

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi menjadi suatu kegiatan yang tidak bisa ditinggalkan oleh semua orang. Manusia adalah makhluk sosial dan saling membutuhkan. Kegiatan komunikasi sangat penting bagi setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan kata lain, manusia tidak dapat hidup tanpa komunikasi.

Kegiatan komunikasi mampu menghadirkan kehidupan bermasyarakat. Adanya interaksi satu sama lain, menuntut manusia untuk pandai dalam berkomunikasi. Bahkan Allah SWT menciptakan manusia sekaligus mengajarkan pandai berbicara.

Berbicara disini bukan hanya sekedar ucapan atau pembicaraan saja yang diajarkan. Komunikasi antar sesama ini bisa melalui lambang-lambang (bahasa lisan atau tulisan) maupun khusus (seperti mimik, gerak-gerik, dan lain-lain). Lambang-lambang yang dipakai tentunya adalah sebuah tanda yang sudah disepakati maknanya sehingga bisa dipahami bersama dan komunikasi bisa berjalan dengan baik.

Di sisi lain, tidak perlu menyatakan bahwa pengajaran Allah melalui ilhamnya itu adalah pengajaran bahasa. Ia adalah penciptaan potensi pada diri manusia dengan jalan menjadikannya tidak dapat hidup sendiri, atau dengan kata lain menciptakannya sebagai makhluk sosial. Itulah yang mendorong manusia untuk saling berhubungan dan ini pada gilirannya melahirkan aneka suara yang disepakati

bersama maknanya oleh satu komunitas, dan aneka suara itulah yang merupakan bahasa mereka.

Dalam dunia pendidikan, komunikasi memiliki beberapa fungsi, sebagaimana fungsi dari komunikasi itu sendiri yang merupakan suatu disiplin ilmu, untuk mendukung setiap aktifitas pendidikan komunikasi sangat berpengaruh besar, adapun beberapa fungsi komunikasi yaitu fungsi informatif, edukatif dan persuasif. Fungsi informatif maksudnya komunikasi berfungsi memberi keterangan, memberi data atau fakta yang berguna bagi segala aspek kehidupan manusia, melalui komunikasi maka apa yang ingin disampaikan oleh guru kepada siswa dapat diberikan dalam bentuk lisan maupun tulisan.

Fungsi Edukatif, maksudnya komunikasi berfungsi mendidik masyarakat, mendidik setiap orang dalam menuju pencapaian kedewasaan mandiri, seseorang bisa banyak tahu karna banyak mendengar, banyak membaca dan banyak berkomunikasi. Fungsi Persuasif, maksudnya komunikasi mampu membujuk orang lain/ siswa untuk berperilaku sesuai dengan kehendak yang diinginkan oleh komunikator (pendidik). Membangkitkan pengertian dan kesadaran komunikan, baik bersifat motivasi maupun bimbingan, bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi berubahnya adalah atas kehendak sendiri (bukan hasil pemaksaan).¹

Perlu disadari bahwa peran komunikasi tidak hanya terbatas pada kegiatan bersosialisasi saja. Sebagaimana penjelasan diatas bahwa dalam proses pembelajaran sangat diperlukan komunikasi. Karna proses belajar mengajar pada

¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), h. 34.

hakikatnya adalah proses penyampaian pesan berupa ilmu. Dalam hal ini adalah dari kiai kepada santri. Tanpa komunikasi tidak mungkin proses pembelajaran ini dapat berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan.

Komunikasi kiai dengan santri menjadi hal yang urgent. Selain ilmu, banyak elemen-elemen penting yang harus dikomunikasikan kiai kepada santri salah satunya ialah motivasi. Motivasi merupakan suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu.

Motivasi menjadi suatu kebutuhan para santri yang mengenyam pendidikan di pondok pesantren. Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan Islam tradisional, tempat untuk mempelajari, mendalami, menghayati dan mengamalkan ajaran agama Islam yang menerapkan pentingnya moral keagamaan.² Pondok pesantren merupakan lembaga yang sudah sangat lama muncul. Bahkan sebelum kemerdekaan pun pondok pesantren itu sudah ada walaupun tidak disebutkan secara eksplisit kapan munculnya pondok pesantren. Pondok pesantren mendapat pengakuan bahwa pondok pesantren mempunyai kontribusi besar dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

Tujuan utama berdirinya, tidak lepas dari cita-cita dakwah Islam di Indonesia, yang sekaligus merupakan pembinaan kader ulama. Dengan demikian pondok pesantren merupakan benteng pertahanan yang dapat menjamin keberlangsungan syiar dakwah Islamiyah di Indonesia. Sebagai lembaga pendidikan Islam, setiap pesantren sedikitnya memiliki lima aspek yaitu pondokan atau asrama, masjid atau

² Mastuhu, *Prinsip Pendidikan Pesantren*, (Jakarta: Inis, 1994), h. 55.

musholla, ada pengajaran kitab kuning atau kitab Islam berbahasa Arab klasik, santri dan kiai atau ulama atau ustadz.

Kiai dalam suatu pesantren merupakan elemen yang penting. Sudah sewajarnya perkembangan pesantren semata-mata bergantung pada kepribadian kiaiinya. Di sebuah pesantren, kiai adalah salah satu yang menjadi faktor pemicu minat santri dalam mendalami ilmu agama. Dalam hal pembelajaran, kiai mempunyai peranan penting pula dalam membentuk sikap dan kepribadian para santri baik dalam tata pergaulan maupun kehidupan bermasyarakat. Untuk mencapai itu semua dibutuhkan terciptanya sebuah suasana interaksi dan komunikasi yang baik antara kiai dan santri-nya.

Kiai sebagai pemimpin pondok pesantren dituntut untuk memiliki keahlian dan kepercayaan dalam penyampaian pesan kepada santrinya, khususnya dalam proses belajar mengajar/pengajaran. Selain itu, kiai sangat berperan penting dan berpengaruh dalam memotivasi santri. Karena kiai berkedudukan sebagai tokoh sentral dalam tata kehidupan pesantren, sekaligus sebagai pemimpin pesantren. Dalam kedudukan ini nilai kepesantrenannya banyak tergantung pada kepribadian kiai sebagai suri teladan dan sekaligus pemegang kebijaksanaan mutlak dalam tata nilai pesantren.

Seorang kiai hendaknya memiliki kemampuan komunikasi yang baik, agar pesan atau motivasi yang disampaikan mampu dipahami serta diterima dengan baik dan menjadi stimulasi bagi santri. Santri adalah sebutan bagi seseorang yang sedang menuntut ilmu di pondok pesantren, baik yang menetap di pondok pesantren maupun yang pulang pergi kerumah setelah pengajian selesai dilaksanakan. Banyak

hal yang harus diperhatikan ketika memberikan motivasi, baik dari segi bahasa, cara penyampaian dan lain sebagainya.

Sebagaimana yang dilakukan oleh kiai Anwar Nasori di Pondok Pesantren Riyadul Falah. Beliau memotivasi santri dengan tujuan untuk meningkatkan semangat santri dalam menghafal Al-Qur'an. KH. Anwar Nasori merupakan kiai karismatik yang aktif diberbagai bidang seperti literasi, politik, pendidikan formal maupun non formal. Beliau mendirikan pondok pesantren Riyadul Falah pada tahun 2004, tepatnya berdiri pada tanggal 4 Maret 2004 M/12 Muharram 1425 H yang berada di Kampung Pasanggrahan RT.008 RW.003 Desa Pusparaja Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat.

Nama Pondok Pesantren Riyadul Falah atau dikenal dengan sebutan Pondok Riyadul Falah memiliki dua filosofis. *Pertama*, Riyadul Falah itu adalah sebuah nama yang diberikan oleh pendiri dengan memiliki cita-cita pondok ini menjadi taman-taman kebahagiaan bagi siapapun, baik yang singgah maupun menetap disini. *Kedua*, merupakan tangga menuju kebahagiaan dan secara khusus yaitu pondok Riyadul Falah bagaimana mengenal Allah SWT.

Berdirinya Pondok Riyadul Falah tidak terlepas dari dukungan masyarakat baik secara material maupun sumbangan pemikiran. Karena pondok ini berada di lingkungan masyarakat sehingga mereka memiliki semangat untuk berpartisipasi dalam memajukannya.

Pondok Pesantren Riyadul Falah merupakan pesantren yang memiliki karakteristik salafiyah yang terintegrasi dengan yang lainnya. Ada pendidikan formal yang berintegrasi dengan pondok salafiyah, sehingga ada beberapa kelas

yang di mulai dari RA, MITA, MTs, SMK dan MATTA. Selain itu ada juga Ma'hadiyah, mulai dari tingkatan ibtidaiyh, wustho dan ulya.

Tidak semua santri di Pondok Pesantren Riyadul Falah belajar di pendidikan formal, ada juga yang menjadi santri takhusus atau khusus mengaji saja. Namun, santri yang sekolah maupun tidak, wajib mengikuti program tahfidz Qur'an, karena pesantren Riyadul Falah program unggulannya adalah tahfidzul Qur'an. Selain tahfidz, santri harus mengikuti kajian kitab kuning. Dengan demikian santri harus bisa membagi waktu untuk kegiatan di sekolah dan waktu untuk menghafal Al-Qur'an.

Menjadi santri penghafal Al-Qur'an bukanlah hal yang mudah. Butuh effort dan kesungguhan untuk menjaga hafalannya. Apalagi bagi santri yang sekolah. Selain harus fokus dalam menghafal Al-Qur'an mereka memiliki kewajiban untuk menuntaskan tugas sekolahnya. Mau tidak mau mereka harus mampu menyeimbangkan kegiatan sekolah dan pesantrennya.

Banyak orang saat ini ingin mengaji, tetapi mereka khawatir akan timbul masalah jika tidak melakukannya. Nyatanya, tidak sedikit orang yang mengaji merasa kegiatan mengaji itu beban dan membosankan, sehingga banyak orang yang mengaji menyerah di tengah jalan (tidak bisa menyelesaikan 30 juz) dan tidak bisa mempertahankan ingatan yang telah dihafalnya. Padahal, jika terealisasi akan menjadi bencana yang sangat besar bagi pihak-pihak yang terlibat. Karena Al-Qur'an bisa menjadi penolong sekaligus kutukan bagi yang membacanya.

Upaya mengaji Al-Qur'an seringkali menemui beberapa kendala. Mulai dari ketersediaan waktu, kemampuan mengingat, hingga hilangnya memori yang

didapat sebelumnya. Hal ini dapat membuat sebagian santri kurang semangat dalam mengaji dan akhirnya kesulitan menyelesaikan 30 juz. Menghafal Quran bukanlah tugas yang mudah, sederhana dan kebanyakan orang dapat melakukannya tanpa waktu khusus, keseriusan dan keterampilan.

Keadaan yang sebenarnya menunjukkan bahwa kemauan santri untuk belajar tidak tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian santri tidak termotivasi untuk belajar. Santri masih menganggap kegiatan belajar kurang menyenangkan dan memilih alternatif pembelajaran, seperti bergaul dengan teman sebaya. Maka perlu adanya motivasi. Motivasi memegang peranan penting dalam proses pembelajaran. Tanpa motivasi, santri tidak dapat melakukan kegiatan belajar. Kekuatan yang datang dari dalam itulah yang membuat seseorang melakukan sesuatu. Energi yang dihasilkan oleh motivasi dapat mempengaruhi gejala mental, seperti perasaan. Santri yang sangat termotivasi untuk belajar mengembangkan rasa empati yang mengarah pada aktivitas belajar, dan mereka cenderung mampu melakukan pekerjaan sebaik mungkin.

Disinilah peran komunikasi persuasif kiai terhadap santri sangat diperlukan kehadirannya. Komunikasi persuasif kiai bisa dilakukan dengan memotivasi santri supaya mereka memiliki semangat yang tinggi dalam menghafal Al-Qur'an. Kegiatan memotivasi santri yang dilakukan oleh K.H. Anwar Nasori yaitu Di sisipkan pada saat mengajar atau ada waktu khusus untuk memotivasi santri.

Meskipun demikian, tidak semua santri memiliki dorongan untuk sungguh-sungguh dan semangat dalam menghafal Al-Qur'an. Ada santri yang sibuk dengan kegiatan sekolah, ada juga santri yang memiliki semangat tinggi untuk menghafal

Al-Qur'an dengan senantiasa ia bisa membagi waktu. Dari tahun berdirinya pondok pesantren Riyadul Falah sampai sekarang baru ada empat orang yang mampu mengkhatamkan hafalannya. Santri tersebut terdiri dari santri takhusus dan santri sekolah.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan Pesantren Riyadul Falah ini semakin baik dan berkembang. Pesantren Riyadul Falah memiliki segudang prestasi baik dari bidang hafalan Al-Qur'an, literasi dan public speaking. Beberapa santri ada yang juara di tingkat kecamatan, kabupaten sampai tingkat provinsi. Selain itu, santri Riyadul Falah ini sering mewakili sebagai peserta lomba MTQ dari Kec. Cigalontang. Hal tersebut tentu adanya dorongan atau motivasi yang diberikan kepada kiai, sehingga santri memiliki semangat serta siap dicetak menjadi santri yang hafal Al-Qur'an dan memiliki berbagai prestasi. Selain prestasi yang dimiliki pesantren ini memiliki perkembangan dalam kuantitas santri.

Penelitian ini penting untuk dilakukan supaya mengetahui dan mengambil benang merah komunikasi persuasif kiai yang dilakukan kepada santri penghafal Al-Qur'an sehingga mampu meningkatkan minat santri dalam menghafal Al-Qur'an serta penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan keilmuan dan praktik komunikasi persuasif di pesantren.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas penulis akan merumuskan fokus penelitian, diantaranya, yaitu:

1. Bagaimana komunikasi persuasif kiai secara rasional dalam memotivasi santri penghafal Al-Qur'an?

2. Bagaimana komunikasi persuasif kiai secara emosional dalam memotivasi santri penghafal Al-Qur'an?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang komunikasi persuasif kiai dalam memotivasi santri penghafal Al-Qur'an yang dilakukan oleh K.H Anwar Nashori di Pondok Pesantren Riyadul Falah. Maka berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti memberikan uraian terhadap tujuan penelitian yaitu:

1. Mengumpulkan informasi, menganalisis dan mendeteksikan komunikasi persuasif kiai secara rasional yang dilakukan oleh kiai dalam memotivasi santri penghafal Al-Qur'an.
2. Mengumpulkan informasi, menganalisis dan mendeteksikan komunikasi persuasif kiai secara emosional dalam memotivasi santri penghafal Al-Qur'an.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini semoga memberikan manfaat baik itu yang bersifat teori ataupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Melaui penelitian ini minat keilmuan dari kajian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan melengkapi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi penyiaran Islam khususnya yang berkaitan dengan komunikasi kiai dalam memotivasi santri. Selain itu, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan khazanah keilmuan untuk pengembangan konsep dan teori komunikasi persuasif kiai dalam memotivasi santri.

2. Secara Praktis

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan atau referensi dalam memotivasi santri atau peserta didik. Selain itu penulis dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dan menerapkan teori atau literatur ilmu komunikasi penyiaran Islam yang sudah diperoleh dan dipelajari di bangku perkuliahan dalam dunia nyata yang sesungguhnya.

Bagi Dewan Asatidz/ah Riyadul Falah penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, informasi, evaluasi sekaligus memberikan referensi berupa bacaan ilmiah. Sekaligus menjadi motivasi asatidz untuk meningkatkan komunikasi yang baik dalam memotivasi santri.

Bagi Lembaga hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan atau saran positif untuk lembaga sehingga ada perbaikan dan peningkatan dalam melakukan komunikasi persuasif terhadap santri.

E. Landasan Pemikiran

Setiap melakukan penelitian atau kajian tentunya sangat membutuhkan landasan pemikiran. Landasan pemikiran dapat diartikan sebagai sistem berpikir atau struktur teori yang dapat menelusuri dalam sebuah penelitian dengan logis. Landasan pemikiran merupakan gambaran singkat tentang teori dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab penelitian. Sebagai landasan dalam penelitian ini ada tiga yaitu landasan teoritis, konseptual dan operasional.

1. Landasan Teoritis

Landasaan teori merupakan sebuah dasar teoritik yang digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya. Landasan teori disusun sesuai dengan perkembangan teori pada objek yang diteliti. Berikut ini akan membahas mengenai landasan teori-teori yang digunakan.

a. Teori Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah salah satu cara bagaimana kita menjelaskan sesuatu kepada konsumen dengan penuh daya tarik. Larson mendefinisikan yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. Istilah persuasi bersumber dari bahasa lain yaitu, *persuasion* yang berarti, membujuk, mengajak atau merayu. Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah.³

Pawit M. Yusuf ketika membahas teori-teori komunikasi persuasif kontekstual, ia mengemukakan ada 12 teori atau model yang termasuk ke dalam pembahasan tersebut.⁴ Di sini, akan dikemukakan teori yang mewakili teori-teori tersebut, kemudian dapat dijadikan dasar untuk menganalisis komunikasi persuasif dalam penelitian ini, yaitu *Rank's*

³ Herdiyan Maulana dan Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013), h.7

⁴ Pawit M. Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Perpustakaan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), h. 122

Model, Source Credibility Theory, dan Reinforcement Theory. Model Peringkat (*Rank's Model*) Lengkapnya disebut dengan *Rank's Model of Persuasion*. Teori ini dikembangkan oleh Hugh Rank pada tahun 1976. Teori ini menegaskan bahwa *persauders* (orang-orang yang melakukan persuasi) menggunakan dua strategi utama guna mencapai tujuan-tujuannya. Dua strategi ini secara baik disusun ke dalam dua skema, yaitu *intensify* (pemerkuatan, pengintensifan) dan *downplay* (pengurangan).⁵

Rank's Model of Persuasion ini memberikan pelajaran kepada seorang *persauders* bahwa dalam melakukan persuasi terhadap orang lain, ia harus memperkuat atau mengintensifkan pesan-pesan yang disampaikannya dengan cara menonjolkan kelebihan, dan mengurangi kekuatan pesan-pesan lain yang datangnya dari luar dengan cara menonjolkan kekurangan-kekurangan dan kelemahannya. Sebagai contoh, seorang penjual produk tertentu yang hendak melakukan persuasi kepada orang lain agar membelinya, maka ia dapat menempuh dua cara secara bersamaan, yakni mengungkapkan kelebihan-kelebihan produk yang ia miliki kepada calon konsumennya dan mengungkapkan kelemahan-kelemahan atau kekurangan produk lain yang menjadi pesaingnya. Dengan demikian, calon konsumen akan dengan sendirinya memutuskan untuk menerima produk yang ia tawarkan dibandingkan produk lain.

Teori Kredibilitas sumber (*Source Credibility Theory*). Teori ini dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly tahun 1953. Teori ini

⁵ Ibid.,112.

menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya.⁶

Tidaklah sulit mencari contoh dalam kehidupan sehari-hari untuk menjelaskan teori ini. Sebagai contoh, tentu kita akan lebih percaya kepada anjuran dokter tentang obat tertentu daripada hanya seorang sales obat-obatan. Hal ini terjadi karena kita memandang bahwa dokter jauh lebih memiliki kredibilitas (keahlian dan pengalaman dalam bidang medis) dibanding seorang sales atau penjual obat. Berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber ini, dapat diketahui bahwa dalam melakukan persuasi kepada seseorang atau kelompok di tengah-tengah masyarakat, maka kredibilitas komunikator harus dipertimbangkan. Dengan kata lain, jika pesan-pesan persuasi berkaitan dengan kesehatan, maka secara teoretis akan lebih berhasil persuasi tersebut manakala yang menyampaikan pesan adalah orang yang ahli dalam bidang kesehatan. Jika pesan yang hendak disampaikan berkaitan tentang Islam, maka persuasi akan lebih berhasil manakala yang menyampaikannya adalah orang yang memiliki kepakaran dalam hal tersebut.

⁶ Ibid.,114.

Teori Penguatan (*Reinforcement Theory*) ini dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly pada tahun 1967. Teori ini menjelaskan bahwa faktor penguatan (*reinforcement*) bisa mengubah pandangan dan sikap seseorang. Bentuk penguatan itu, seperti pemberian perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), dan dukungan penerimaan (*acceptance*). Sebelum pendapat atau pandangan baru diadopsi, audiens biasanya mempertimbangkan aspek atensi, komprehensi, dan akseptasi (perhatian, pemahaman, dan kedudukan penerimaan).⁷

b. Teori Retorika

Istilah retorika pada awalnya diperkenalkan oleh Aristoteles (384-322 SM). Setelah itu istilah retorika menyebar luas dan digunakan dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, kesenian, jurnalistik, pendidikan, berdakwah dan lain-lain. Oleh karena itu terkadang muncul ungkapan retorika politik, retorika dagang, retorika jurnalistik, dan retorika dakwah.

Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan retorikan untuk mengemukakan sesuatu, dan dalam penyampaiannya tersebut, retorikan dapat memberikan efek persuasif kepada para pendengarnya. Secara etimologis, retorika berasal dari bahasa Yunani, "*rhethrike*" yang berarti seni kemampuan berbicara yang dimiliki seseorang. Aristoteles dalam bukunya "*Rhetoric*" mengemukakan pengertian retorika, yaitu kemampuan untuk

⁷ *Ibid.*,118.

memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain.⁸

Aristoteles menyebutkan tiga cara untuk mempengaruhi orang lain yaitu *ethos*, *phatos*, *logos*. *Ethos* ialah anda harus bisa dan sanggup menunjukkan diri kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan yang luas dan status terhormat. Sedangkan *phatos* anda mampu menyentuh khalayak (perasaan, emosi, harapan, dan kasih sayang mereka). Dan *logos* yaitu anda harus meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti.⁹

c. Teori Motivasi

Salah satu teori motivasi yang terkenal adalah Teori Motivasi Abraham H. Maslow yang juga disebut sebagai Teori Hierarki Kebutuhan Maslow. Teori Abraham Maslow merupakan kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara satu fakta dan adanya motivasi dalam diri individu. Teori kepribadian Maslow dibuat berdasarkan beberapa asumsi dasar mengenai motivasi. *Pertama*, motivasi biasanya kompleks atau terdiri dari beberapa hal (*motivation is usually complex*) yang berarti bahwa tingkah laku seseorang dapat muncul dari beberapa motivasi yang terpisah. Contohnya seorang ibu yang memilih untuk tetap bekerja setelah memiliki anak didasarkan bukan hanya karena tuntutan financial melainkan karena memiliki kebutuhan akan prestasi dengan pencapaian career tertentu.

⁸ Dhanik Sulistyarini dkk, *Buku Ajar Retorika*, (Banten : CV. AA. RIZKY, 2020), h. 5

⁹ Ari Pratama Putra, *Retorika Dakwah Kh. Ahmad Damanhuri Di Depok* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), Hlm. 28.

Kedua, manusia berulang kali termotivasi oleh kebutuhan-kebutuhan. Ketika sebuah kebutuhan terpenuhi, biasanya kebutuhan tersebut akan berkurang kekuatannya untuk memotivasinya dan digantikan oleh kebutuhan lain. Contohnya ketika rasa lapar sudah terpuaskan dengan makan, maka muncul kebutuhan lainnya yaitu kebutuhan akan rasa aman dan nyaman. *Ketiga*, pendekatan menyeluruh pada motivasi. Keseluruhan dari seseorang, bukan hanya satu bagian atau fungsi yang termotivasi. Contohnya, seseorang yang termotivasi untuk diet bukan semata-mata karena bagian perutnya gendut, namun karena dengan kurus. Ia berharap mendapatkan pasangan yang diidam-idamkan.

Abraham Maslow menjelaskan bahwa hierarki kebutuhan seorang individu yaitu antara lain kebutuhan fisiologis, rasa aman, kebersamaan, kebutuhan akan harga diri, dan pengaktualan diri. Kebutuhan fisiologis adalah suatu kebutuhan dalam hal makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, dan seksual. Kebutuhan ini termasuk kebutuhan dasar dalam menunjang kehidupan manusia. Dengan demikian, kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan yang berhubungan dengan sandang, pangan, dan terbebas dari kesakitan.

Kebutuhan rasa aman, adalah kebutuhan untuk mendapatkan perlindungan diri dari segala hal yang dapat membahayakan, pertentangan, dan lingkungan hidup. Dengan demikian, kebutuhan keamanan dan keselamatan merupakan kebutuhan agar terbebas dari segala bahaya dan ancaman.

Kebutuhan kebersamaan, sosial, dan cinta adalah kebutuhan untuk mendapatkan teman, relasi, interaksi, dan kasih sayang. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan agar memperoleh dan berada di antara kelompok, berelasi, berinteraksi, dan saling mencintai serta menyayangi antara satu dengan lainnya.

Kebutuhan akan harga diri, adalah kebutuhan agar dapat dihormati dan dihargai oleh individu lainnya. Dengan demikian, kebutuhan ini merupakan kebutuhan untuk mendapatkan harga diri dan kehormatan.

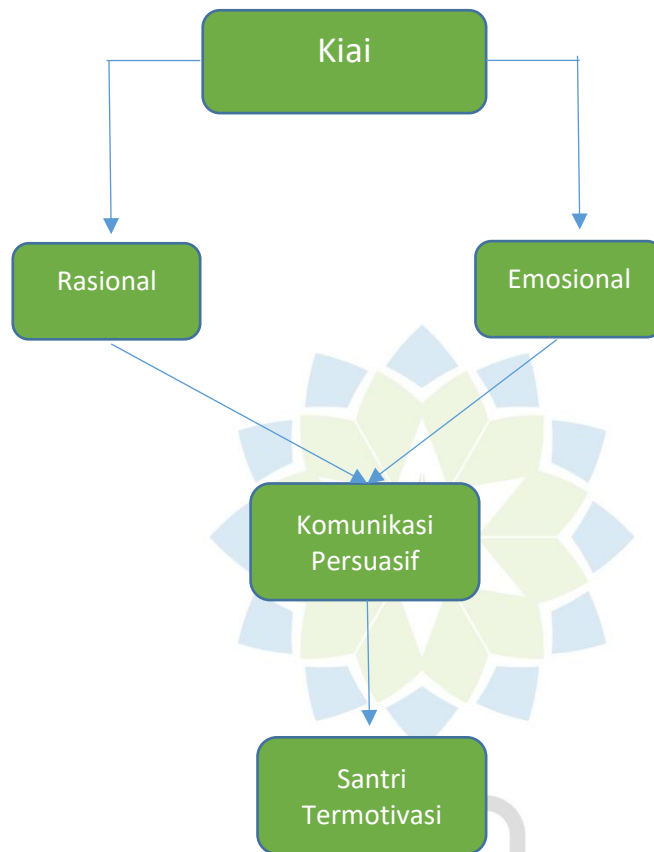
Kebutuhan pengaktualan diri, adalah kebutuhan dalam pemenuhan diri sendiri secara optimal dengan memanfaatkan kecakapan, keahlian dan potensi dalam dirinya. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan dalam menunjukkan kecakapan, keahlian, dan potensinya. Selain itu, kesempatan untuk megutarakan pendapat, ide, gagasan, dan kritik terhadap segala hal yang ada di sekitarnya.¹⁰

2. Landasan Konseptual

Landasan ini membahas mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan oleh kiai. Komunikasi persuasif ini dilakukan dengan pendekatan rasional dan emosional serta persuasif yang dilakukan kiai ialah melalui motivasi yang disampaikan kepada santri penghafal Al-Qur'an, sehingga santri terpengaruh dengan pesan yang disampaikan oleh

¹⁰ Muhammad Busro, *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2018), h.56-57.

kiai dan hasil dari komunikasi persuasif kiaipun akan terlihat. Lebih jelasnya bisa dilihat dalam gambar 1.1.



Gambar 1.1
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DIATI
Landasan Konseptual Komunikasi Persuasif Kiai dalam Memotivasi Santri Penghafal Al-Qur'an