



KOMUNIKASI PERSUASIF MEMBENTUK KARAKTER PERSPEKTIF AL-QUR'AN

Nuzulul Indah Pertiwi¹ Muhibur Rohman Atoilah²

¹ UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta ² IAIN Ponorogo

Email: ¹ pertiwinuzululindah@gmail.com ² bihummuhib@gmail.com

Keywords

Persuasive
Communication,
Character Building,
Perspective Al-
Quran

Abstract

Persuasive communication is one of the studies of communication that is often used as a method of influencing others in various ways. The formation of the character from the perspective of the Koran is not just an insight into good or bad but rather habituating, exemplifying, training, and instilling it. Persuasive communication in character building from the perspective of the Koran aims to influence attitudes and behavior for good things according to the perspective of the Koran. Data collected from online sources related to learning are analyzed descriptively. On the other hand, publications allow the rapid dissemination of information with attractive illustrations and presentation. However, on the other hand there is a clear tendency that the perspective of the Koran in persuasive communication forms a very important character. Therefore, after processing these findings, it can be concluded that persuasive communication in shaping the character of the Al-Quran perspective has the right way at the present time.

Kata kunci

Komunikasi
Persuasif,
Pembentukan
Karakter,
Perspektif Al-
Qur'an

Abstrak

Komunikasi persuasif merupakan salah satu kajian komunikasi yang kerap digunakan sebagai metode mempengaruhi orang lain dalam berbagai hal. Pembentukan karakter perspektif Al-Quran bukan sekedar wawasan tentang baik atau buruk melainkan membiasakan, menyontohkan, melatihkan, maupun menanamkan. Komunikasi persuasif dalam pembentukan karakter perspektif Al-Quran ini bertujuan untuk mempengaruhi sikap, perilaku untuk hal-hal baik sesuai perspektif Al-Qur'an. Data yang dikumpulkan dari sumber online terkait pembelajaran dianalisis secara deskriptif. Di sisi lain, publikasi memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dengan ilustrasi dan penyajian yang menarik. Namun, di sisi lain terdapat kecenderungan yang jelas bahwa perspektif Al-Quran dalam komunikasi persuasif membentuk karakter sangat penting adanya. Oleh karena itu, setelah mengolah temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif dalam membentuk karakter perspektif Al-Quran memiliki cara yang tepat pada masa saat ini.

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia butuh berinteraksi satu dengan lainnya untuk mendukung proses interaksi sosial, manusia membutuhkan komunikasi. (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2016) Interaksi sosial merupakan proses komunikasi yang selalu mengikat hubungan antar manusia. Dalam setiap peristiwa komunikasi, harus dibangun model komunikasi yang menjadi identitas seseorang atau sekelompok orang. Kegiatan komunikasi terjadi secara rutin dalam kehidupan sehari-hari seseorang, sehingga setiap proses komunikasi harus diperhatikan sebagai ukuran yang tepat sasaran dan tepat dari model komunikasi itu sendiri. (Hartono, 2016)

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (Rakhmat, 2008:14) berpendapat bahwa komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan lima hal, salah satunya adalah mempengaruhi sikap seseorang. Komunikasi untuk mempengaruhi sikap seseorang ini kemudian disebut sebagai komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan salah satu kajian komunikasi yang kerap digunakan sebagai metode mempengaruhi orang lain dalam berbagai hal.

Komunikasi persuasif sebagai bentuk usaha memengaruhi pendapat, sikap atau perilaku seseorang tentu membutuhkan proses. Pembentukan perilaku atau karakter itu sendiri harus bersifat multilevel dan multi-channel karena tidak mungkin hanya dilaksanakan oleh lembaga pendidikan saja, tetapi juga oleh keluarga dan masyarakat.

Adapun upaya dari tidak keberhasilan pembentukan karakter tersebut menyebabkannya krisis moral dan etika. Karakter adalah watak, sifat, akhlak ataupun kepribadian yang membedakan seorang individu dengan individu lainnya. Individu yang berkarakter baik merupakan orang yang selalu berusaha untuk melakukan berbagai hal yang terbaik terhadap Allah Sang Pencipta, dirinya sendiri, lingkungannya, orang lain, bangsa dan negaranya. Karakter yang baik berarti individu yang mengetahui tentang potensi dirinya dan memiliki nilai-nilai hubungan dengan Allah Sang pencipta, hubungan dengan sesama manusia dan hubungan dengan lingkungannya. Pembentukan nilai-nilai karakter pada diri individu, yang meliputi: ilmu pengetahuan, kesadaran, kemauan dan tindakan untuk dapat melaksanakan nilai-nilai harus ditanamkan dari sejak usia dini.

Pembentukan karakter memerlukan keteladanan dan sentuhan mulai sejak dini sampai dewasa. Sebab, pada dasarnya, anak yang berkarakter rendah adalah anak yang tingkat perkembangan emosi-sosialnya rendah sehingga anak beresiko mengalami kesulitan belajar, berinteraksi sosial, dan tidak mampu mengontrol diri.

Karakter yang berkualitas perlu dibentuk dan dibina sejak usia dini. Membentuk dan menumbuhkan karakter memerlukan proses yang panjang. Karakter manusia tidak terjadi secara otomatis. Kendati secara fitrah manusia memiliki potensi mencintai kebaikan. Karakter ibarat otot yang harus dibangun dengan latihan yang terus menerus, sehingga otot yang terbentuk bagus. Pada masa usia dini inilah yang merupakan masa kritis untuk membentuk karakter seseorang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan obyek komunikasi persuasif dalam pembentukan karakter perspektif Al-Qur'an. Peneliti melakukan penelitian sesuai data dan kejadian pada saat itu. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena sosial tertentu.

Data tersebut dikumpulkan melalui metode yaitu observasi, dan dokumentasi. Teknik observasi dilakukan secara langsung di kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Data yang diambil dari sumber jamak atau tunggal dengan metode observasi secara langsung.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan pada saat mengumpulkan data. Data penelitian ini dianalisis dengan tahapan seperti reduksi data, display data, kesimpulan dan verifikasi (Nur Mauliddah dan Dimiyati 2022). Sehingga nantinya peneliti akan lebih mudah dalam menyajikan data yang mendukung dalam kepenulisan ini.

Hasil dan Pembahasan

1. KONSEP KOMUNIKASI PERSUASIF

Hakikat komunikasi adalah proses ekspresi antarmanusia. Setiap manusia mempunyai kepentingan untuk menyampaikan pikiran atau perasaan yang dipunyai. Tentu saja, ekspresi pikiran dan perasaan itu memakai dan memanfaatkan bahasa sebagai medium komunikasinya. (Mufid, 2012)

Kebutuhan berkomunikasi akan meningkat sesuai dengan perkembangan hidup dan beragamnya peran seseorang di tengah masyarakat. Kesuksesan bisa dicapai dengan kecakapannya dalam berkomunikasi dan kegagalan juga bisa terjadi disebabkan karena faktor komunikasi. Michell Patricia García Mera menyatakan bahwa "Communication can be used to persuade individuals to change their intentions" (komunikasi bisa merubah niat seseorang). (Patricia, 2015)

Komunikasi persuasif terdiri dari dua kata, yaitu komunikasi dan persuasif. Untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif, maka penulis akan menguraikan masing-masing kata tersebut sebagai berikut:

Definisi Komunikasi Persuasif

Pengertian Komunikasi Komunikasi menurut bahasa atau etimologi berasal dari bahasa Latin yaitu: 1) *communicare*, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan; 2) *communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku dan *communication* yang berarti sama (Onong, 2017)

Secara terminologi, para pakar mendefinisikan komunikasi dengan definisi yang beragam, (Hasrullah, 2014) di antaranya: 1) Komunikasi adalah the proses by witch people exchange information or express their thoughts and feelings (komunikasi adalah proses bertukar informasi atau bertukar perasaan antar sesama manusia). (Biber, 2001) 2) Maynard Smith dan Harper (2003) mendefinisikan komunikasi sebagai: *communication in the true sense is carried out on the basis of signal transfer* (komunikasi sebagai aktifitas pentransferan tanda). (Jitka, 2012) 3) Komunikasi secara simple diartikan sebagai hubungan antara sumber pesan dengan penerimanya secara verbal atau non-verbal. Namun, secara lebih multiple komunikasi bisa diartikan sebagai “penciptaan kebersamaan dalam makna” (*the production of commonness in meaning*). Definisi ini mengisyaratkan bahwa dalam komunikasi yang penting bukan „pesannya“ tetapi „makna“ yang terkandung dalam pesan menurut persepsi si penerima (Hamijyo, 2005)

Di antara definisi komunikasi yang dipaparkan oleh para ahli bisa disimpulkan kepada beberapa pengertian sebagai berikut:

- 1) Komunikasi adalah: (a) penyampaian informasi melalui ruang dan waktu, dan (b) konstruksi makna melalui pertukaran bentuk-bentuk simbolik.
- 2) Komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seseorang baik verbal maupun nonverbal yang ditanggapi orang lain.
- 3) Komunikasi adalah penyampaian pesan dari satu pihak ke pihaklain.
- 4) Komunikasi adalah interaksi yang didasari oleh sinyal timbal balik yang saling dikenali.
- 5) Komunikasi adalah pengiriman ide atau pikiran yang bersifat dinamis dari suatu interaksi untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. (Cangara, 2009)

Pengertian Persuasif

Persuasive untuk mendapatkan pengaruh atau tanggapan positif dari khalayak, ada beberapa hal yang mesti dipenuhi di setiap aktifitas komunikasi. Salah satu faktor pentingnya adalah melakukan komunikasi secara persuasif. *Persuasion is the study of attitudes and how to change them* (persuasi adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang cara merubah sikap). Persuasif digunakan dalam rangka mengubah sikap dari seseorang. Berbagai aktivitas sosial memanfaatkan metode persuasif agar masyarakat mau berbuat sesuai dengan keinginan dari pihak yang melakukan persuasi, seperti keinginan untuk menghormati perempuan atau kaum minoritas, para pelaku bisnis dan pedagang dipersuasi agar menjalankan bisnis dan usaha mereka dengan jujur, kelompok-kelompok yang peduli dengan kesehatan terus mengampanyekan pola hidup sehat, mengubah pemikiran

masyarakat tentang rokok, menjauhi alkohol, narkoba dan sejenisnya serta seks bebas yang semuanya sangat merugikan kesehatan.

Para politisi, diplomat dan negoisator juga memanfaatkan metode persuasi untuk meraih keinginan dan impian mereka, beberapa politikus besar dunia merupakan ahli-ahli dalam memersuasi, Mereka menggunakan sosok-sosok yang sangat piawai dalam membujuk. (Perloff, 2003)

Istilah persuasi (persuasion) bersumber dari bahasa Latin: *persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang dalam bahasa Inggris berarti *to persuade, to induce, to believe* atau dalam bahasa Indonesia: membujuk atau merayu. (Echol & Hassan, 2007) Persuasif juga bermakna agitasi (ajakan), kampanye dan propaganda. (Endarmoko, 2016) Ilrdo (1981) mendefinisikan persuasif adalah *“communicative process of altering the beliefs, attitudes, intentions, or behavior of another by the conscious or unconscious use of word and nonverbal messages”* (persuasi adalah proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian, atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan nonverbal).

Untuk membantu keberhasilan komunikator dalam tugasnya perlu mengetahui prinsip-prinsip persuasif, sebagaimana dipaparkan oleh Nasor dalam Disertasinya sebagai berikut:

- 1) Pesan bisa diterima secara indrawi dan rohani;
- 2) Pesan sesuai dengan kebutuhan dan dorongan pribadi;
- 3) Pesan sejalan dengan norma dan kesetiaan pada kelompok;
- 4) Komunikatornya dapat dipercaya;
- 5) Memanfaatkan media di samping komunikasi tatap muka;
- 6) Adanya faktor pendukung lain seperti lingkungan yang kondusif untuk kegiatan persuasi;
- 7) Komunikator menyampaikan kesimpulan secara eksplisit;
- 8) Jika ada pandangan yang bertentangan yang ingin disampaikan, maka menyampaikan pendapat yang bertentangan tersebut di akhir akan lebih baik;
- 9) Pahami khalayak dengan baik;
- 10) Penggunaan kata-kata atau ancaman akan kurang efektif dibanding penyampaian secara lembut dan santun;
- 11) Untuk mengetahui hasil dari sebuah komunikasi, seorang komunikator bisa menunggu beberapa waktu tidak bisa langsung setelah proses komunikasi dan;
- 12) Menyiapkan diri dengan sebaik-baiknya untuk menghadapi komunikator yang tidak antusias. (Nasor, 2007) Nasor, “Komunikasi Persuasif Nabi Muhammad SAW dalam Mewujudkan Masyarakat Madani”. Disertasi: Jakarta: Sekolah Pascasarjana UIN Jakarta, 2007

Untuk menunjang keberhasilan persuasi, ada beberapa rambu-rambu yang mesti diikuti yaitu:

- 1) Pesan persuasif memiliki kegunaan bagi khalayak;
- 2) Pesan persuasif mengandung kejujuran dan tidak bersifat manipulatif;
- 3) Desain pesan persuasif menarik perhatian khalayak sehingga dianggap penting dan bernilai;
- 4) Pesan persuasif tidak mengandung nada ancaman yang mengganggu kepentingan khalayak. (Kriyantono, 2017)

M. Quraish Shihab memberikan rambu-rambu dalam berkomunikasi, jika komunikasi ingin pesan yang hendak disampaikan tepat sasaran, dan bisa tersebar secara luas maka ia harus menghindari lokasi yang bisa menghalangi penyebaran pesan tersebut. Langkah selanjutnya yang mesti diperhatikan adalah mengemas pesan sebaik mungkin, pesan disampaikan dengan penuh simpatik dan berwibawa sehingga pesan tersebut menempati tempat yang layak di hati lawan bicara atau penerima pesan. (Quraish, 2014)

Komunikasi Persuasif

Messinna mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai: “an attempt through communication to influence knowledge, attitude or behavior of an audience through presentation of a view that addresses and allows the audience to make voluntary, informed, rational and reflective judgements” (upaya untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap atau perilaku audiens melalui sajian pandangan, pendapat yang memungkinkan audiens membuat penilaian secara sukarela, bersifat rasional dan reflektif/tidak dengan paksaan atau tekanan). (Rahman, 2016)

Ada lima komponen terkait definisi komunikasi persuasif di atas yaitu:

- 1) Persuasi adalah proses simbolik Usaha persuasi membutuhkan waktu dan tahapan-tahapan. Tidak terjadi secara tiba-tiba atau instan. Persuasi merupakan usaha yang disengaja dan terencana dan secara aktif melibatkan komunikator, persuasi bisa dilakukan dengan komunikasi verbal atau melalui komunikasi nonverbal dengan penggunaan simbol-simbol.
- 2) Persuasi adalah sebuah upaya untuk mempengaruhi sebagai satu seni dalam mempengaruhi, seorang komunikator dalam komunikasi persuasif harus benar-benar berniat untuk mengubah sikap atau perilaku objeknya, dan ada upaya nyata dalam mempengaruhi komunikatornya. Poin utamanya di sini adalah bahwa persuasi merupakan upaya sadar untuk memengaruhi pihaklain, bersama dengan kesadaran yang menyertai bahwa persuadee memiliki kondisi mental yang rentan terhadap perubahan. Persuasi terjadi dalam konteks pesan yang disengaja yang diprakarsai oleh komunikator dengan harapan dapat mempengaruhi penerima.
- 3) Setiap orang akan berbuat sesuai dengan keyakinan Seorang komunikator tidak boleh “melawan arus,” artinya persuasi dilakukan dengan cara baik, halus dan diiringi dengan argumen-argumen kuat sehingga orang yang dibujuk bersedia mengikuti tanpa merasa terpaksa. Sebuah ungkapan dari Joel Whalen (1996)

yang dikutip oleh Richard menyebutkan: “You can't force people to be persuaded-you can only activate their desire and show them the logic behind your ideas” (anda tidak dapat memaksa orang untuk diyakinkan, tetapi anda hanya dapat membangkitkan keinginan mereka dengan mengajukan argumen-argumen di balik ide-ide anda).

- 4) Persuasi melibatkan transmisi pesan. Pesan dalam komunikasi persuasif bisa berupa pesan verbal atau nonverbal, bermedia atau nonmedia. Isi pesan bisa diterima ataupun sulit dicerna, pesan bersifat faktual atau emosional. Pesan dapat terdiri dari argumen atau isyarat sederhana seperti alunan musik dalam iklan yang membawa ketenangan pikiran. Persuasi adalah aktivitas komunikatif; dengan demikian, harus ada pesan agar persuasi terjadi. Berita tidak diragukan lagi membentuk sikap dan keyakinan masyarakat, selain pesan yang disampaikan melalui siaran berbentuk berita, berbagai karya seni, buku, film, bahkan musik atau lagu juga bisa memersuasi. Namun, meskipun berita dan seni mengandung pesan yang dapat mengubah sikap seseorang tapi tidak bisa dikelompokkan ke dalam persuasi murni, karena persuasi didefinisikan sebagai upaya untuk meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku mereka. Wartawan tidak berusaha untuk mengubah sikap atau pandangan masyarakat, namun, hanya sekedar menyampaikan atau mendeskripsikan peristiwa sebagai informasi kepada masyarakat.
- 5) Persuasi mengandung semangat kebebasan untuk memudahkan memahami arti kebebasan, Richard mengutip pendapat para filosof dari Feinberg, (1998) “*coercion as a technique for forcing people to act as the coercer wants them to act, and presumably contrary to their preferences. It usually employs a threat of some dire consequence if the actor does not do what the coercer demands*” (koersi adalah teknik untuk memaksa orang lain bertindak sebagaimana keinginan si pemaksa meskipun paksaan tersebut bertentangan dengan nurani orang yang dipaksa). Biasanya koersi menggunakan ancaman dengan konsekuensi yang mengerikan jika komunikan tidak melakukan apa yang diminta oleh si pemaksa.

2. PEMBENTUKAN KARAKTER

Karakter berasal dari bahasa latin “kharakter”, “kharassein”, “kharax”, Yunani character, dari charassein yang berarti membuat tajam, membuat dalam. Dalam kamus Poerwadarminta, karakter diartikan sebagai tabiat, watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Nama dari jumlah seluruh ciri pribadi yang meliputi hal-hal seperti perilaku, kebiasaan, kesukaan, ketidaksukaan, kemampuan, kecenderungan, potensi, nilai-nilai dan pola-pola pemikir. (Abdul Majid, Dian Andayani: 2011)

Karakter dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tabiat, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Artinya adalah orang yang berkarakter adalah orang yang berkepribadian, berperilaku, bersifat, bertabiat, atau berwatak tertentu yang membedakan dirinya dengan orang lain. Karakter identik dengan kepribadian, dengan demikian kepribadian merupakan ciri, karakteristik, atau sifat (Suyadi: 2013) Karakter merupakan moralitas, kebenaran, kebaikan, kekuatan, dan sikap seseorang yang ditunjukkan kepada orang lain melalui tingkah laku tindakan (Mahmud: 2014)

Dengan makna seperti itu berarti karakter identik dengan kepribadian atau akhlak. Kepribadian merupakan ciri karakteristik atau sifat khas dari diri seseorang yang bersumber dari bentukan-bentukan yang diterima dari lingkungan, misalnya keluarga pada masa kecil, dan juga bawaan sejak lahir. Pendidikan bukan merupakan sarana transfer ilmu pengetahuan saja, akan tetapi lebih luas lagi yakni sebagai sarana pembudayaan dan penyaluran nilai. Anak harus mendapatkan pendidikan yang menyentuh dasar kemanusiaan. Dimensi kemanusiaan itu mencakup sekurang-kurangnya tiga hal paling mendasar, yaitu:

- a. Afektif yang tercermin pada kualitas keimanan, ketaqwaan, akhlak mulia serta kepribadian unggul.
- b. Kognitif yang tercermin pada kapasitas pikir dan daya intelektualitas untuk menggali dan mengembangkan serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi.
- c. Psikomotorik tercermin dalam mengembangkan keterampilan teknis, kecakapan praktis dan kompetensi kinestetis.

Pembentukan karakter anak dapat dibentuk dengan dunia pendidikan, karena manusia memiliki tiga pendidikan yang utama yakni: Keluarga, sekolah dan masyarakat. Sehingga ketiganya dapat disebut sebagai salah satu cara untuk membentuk karakter anak. (Zulkifli M, 2014)

Kegagalan penanaman karakter yang baik di usia dini ini akan membentuk pribadi yang bermasalah di masa dewasanya. Kesuksesan orang tua maupun pendidik membimbing anaknya dalam mengatasi konflik kepribadian di usia dini sangat menentukan kesuksesan anak dalam kehidupan sosial di masa dewasanya. Ada dua faktor yang mempengaruhi karakter anak usia dini:

- a. Faktor intern, meliputi insting/naluri, kebiasaan, kehendak/kemauan, suara hati, dan keturunan;
- b. Faktor ekstern, meliputi pendidikan dan lingkungan.

Keberhasilan pengembangan karakter dalam pendidikan anak usia dini dapat diketahui dari perilaku sehari-hari yang tampak pada setiap aktivitas berikut:

- a. Kesabaran,
- b. Kesadaran,
- c. Kejujuran,

Komunikasi Persuasif Membentuk Karakter
Perspektif Al-Qur'an

- d. Keikhlasan,
- e. Kesederhanaan,
- f. Kemandirian,
- g. Kepedulian,
- h. Kebebasan dalam bertindak,
- i. Kecermatan/ ketelitian,
- j. Komitmen,
- k. Mematuhi peraturan,
- l. Menghargai hak dan kewajiban

3. PERSPEKTIF ALQUR'AN SEBAGAI LANDASAN KOMUNIKASI PERSUASIF PEMBANGUNAN KARAKTER

Komunikasi persuasif juga mendapat perhatian dalam Islam. Cara-cara berkomunikasi dengan metode persuasif diterangkan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125;

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.*

Dalam cuplikan Tafsir Al-Qurthuby, mengungkapkan bahwa ayat tersebut diturunkan di Makkah ketika Rasulullah SAW diperintahkan oleh Allah SWT untuk bersikap damai kepada kaum Quraisy. Beliau diperintahkan oleh Allah SWT untuk menyeru kepada agama Allah dengan cara yang lembut (talathuf), layyin, tidak bersikap kasar dan tidak menggunakan kekerasan. Demikian pula yang semestinya diterapkan dalam berkomunikasi di berbagai bidang, terlebih dalam hal pendidikan. yakni dengan menggunakan cara-cara yang persuasif dan cara-cara yang baik, bukan dengan sikap kasar atau kekerasan, karena hal ini berkaitan dengan pembentukan sikap seseorang untuk tujuan mempengaruhi dan membentuk sikap, dibutuhkan suatu proses. Proses, bukanlah merupakan hal yang sederhana. Ia sesungguhnya bersifat kompleks. Dalam konsep proses, peristiwa dan gubungan harus dipandang sebagai hal yang dinamis, senantiasa berlangsung, dan selalu berubah terus menerus (Sumirat & Suryana, 2014: 2.3)

Proses transformasi dalam pembentukan sikap pemuda sipil menuju seorang penyandang profesi militer pun tidak sederhana. Dalam 'Prinsip Besar Perubahan', sebagaimana dikemukakan oleh De Vito (2011 502), mengasumsikan bahwa makin besar dan makin penting perubahan yang diinginkan atas diri khalayak, semakin sulitlah tugas komunikator. Selain itu, prinsip tersebut juga mengungkapkan bahwa semakin besar perubahan yang diinginkan, waktu yang dibutuhkan akan semakin lama. Maka, pembentukan sikap dalam diri seorang prajurit Tamtama akan menjadi suatu tantangan

bagi lembaga pendidikan dan orang-orang yang berkecimpung di dalamnya, selaku komunikator, terlebih waktu pendidikan tersebut terbilang relatif singkat.

Cara mengundang peneliti adalah dialog cerdas, kepada orang-orang biasa dengan nasihat dan perumpamaan kepada mereka untuk menemukan cara terdekat dan paling tepat untuk kebenaran, Seruan melawan Ahl-al-Kitab dibuat dengan logika dan retorika yang halus. dengan percakapan yang baik dan menghindari kekerasan dan sumpah serapah. (Hidayat & Nurjanah, 2023)

Untuk mendapatkan hasil komunikasi sebaik mungkin, Komunikator harus memperhatikan prinsip persuasif. Graves dan Bowman (Hasani, 2021) menyajikan delapan pendekatan yang harus diikuti seseorang komunikator, yaitu:

- a. Menyesuaikan gagasan yang diajukan dengan sikap komunikatif, karena sikap dibentuk oleh pengalaman dan pendidikan (media) memiliki pengaruh yang kuat terhadap respon pesan persuasif.
- b. Persuasi harus dapat meningkatkan hasrat dan nalar Komunikator biasanya selalu percaya apa adanya dia ingin
- c. Komunikator harus dapat menarik perhatian karena Komunikator tidak membaca atau mendengar apapun yang ada bosan atau memiliki perhatiannya pada hal-hal lain
- d. Komunikator harus menjelaskan dan mengklarifikasi sebaik mungkin. Karena jika komunikannya salah paham dan memiliki sikap apatis bisa menjadi orang berprasangka (jahat). Memberikan penjelasan yang jelas, ide, statistik dan Peristiwa kompleks harus sesederhana mungkin
- e. Komunikator harus dapat menyampaikan fakta dan alasan untuk mengkonfirmasi kesimpulan. Penyampaian dua masalah lebih dari cukup.
- f. Komunikator juga harus bijak dalam menanggapi perlawanan Penolakan karena komunika yang sudah memiliki perhatian pada suatu hal dan pemikirannya melekat pada ide-ide atau hal-hal yang bertentangan Komunikator, komunikasi akan mengabaikan masalah yang disajikan.
- g. Komunikator harus mampu memenangkan hati orang-orang yang skeptis, apatis, atau bahkan mereka yang melawan.
- h. Komunikator harus mampu membuat komunikasi berperilaku dan berjalan seperti yang diharapkan, jika komunikasi sudah dalam pengaruh dan percaya pada hal-hal yang diusulkan.

4. PRINSIP PENDIDIKAN KARAKTER

Menurut Al Ghazali Dalam Risalah Ayyuha al-Walad mengenai prinsip pendidikan karakter yaitu menekankan pada pentingnya nilai akhlak yang mengarah pada prinsip integrasi spiritualitas dalam tujuan pendidikan karakter. Al-Ghazali menganggap bahwa karakter lebih dekat dengan akhlaq, yaitu spontanitas manusia dalam bersikap, atau melakukan perbuatan yang telah menyatu dalam diri manusia sehingga ketika

muncul tidak perlu dipikirkan lagi. Apa yang dikatakan al-Ghazali tersebut merupakan karakter yang telah mengakar dalam diri seseorang. Dimana nilai-nilai yang sebelumnya menjadi acuan telah dipahami dengan benar dan diaplikasikan dalam kehidupan bermasyarakat. Karakter bersumber dari nilai-nilai luhur yang secara moral membentuk pribadi seseorang dan tercermin dalam perilaku.

Menurut Burhanuddin al-Zarnuji bahwa prinsip pendidikan karakter dalam Islam yaitu identik dengan pendidikan etika atau adab lahir dan bathin. Ini dapat dimaknai pada sebuah tujuan pendidikan yang bermuara pada pembentukan moral. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa pengertian pembentukan moral atau etika diartikan sama dengan pembentukan karakter (Agus Setiawan: 2014)

5. Mekanisme Pembentukan Karakter

a. Unsur dalam Pembentukan Karakter

Ada beberapa dimensi manusia yang secara psikologis dan sosiologis perlu dibahas dalam kaitannya dengan terbentuknya karakter pada diri manusia. Adapun unsur-unsur tersebut adalah sikap, emosi, kemauan, kepercayaan dan kebiasaan.

Sikap seseorang akan dilihat orang lain dan sikap itu akan membuat orang lain menilai bagaimanakah karakter orang tersebut, demikian juga halnya emosi, kemauan, kepercayaan dan kebiasaan, dan juga konsep diri (Self Conception).

b. Sikap

Sikap seseorang biasanya adalah merupakan bagian karakternya, bahkan dianggap sebagai cerminan karakter seseorang tersebut. Tentu saja tidak sepenuhnya benar, tetapi dalam hal tertentu sikap seseorang terhadap sesuatu yang ada dihadapannya menunjukkan bagaimana karakternya.

c. Emosi

Emosi adalah gejala dinamis dalam situasi yang dirasakan manusia, yang disertai dengan efeknya pada kesadaran, perilaku, dan juga merupakan proses fisiologis.

d. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan komponen kognitif manusia dari faktor sosiopsikologis. Kepercayaan bahwa sesuatu itu "benar" atau "salah" atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman, dan intuisi sangatlah penting untuk membangun watak dan karakter manusia. Jadi, kepercayaan itu memperkuat eksistensi diri dan memperkuat hubungan dengan orang lain.

e. Kebiasaan dan Kemauan

Kebiasaan adalah komponen konatif dari faktor sosiopsikologis. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis, dan tidak direncanakan. Sementara itu, kemauan merupakan kondisi yang sangat mencerminkan karakter seseorang. Ada orang yang kemauannya keras, yang kadang ingin mengalahkan kebiasaan, tetapi juga ada orang yang kemauannya lemah. Kemauan erat berkaitan dengan tindakan, bahkan ada yang mendefinisikan

kemauan sebagai tindakan yang merupakan usaha seseorang untuk mencapai tujuan.

f. Konsep Diri (Self Conception)

Hal penting lainnya yang berkaitan dengan (pembangunan) karakter adalah konsep diri. Proses konsepsi diri merupakan proses totalitas, baik sadar maupun tidak sadar, tentang bagaimana karakter dan diri kita dibentuk. Dalam proses konsepsi diri, biasanya kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Citra diri dari orang lain terhadap kita juga akan memotivasi kita untuk bangkit membangun karakter yang lebih bagus sesuai dengan citra. Karena pada dasarnya citra positif terhadap diri kita, baik dari kita maupun dari orang lain itu sangatlah berguna (Fathul Mu'in : 2011)

Kesimpulan

Komunikasi persuasif membentuk karakter perspektif Al-Quran bukan hanya sekedar mengajarkan atau memberikan wawasan tentang baik dan buruk, melainkan pembiasaan, melatih dalam kehidupan sehari-hari. Karakter dalam perspektif Islam, tahapan-tahapan pendidikan karakter dimulai sedini mungkin karena dimensi manusia yang secara psikologis dan sosiologis kaitannya dengan terbentuknya karakter pada diri manusia. Dengan unsur-unsur tersebut berupa sikap, emosi, kemauan, kepercayaan dan kebiasaan.

Referensi

[Abdul Majid, Dian Andayani, Pendidikan Karakter Perspektif Islam, \(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011\)](#)

[Agus Setiawan, Prinsip Pendidikan Karakter Dalam Islam: Studi Komparasi Pemikiran Al-Ghazali dan Burhanuddin Al-Zarnuji, Dinamika Ilmu Vol. 14. \(Samarinda 2014\)](#)

- [Douglas Biber dkk. Longman Dictionary of Contemporary English, Harlow: Pearson Education Limited, 2001, cet. ke-4](#)
- [Eko Endarmoko, Tesaurus Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016](#)
- [Fathul Mu'in. Pendidikan Karakter Kontruksi Teoritik dan Praktek. \(Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011\)](#)
- [Hafied Cangara, Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2009](#)
- [Hartono, R. \(2016\). Pola Komunikasi di Pesantren : Studi tentang Model Komunikasi antara Kiai, Ustadz, dan Santri di Pondok Pesantren TMI Al-Amien Preduan. Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 1\(1\), 67–100. <https://doi.org/10.22515/BALAGH.V1I1>.](#)
- [Hasani, J. \(2021\). Komunikasi Persuasif Perspektif Al-Qur'an \(Studi Komparatif Makkiy dan Madaniy\).](#)
- [Hasrullah, Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, cet. ke-2](#)
- [Hidayat, S., & Nurjanah. \(2023\). Studi Pendidikan: Moderasi Islam Untuk Menangkal Radikalisme di Jawa Barat. Al-Afkar, Journal For Islamic Studies, 6\(1\). <https://doi.org/10.31943/AFKARJOURNAL.V6I1>.](#)
- [Jitka Fialová, Jan Havlíček, "Perception Of Emotion-Related Body Odours In Humans", dalam Anthropologie L/1 2012](#)
- [John M. Echols dan Hassan Shadily, Kamus Inggris Indonesia, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007, cet.ke-29](#)
- [Khairiah A. Rahman "Dialogue and Persuasion in the Islamic Tradition: Implications for Journalism", dalam Global Media Journal-Canadian Edition Volume 9, Issue 2, 2016](#)
- [Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, Tafsir Ilmi Fenomena Kejiwaan Manusia dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sains, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2016, cet. ke-1](#)
- [M. Quraish Shihab, Mukjizat al-Qur'an Ditinjau dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah, dan Pemberitaan Ghaib edisi ke-2, Bandung: Mizan, 2014](#)

- [Michell Patricia García Mera, "Effects of Persuasive Communication on Intention to Save Energy: Punishing and Rewarding Messages". Tesis, New York: Rochester Institute of Technology, 2015](#)
- [Mahmud, H., Pendidikan Karakter \(Konsep dan Implementasi\), \(Bandung: Alfabeta, 2014\)](#)
- [Muhammad Mufid, Etika dan Filsafat Komunikasi, Jakarta: Kencana Prenada Media Grop, 2012, cet. ke-3](#)
- [Onong Uchayana Efendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017](#)
- [Rachmat Kriyantono, Teori-Teori Public Relation Pespektif Barat&Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik, Jakarta: Kencana, 2017](#)
- [Rakhmat, Jalaluddin. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.](#)
- [Richard M. Perloff, The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21st Century, London : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers 2003](#)
- [Riyanto & Mahfud, Waryani Fajar & Mokhammad. 2012. Komunikasi Islam 1 \(Perspektif Integrasi-Interkoneksi\). Yogyakarta : Galuh Patria.](#)
- [Santoso S. Hamijoyo, Komunikasi Partisipaton, Pemikiran dalam Implementasi Komunikasi dalam Pengembangan Masyarakat, Bandung: Humaniora, 2005](#)
- [Sumirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014. Komunikasi Persuasif. Banten : Universitas Terbuka](#)
- [Suyadi, Strategi Pembelajaran Pendidikan Karakter, \(Bandung: Rosda, 2013\)](#)
- [Soleh Soemirat dan Asep Suryana, Komunikasi Persuasif, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka Kemenristek, 2018, cet. ke-13](#)
- [Zulkifli M, Ilmu Pendidikan. \(Jakarta: Sejahtera kita, 2014\)](#)