

ABSTRAK

Nur Aulia Lidyanto, 2020. *Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Kalangan Mitra Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Cabang Palangka Raya*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, Pembimbing (I): Armiah, S.IP, M.Si. Pembimbing (II): Syaipul Hadi, S.IP, MA.

Kata kunci : Implementasi, Dakwah, Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif erat kaitannya dengan perubahan sikap sesuai kehendak pemberi pesan. Dalam kaitannya dengan dakwah komunikasi persuasif digunakan untuk memberikan pengertian kepada mad'u dengan tujuan mempengaruhi perilaku dan mengubahnya sesuai pesan dakwah yang disampaikan. Kajian yang diangkat pada penelitian ini tentang Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Kalangan Mitra Halal *Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Cabang Palangka Raya*.

Penelitian ini guna untuk mengetahui implementasi komunikasi dakwah persuasif dikalangan mitra Halal *Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI)*. Adapun pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini yaitu bagaimana implementasi dakwah dalam komunikasi persuasif leader kepada mitra HNI-HPAI cabang Palangka Raya, bagaimana sistem kerja bisnis HNI-HPAI, dan media apa saja yang digunakan sebagai media dakwah kepada mitra.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif atau penelitian lapangan yaitu peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk menggali dan mengumpulkan data. Kemudian data penelitian di olah dan diklasifikasikan untuk ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: implementasi dakwah dalam komunikasi persuasif yang dilakukan terdiri dari beberapa poin berikut: implementasi ayat tentang dakwah Q.S. An-Nahl ayat 125 dalam home sharing, melatih mitra untuk menjadi da'i profesional, mengimplementasi Q.S. Asy-syuraa' ayat 114-116 dengan mengajak kerabat dan teman dekat berhijrah produk, menjunjung silaturahmi, mendekati pemimpin, menarik simpati mad'u, memberikan testimoni produk dan bisnis, serta melakukan pendekatan *one by one*. Adapun sistem kerja bisnis HNI-HPAI ialah menggunakan bentuk penjualan bertingkat *Multilevel Marketing* Syariah berdasarkan fatwa tentang MLM dengan nama Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) No 75 tahun 2009,

manajemen pemberian dan pembagian bonus /royalti diatur oleh perusahaan dan diawasi oleh dewan syariah, sistem bisnis berjenjang HNI-HPAI terintegrasi dengan jaringan internet dan memiliki aplikasi khusus bernama *HNI Mobile*. Sedangkan media sosial yang digunakan antara lain WhatsApp, Website, Youtube Channel, Twitter, Facebook, dan Instagram. Media yang dominan digunakan sebagai media untuk berdakwah adalah Instagram, Youtube, Facebook dan WhatsApp dan media yang tidak digunakan sebagai media dakwah yaitu website dan twitter.