



**KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF HASAN
AL BANNA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

Oleh :

IZZUDIN HABIBURROHMAN

NIM. B91216092

**PROGRAM KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2021

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Izzudin Habiburrohman
NIM : B91216092
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul "**Komunikasi Dakwah Persuasif Hasan Al Banna**" adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya sendiri dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 30 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Izzudin Habiburrohman

NIM.B91216092

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Penelitian skripsi ini disusun oleh:

Nama : Izzudin Habiburrohman
NIM : B91216092
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Program Studi : Komunikasi Pernyiaran Islam
Judul : Komunikasi Dakwah Persuasif Hasan
Al-Banna

Penelitian ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing

Surabaya. 22 Juni 2021

Dosen Pembimbing,



Dr. Abdullah Sattar, S.Ag. M.Fil.i
NIP. 196512171997031002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF HASAN AL BANNA

SKRIPSI

Disusun Oleh
Izzudin Habiburrohman
B91216092

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 13 Juli 2019

Tim Penguji

Penguji I



Dr. Abdullah Sattar, S.Ag. M.Fil.i
NIP. 196512171997031002

Penguji II



Dr. M. Anis Bachtiar, M. Fil.i
NIP. 196912192009011002

Penguji III



Dr. H. Fahrur Razi, S.Ag., M.Si, MA
NIP. 196906122006041018

Penguji IV




Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah,
M.Ag
NIP. 196912041997032007

Surabaya, Juli 2021



Dekan


Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Izzudin Habiburrohmah
NIM : B91216092
Fakultas/Jurusan : Dakwah & Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : izzudinhabib97@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Komunikasi Dakwah Persuasif Hasan Al Baruna

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 November 2023

Penulis


(Izzudin Habiburrohmah)
nama lengkap dan tanda tangan

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

ABSTRAK

Izzudin Habiburrohman, 2021, Komunikasi Dakwah Persuasif Hasan Al-Banna, Skripsi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam. Dibawah bimbingan Dr. Abdullah Sattar, S.Ag. M.Fil.i

Komunikasi persuasif adalah salah satu cabang ilmu komunikasi yang memiliki tujuan tidak sebatas menyampaikan pesan/informasi, tetapi juga bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi suatu sikap, kepercayaan, dan perilaku seseorang sehingga mereka bertindak sesuai dengan apa yang telah diharapkan oleh komunikator. Adapun sasaran dari komunikasi ini meliputi 3 hal, yaitu perubahan pada aspek kognitif, afektif, dan konatif. Teknik-teknik yang digunakan dalam menjalankan komunikasi ini terdiri dari 5 tahapan; yaitu Asosiasi, Integrasi, Pay-Off, Fear-Arrousing, dan Icing. Sedangkan tujuan dari komunikasi persuasif adalah Response-Shaping, Response-Reinforcing, dan Response-Changing. Ketiga komponen diatas saling berkaitan dalam proses berjalannya komunikasi persuasif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa model komunikasi dakwah Hasan Al-Banna yang dikaitkan dengan ketiga komponen komunikasi persuasif diatas.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif melalui pendekatan historis. Sumber data didapatkan dari kitab Majmuatu Rasail. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan pengkajian dokumen. Analisa dilakukan dengan anlisa menggunakan teori komunikasi persuasif Onong Uchjana disertai formula AIDDA dan Teori Gerald R. Miller dalam hal tujuan komunikasi persuasif.

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Hasil penelitian menunjukkan adanya pola persuasif yang dilakukan oleh Hasan Al-banna dalam menyampaikan risalahnya. Teknik asosiasi yang dibuktikan dengan pemaparan kondisi mesir yang sedang dijajah barat. Teknik Integrasi yang dibuktikan dengan penyampaian bahwa sesama umat islam harus memiliki keinginan untuk menegakkan kembali agama islam. Teknik Pay-Off dibuktikan dengan balasan kebaikan, pahala, keselamatan dunia dan akhirat apabila ikut serta dalam gerakan untuk menegakkan agama Islam. Teknik Fear-Arrousing dibuktikan dengan penggambaran kebobrokan umat islam dan akibatnya apabila tidak segera memperbaiki diri. Dan teknik Icing dibuktikan dengan banyak penggambaran untuk sekedar menguatkan suatu kata.

Kata Kunci: *Komunikasi Persuasif, Dakwah, Hasan Al-Banna*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

ABSTRACT

Persuasive communication is a branch of communication science which aims not only to convey messages/information, but also aims to change or influence a person's attitudes, beliefs and behavior so that they act in accordance with what is expected by the communicator. The targets of this communication include 3 things, namely changes in cognitive, affective and conative aspects. The techniques used in carrying out this communication consist of 5 stages; namely Association, Integration, Pay-Off, Fear-Arousing, and Icing. Meanwhile, the goals of persuasive communication are Response-Shaping, Response-Reinforcing, and Response-Changing. The three components above are interrelated in the process of persuasive communication. The aim of this research is to analyze Hasan Al-Banna's da'wah communication model which is linked to the three components of persuasive communication above.

This research uses descriptive qualitative research using a historical approach. The data source was obtained from the *Majmuatu Rasail* book. Data collection was carried out by observation and document review. The analysis was carried out using Onong Uchjana's persuasive communication theory accompanied by the AIDDA formula and Gerald R. Miller's theory regarding the purpose of persuasive communication.

The results of the research show that there is a persuasive pattern used by Hasan Al-banna in conveying his message. The association technique is proven by the presentation of the conditions in Egypt which was being colonized by the West. The integration technique is proven by conveying that fellow

Muslims must have the desire to re-establish the Islamic religion. The Pay-Off technique is proven by the return of goodness, rewards, safety in this world and the hereafter if you participate in the movement to uphold the Islamic religion. The Fear-Arousing technique is proven by depicting the depravity of Muslims and the consequences if they do not immediately improve themselves. And the Icing technique is proven by many depictions to just strengthen a word.

Keywords: *Persuasive Communication, Dakwah, Hasan Al-Banna*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

خلاصة

التواصل المقنع للغاية هو فرع من فروع علم الاتصال الذي لا يهدف فقط إلى نقل الرسائل/المعلومات، ولكنه يهدف أيضًا إلى أن يصبح ويؤثر بشكل كبير على شخصية الشخص ومعتقداته وسلوكه بحيث يتصرف أو يرغب في انسجام مع ما تم التخطيط له من قبل الشخص. متصل. وتشمل أهداف هذا الاتصال ثلاثة أشياء، وهي التغييرات في الجوانب المعرفية والعاطفية والتحويلية. تتكون التقنيات المستخدمة في تنفيذ هذا الاتصال من 5 مراحل؛ وهي الارتباط، والتكامل، والدفع، وإثارة الخوف، والثلج. وفي الوقت نفسه، فإن أهداف التواصل المقنع هي تشكيل الاستجابة وتعزيز الاستجابة وتغيير الاستجابة. المكونات الثلاثة المذكورة أعلاه مترابطة في عملية الاتصال المقنع. يهدف هذا البحث إلى تحليل نموذج الاتصال الدعوي عند حسن البنا والذي يرتبط بالمكونات الثلاثة للاتصال المقنع أعلاه.

وقد تم في كتابة هذا البحث استخدام نوع من البحث النوعي الوصفي باستخدام الملاحظات التاريخية. تم الحصول على مصدر البيانات من كتاب مجمعة الرسائل. ويتم جمع البيانات بطريقة تسمى الملاحظة بدلا

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

من مراجعة الوثائق. تم إجراء التحليل باستخدام نظرية Onong Uchjana للتواصل المقنع مصحوبة بصيغة AIDDA ونظرية Gerald R. Miller فيما يتعلق بغرض التواصل المقنع.

وتظهر نتائج البحث أن هناك أسلوباً مقنعاً استخدمه حسن البنا في إيصال رسالته. وقد تم إثبات أسلوب الارتباط من خلال عرض الظروف في مصر التي كانت تحت الاستعمار الغربي. وقد تم إثبات تقنية التكامل من خلال التأكيد على أن إخوانهم المسلمين يجب أن تكون لديهم الرغبة في إعادة تأسيس الدين الإسلامي. تقنية الدفع ثبتت بعودة الخير والثواب والسلامة في الدنيا والآخرة إذا شاركت في حركة إعلاء الدين الإسلامي. تم إثبات أسلوب إثارة الخوف من خلال تصوير فساد المسلمين والعواقب إذا لم يقوموا بتحسين أنفسهم على الفور. وقد تم إثبات تقنية التثليج من خلال العديد من الصور لتقوية الكلمة فقط.

الكلمات المفتاحية: الاتصال المقنع، الدعوة، حسن البنا

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWAB OTENSITAS SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I	18
A. Latar Belakang	18
B. Rumusan Masalah	26
C. Tujuan Penelitian	27
D. Manfaat Penelitian	27
E. Definisi Konseptual	28
F. Sistematika Pembahasan	30
BAB II	32
A. Komunikasi Dakwah Persuasif	32
B. Penelitian Terdahulu	45
BAB III	48
A. Jenis penelitian	48
B. Jenis dan Sumber data	49
C. Tahap-tahap penelitian	49
D. Teknik Pengumpulan Data	51

E. Teknik Analisis Data	53
BAB IV	54
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	54
B. Penyajian Data.....	57
C. Pembahasan	69
BAB V	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran dan Rekomendasi	93
C. Keterbatasan Penelitian	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
BIOGRAFI PENELITI	99



DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2004
- Al-Banna, Hasan. *Majmu'atu Rasail*. Surakarta: Era Adicitra Intermedia. 2012
- Djamal, M. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka. 2015
- Djamaluddin Malik, Dedy dan Yosol Iriantara. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset. 1994
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2014
- Muhalhil, Jasim. *Ikhwanul Muslimin: Deskripsi, Jawab dan Tuduhan*. Jakarta: Najah Press. 1997
- Ni'matuzahroh, dan Susanti Prasetyoningrum. *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. 2018
- Rosefsky Wickham, Carrie. *The Muslim Brotherhood: Evolution of an Islamist Movement*. United States of America: Princeton University Press. 2013
- Salim dan Syahrums. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media. 2012
- Stiff, James B. *Persuasive Communication*. New York: The Guilford Press. 2016

- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2010
- Yakan, Fathi. *Revolusi Hasan Al-Banna*. Jakarta: Penerbit Harakah. 2002
- Isyana Putri, Frieda. “Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial”. *Jurnal Ilmu Komunikasi UNDIP*. vol. 04, No. 01, 2015\
- Mubasyaroh. “Strategi Dakwah Persuasive Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat”. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*. vol. 11, No. 02, 2015
- Rusdiyanta, Muh. Umar Wirayuda dan Doddy Wihardi, “Transnasionalisasi Ideologi: Kasus Ikhwanul Muslimin terhadap Partai Keadilan Sejahtera”, *Transnasional: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*. vol. 4, No. 3, 2009
- Sakdiyah, Halimatus. “Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif”. *Jurnal Ilmu Dakwah*. vol. 35, No. 01, 2015
- Zaenuri, Ahmad. “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran”. *JALIE: Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*. vol. 01, No. 01, 2017
- Miftahuddin. “Pengaruh Ideologi Ikhwanul Muslimin Terhadap Partai Keadilan Sejahtera (PKS) di Indonesia”, *Skripsi, Jurusan Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2008

Prayetno, Budi. “Infiltrasi Ideologi Ikhwanul Muslimin Terhadap Organisasi Kemahasiswaan Ekstra dan Intra Kampus UIN Alauddin Makassar”, *Skripsi Jurusan Aqidah Filsafat* Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik UIN Alauddin Makassar. 2014

Dr. Zuly Qodir (Ketua Program Studi Doktor Politik Islam- Ilmu Politik UMY), “*Gerakan Tarbiyah: Visi, Misi dan Strateginya*”, diakses pada Februari 2020 dari <https://s3pi.umy.ac.id/gerakan-tarbiyah-visi-misi-dan-strateginya/>

‘Tentang KAMMI’. Diakses pada Februari 2020 dari <http://www.kammi.id/tentang-kammi/>

‘20 Teknik komunikasi persuasif’. Diakses pada Agustus 2020 dari <https://pakarkomunikasi.com/20-teknik-komunikasi-persuasif>

‘7 Teori komunikasi persuasif menurut ahli’. Diakses pada Agustus 2020 dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-persuasif>