasi persuasif seperti teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan red herring saat menyampaikan dakwahnya. Penerapan teknik asosiasi tampak pada tema kajian yang banyak diminati masyarakat. Penerapan teknik integrasi dilakukan dengan menyesuaikan penyampaian dengan kemampuan mad'u sehingga lebih mudah dicerna dengan baik. Kemudian teknik ganjaran digunakan dengan menjelaskan tentang balasan Allah berupa janji dan harapan bagi orang-orang beriman dan berbuat kebaikan. Selanjutnya teknik tataan diterapkan dalam menyusun pesan yang mudah dipahami mulai dari pendahuluan sampai penutup. Sedangkan teknik red hearing dilakukan dengan menyampaikan argument-argumen berdasarkan dalil-dalil

¹⁰ Ritonga, Muslimin, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial.", *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3.1 (2019), 60-77.

¹¹ Siti Aisyah Hajar and Muhammad Syukron Anshori, 'Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media', *Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1.2 (2021), 62-66 <<https://doi.org/10.47134/aksiologi.v1i2.12>>.

yang jelas.¹² Penelitian ini menggunakan teori AIDDA yang diusulkan oleh Wilbur Schramm, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan komunikasi persuasif.

Sedangkan penelitian Alfiansyah Husin (2022) yang berjudul: "Komunikasi Persuasif (Dakwah Quraish Shihab dalam Channel Youtube Najwa Shihab)" menunjukkan hasil bahwa dalam menyampaikan dakwah digunakan berbagai teknik komunikasi persuasif yaitu teknik komunikasi asosiasi dan teknik tataan. Pada Teknik asosiasi dilakukan penyesuaian tema dengan objek pembicaraan yang biasanya terkait dengan akhlak, iman, hukum berdasarkan Al-Qur'an. Tema-tema yang disampaikan banyak yang terkait dengan persoalan dalam kehidupan sehari-hari. Kemampuan da'i dalam memahami dan merespon mad'u secara baik merupakan salah satu teknik komunikasi persuasif. Sedangkan penggunaan Teknik tataan tampak dalam menyusun pesan dengan argumentasi dalil bersumber Al-Qur'an dan Hadis sehingga mad'u mudah memahami.¹³ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini juga pada pendekatan teknik-teknik komunikasi persuasif yang digunakan yaitu teknik asosiasi dan tatan. Sedangkan penelitian ini menggunakan teori AIDDA yang di kemukakan oleh wilbur schramm.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan informasi tentang komunikasi persuasif dan dakwah dari jurnal, laporan penelitian, buku, dan literatur lain yang tertulis dan elektronik.¹⁴ Data yang dikumpulkan untuk penelitian kepustakaan ini berasal dari literatur ilmiah, seperti jurnal, buku, atau artikel lain yang berkaitan dengan komunikasi persuasif dan dakwah. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kepustakaan ini adalah mencari data tentang hal-hal atau variabel seperti catatan, buku, makalah, artikel, jurnal, dan lain-lain. Penelitian ini juga menggunakan tabel yang berisi daftar check-list klasifikasi bahan penelitian yang berasal dari fokus penelitian, kerangka penulisan, dan catatan penelitian yang diformat. Setelah itu, data dianalisis dalam tiga tahap, yaitu reduksi data sebagai proses transformasi, penyederhanaan, dan abstraksi. Kemudian, hasilnya ditulis dengan sesuai topik penelitian yang dimaksud. Selanjutnya tahap display data yaitu serangkaian organisasi informasi dalam penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran data sehingga Langkah selanjutnya dalam penelitian dapat ditentukan. Kemudian tahap kesimpulan atau verifikasi merupakan penarikan kesimpulan dari berbagai premis sehingga data tersebut melahirkan pengetahuan baru.

Hasil dan Pembahasan

Penerapan Komunikasi Persuasif dalam Dakwah

¹² Erwan Komara, 'KOMUNIKASI PERSUASIF DAKWAH DR. ZAKIR NAIK', *BUANA KOMUNIKASI Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 2.1 (2021), 27-41 <<https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.1.713>>.

¹³ Alfiansyah Husin, 'KOMUNIKASI PERSUASIF (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab)', *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman*, V.1 (2022), 39-55.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019) <<http://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>>.

Pelaksanaan dakwah merupakan aktivitas menyebarkan kebenaran Ilahiah (agama Islam) kepada orang lain. Karena itu, dakwah termasuk dalam kategori komunikasi persuasif (persuasif) dari sudut pandang komunikasi karena dilakukan dengan cara membujuk, merayu, atau mengajak orang lain untuk melaksanakannya. Dakwah akan meningkatkan pemahaman, kesadaran, sikap penghayatan, dan pengamalan agama secara sukarela mad'u dengan menggunakan komunikasi persuasif. Dalam hal ini faktor psikologi yang memengaruhi manusia dalam mengolah pesan-pesan dakwah. Karena sikap suka rela atau tanpa adanya paksaan dalam menerima pesan dakwah merupakan ciri khas psikologi.

Berdasarkan perspektif psikologi, kegiatan dakwah mengandung aspek persuasif atau memberikan keyakinan, motivatif (mendorong), konsultatif (memberikan nasehat) dan edukatif (mendidik). Dengan memperhatikan aspek psikologis maka pesan dakwah yang disebarkan da'i akan lebih meresap dan dipahami untuk diamalkan dengan ikhlas oleh mad'u.¹⁵ Pendekatan komunikasi persuasif dipandang efektif dalam memberikan hasil yang positif. Komunikasi persuasif dengan teknik-teknik tertentu dapat berdampak kesediaan seseorang untuk melakukan sesuatu dengan senang hati.

Efektivitas komunikasi persuasif dalam dakwah ditandai dengan timbulnya pengertian, sikap, hubungan lebih baik, tindakan dan kesenangan. Karena itu, dakwah tidak hanya sekedar menyampaikan pesan akan tetapi lebih dari pada itu menumbuhkan kesenangan sekaligus mendorong untuk melakukan suatu tindakan.¹⁶ Mad'u memiliki kondisi psikologis yang berbeda-beda maka tingkat pendekatan komunikasi persuasif dalam dakwah juga berbeda. Salah satu unsur dakwah dalam komunikasi persuasif adalah pribadi da'i itu sendiri yang disebut dengan dakwah bil hal atau uswatun hasanah. Penilaian terhadap pribadi da'i menjadi penentu keberhasilan dakwah bil lisan karena da'i terlebih dahulu melaksanakan apa yang disampaikannya. Terkait hal ini Al-Qur'an menggarisbawahi dalam penjelasannya di surat Al-Baqarah ayat 44 tentang orang yang menyeru untuk berbuat kebaikan, padahal dirinya sendiri tidak melakukannya.

Perspektif komunikasi persuasif menyebutkan efektivitas dakwah ditentukan oleh tiga faktor yaitu kredibilitas, atraksi dan otoritas.¹⁷ Kredibilitas menyangkut dengan reputasi atau kualitas dalam pengamalan ajaran Islam. Maka kredibilitas itu terbentuk dari akhlak atau moralitas da'i dan kemampuan berkomunikasi. Selanjutnya atraksi merupakan daya tarik da'i baik secara fisik, teknik vocal, cara berpakaian maupun gaya bicara. Sedangkan otoritas (kekuasaan) merupakan kekuatan untuk membuat mad'u yakin, percaya dan bertindak. Pengetahuan, pengalaman, dan keahlian da'i dalam bidang agama dapat meningkatkan kekuatan mereka. Keteladanan da'i sebagai uswatun hasanah atau *referent power* ditambah dengan kemampuan dalam mengkomunikasikan pesan atau *expert power* dan kekuatan pesan yang disampaikan atau *informational power* juga menjadi kekuatan mereka.

¹⁵ Agus. Salim, 'Peran Dan Fungsi Dai Dalam Perspektif Psikologi Dakwah.', *Jurnal Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, IX.14 (2017), 92–107.

¹⁶ Asep Saiful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan Dan Aplikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), p. 46.

¹⁷ Jalaluddin. Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revi (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018).

Keberhasilan dan efektivitas dakwah ditentukan oleh prinsip dasar komunikasi persuasif sebagai berikut:

1. Prinsip mengekspos secara selektif atau *the selective exposure principle*, menjelaskan bahwa mad'u akan menolak pesan yang berlawanan dengan keyakinan, keputusan, nilai, dan perilaku mereka. Sebaliknya, mereka akan mendukung pesan yang serasi dengan keyakinan, keputusan, nilai, dan perilaku mereka.
2. Prinsip keterlibatan khalayak atau yang disebut dengan *the audience participation principle*, menjelaskan bahwa persuasi akan berdaya besar jika khalayak ikut terlibat secara aktif dalam proses komunikasi. Keterlibatan tersebut dapat dalam bentuk presentasi, pemilihan tema, atau penciptaan slogan.
3. Prinsip Suntikan atau *the inoculation principle* yang menjelaskan bahwa jika komunikator memiliki pendapat dan keyakinan tertentu, teknik pembicaraan biasanya dimulai dengan memberi pembenaran dan dukungan atas pendapat dan pengetahuan tersebut.
4. Prinsip Perubahan yang besar dikenal sebagai *the magnitude of change principle* menunjukkan bahwa seorang da'i membutuhkan lebih banyak pekerjaan dan tanggung jawab jika perubahan yang ingin dicapai semakin besar, semakin cepat, dan signifikan. Oleh karena itu, komunikasi juga membutuhkan lebih banyak tantangan.¹⁸

Dakwah dengan pendekatan komunikasi persuasif akan efektif, jika komunikator memahami teknik persuasi yang berfokus pada psikologi mad'u. Dengan Teknik tersebut dapat meningkatkan kesadaran mad'u untuk menerima dan mengamalkan ajaran Islam. Indikator efektivitas komunikasi persuasif meliputi : pengertian, hubungan semakin baik, pengaruh pada sikap, kesenangan dan tindakan.¹⁹ Indikator pengertian menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan kepada mad'u dapat dipahami sebagaimana yang dikehendaki da'i. Sebaliknya jika pesan dipahami berbeda oleh mad'u artinya komunikasi mengalami kegagalan. Komunikasi persuasif dinilai efektif jika tercipta ikatan sosial yang baik. Sebagai makhluk sosial, sangat penting bagi manusia untuk membangun dan mempertahankan hubungan sosial, yang mencakup interaksi dan asosiasi, cinta kasih pada sesama, pengendalian dan kekuasaan. Karena itu jika terjadi kegagalan dalam hubungan sosial maka seseorang akan merasa terasing dari lingkungannya.

Hubungan sosial yang baik menjadi indikator timbulnya kesenangan sehingga hubungan tersebut menjadi akrab dan hangat. Sebaliknya hubungan akan menjadi tidak

¹⁸ Slamet, "Efektivitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif.", *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 20.2 (2009), 179-193.

¹⁹ Stewart L.Tubbs-Sylvia Moss, *Human Communication Prinsip - Prinsip Dasar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012).

menyenangkan jika masing-masing pihak menjaga jarak. Hal ini juga dapat memengaruhi sikap mad'u untuk memiliki pandangan, sikap dan perilaku sebagaimana yang diharapkan da'i. Pada tahap akhir adalah tindakan yaitu perilaku yang diinginkan pada mad'u sebagai hasil dari proses komunikasi persuasif. Dalam hal ini da'i hendaknya menguasai prinsip komunikasi persuasif yaitu *emphaty*, *audible*, *humble*, *respect* dan *clarity*.²⁰ *Emphaty* (empati) diartikan sebagai kemampuan untuk memposisikan diri pada situasi dan kondisi yang dirasakan oleh orang lain. Empati akan mendukung da'i dalam menyebarkan pesan sehingga lebih mudah bagi mad'u untuk menerimanya dan memahaminya. Karena itu, da'i harus memahami perilaku mad'u agar tidak ada jarak antara dirinya dan mad'u.

Selanjutnya prinsip *audible* adalah penyusunan pesan dengan cara dan media sehingga pesan mudah diterima dan dipahami dengan baik oleh mad'u. Hal ini terkait dengan prinsip *clarity* yaitu pesan yang disampaikan da'i harus jelas sehingga tidak menimbulkan penafsiran atau interpretasi lain. Da'i harus menghargai orang lain, tidak menyombongkan diri, lemah lembut, mengendalikan diri, mengutamakan kepentingan umum, dan siap melayani. Prinsip hormat, yang mencakup sikap menghargai dan hormat kepada mad'u yang menjadi sasaran dakwah menimbulkan respek. Karena menghargai seseorang secara jujur dan tulus adalah prinsip dasar dalam menjalin interaksi dengan orang lain. Kebutuhan untuk dihargai adalah prinsip paling dalam dari sifat manusia.

Keberhasilan dakwah sejalan dengan keberhasilan penerapan komunikasi persuasif. Itu sebabnya Islam sangat menaruh perhatian terhadap hal ini. Salah satu keberhasilan dakwan para Nabi adalah dengan membujuk, merayu dan mengajak secara persuasif juga secara argumentatif dengan menunjukkan serangkaian fakta. Pendekatan komunikasi persuasif sekaligus argumentatif tersebut memberikan solusi bagi da'i dalam mengemas pesan dakwahnya. Pendekatan komunikasi persuasif lebih menitikberatkan pada fungsi psikologis dan sosiologis yang terdapat pada diri mad'u. Sedangkan aspek argumentatif lebih kepada mengoptimalkan fungsi dialog secara bijak sehingga pesan yang disampaikan dapat merubah pandangan, sikap dan tingkahlaku mad'u.

Oleh karena itu, mad'u didorong untuk menemukan kebenaran dan kesadaran melalui dakwah persuasif ini, yang berdampak pada sikap dan tingkah lakunya terhadap ajaran Islam. Dakwah persuasif lebih menekankan pada meyakinkan dan menyadarkan mad'u sehingga harus menghindari cara-cara memaksa, mencerca apalagi menghina pihak lain. Dakwah persuasif juga harus disertai fakta dan realita nyata yang didisampaikan dengan argumentasi-argumentasi logis. Sementara klaim-klaim kebenaran tidak perlu disampaikan karena justru akan menimbulkan sikap antipasti terutama pada orang-orang yang belum begitu memahami Islam. Karena itu selain aspek kredibilitas da'i, faktor materi dakwah juga penting diperhatikan. Pesan dakwah menjelaskan bagaimana dakwah persuasif disajikan secara relevan dengan kondisi dan kebutuhan

²⁰ Roy Sembel. Prijosaksono, Aribowo, *Self Management Series: If You Want To Be Rich An Happy Maximize Your Strengt (Kiat-Kiat Meningkatkan Dan Memaksimalkan Kinerja)*. (Jakarta: Ilex Media Komputindo, 2003).

mad'u. Pesan dakwah yang tidak sesuai dengan kebutuhan mad'u akan diabaikan, sehingga tidak mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan.

Urgensi Kemampuan Interpersonal dalam Dakwah Persuasif

Dakwah pada dasarnya adalah aktivitas yang melibatkan interaksi sosial, di mana da'i dan mad'u melakukan tindakan saling memengaruhi satu sama lain. Tindakan saling memengaruhi ini terjadi baik dalam pendekatan individu maupun secara pribadi, serta dalam dakwah secara keseluruhan. Oleh karena itu, untuk dapat melakukan pendekatan persuasif dengan mudah, da'i harus mempunyai kemampuan interpersonal. Seorang da'i harus memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain agar pesan mereka lebih terarah dan bermakna. Da'i juga dapat menghilangkan persepsi negatif karena melihat perspektif orang lain sebelum menyampaikan pesannya sehingga menumbuhkan empati.

Kemampuan untuk membina hubungan yang harmonis dan memahami dan menanggapi sikap, keinginan dan perilaku orang lain secara patut yang disebut dengan kemampuan interpersonal. Selain itu keterampilan interpersonal juga tampak dari kemampuan membina hubungan yang harmonis.²¹ Terdapat empat indikator keterampilan skill yaitu: 1) bekerjasama dengan kelompok; 2) mempunyai inisiatif; 2) pengambilan keputusan dan 4) kemampuan komunikasi lisan.²² Akibatnya, kemampuan interpersonal adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan cara yang dapat memengaruhi orang lain. Seseorang dapat membangun hubungan yang baik dengan orang lain, bekerja sama, berempati, dan memecahkan masalah jika memiliki kemampuan interpersonal. Kemampuan ini penting dimiliki oleh seorang da'i agar dapat berinteraksi dengan orang lain dengan cara yang persuasif.

Tujuan dakwah dengan pendekatan persuasif adalah mendorong mad'u untuk memperbaiki keyakinan, sikap, dan perilaku mereka. Karakteristik da'i dan mad'u, media yang digunakan, dan isi pesan adalah komponen-komponen yang harus diperhatikan untuk mencapai tujuan ini. Karena da'i bukan hanya menyampaikan pesan tetapi juga menggerakkan dan memberi contoh dalam kehidupan sehari-hari mereka, karakteristik-karakteristik ini menjadi penting dalam dakwah dengan pendekatan persuasif. Proses dakwah dianggap efektif ketika da'i berhasil mengarahkan dan mengajak mad'u untuk mengikuti ajaran Islam, dan ketika da'i dapat membangun hubungan yang kuat dengan mad'u mereka.

Da'i yang mendengarkan dengan baik dan memperhatikan pertanyaan atau keluhan mad'u akan memiliki hubungan yang lebih baik dengan mereka. karena mereka dapat memperoleh informasi dan memahami masalah dalam rangka membangun dan

²¹ Riri Lestari, *Interpersonal Skill* (Jakarta: Pusdiklatwas Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP), 2007), p. 2.

²² Timothy T. Baldwin. Rubin, Robert S., William H. Bommer, "Using Extracurricular Activity as an Indicator of Interpersonal Skill: Prudent Evaluation or Recruiting Malpractice?," *Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in Alliance with the Society of Human Resources Management*, 41.4 (2002), 441-454.

mempertahankan hubungan dengan mad'u mereka. Sebaliknya, da'i yang kurang mendengarkan dan mendengarkan keluhan mad'u mereka akan kesulitan menjalin hubungan yang baik dengan mereka. Dalam dakwah dengan pendekatan persuasif, da'i perlu memperhatikan kemampuan interpersonal tersebut. Kemampuan yang meliputi komunikasi, kemampuan mendengarkan, kepekaan sosial, dan bekerja sama dengan orang lain penting untuk dikuasai oleh seorang da'i.²³

Keterampilan interpersonal yang dimiliki seorang da'i sebagai keterampilan praktis dalam menyebarkan pesan dakwah sehingga dapat memengaruhi hati mad'u dikenal sebagai pendekatan persuasif. Keterampilan interpersonal ini terkait dengan kompetensi metodologis seorang da'i, yaitu bagaimana menggunakan pendekatan persuasif dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Selain itu, keterampilan interpersonal sangat penting untuk memastikan kualitas dan kredibilitas seorang da'i. Unsur penting keterampilan interpersonal da'i dalam melaksanakan dakwah dengan pendekatan persuasif yaitu: 1) menghargai mad'u; 2) perhatian terhadap mad'u baik secara verbal maupun nonverbal; 3) selalu hadir secara personal untuk mad'u; 4) selalu menjalin hubungan dengan mad'u dan 5) bersungguh-sungguh melaksanakan dakwah.²⁴

Kriteria yang harus dipenuhi dalam melaksanakan dakwah dengan pendekatan persuasif, yaitu:

1. Menunjukkan contoh teladan atau menjadi model yang baik. Seorang da'i tidak hanya mengajak mad'u hanya dengan lisannya saja akan tetapi juga dengan akhlaknya.
2. Mengutamakan kebaikan daripada keburukan. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an dalam surat Fushshilat ayat 34, kebaikan yang diridhai dan diberi pahala oleh Allah Swt tidak sama dengan keburukan yang Dia benci, dan mereka yang melakukannya pasti akan mendapat azab. Artinya, dakwah orang yang menyeru kepada Allah dan mengikuti ajaran Islam tidak sama dengan perbuatan mencela mereka. Oleh karena itu, Islam memerintahkan membalas perbuatan jahat dengan perbuatan baik, yaitu dengan memaafkan mereka dan menghadapinya dengan kesabaran dan perbuatan baik.
3. Memelihara dan menjaga diri dari akhlak yang tercela. Seorang da'i harus berusaha menjauhi akhlak tercela.
4. Memunculkan pengaruh yang baik. Pengaruh dari seorang da'i adalah terjadinya perubahan sikap dan perilaku sesuai tuntunan ajaran islam sebagai tujuan akhir dari pelaksanaan dakwah.²⁵

Keberhasilan dakwah dengan pendekatan komunikasi persuasif dapat dilihat dari penerapan teori AIDDA, yaitu *attention, interest, desire, decision* dan *action*. Konsep

²³ Paul R. Sackett Lievens, Filip, "The Validity of Interpersonal Skills Assessment via Situational Judgment Tests for Predicting Academic Success and Job Performance.", *Journal of Applied Psychology*, 97.2 (2012), 460.

²⁴ Melisa Fitri. Merizal, 'Pentingnya Kredibilitas Da'i Dalam Menyampaikan Dakwah.', *AL-QOLAM: Jurnal Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2.2 (2018), 192-205.

²⁵ Ilyas Ismail, 'Dakwah Persuasif', *Republika*, No. 250 (2012).

AIDDA ini merupakan proses psikologis dari khalayak yang menjelaskan bahwa terlebih dahulu da'i harus berupaya membangkitkan perhatian (*attention*) mad'u. Ketika kesadaran mad'u telah bangkit, maka da'i mulai menarik perhatian (*interest*) mad'u sehingga membuat suatu keputusan (*decision*) yang pada akhirnya mad'u bersedia melaksanakannya (*action*).²⁶

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh da'i adalah menumbuhkan perhatian (*attention*) mad'u sebagai sasaran dakwah yang ditujukan kepada pesan yang disampaikan.²⁷ Dalam hal ini terdapat tiga faktor yang menentukan efektivitas komunikasi persuasif dalam dakwah adalah situasi dimana mad'u berada, kondisi kepribadian mad'u dan ikatan norma kelompok. Elemen-elemen konsep AIDDA yaitu:

1. Perhatian (*attention*) adalah dorongan untuk menelusuri dan memperhatikan sesuatu
2. Minat (*interest*) adalah tanggapan untuk memahami lebih jauh tentang sesuatu yang menimbulkan ketertarikan.
3. Keinginan atau hasrat (*desire*) adalah kesediaan yang timbul dari hati mad'u untuk melakukan sesuatu yang menjadi daya tariknya.
4. Keputusan (*decision*) adalah suatu aktivitas yang bertujuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan ketertarikan mad'u terhadap sesuatu.
5. Tindakan (*action*) adalah sebagai melaksanakan keputusan yang telah diambil mad'u.

Konsep AIDDA dapat disebut juga sebagai suatu model hirarki respon yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan komunikasi persuasif. Pendekatan persuasif dalam dakwah akan berbeda-beda karena kondisi psikologis mad'u juga berbeda. Faktor yang menyebabkan suatu dakwah itu persuasif adalah : pribadi da'i yang memiliki kualifikasi akademis yang baik, konsistensi antara amal dan ilmu, qana'ah, memiliki nilai lebih dan kemampuan berkomunikasi. Selain itu juga ditentukan oleh materi dakwah yang mengandung pesan persuasif yaitu dengan memperhatikan psikologi pesan sehingga dapat mendorong dan mengarahkan perilaku masyarakat. Dalam perspektif Al-Qur'an pesan persuasif diistilahkan dengan *qaulan balighan*, *qaulan kariman*, *qaulan sadidan*, *qaulan layyin*, *qaulan maysuran* dan *qaulan ma'rufan*. Kondisi psikologis mad'u juga menjadi perhatian penting dalam dakwah persuasif. Dengan demikian pendekatan persuasif dalam dakwah lebih menekankan pada kegiatan meyakinkan dan menyadarkan mad'u untuk memperbolehkan dan menerapkan pesan-pesan dakwah.

Keberhasilan dakwah dengan pendekatan komunikasi persuasif sangat ditentukan dari penyampaian pesan dakwah yang sistematis. Konsep AIDDA menjadi landasan pada tahap-tahap persuasi, yaitu:

1. Tahap Pengamatan. Da'i harus mampu menyampaikan pesan yang menarik dan bermakna untuk menarik perhatian mad'u. Pada tahap perhatian ini, da'i

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017) <<https://rosda.co.id/komunikasi/249-ilmu-komunikasi-teori-dan-praktek.html>>.

²⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019).

- berusaha untuk menarik perhatian mad'u dengan menciptakan kesan pertama.
2. Tahap Pengertian. Sesuatu yang gampang dipahami juga akan lebih mudah ditanamkan dalam pikiran seseorang. Oleh karena itu, komunikasi harus dibuat mudah dipahami.
 3. Tahapan Pengaruh. Kekuatan pengaruh dibentuk oleh jumlah manfaat yang lebih besar, yang dapat mengubah perspektif.
 4. Tahapan Ingatan. Tahap ini memiliki makna yang signifikan karena informasi penting akan diingat, diresapkan, atau tetap ada dalam ingatan seseorang untuk waktu yang lama.
 5. Tahap Tindakan. Tindakan adalah gejala jiwa yang menunjukkan bagaimana seseorang bertindak terhadap sesuatu, biasanya digunakan untuk mengukur keberhasilan komunikasi.²⁸

Berdasarkan penjelasan konsep keterampilan interpersonal yang dikenal dengan formula AIDDA, yaitu perhatian, minat, keinginan, keputusan, dan tindakan, seorang da'i harus menhupayak agar dakwahnya terlaksana secara efektif. Banyak hal yang memengaruhi proses dakwah yang efektif. Ini termasuk persiapan mental dan fisik, materi yang disampaikan, cara berkomunikasi, media yang digunakan, dan kondisi tempat dakwah dilakukan. Ini semua dilakukan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan, keadaan, dan kondisi mad'u, sehingga pesan diterima dengan baik dan dakwah persuasif berhasil.

Seorang da'i ketika menyebarkan pesan-pesan dakwahnya harus menyiapkan mental agar memiliki kemampuan dan kekuatan batin. Da'i harus siap dan memahami konsekuensi logis dari tindakannya, terutama mengenai resiko. Di sini, persiapan mental yang sempurna diperlukan, seperti yang dilakukan para Nabi dan Rasul. Ketika proses dakwah sesuai dengan kriteria dan standar yang diperlukan untuk memanifestasikan komunikasi yang efektif, maka kemungkinan untuk mengubah sikap dan perilaku secara sadar akan meningkat. Meskipun berbagai hambatan dakwah dapat saja terjadi seperti mad'u yang sudah memiliki pemahaman yang benar akan tetapi masih belum melaksanakan pesan-pesan dakwah tersebut. Maka dalam hal ini, mad'u harus dibujuk, didorong bahkan bisa saja dipaksa untuk melakukannya.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan diskusi di atas, beberapa kesimpulan dapat dibuat:

1. Penggunaan komunikasi persuasif dalam dakwah menekankan penyampaian pesan dengan mempertimbangkan psikologis dan sosiopsikologis mad'u. Ini memiliki potensi untuk mengubah sikap dan perilaku mad'u serta meningkatkan kesadaran mereka untuk mengikuti ajaran Islam. Didasarkan pada prinsip rasa

²⁸ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), p. 37.

hormat, empati, dapat dimengerti dengan baik, kejelasan/keterbukaan, dan rendah hati, dakwah dengan pendekatan komunikasi persuasif menunjukkan tanggapan dalam bentuk pengertian, kepuasan, pengaruh pada sikap, hubungan yang lebih baik, dan tindakan yang diinginkan.

2. Keterampilan interpersonal dalam dakwah sangat penting karena keterampilan ini yang dibutuhkan da'i untuk mencapai tujuan dakwah. Kemampuan interpersonal da'i dapat membangun kepercayaan dan membentuk hubungan yang harmonis dan positif dengan degan mad'u, sehingga pesan yang disampaikan lebih menggugah perasaan mad'u dan membuatnya bersedia untuk mengikutinya. Konsep AIDDA, yang mencakup perhatian, minat, keinginan, keputusan, dan tindakan, mendefinisikan keterampilan interpersonal yang penting untuk keberhasilan komunikasi persuasif dalam dakwah.

Referensi

- Annur, Cindy Mutia, '10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!', *Databoks*, 2023 <<https://databoks.katadata.co.id>>
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019)
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017) <<https://rosda.co.id/komunikasi/249-ilmu-komunikasi-teori-dan-praktek.html>>
- Hajar, Siti Aisyah, and Muhammad Syukron Anshori, 'Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media', *Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1 (2021), 62–66 <<https://doi.org/10.47134/aksiologi.v1i2.12>>
- Hardian, Novri, 'Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits', *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 2018, 42–52 <<https://doi.org/10.15548/al-hikmah.voio.92>>
- Husin, Alfiansyah, 'KOMUNIKASI PERSUASIF (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab)', *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman*, V (2022), 39–55
- Ismail, Ilyas, 'Dakwah Persuasif', *Republika*, No. 250 (2012)
- Kamsyah, Ilaihi, Wahyu, Andriyani, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Komara, Erwan, 'KOMUNIKASI PERSUASIF DAKWAH DR. ZAKIR NAIK', *BUANA KOMUNIKASI Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 2 (2021), 27–41 <<https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.1.713>>
- Lalu Muchsin, Faizah, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018)
- Lestari, Riri, *Interpersonal Skill* (Jakarta: Pusdiklatwas Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP), 2007)
- Lievens, Filip, Paul R. Sackett, "The Validity of Interpersonal Skills Assessment via Situational Judgment Tests for Predicting Academic Success and Job Performance.", *Journal of Applied Psychology*, 97 (2012), 460
- M, Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Predana Media, 2003)
- Masruuroh, Lina., *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. (Jakarta: SCOPINDO MEDIA PUSTAKA, 2020)
- Maulana, Herdiyan, Gumgum Gumelar., 'Psikologi Komunikasi Dan Persuasi.' (Jakarta:

- Akademia Permata 113, 2013)
- Merizal, Melisa Fitri., 'Pentingnya Kredibilitas Da'i Dalam Menyampaikan Dakwah.', *AL-QOLAM: Jurnal Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2 (2018), 192-205.
- Muhidin, Asep, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qura'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan* (Bandung: Pustaka Setia, 2002)
- Muhtadi, Asep Saiful, *Komunikasi Dakwah : Teori, Pendekatan Dan Aplikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)
- Prijosaksono, Aribowo, Roy Sembel., *Self Management Series: If You Want To Be Rich An Happy Maximize Your Strengt (Kiat-Kiat Meningkatkan Dan Memaksimalkan Kinerja).*" (Jakarta: lex Media Komputindo, 2003)
- Rahmat, Jalaludin, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Rakhmat, Jalaluddin., *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revi (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018)
- Ritonga, Muslimin., "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial.", *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3 (2019), 60-77.
- Rubin, Robert S., William H. Bommer, Timothy T. Baldwin., "Using Extracurricular Activity as an Indicator of Interpersonal Skill: Prudent Evaluation or Recruiting Malpractice?.", *Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in Alliance with the Society of Human Resources Management*, 41 (2002), 441-454.
- Sakdiah, Halimatus, 'Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35 (2017), 1-14 <<https://doi.org/10.21580/jid.v35.1.1230>>
- Salim, Agus., 'Peran Dan Fungsi Dai Dalam Perspektif Psikologi Dakwah.', *Jurnal Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, IX (2017), 92-107
- Slamet, "Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif.", *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 20 (2009), 179-193.
- , 'Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif', *Jurnal Dakwah*, X (2009), 179-93
- Stewart L.Tubbs-Sylvia Moss, *Human Communication Prinsip - Prinsip Dasar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019) <<http://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>>