

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Komunikasi Dakwah Persuasif antara K.H. Husaini Hanafi dan Mad'u adalah sebuah proses komunikasi yang dimulai dari perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh K.H. Husaini Hanafi dengan cara menganalisis keinginan dan isu yang ada di masyarakat. Masyarakat atau Mad'u yang ada dalam proses komunikasi dakwah persuasif K.H. Husaini Hanafi merupakan masyarakat majemuk. Diikuti dengan komunikasi dengan menyiapkan isi pesan berdasarkan rujukan kitab disesuaikan dengan peristiwa konkrit di masyarakat, membangun suasana Majelis dengan baik, menggunakan sistem duduk atau Halaqoh untuk menyampaikan pesan serta memberikan sesi tanya jawab untuk menilai bagaimana pemahaman dari Mad'u tentang isi pesan yang disampaikan atau feedback.
2. K.H. Husaini Hanafi dan Mad'u di Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan merupakan proses komunikasi yang dinilai dari berbagai aspek komunikasi dakwah maupun aspek persuasif berlangsung cukup efektif. Ditandai dengan keberhasilan merubah pondasi sosial menjadi keberIslaman. Aspek-aspek Komunikasi Dakwah yang terpenuhi disini adalah Da'i (Komunikan), cara penyampaian pesan, isi pesan, sasaran

dakwah, media/lambang yang digunakan, serta Efek dari Pesan Dakwah. Kemudian Aspek yang terpenuhi dalam Komunikasi Persuasif adalah Persuader, cara memanipulasi pesan, isi pesan yang bersifat afektif, saluran yang digunakan, umpan balik (reaksi), Efek Komunikasi Persuasif yang berbentuk sikap, pendapat, serta tingkah laku.

Faktor yang menentukan keberhasilan dari Komunikasi Dakwah Persuasif oleh K.H. Husaini Hanafi. Jika merujuk pada teori perubahan sosial dan struktural fungsional, maka keberhasilan dalam Komunikasi Dakwah yang mengemplementasikan persuasif ada pada kondisi sosial masyarakat yang secara langsung mengaplikasikan nilai-nilai keberislaman dalam hidup sehari-hari, tidak menjadikan nuansa Islam jadi nilai yang asing, namun mengakulturasikan menjadi identitas bersama. Ditambah Lembaga MT. Nafahattur Rabbani yang menjadi penggerak atau wadah dalam pembinaan Masyarakat untuk belajar agama disertai belajar berorganisasi menjadi tanda lainnya dalam keberhasilan Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi, menerapkan Teori Talcott Parsons yaitu AGIL dalam mempertahankan Struktur Fungsionalisme dalam mencapai tujuan. Meskipun demikian, terdapat kekurangan dalam komunikasi yang dibangun oleh KH. Husaini Hanafi khususnya yang dibangun dalam media sosial.

B. Rekomendasi

Adapun saran-saran dalam penelitian ini antara lain:

1. Kepada pihak Majelis Taklim Nafahattur Rabbani atau secara Khusus kepada KH. Husaini Hanafi kiranya memperhatikan, hingga memaksimalkan cakupan yang didapat dalam media virtual, dalam

pengamatan yang dilakukan peneliti cukup banyak yang menonton melalui siaran langsung yang mana itu dapat dimanfaatkan lagi sehingga Komunikasi Dakwah Persuasif yang dilakukan KH. Husaini Hanafi efektif tidak pada yang hadir namun juga yang tidak dapat berhadir langsung.

2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya setelah membaca penelitian ini dapat dijadikan sebagai inspirasi serta referensi untuk dapat mengembangkan ilmu komunikasi khususnya untuk jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.