



Persuasive Communication of The Mpm Al-Jihad Fisip Untad Dakwah Institution in Recruiting New Cadres

Komunikasi Persuasif Lembaga Dakwah MPM Al-Jihad Fisip Untad dalam Merekrut Kader Baru

Suriyani

Universitas Tadulako, Palu, Indonesia

Keywords

*Persuasive communication;
Recruitment;
MPM AL-Jihad Fisip Untad*

ABSTRACT

This research aims to find out how the persuasive communication techniques of the MPM Al-Jihad Fisip Untad da'wah institution are used in recruiting new cadres. This research is descriptive qualitative in nature with the research base being a case study. This research uses data collection techniques through observation and interviews with sources determined based on purposive sampling techniques. The results of this research show that the MPM Al-Jihad administrators use five persuasive communication techniques, namely the association technique, integration techniques, arrangement technique, reward technique, and red-herring techniques. These techniques aim to attract the interest of Muslim students from the Faculty of Social and Political Sciences, class of 2023. However, most of the Muslim students from the Faculty of Social and Political Sciences, class of 2023, are not interested in joining. This is because the Muslim Faculty of Social and Political Sciences Untad class of 2023 students feel that the persuasive communication techniques used are not relevant to their needs.

Kata Kunci

Komunikasi persuasif;
Rekrutmen;
MPM AL-Jihad Fisip Untad

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif lembaga dakwah MPM Al-Jihad Fisip Untad dalam merekrut kader baru. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan dasar penelitian yaitu studi kasus, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan narasumber yang ditentukan berdasarkan teknik Purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengurus MPM Al-Jihad menggunakan lima teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran, dan teknik *red-herring*. Teknik-teknik ini bertujuan untuk menarik minat mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023. Namun sebagian besar mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023 merasa tidak tertarik untuk bergabung. Hal ini dikarenakan mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023 merasa bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan tidak relevan dengan kebutuhan mereka, serta kegiatan rekrutmen dan program kerja yang diselenggarakan oleh MPM Al-Jihad terkesan monoton dan membosankan. Sehingga minat untuk bergabung di MPM Al-Jihad menurun.

1. Pendahuluan

Lembaga Dakwah Kampus (LDK) adalah lembaga yang bergerak di bidang dakwah islam yang muncul pada era tahun 60-an. Kampus merupakan inti kekuatannya, dan warga civitas akademika adalah objek utamanya. Ditinjau dari struktur kemasyarakatannya, mahasiswa dan kampus merupakan satu kesatuan sistem sosial yang

*Corresponding author

Suriyani. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia
Email: suriyani0903@gmail.com

<https://doi.org/10.22487/j.sochum.v9i1.2664>

Received 14 November 2024; Received in revised form 5 March 2025; Accepted 7 March 2025

Published 1 April 2025; Available online 4 April 2025

e-ISSN 2620-5491 © 2025 The Authors.

Managed by the Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University. Published by Tadulako University.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/bync-nd/4.0/>).

mempunyai peranan penting dalam perubahan sosial, perikepemimpinan ditengah-tengah masyarakat. Mahasiswa merupakan sekelompok manusia yang memiliki taraf berfikir di atas rata-rata.

Komunikasi persuasif dalam lembaga dakwah MPM Al-Jihad Fisip Untad sangatlah penting untuk mencapai tujuan tertentu. Baik dalam lingkungan Fisip Untad maupun untuk kepentingan luar lingkungan Fisip Untad. Upaya persuasi ini menitik beratkan pada upaya untuk mengubah dan memperkuat sikap dan keyakinan mahasiswa muslim, atau dengan kata lain dalam upaya mengajak orang untuk bertindak dengan cara tertentu. (devito, 2011).

Persuasif merupakan sebuah proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk memperoleh (secara sengaja atau tidak sengaja) suatu respon tertentu dan individu atau kelompok lain secara verbal dan non verbal serta dilakukan secara halus dan manusiawi sehingga komunikan bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati. (Dedy,1994). Semenjak berakhirnya pandemi COVID-19 yang berawal pada tanggal 11 Maret 2020 hingga 21 Juni 2023 minat mahasiswa muslim untuk bergabung ke dalam sebuah organisasi khususnya Lembaga Dakwah Fakultas (LDF) MPM Al-Jihad Fisip Untad telah berkurang dari tahun ke tahun.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh bahwa dalam tiga tahun terakhir lembaga dakwah MPM Al-Jihad Fisip Untad mengalami kesulitan dalam merekrut kader baru. Minat mahasiswa terhadap lembaga dakwah juga semakin berkurang sehingga berdampak pada jumlah kader baru yang semakin berkurang dari tahun ke tahun. Sehingga untuk melihat sejauh mana kesulitan yang dialami oleh MPM Al-Jihad dalam merekrut kader baru, peneliti ingin menganalisis teknik komunikasi persuasif dalam perekrutan kader baru pada kegiatan PKKMB dan SII (Studi Islam Intensif).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh MPM Al-Jihad dalam merekrut kader baru. Studi ini menggunakan teori dari Effendy. mengenai lima teknik komunikasi persuasif dan akan membandingkan hasil dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana MPM Al-Jihad menerapkan teknik komunikasi persuasif, seperti teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran dan teknik red-herring dalam merekrut kader baru.

Persuasif, atau dalam bahasa inggris persuasion, berasal dari istilah bahasa latin persuasion yang secara harfiah berarti ajakan, bujukan, imbauan, dan lain-lain yang sifatnya halus dan luwes (Effendy, 1988). Joseph A. Ilardo dalam bukunya, *Speaking Persuasively*, menampilkan definisi persuasi (Effendy, 1988) sebagai berikut: "Persuasi adalah proses komunikatif untuk merubah kepercayaan, sikap, tujuan, atau perilaku seseorang dengan menggunakan pesan-pesan verbal dan non verbal yang dilakukan, baik secara sengaja maupun secara tidak sengaja."

Komunikasi Persuasif adalah kegiatan psikologis dalam usaha memengaruhi sikap, sifat, pendapat, perilaku seseorang atau orang banyak yang dilakukan dengan cara komunikasi berdasarkan pada argumentasi dan alasan-alasan psikologis. Komunikasi persuasif juga bertujuan untuk mengubah persepsi, pemikiran dan tindakan. Istilah persuasi bersumber dari bahasa latin yaitu persuasion yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Komunikasi persuasif yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling memengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiensi.

Menurut Effendy (2009), tujuan komunikasi persuasif sebagai berikut: 1) Perubahan sikap (*attitude change*), komunikasi persuasif ini diharapkan dapat mengubah pola pikir yang mana pola pikir ini membuat komunikan mengubah sikapnya terhadap

pesan apa yang telah di terimanya; 2) Perubahan pendapat (opinion change), seorang komunikan pastinya memiliki pendapat atau anggapan yang berbeda dari seorang komunikator. Sehingga, perlu adanya komunikasi persuasif ini sebagai alat mengubahnya pola pikir komunikan yang membuat komunikan ini mengikuti pendapat atau anggapan yang di sampaikan oleh seorang komunikator; 3) Perubahan perilaku (behavior change), perubahan sikap ini sebenarnya masuk kedalam kategori perubahan sikap. Namun, perilaku ini merupakan suatu dampak dari sikap. Ketika sikap berubah, maka perilaku pada seseorang atau komunikan pun juga ikut berubah mengikuti pola pikir dari pesan yang ia terima; 4) Perubahan social (social change), perubahan social inilah yang merupakan salah satu dampak dari adanya bahasa yang persuasif akan membawa perubahan dalam lingkungan masyarakat. Sebagai contoh, pada seorang lurah yang menyampaikan informasi persuasif agar masyarakat desa mengikuti program pemerintah. Dengan adanya bahasa yang persuasif yang bersifat mengajak ini, dapat mampu mengubah pola pikir masyarakat desa untuk mengikuti program pemerintah yang di sampaikan seorang lurah sebagai komunikator.

Komunikasi persuasif memiliki unsur-unsur, antara lain: 1) Komunikator. Agar komunikator bersifat persuasif, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang baik, maksudnya wajib mempunyai pengetahuan apa yang disampaikannya dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal; 2) Pesan. Hal yang disampaikan komunikator kepada komunikan agar penerima melakukan hal yang diharapkan komunikator dan apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Didalamnya terdiri atas disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan serta materi yang disajikan; 3) Saluran. Sarana atau media yang dipakai dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Agar komunikasi bersifat persuasif maka media yang dipakai harus tepat sesuai dengan bahasa, budaya, kebiasaan serta tingkat pendidikan; 4) Penerima yaitu orang yang menerima informasi atau pesan dari komunikator, biasanya disebut komunikan. Dalam berkomunikasi, penerima harus diperhatikan bagaimana dengan bahasa, budaya, kebiasaan serta tingkat pendidikan penerima; 5) Umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikasi atau dari pesan itu sendiri. Umpan balik juga dapat disebut balasan atau perilaku yang diperbuat. Umpan balik bisa berbentuk internal atau eksternal; 6) Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat, tingkah laku; dan 7) Lingkungan. Komunikasi persuasif adalah konteks situasional untuk terjadinya proses komunikasi tersebut. Konteks tersebut berupa kondisi latar belakang dan fisik ketika tindakan komunikasi persuasif itu dilakukan. (Lina, 2020).

Prinsip komunikasi persuasif menurut De Vito, (2015) antara lain, pertama, Prinsip pemaparan selektif. Prinsip ini mengatakan bahwa : (1) pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. (2) pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses meyakinkan sasaran persuasi akan dilangsungkan, maka pemaparan selektif akan terjadi.

Kedua, Prinsip Partisipasi Khalayak. Khalayak merupakan sasaran persuasi. Kegiatan komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Prinsip Inokulasi Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader

dan telah menyiapkan berupa argument untuk menentanginya. Prinsip ini menyatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. De Vito, (2015).

Menurut Effendy, (1986) ada lima teknik komunikasi persuasif yang dapat dipilih untuk mencapai suatu tujuan dan sasarnya, yaitu: 1) Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengemasnya pada suatu kejadian, peristiwa dan fenomena yang sedang menarik perhatian bagi khalayak; 2) Teknik integrasi merupakan bagaimana kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Pada teknik ini, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Persamaan nasib berarti pengirim pesan merasakan apa yang komunikan rasakan; 3) Teknik ganjaran (pay-off technique) adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara melakukan iming-iming terhadap hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. 4) Teknik tatahan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut; 5) Teknik red-herring adalah seni seorang komunikator untuk meraih sebuah kemenangan dalam perdebatan dalam proses komunikasi dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit keaspek yang dikuasainya guna dijadikan sebagai senjata yang sangat ampuh untuk melakukan penyerangan terhadap lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada komunikator berada dalam posisi terdesak.

Beberapa ahli mendefinisikan rekrutmen sebagai berikut: Stoner mendefinisikan rekrutmen sebagai berikut, (the rekrutment is the development of a pool of job candidates in accordance with a human resource plan) artinya rekrutmen adalah proses pengumpulan calon pemegang jabatan yang sesuai dengan rencana sumber daya manusia untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan tertentu. Strategi rekrutmen yaitu mengalokasikan, mengidentifikasi, dan menarik para pelamar kerja yang kompeten. Disisi lain, apabila perencanaan Sumber Daya Manusia (SDM) menunjukkan kelebihan karyawan manajer dapat mengurangi angkatan kerja organisasi melalui rekrutmen Stephen P. Robbins, (2010). Dubois dan Rothwell menyatakan bahwa rekrutmen adalah proses menarik sebanyak mungkin kualifikasi pelamar untuk lowongan yang ada dan bukan diantisipasi. Hal ini merupakan pencarian bakat, pengejaran kelompok terbaik pelamar untuk posisi yang tersedia. Lijan Poltak, (2016) Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa rekrutmen adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk mencari pelamar sebanyak mungkin dengan kualifikasi yang ditentukan dengan kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang diperlukan organisasi guna memenuhi kebutuhan SDM (Sumber Daya Manusia).

Menurut Muhdar, (2020) rekrutmen memiliki beberapa tujuan, antara lain sebagai berikut: 1) Untuk memikat sebagian besar pelamar kerja sehingga organisasi akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan pemilihan terhadap calon-calon pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi organisasi; 2) Tujuan pasca pengangkatan adalah penghasilan karyawan yang merupakan pelaksana yang baik dan akan tetap bersama dengan perusahaan sampai jangka waktu yang masuk akal; 3) Meningkatkan citra umum organisasi, sehingga para pelamar yang gagal mempunyai kesan-kesan positif terhadap organisasi atau perusahaan. Muhdar, (2020)

2. Metode

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam, terhadap empat informan yang dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2012) *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud disini adalah, orang yang dianggap paling tahu apa yang kita harapkan atau mungkin dia seorang penguasa sehingga memudahkan peneliti untuk menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti telah mengadopsi standar atau kriteria tertentu sebagai pedoman untuk memilih informan yang memiliki kredibilitas yang tinggi dalam penelitian ini. Kriteria-kriteria ini mencakup sejumlah faktor penting yang menjadi landasan dalam penentuan informan yang cocok. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi reduksi data, penyajian data, dan tahap penarikan kesimpulan. Landasan teori yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif menurut Effendy, yang terdiri dari lima teknik komunikasi persuasif yaitu, teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik ganjaran, dan teknik red-herring.

3. Hasil Penelitian

Komunikasi persuasif itu sendiri melibatkan pengurus MPM Al-Jihad selaku komunikator sedangkan mahasiswa menjadi komunikan yang akan menerima pesan atau informasi mengenai rekrutmen dan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh MPM Al-Jihad. Komunikasi persuasif yang dilakukan MPM Al-Jihad dalam merekrut kader baru menggunakan dua saluran komunikasi persuasif yaitu dengan menggunakan komunikasi bermedia dan komunikasi tatap muka. Komunikasi media yang digunakan pengurus yaitu Instagram dan whatsapp Selain itu pengurus juga menggunakan komunikasi tatap muka atau komunikasi langsung sehingga pengurus bisa melihat respon langsung yang diberikan oleh mahasiswa.

Pada proses merekrut kader baru melalui via Whatsapp pengurus membagikan informasi ke grup dan juga secara personal kepada mahasiswa. Berbeda dengan melakukan komunikasi secara langsung. Ketika berkomunikasi melalui Whatsapp secara personal, pengurus merasa lebih cepat mendapatkan respon dari mahasiswa dari pada grup Whatsapp karena saat mengajak dan membagikan informasi kadang tidak dibaca dan direspon oleh mahasiswa. Penyebaran informasi dan proses mengajak mahasiswa melalui Whatsapp sudah cukup baik meskipun dalam penyebaran dan mengajak mahasiswa muslim angkatan 2023 harus sering dilakukan agar mendapat respon.

Komunikasi persuasif menjadi proses komunikasi yang dilakukan pengurus MPM Al-Jihad yang mengarah pada adanya perubahan perilaku, komitmen dan tindakan dari mahasiswa muslim angkatan 2023. Proses tersebut dilakukan untuk mengajak serta membujuk mahasiswa muslim angkatan 2023 dengan tujuan perubahan sikap setelah menyapaikan pesan yang sesuai dengan minat calon kader. Sebagai persuader pengurus MPM Al-Jihad memiliki sikap selektif, digestif dan transmitif. Sikap selektif merupakan penyampaian pesan yang sesuai dengan minat calon kader, digestif sikap menelaah informasi atau mencerna gagasan, dan yang terakhir sikap transmittif yaitu pengurus dapat memilah dalam menggunakan bahasa yang tepat dan menyusun kalimat yang akan disampaikan kepada mahasiswa muslim angkatan 2023, agar mereka dapat memahami pesan yang disampaikan oleh pengurus MPM Al-Jihad.

4. Pembahasan

Terkait penyebaran informasi dalam merekrut kader baru, pengurus menggunakan pendekatan persuasif yang dimulai dengan memberikan simpati dan perhatian penuh kepada mahasiswa dan menunjukkan kepedulian terhadap kekhawatiran yang dirasakan oleh mahasiswa. Selain itu, pendekatan persuasif dilakukan pada beberapa kegiatan yaitu, PKKMB dan SII.

Effendy, (1986) mengemukakan terdapat lima teknik komunikasi persuasif diantaranya yaitu, teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tatanan, teknik ganjaran dan teknik red herring. Saat melakukan komunikasi persuasif kepada mahasiswa muslim angkatan 2023 pengurus menggunakan empat teknik komunikasi persuasif.

Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengemasnya pada suatu kejadian, peristiwa dan fenomena yang sedang menarik perhatian bagi khalayak. (Effendy, 1986). Teknik ini pada praktiknya menghubungkan pesan dengan fenomena atau tren yang sedang menarik perhatian mahasiswa baru Muslim Fisip Untad angkatan 2023. Berdasarkan hasil yang didapatkan bahwa pengurus MPM Al- Jihad menggunakan teknik asosiasi untuk menarik perhatian mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023 dengan cara mengangkat tema dari judul lagu Ghea yang berjudul “jiwa yang bersedih,” yang populer pada itu saat itu. Teknik ini bertujuan untuk menyampaikan pesan MPM Al-Jihad dengan sesuatu yang familiar dan disukai oleh mahasiswa muslim angkatan 2023, sehingga mereka lebih mudah terhubung dan tertarik. Dengan menggunakan lagu-lagu yang dikenal luas, MPM Al-Jihad memanfaatkan emosi dan minat mahasiswa muslim angkatan 2023 terhadap musik untuk membangun daya tarik terhadap kegiatan mereka. Pendekatan ini menunjukkan bahwa MPM Al-Jihad mencoba menyesuaikan komunikasi mereka dengan kebutuhan mahasiswa muslim angkatan 2023.

Teknik integrasi merupakan bagaimana kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Pada teknik ini, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Persamaan nasib berarti pengirim pesan merasakan apa yang komunikan rasakan. (Effendy, 2019). Pengurus MPM Al-Jihad mengimplementasikan teknik integrasi dengan berusaha menyesuaikan karakter dari setiap mahasiswa muslim yang berbeda-beda. Pendekatan ini mempermudah komunikasi antara pengurus dan mahasiswa muslim angkatan 2023, menciptakan rasa keakraban dan kenyamanan dengan menyesuaikan karakter setiap mahasiswa muslim angkatan 2023, pengurus berupaya memahami pola pikir mereka, perasaan mereka, serta kebutuhan dan keinginan mereka dalam proses rekrutmen dan penyelenggaraan kegiatan dakwah. Dengan mengasumsikan peran Mahasiswa baru, pengurus dapat merasakan pengalaman yang serupa dengan Mahasiswa baru, sehingga menciptakan ikatan emosional yang kuat antara mereka. Dalam konteks ini, mahasiswa muslim angkatan 2023 merasa lebih aman dan nyaman dalam berkomunikasi dengan pengurus, karena mereka merasa didengarkan, dipahami, dan diperhatikan dengan serius.

Pendekatan ini membuka jalan bagi komunikasi yang lebih baik antara pengurus dan mahasiswa muslim angkatan 2023 dalam proses rekrutmen. Pengurus MPM Al- Jihad bukan hanya menjadi pembimbing tetapi juga mitra bagi mereka dalam proses memperbaiki diri. Dengan membangun ikatan emosional yang positif dan keterhubungan yang erat, pengurus membentuk lingkungan yang penuh

kepercayaan, saling pengertian, dan kehangatan. Selain itu, pengurus juga memperhatikan pentingnya bahasa verbal seperti mimik wajah saat berkomunikasi dengan mahasiswa muslim angkatan 2023. Pengurus selalu berusaha menampilkan mimik wajah yang ramah dan tidak terlihat jutek ketika bertemu agar komunikasi bisa berjalan dengan baik dan mahasiswa muslim angkatan 2023 pun merasa nyaman saat berinteraksi. Dalam konteks integrasi, penggunaan mimik wajah yang ramah membantu menciptakan kedekatan emosional dengan mahasiswa muslim angkatan 2023, serta memastikan pesan disampaikan dapat diterima dengan baik.

Selanjutnya, pengurus juga melakukan bahasa nonverbal kepada mahasiswa muslim angkatan 2023 dengan berjabat tangan atau bersalaman ketika bertemu dan ketika ingin pamit pergi. Hal ini sudah menjadi ciri khas dari lembaga dakwah. Namun, penerapan teknik integrasi yang dilakukan oleh pengurus MPM Al-Jihad dalam merekrut kader baru ternyata belum berhasil untuk menarik mahasiswa bergabung di MPM Al-Jihad. Pengurus masih kesulitan dalam mencapai keterhubungan yang mendalam dengan Mahasiswa Muslim Fisip Untad dalam melakukan rekrutmen.

Selain itu komunikasi persuasif yang baik juga mencakup penggunaan pendekatan yang emosional dan juga personal. MPM Al-Jihad dapat menyelenggarakan sesi pertemuan atau diskusi kecil di mana mahasiswa muslim angkatan 2023 dapat berinteraksi langsung dengan kader lama. Pendekatan personal ini membantu menciptakan ikatan emosional dan membuat mahasiswa muslim angkatan 2023 merasa di hargai dan dilibatkan secara langsung. Dalam pertemuan ini, pengurus MPM Al-Jihad bisa berbicara tentang pengalaman pribadi mereka, tantangan yang di hadapi, dan pencapaian yang telah diraih. Hal ini memberikan kesan yang baik pada proses rekrutmen dan membantu mahasiswa muslim angkatan 2023 merasa lebih terhubung dengan visi dan misi organisasi.

Pada kegiatan SII (Studi Islam Intensif) yang diselenggarakan, teknik komunikasi persuasif integrasi digunakan untuk menciptakan kedekatan antara pengurus dan mahasiswa muslim angkatan 2023. Teknik integrasi bertujuan untuk membangun hubungan yang emosional yang erat melalui penyatuan nilai keislaman dengan pengalaman sehari-hari mereka, sehingga mereka merasa lebih terhubung dengan lembaga MPM Al-Jihad. Selama SII, pengurus MPM Al-Jihad menciptakan interaksi yang lebih personal dan akrab. Mereka berusaha menunjukkan bahwa mereka bukan sekedar pembimbing, tetapi juga teman yang bisa berbagi pengalaman dan memberikan dukungan di dunia kampus.

Teknik ganjaran (pay-off technique) adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara melakukan iming-iming terhadap hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. (Effendy, 2019). Pada teknik ganjaran, pengurus MPM Al-Jihad memberikan iming-iming berupa manfaat yang didapatkan bila bergabung dengan MPM Al-Jihad. Misalnya, ketika telah bergabung kalian akan mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pelatihan kepemimpinan, belajar public speaking, dan keterampilan lain yang sangat berguna di dunia akademik maupun karier kalian di masa depan. Selanjutnya, pengurus juga menjelaskan manfaat spiritual yang didapatkan ketika bergabung di MPM Al-Jihad, mulai dari mendapatkan teman yang saling mengingatkan di jalan kebaikan dan teman yang sama-sama juga sedang memperbaiki diri. Ini adalah cara yang indah untuk menyeimbangkan antara kesuksesan akademik dan spiritual. Dengan memberikan iming-iming tersebut, mahasiswa baru dapat merasa bahwa dengan bergabung di

MPM Al-Jihad adalah sebuah kesempatan yang bernilai dan menguntungkan.

Namun, menurut pandangan mahasiswa bahwa semua ganjaran atau iming-iming yang ditawarkan oleh pengurus tidak menarik sehingga mahasiswa muslim angkatan 2023 tidak tergerak untuk bergabung di MPM Al-Jihad. Menurut pandangan mahasiswa muslim angkatan 2023 bahwa kegiatan rekrutmen dan program kerja yang diselenggarakan oleh MPM Al-Jihad terkesan monoton dan membosankan. Sehingga membuat mereka tidak tertarik bergabung di MPM Al-Jihad. Teknik ganjaran yang digunakan oleh MPM Al-Jihad dalam proses rekrutmen belum berjalan cukup baik. Hal ini dikarenakan mahasiswa muslim angkatan 2023 yang merasa bahwa iming-iming yang ditawarkan MPM Al-Jihad terlihat monoton dan sangat membosankan sehingga tidak menarik minat mereka untuk bergabung.

Pada kegiatan PKKMB dan SII, pengurus MPM Al-Jihad sering kali menjanjikan manfaat yang beragam, seperti mendapatkan pembelajaran agama yang lebih mendalam, memperluas jaringan pertemanan, serta pengalaman berorganisasi yang dapat meningkatkan keterampilan sosial dan kepemimpinan. Selain itu, pengurus MPM Al-Jihad juga ikut serta dalam kegiatan dakwah dengan ganjaran spiritual, seperti pahala dan keberkahan dalam menjalani kehidupan kampus. Harapannya, motivasi ini akan mendorong mahasiswa muslim angkatan 2023 untuk berpartisipasi aktif dan tertarik bergabung dengan lembaga dakwah. Meskipun teknik ganjaran digunakan dalam rekrutmen melalui kegiatan PKKMB dan SII, beberapa mahasiswa muslim angkatan 2023 merasa bahwa manfaat yang menjanjikan kurang relevan dengan kebutuhan dan minat mereka. Agar teknik ganjaran lebih baik, lembaga dakwah perlu mempertimbangkan ganjaran yang lebih konkret dan dapat dirasakan langsung oleh mahasiswa, sehingga mereka lebih terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan dakwah kampus.

Teknik tataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. (Effendy, 2019). Berdasarkan hasil tersebut, bahwa pengurus menggunakan teknik tatanan dalam komunikasi persuasif untuk menciptakan pesan yang enak didengar, dilihat dan dibaca. Tujuan dari teknik tatanan adalah untuk memotivasi calon kader dalam meningkatkan partisipasi aktif dalam kegiatan dakwah yang diselenggarakan oleh pengurus MPM Al-Jihad. pengurus menyusun pesan dalam urutan yang bisa menggerakkan mahasiswa muslim angkatan 2023. Misalnya, pengurus memulai dengan mengenalkan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa muslim di kampus, kemudian pengurus menunjukkan bagaimana MPM Al-Jihad bisa menjadi solusi, dan akhirnya pengurus dapat mengajak mahasiswa muslim angkatan 2023 untuk bergabung. Penggunaan teknik tatanan yang dilakukan pengurus dalam proses rekrutmen, menurut mahasiswa muslim angkatan 2023 masih kurang menarik dan pesan atau informasi yang disajikan terlihat sangat monoton dan membosankan sehingga membuat mahasiswa muslim angkatan 2023 tidak tertarik untuk bergabung. Melalui penggunaan teknik tatanan yang baik, proses rekrutmen kader baru bisa memberi kesan yang kuat dan menarik sebaliknya jika penggunaan teknik tatanan tidak baik maka komunikasi persuasif yang dilakukan dalam proses rekrutmen pun tidak akan menarik minat mahasiswa muslim untuk bergabung.

Teknik red-herring adalah seni seorang komunikator untuk meraih sebuah kemenangan dalam perdebatan dalam proses komunikasi dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit

keaspek yang dikuasainya guna dijadikan sebagai senjata yang sangat ampuh untuk melakukan penyerangan terhadap lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada komunikator berada dalam posisi terdesak. (Effendy, 2019). Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa pengurus MPM Al-Jihad menerapkan teknik red-herring untuk mengalihkan perhatian mahasiswa muslim angkatan 2023 dari isu-isu utama dengan menyajikan hal-hal yang tidak relevan atau kurang penting sebagai dayatarik awal. Tujuan dari teknik ini adalah untuk membuat mahasiswa fokus pada sesuatu yang lebih menarik dipermukaan, sebelum perlahan-lahan diarahkan kembali ke pesan inti.

Pengurus MPM Al-Jihad mungkin mengawali presentasi dengan membahas topik yang ringan atau menyenangkan seperti kegiatan olahraga atau hiburan dalam MPM Al-Jihad, sehingga mahasiswa muslim angkatan 2023 lebih tertarik dan tidak langsung merasa tertekan oleh aspek-aspek keagamaan. Dengan demikian, topik awal yang tampaknya tidak terkait secara langsung menjadi alat untuk mengurangi kekhawatiran dan ketertarikan mahasiswa muslim angkatan 2023 terhadap MPM Al-Jihad. Setelah minat mahasiswa terbangun, pengurus dapat dengan lebih mudah menyampaikan pesan utama tentang nilai-nilai keagamaan dan pelatihan yang menjadi fokus MPM Al-Jihad.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa MPM Al-Jihad menggunakan lima teknik komunikasi persuasif seperti teknik asosiasi, yakni menghubungkan pesan dengan fenomena atau tren yang sedang menarik perhatian mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023. Teknik integrasi, yaitu cara menarik simpati dan membangun hubungan yang lebih emosional dengan mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023. Teknik tataan, yaitu dengan mempersiapkan terlebih dahulu pesan yang akan disampaikan kepada mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023. Teknik ganjaran, yakni memberikan iming-iming kepada mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023 agar mereka tertarik untuk bergabung, dan teknik *red-herring*, yaitu mengalihkan perhatian mahasiswa muslim angkatan 2023 dari isu-isu utama dengan menyajikan hal-hal yang tidak relevan atau kurang penting sebagai dayatarik awal. Tujuan dari teknik ini adalah untuk membuat mahasiswa fokus pada sesuatu yang lebih menarik dipermukaan, sebelum perlahan-lahan diarahkan kembali ke pesan inti. Sebagian mahasiswa muslim Fisip Untad angkatan 2023 berpandangan bahwa proses rekrutmen kader baru dan program kerja yang dijalankan oleh MPM Al-Jihad terkesan monoton dan membosankan. Terlihat dari konsep rekrutmen yang hanya dilakukan dengan menyebarkan pamflet rekrutmen dan program kerja yang dijalankan dengan konsep kegiatan yang terus berulang dan tidak memiliki konsep yang menarik.

Referensi

- Bungin, Burhan 2014. Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat. (Cetakan Ke-7) Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. (Edisi 2. Cetakan Ke-13) Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong. 2013. ILMU KOMUNIKASI: Teori Praktek. (Cetakan Ke-25) Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. (Edisi 1. Cetakan Ke-1) Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Tubbs, Stewart & Moss Sylvia, 2008. *Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Grup
- Rachmat, Kriyantono. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Penasaran. (Cetakan Ke-7) Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi*. Dilengkapi Contoh Analisis Statistik, (Cetakan Ke-16) Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rivai, Veithzal Dan Ella Jauvani Sagala, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Praktek*, Jakarta; Rajawali Pers
- Robbins, Stephen P., Mary Coulter, 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh Jilid I*, Jakarta: Erlangga
- Sadiah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Ros Samsudin, Sadili, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung; Pustak
- Solihin, Ismail, 2012. *Manajemen Strategik*, Jakarta; Erlangga Saputra, Wahidin, 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Sarjuni Dan Didiek Ahmad Supadie, 2011. *Pengantar Studi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers
- Steers, Richard M. 1975. *Problems In The Measurement Of Organizational Efektivness*
- Steward Dan Sylvia, 2008. *Human Communication : Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung. PT Remaja .
- Suprpto, T., 1994. *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Perkembangannya*, MMTC Press Yogyakarta
- Sutrisno, Edi, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta; Kencana Pernada Media Grup
- Umar, Husein, 2001. *Strategic Management In Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Usman, Husaini & Akbar Setiady P. 2014. *Metodologi Penelitian Social*. (Edisi 2 Cetakan Ke-5) Jakarta: Bumi Aksara
- Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Ezi Hendra, 2019. *Komunikasi Persuasif, pendekatan dan strategi* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2019)
- Asriansyah, M. F. (2022). *Pandemi Covid 19 dan Upaya Pencegahan*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/> (Di akses pada 7 Desember 2023, pukul 22.13 WITA)
- Yanwardhana, E. (2023). *Jokowi Umumkan Pandemi Covid-19 Berakhir, Ini Alasannya*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/> (Di akses pada 7 desember pukul 22.41)
- Dita, W. (2014). *Peran Pembinaan Lembaga Dakwah Kampus (Ldk) Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Anggota Ldk Di Stain Sultan Qaimuddin Kendari*. <https://digilib.iainkendari.ac.id/> (di akses pada 8 desember 2023, pukul 16.33)
- Hermalita, (2022). *Efektivitas Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak Dalam Peningkatan Pemahaman Keagamaan di Desa Kota Agung Kampung Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus* repository.radenintan.ac.id/22095/ (di akses pada 12 desember 2023 pukul 14.23)

- Umii Kariimah, (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Forum Komunikasi Ustadz/Ustadzah (Fokus) Ngemplak Boyolali Dalam Membentuk Karakter Anak. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/> (di akses pada 29 Januari 2024 pukul 15.36)
- Ambar, (2018). Pakar Komunikasi.com <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-persuasif> (di akses pada 20 Februari pukul 20.37)