
BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi
<http://jurnal.usbykpk.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

KOMUNIKASI PERSUASIF DAKWAH DR. ZAKIR NAIK

Erwan Komara

Universitas Sangga Buana
erwan.komara@usbykpk.ac.id

Abstract

This research aims to determine the application of persuasive communication techniques by DR. Zakir Naik. He is an international Islam preacher. His lectures are always attended by thousands of people. Also, the lectures on his Youtube channel were listened to by millions of people. The method used in this research is qualitative descriptive as stated by Taylor and Bogdan. Moreover, researchers using discourse analysis (Nurhadi, 2015) which is analyzing sentences or utterances that have unity and context. In this case, the recordings of DR. Zakir Naik which appears on his Youtube channel will be analyzed. This study found various persuasive communication techniques applied by DR. Zakir Naik. Those are the association technique, integration technique, reward technique, arrangement technique, and red herring technique. The most dominant technique used is the fifth technique, the red herring technique. DR. Zakir Naik has the ability to master arguments that can beat the arguments of his interlocutor. With the ability to master persuasive communication techniques owned by DR. Zakir Naik, many people convert to Islam. The reason is not that they were coerced or intimidated, but because they had listened to DR. Zakir Naik clear, deep, logical, straightforward, yet firm explanation about Islam.

Keywords: *Persuasive Communication, Zakir Naik, Da'wah, Da'wah Communication*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan teknik-teknik komunikasi persuasif oleh DR. Zakir Naik. Dia adalah seorang pendakwah internasional yang selalu dihadiri oleh ribuan orang pada saat berceramah langsung. Juga ceramah di *channel Youtubanya* didengarkan oleh jutaan orang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif sebagaimana yang dinyatakan oleh Taylor dan Bogdan. Serta peneliti menggunakan analisis wacana (Nurhadi, 2015) yaitu menganalisis kalimat atau ujaran yang mempunyai kesatuan dan konteks, dalam hal ini berupa rekaman dakwah-dakwah DR. Zakir Naik yang terdapat di *channel Youtubanya*. Penelitian ini menemukan berbagai teknik komunikasi persuasif yang diterapkan oleh DR. Zakir Naik. Tekni asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, dan teknik tataan. Yang paling domina dimiliki adalah teknik yang kelima yaitu teknik teknik *red herring*. DR. Zakir Naik memiliki kemampuan menguasai argumentasi-argumentasi yang dapat mengalahkan argumentasi-argumentasi lawan bicaranya. Dengan kemampuan penguasaan teknik komunikasi persuasif yang dimiliki oleh DR. Zakir Naik ini, banyak di antara nonmuslim yang masuk Islam. Bukan karena mereka dipaksa atau diintimidasi, tapi karena mereka telah mendengarkan penjelasan dari DR. Zakir Naik yang jelas, mendalam, mendasar, lugas, namun tegas.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Dakwah Zakir Naik, Komunikasi Dakwah

**BUANA
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi
Ilmu Komunikasi
Volume 01
Nomor 02
Halaman 27 - 41
Bandung, Juni 2021

p-ISSN : 2774 - 2342
e-ISSN : 2774 - 2202

Tanggal Masuk :
28 Maret 2021
Tanggal Revisi :
20 April 2021
Tanggal Diterima :
29 April 2021

PENDAHULUAN

Komunikasi pada dasarnya penyampaian sekumpulan pesan yang ingin disampaikan dari satu kelompok yang dinamakan komunikator kepada kelompok lainnya yang dikenal dengan istilah komunikan. Komunikator merupakan pemeran utama dari terbentuknya sebuah komunikasi baik secara kuantitas maupun secara kualitas. Bila tidak ada komunikator, sudah pasti, pesan tidak akan ada dan tidak akan ada jalinan komunikasi. Ada komunikator tapi kualitasnya kurang baik, proses komunikasi juga tidak akan berjalan dengan baik, atau tujuan komunikasi agar pesan bisa sampai dengan baik kepada komunikan, tidak akan tercapai. Oleh karena itu, Cangara (2014) menyatakan bahwa komunikator memegang peranan yang sangat penting terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, kaya ide, dan penuh daya kreativitas. Di samping itu, lanjut Cangara, seorang komunikator harus bercermin pada dirinya sendiri, apakah dia telah memiliki syarat-syarat berkomunikasi atau belum.

Penyampaian pesan dalam kegiatan keagamaan terutama dalam agama Islam adalah dakwah. Arbi (2003: 59) menyebutnya dengan tegas bahwa dakwah itu seperti komunikasi. Di dalamnya, ada penyampai pesan atau komunikator yang dinamakan dai, mubaligh, atau penceramah; ada juga isi pesannya atau materi dakwah yakni petuah-petuah dan nasihat-nasihat keagamaan; ada juga penerima pesan atau komunikan yang dinamakan *mad'u*, *mustami*, atau pendengar. Kedudukan dan peranan dakwah dalam agama Islam sangat penting terutama untuk membina dan memotivasi para penganutnya agar tetap menjalankan syariat Islam dengan sebaik-baiknya. Di samping itu, aktivitas dakwah diharapkan mampu menjaga kualitas keberagaman umat Islam untuk waktu yang relatif lama dan sekaligus dapat menjaga keberlangsungan agama itu sendiri dari generasi ke generasi. Senada dengan hal tersebut, Sukayat (2015) mengungkapkan bahwa dakwah begitu dibutuhkan bagi kehidupan manusia karena dakwah merupakan upaya memberi jawaban atas pertanyaan dan persoalan yang dihadapi manusia. Lebih umum lagi, Ma'arif (2010) menyampaikan bahwa tujuan dakwah menciptakan suatu tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan jasmani dan rohani.

Dari berbagai macam bentuk penyampaian pesan yang diperkenankan dalam Islam, berdakwah dalam berbagai jenisnya adalah bentuk komunikasi yang sesuai. Gunara (2014) mengemukakan bahwa tidak semua keinginan berbicara untuk menyampaikan pesan perlu dilakukan. Perlu dilihat dulu apakah isi pesannya: 1) sesuai dengan syariat (Al-Quran dan Sunah); 2) maslahat yang syar'i (membawa kebaikan yang sesuai dengan Al-Quran dan Sunah); dan 3) bermanfaat bagi diri dan orang yang mendengar. Berbicara menyampaikan pesan yang diperbolehkan dalam pandangan Islam adalah berdakwah, karena memenuhi ketiga syarat tadi, yakni; berdalil Quran dan Sunah, maslahat, dan bermanfaat. Mengingat kedudukan dan peranan dakwah yang sangat penting, maka penyampaian pesan harus dilakukan oleh seorang komunikator atau dai yang baik. Bila bercermin pada pendapat Cangara di atas, maka dai menjadi penentu yang utama penyampaian pesan-pesan agama berjalan dengan baik. Di antara nama-nama pendakwah yang terkemuka dan termasyhur, terselip salah satu sosok bernama Zakir Naik. Jelas K. Albi (2016) dalam bukunya, bahwa Dr. Zakir Naik mempunyai nama lengkap Zakir Abdul Karim Naik. Dia lahir di Mumbai,

India pada tanggal 18 Oktober 1965. Profesi awalnya sebagai seorang dokter. Kemudian dia beralih profesi menjadi seorang dai. K. Albi lebih lanjut menegaskan bahwa Zakir Naik dikenal sebagai seorang cendekiawan muslim, memiliki kemampuan hafalan dan pemahaman yang kuat terhadap Al-Quran, hadis, serta kitab-kitab agama lain, dan seorang orator yang tegas.

Namanya mendunia. Dia menjadi viral di media sosial. Setiap rekaman ceramahnya yang ditayangkan di situs *Youtube*, dilihat dan didengarkan oleh ribuan bahkan jutaan orang. Setiap ceramah langsungnya, dihadiri oleh tak kurang dari 100 ribu orang. Bukan hanya itu, cara menyampaikan pesannya pun membuat kebanyakan pendengar terpujau. Hasil ceramahnya membuat beberapa pendengar dari golongan nonmuslim, masuk Islam di akhir sesi ceramahnya. Bahkan K. Aldi (2016) menjuluki Zakir Naik dengan *Dokter yang Mengislamkan Ratusan Ribu Orang* yang kemudian dijadikan judul bukunya. Kenyataan tersebut menjadi bukti bahwa Zakir Naik seorang dai yang berhasil menyampaikan pesan-pesannya kepada para pendengarnya. Kata demi kata, kalimat demi kalimat dapat diucapkan oleh Zakir Naik dengan lisan dan tutur kata yang baik. Isinya dapat dipahami juga oleh para pendengar baik yang muslim maupun nonmuslim. Hasil atau *feedback*nya, banyak nonmuslim yang masuk Islam. Hal ini juga membuktikan bahwa Zakir Naik sudah menerapkan komunikasi persuasif dalam menyampaikan dakwahnya.

LITERATUR

Komunikasi mempunyai arti yang beragam yang dikemukakan oleh para pakar komunikasi. Dari pengertian yang sederhana sampai pengertian yang lengkap. Dari pengertian yang klasik sampai modern. Dari pengertian-pengertian tersebut, peneliti akan memulainya dari pengertian secara bahasa. Secara bahasa, istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan lengkapnya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata bahasa Latin *Communeico* yang artinya membagi (Cherry dalam Stuart, dikutip oleh Cangara, 2014). Masih dalam Cangara (2014), terdapat beberapa pengertian komunikasi yang disampaikan, dua di antaranya dari Everett M. Rogers dan dari Shannon dan Weaver. M. Rogers mendefinisikan, komunikasi adalah proses pemindahan atau pengalihan suatu ide dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan menurut Shannon dan Weaver, komunikasi adalah interaksi manusia yang saling pengaruh dan mempengaruhi satu sama lainnya sengaja atau tidak disengaja.

Dua pengertian tersebut mengindikasikan paling tidak ada 3 ciri utama dari komunikasi; 1) adanya interaksi antarmanusia; 2) adanya pemindahan dan pengalihan suatu ide; dan 3) adanya tujuan untuk memengaruhi. Islam memandang komunikasi sebagai bentuk kegiatan yang melekat dalam ajarannya. Penyampaian syariat Islam kepada khalayak umum, terutama kepada umat muslim sendiri, merupakan bagian utama dari bentuk komunikasi yang dilakukan dalam Islam. A. Muis (2001) menyatakan ciri khas sistem komunikasi massa Islam adalah menyebarkan (menyampaikan) informasi kepada pendengar, pemirsa, atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah SWT agar berperilaku sesuai dengan perintah dan larangan-Nya itu. Kegiatan komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan Allah SWT, dalam Islam, biasa disebut dakwah. Bahkan Arbi (2003: 59) menyebut dakwah bagaikan komunikasi. Di dalamnya, ada keterlibatan unsur-unsur, sifat, dan sasaran komunikasi. Bahkan teknik dakwah pun prinsipnya bercorak komunikasi (Suhandang: 2013). Secara bahasa dakwah berasal dari bahasa Arab *da'ā* -

yad'ū - da'watan yang artinya mengajak atau menyeru. Sukayat (2015) yang mengutip dari Abdul Aziz merinci arti dakwah sebagai berikut: 1) memanggil, 2) menyeru, 3) menegaskan atau membela sesuatu, 4) perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, serta 5) memohon dan meminta.

Secara istilah, Basit (2013) merumuskan pengertian dakwah sebagai proses mengajak dan memengaruhi orang lain menuju jalan Allah yang dilakukan oleh manusia secara sistemik. Pengertian lain disampaikan juga oleh Sukayat (2015) yang mengutip dari M. Arifin, bahwa dakwah adalah:

“Kegiatan ajakan, baik dalam bentuk tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar serta berencana dalam usaha memengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok, agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message (pesan) yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.”

Dalam perpektif komunikasi, Suhandang (2013) mendefinisikan dakwah --dakwah Islamiah-- adalah:

“Mengomunikasikan ajaran Islam dalam arti mengajak dan memanggil umat manusia agar menganut ajaran Islam, memberi informasi mengenai amar makruf dan nahi mungkar, agar dapat tercapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat, serta terlaksana ketentuan Allah SWT.”

Dari paparan pengertian tersebut, dapat kita tarik kesimpulan bahwa secara keilmuan, dakwah merupakan bagian dari komunikasi karena di dalamnya terdapat ciri umum dari komunikasi yakni adanya interaksi antarmanusia, yaitu dai dan *mad'u*; adanya pemindahan dan pengalihan suatu ide, yaitu ajaran agama; dan adanya tujuan untuk memengaruhi, yaitu agar mengikuti ajaran agama. Dakwah dalam segala bentuk dan jenisnya bertujuan untuk memengaruhi *mad'u* agar mengikuti petunjuk-petuah atau nasihat-nasihat yang disampaikan. Pesan yang disampaikan dalam dakwah sebaiknya tidak hanya bersifat informatif. Akan tetapi, di dalamnya harus ada pesan yang bersifat persuasif. Seorang pendakwah tidak cukup hanya memiliki kemampuan menyampaikan ide dan gagasan saja. Dia juga harus memiliki keinginan dan keterampilan mengajak dan mengubah para pendengarnya ke arah yang lebih baik. Dalam ilmu komunikasi, teknik-teknik keterampilan ini biasa disebut komunikasi persuasif. Secara bahasa, menurut Effendy (1990: 67) persuasif berasal dari bahasa Latin, *persuasio* kemudian diserap ke dalam bahasa Inggris, *persuasion*, yang artinya ajakan, bujukan, imbauan, yang sifatnya halus atau luwes. Adapun secara istilah persuasi dapat diartikan dengan proses penyampaian pesan kepada komunikan dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah lakunya. Senada dengan Effendy, Ngalimun (2018: 59) yang mengutip Wijaya menegaskan pengertian komunikasi persuasif:

“Suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan.”

Sisi pengertian baik secara bahasa maupun istilah tersebut sangat relevan dengan tujuan utama dakwah, yakni mengajak orang lain dengan cara yang halus dan luwes untuk mengubah sikap, pandangan, dan tingkah lakunya menjadi lebih baik. Dakwah yang hanya mengedepankan keterampilan berbicara saja tanpa dilengkapi dengan keterampilan mempengaruhi pendengarnya untuk mengubah sikap menjadi lebih baik, maka dakwah yang

demikian belum menyentuh tujuan yang diharapkan. Di sinilah, seorang pendakwah harus memiliki teknik-teknik komunikasi persuasif.

Secara ringkas, Effendy sebagaimana dikutip oleh Ngalimun (2018: 72) mengutarakan lima teknik berkomunikasi efektif. Kelima teknik tersebut adalah 1) teknik asosiasi, 2) teknik integrasi, 3) teknik ganjaran, 4) teknik tataan, dan 5) teknik *red herring*. Dengan kelima teknik ini, seorang pendakwah akan dengan mudah "menguasai" para *mustami'* (pendengar)nya. Tujuannya agar mereka dapat mengikuti pesan yang diterimanya. Berikut penjelasan berkenaan dengan kelima teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Effendy.

1) Teknik Asosiasi

Yang dimaksud dengan teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpahkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2) Teknik Integrasi

Maksud dari teknik ini adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti melalui kata-kata verbal maupun nonverbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

3) Teknik Ganjaran

Dikatakan teknik ganjaran manakala seorang komunikator atau pendakwah melakukan kegiatan mempengaruhi komunikannya dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.

4) Teknik Tataan

Teknik tataan disebut juga *icing technique* maksudnya seni penataan pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

5) Teknik *Red Herring*

Dalam komunikasi persuasif ini, teknik *red herring* dimaknai dengan seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasanya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif noninteraktif deskriptif. Metode kualitatif, sebagaimana yang dinyatakan oleh Taylor dan Bogdan, adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang kata-kata lisan atau tertulis dan tingkah laku yang diamati dari orang yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti menggunakan analisis wacana (Nurhadi, 2015) yaitu menganalisis kalimat atau ujaran yang mempunyai kesatuan dan konteks. Yang dimaksud noninteraktif adalah penelitian yang menganalisis data sekunder dalam bentuk laporan, teks, atau artefak yang tidak melibatkan langsung orang yang diteliti (Pujileksana, 2015). Adapun metode deskriptif adalah melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu (Rakhmat, 2007)

Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi (Satori dan Komariah, 2014) dalam hal ini berupa beberapa hasil rekaman ceramah-ceramah Dr. Zakir Naik yang

ditayangkan di situs *Youtube*. Rekaman ini berisi jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para pendengar ceramah Dr. Zakir Naik. Data tersebut kemudian dianalisis, melalui teknik analisis data kualitatif, yakni penganalisisan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Pujilekono, 2015). Dalam hal ini, data yang berupa rekaman ceramah-ceramah Dr. Zakir Naik, didengarkan satu-persatu, diklasifikasikan berdasarkan teknik-teknik komunikasi persuasif, pencatatan hal-hal yang penting, mencari dan menemukan pola, dan akhirnya disajikan dalam bentuk laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

DR. Zakir Naik merupakan sosok pendakwah yang sudah terkenal di seluruh dunia. Bukan hanya di negara-negara muslim, juga di negara-negara nonmuslim. Ribuan orang berbondong-bondong datang untuk mendengarkan ceramahnya, tak terkecuali di antaranya orang-orang nonmuslim. Begitu juga ceramahnya yang diunggah di *channel Youtube*-nya, ditonton oleh jutaan orang. Sebagian besar di antaranya menyukai apa yang disampaikan olehnya. Di setiap ceramahnya, DR. Zakir Naik menyediakan waktu khusus untuk kalangan nonmuslim yang ingin bertanya tentang Islam, membandingkan dengan agama yang mereka yakini, atau bahkan meminta penjelasan tentang agama yang mereka anut. Tidak sedikit dari mereka yang langsung menyatakan diri masuk Islam setelah mendengar penjelasan darinya. Ribuan pendengar dan keberadaan *muallaf* atau yang masuk Islam setelah mendengar penjelasan dari DR. Zakir Naik, dapat menjadi dua bukti dari sekian bukti-bukti lainnya, bahwa DR. Zakir Naik mempunyai teknik komunikasi yang persuasif dalam menyampaikan dakwah-dakwahnya. Dengan kemampuan persuasif yang dimilikinya, dia mampu mengumpulkan, menarik hati, bahkan sampai mempengaruhi pendengarnya. Sampai pada titik mengubah satu keyakinan seseorang ke keyakinan lainnya dalam bentuk berpindah agama dari non-Islam ke Islam. Itulah tujuan persuasif. Sebagaimana disampaikan di penjelasan sebelumnya bahwa persuasif mempunyai arti membujuk, memengaruhi, atau juga meyakinkan. Tujuannya untuk memengaruhi kepercayaan, keyakinan, sikap, dan perilaku seseorang agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seorang komunikator (Ngalimun: 58). Sejauh ini, komunikasi dakwah DR. Zakir Naik berhasil mencapai tujuannya. Paling tidak berhasil mengundang banyak pendengar dan mengubah keyakinan orang lain yang mendengar penjelesannya.

Bagaimana dengan teknik komunikasi persuasifnya? Dalam teori komunikasi, kita mengenal teknik komunikasi persuasif. Salah satunya yang dikemukakan oleh Effendy (Ngalimun: 72). Ada lima teknik yang dikemukakan oleh Effendy: 1) Teknik Asosiasi, 2) Teknik Integrasi, 3) Teknik Ganjaran, 4) Teknik tataan, dan 5) Teknik *red herring*. Penulis akan mendeskripsikan teknik-teknik tersebut yang diterapkan oleh DR. Zakir Naik.

1) Teknik Asosiasi

Dalam komunikasi persuasif dikenal teknik asosiasi. Dengan teknik ini, seorang komunikator mampu menarik perhatian perhatian khalayak untuk mendengar dan mengikuti pesan yang disampaikannya. Hal ini dilakukan dengan cara menumpahkannya pada suatu

objek atau peristiwa yang aktual atau sedang menarik perhatian dan minat banyak orang. Pembicaraan yang diminati biasanya berisi tema-tema yang sedang hangat. Pada zaman sekarang, sering diistilahkan dengan *viral*. Seseorang yang mengutarakan salah satu tema *viral* ini, akan mendapat respons atau perhatian dari lawan bicaranya. Pihak komunikan akan merasa tertarik atas tema yang dibawakan oleh pihak komunikator. Pada akhirnya, pihak komunikan mau dipengaruhi oleh komunikator paling tidak untuk mendengarkannya. Bahkan sangat mungkin pada akhirnya, seorang komunikan mau mengikuti apa yang diinginkan oleh sang Komunikator.

Dalam hal ini, DR. Zakir Naik seorang yang pandai menentukan tema atau objek pembicaraan. Tema yang paling banyak disampaikan oleh DR. Zakir Naik adalah isu tentang perbandingan agama. Misalnya dalam video ke-1, dia membawakan tema *Muhammad (pbuh) in The Various World Religious Scriptures* (Pandangan Kitab-Kitab Agama Dunia terhadap Nabi Muhammad saw). Tema ini mampu mendatangkan banyak pendengar. Untuk menampung para pendengarnya, panitia penyelenggara menyediakan tempat yang berkapasitas ratusan ribu orang. Terlihat di video ini, tempat penyelenggaraannya di suatu ruangan yang sangat luas, yang dipenuhi oleh para pendengar baik dari golongan laki-laki maupun perempuan. Pada saat diteliti, video ini sudah dilihat oleh 168.630 orang, 3.1K yang menyukai, hanya 90 orang yang tidak menyukai, dan 3.44M yang *subscribed*.

Dalam video ceramah ini, DR. Zakir Naik memfokuskan penjelasannya tentang keterangan-keterangan atau dalil-dalil baik dari Al-Quran, Bibel, dan manuskrip dari agama lainnya. Pertama-tama, DR. Zakir Naik menjelaskan dalil-dalil dari Perjanjian Lama sebagai Kitab Agama Yahudi. Dia mengutip dari Kita Ulangan 18: 18, Tuhan Berfirman, “*Aku akan bangkitkan bagi mereka seorang Nabi seperti engkau (Musa) dari antara saudara-saudara mereka. Aku akan memberitahukan kepadanya firman-Ku dan dia akan menyampaikan semua yang Kuperintahkan.*” Umat Kristiani mempercayai bahwa yang dimaksud *seorang Nabi seperti engkau (Musa)* itu adalah Yesus atau Nabi Isa. Akan tetapi DR. Zakir Naik membantah anggapan itu. Pada sesi berikutnya, dia menjelaskan bahwa Nabi yang seperti Nabi Musa as. adalah Nabi Muhammad saw. Tiga kesamaan yang diutarakan oleh DR. Zakir Naik adalah dari sisi kelahiran, dari sisi keluarga dan keturunan, dan dari sisi kematian. Dengan penjelasan ini, para pendengar diyakinkan bahwa Nabi yang seperti Nabi Musa as adalah Nabi Muhammad saw.

Tema lain yang sering diangkat oleh DR. Zakir Naik dalam ceramah-ceramahnya adalah tentang Nabi Isa as. atau Yesus. Semua ceramah yang bertemakan Nabi Isa ditonton puluhan sampai ratusan ribu orang. Salah satunya video ke-2 yang berjudul *Siapa Nabi Isa (Yesus) Sebenarnya?*. Video ini sudah ditonton 416.978 orang dan disukai oleh 2.5K. Pertanyaan dari seorang perempuan yang bernama Cafri mengawali video ini. Isi pertanyaannya adalah, “*Di surah Ali Imran: 50 dikatakan untuk mengikuti ajaran Yesus. Kenapa tidak ada yang melakukannya?*” Dijawab oleh DR. Zakir Naik, “*Tidak ada seorang muslim pun yang tidak beriman kepada Yesus Kristus. Kami percaya bahwa dia adalah salah satu rasul besar Allah SWT. Kami percaya bahwa dia adalah sang messiah atau Kristus. Kami percaya bahwa kelahirannya penuh mukjizat tanpa seorang ayah yang banyak banyak orang Kristen zaman sekarang tidak mempercayai hal itu. Kami percaya bahwa dia menghidupkan orang mati atas izin Tuhan. Kami percaya bahwa dia menyembuhkan orang buta dan penderita kusta atas izin Tuhan.*”

Jawaban tersebut mengindikasikan bahwa banyak kesamaan keyakinan antara muslim dan nonmuslim terhadap Nabi Isa as. Akan tetapi ada perbedaan besar di antara keduanya. Perbedaan itu disampaikan oleh DR. Zakir Naik, “*Banyak umat Kristen yang menganggap Yesus Kristus sebagai Tuhan.*” Kemudian DR. Zakir Naik menjelaskan dan meyakinkan bahwa keyakinan tersebut salah seraya memberikan dalil-dalil penguatnya baik dari Bibel dan keserasiannya dalam Al-Quran. Inilah kemampuan yang dimiliki oleh DR. Zakir Naik. Dia bisa mencurahkan segala kemampuannya untuk mengupas tuntas masalah yang sedang dibahas. Selain, temanya sangat menarik untuk didengarkan karena membuat orang penasaran untuk mendengarkannya, juga penjelasannya yang begitu mendalam yang didukung oleh dalil-dalil dari Kitab Suci dari berbagai Agama, baik Islam, Kristen, Yahudi, maupun Budha dan Hindu.

2) Teknik Integritas

Menurut Effendi, seorang komunikator dalam menjalankan komunikasi persuasifnya menerapkan teknik integritas. Maksudnya, suatu teknik atau cara yang digunakan seorang komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Kepiawaian ini membuat komunikan merasa diajak berbaur dengan komunikator. Ini berarti melalui kata-kata verbal maupun nonverbalnya, seorang komunikator dapat menggambarkan dirinya bahwa ia sama dengan komunikan atau lawan bicaranya. Termasuk dalam hal ini, seorang komunikator harus memahami pembicaraan atau pertanyaan yang dikemukakan oleh komunikan. Langkah pertama agar komunikan kita mau mendengarkan apa yang kita sampaikan, kita harus memahami dulu apa yang dia sampaikan. Pada saat lawan bicara kita merasa pembicaraannya direspon dengan baik sesuai dengan yang dikehendakinya, maka pada saat itu pula dia pasti akan terus mengikuti apa yang kita sampaikan. Salah satu kemampuan DR. Zakir Naik adalah kepehaman terhadap pertanyaan yang disampaikan kepadanya. DR. Zakir Naik mampu membawa dirinya masuk ke pemahaman komunikannya sehingga dia merasa pertanyaannya direspon dengan baik. Dengan kemampuannya ini, para penanya mau mendengarkan jawaban-jawaban dari DR. Zakir Naik bahkan tidak sedikit yang mengikuti pesan yang disampaikannya. Sebagai contoh di video ke-3. Ada pertanyaan dari seorang pemuda Jepang tentang syahadat. Dia sudah percaya satu Tuhan dan Muhammad seorang nabi dan utusan Allah. Tapi dia enggan bersyahadat karena banyak yang bersyahadat tapi tidak lebih baik dari yang tidak bersyahadat. Jadi apakah mereka juga akan masuk surga?. Terhadap pertanyaan itu, DR. Zakir Naik berusaha untuk memahami maksud penanya. Dengan piawai, dia menjawab bahwa syahadat salah satu ciri kemusliman seseorang bukan jaminan masuk surga. Tapi bisa dikatakan tiket masuk surga, setelah itu ada gerbong kereta yang harus dinaikinya. Adapun syarat untuk masuk surga minimal ada 4, yakni beriman, beramal soleh, bernasihat dalam kebaikan, dan bernasihat dalam kesabaran. Kemudian dia mengutip surah Al-Ashr ayat 1-4.

Pemuda Jepang ini terlihat serius mendengarkan jawaban-jawaban DR. Zakir Naik. Hal ini menandakan pesan yang disampaikan penanya sudah direspon dengan baik oleh DR. Zakir Naik. Dirinya sudah disatukan secara komunikatif, sehingga dia seolah-olah berbaur dalam diskusi tersebut. Dia mengikuti apa yang disampaikan oleh DR. Zakir Naik. Di akhir

penjelasannya, pemuda Jepang ini mau mengikuti saran dan arahan DR. Zakir Naik untuk bersyahadat di muka umum. Contoh lain terdapat di video ke-4. Dalam video ini, seorang perempuan yang mengaku beragama Sikh meminta saran kepada DR. Zakir Naik atas pengalamannya. Dia mengutarakan bahwa sebenarnya dia sudah mempelajari Islam selama satu setengah tahun. Dia juga sudah mengetahui dan mempercayai bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan dan Muhammad adalah utusan-Nya. Akan tetapi, dia tertahan untuk masuk Islam karena masih menaruh rasa hormat kepada orang tuanya yang selalu mengajak ke kuil dan memperbaharui keimannya. Atas pengalaman itu, dia meminta saran, apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara meyakinkan orang tuanya. Dalam menjawab pertanyaan dan permintaan ini, DR. Zakir Naik mengawalinya dengan asal mula Agama Sikh dan konsep ketuhanannya. Dengan prolog awal seperti ini, DR. Zakir Naik berusaha membaurkan diri dengan pengalaman penanya. Dia membawa kepada satu pemahaman tentang Agama Sikh, baik yang dialami oleh penanya maupun yang diketahui oleh DR. Zakir Naik. Dengan demikian, penanya merasa diikutsertakan dan disatukan perasaan dan pengalamannya. Cara ini juga yang membuat penanya terlihat mendengarkan dengan seksama.

3) Teknik Ganjaran

Teknik lain yang diterapkan oleh DR. Zakir Naik dalam komunikasi persuasif dakwahnya adalah teknik ganjaran. Sebagaimana yang telah diutarakan oleh Effendy, bahwa teknik ganjaran adalah teknik yang digunakan oleh seorang komunikator dalam upaya memengaruhi komunikannya dengan cara mengiming-imingi hadiah atau memberikan harapan yang baik. Seorang yang diajak bicara atau komunikasi biasanya mau mengikuti pesan atau ajakan dari seorang komunikator kalau sudah diberikan iming-iming atau harapan-harapan. Begitu juga yang dilakukan oleh DR. Zakir Naik. Dalam video ke-5, ada kalimat bernada pengharapan yang disampaikan oleh DR. Zakir Naik kepada seorang penanya. Video ini diawali dengan pertanyaan dari seorang yang bernama Femi. Dia adalah seorang Kristiani. Dia bertanya tentang apa itu *ash-shirath al-mustaqim* dan siapa yang akan mendapatkannya. Pertanyaan ini dijawab dengan penjelasan yang cukup mendalam tentang *ash-shirath al-mustaqim*. Dia mengatakan bahwa *ash-shirath al-mustaqim* adalah Al-Quran. Keseluruhan ayat dari Surah Al-Fatihah sampai An-Nas berisi petunjuk dari Allah SWT. Orang yang membaca dan mempelajarinya akan mendapatkan jalan yang lurus itu. Dialah yang akan mendapatkan hidayah. Inilah kalimat yang memberikan harapan kepada penanya.

Kalimat yang memberikan harapan lain yang ada di video ke-5 ini terletak di akhir sesi. Setelah penanya yang bernama Femi ini masuk Islam, DR. Zakir Naik menyampaikan perkataan, “*Saudari, ketika seseorang masuk Islam, semua dosa sebelumnya dihapus dan aku berdoa kepada Allah semoga dia memberimu surga.*” Kalimat ini akan membuat siapapun yang mendengarnya termasuk yang bertanya, tertarik untuk masuk Islam. Dengan demikian, si penanya khususnya lebih yakin untuk memilih Islam sebagai agamanya. Di videonya yang lain, yang peneliti urutkan di video ke-6, ada pernyataan harapan yang disampaikan oleh DR. Zakir Naik, yang cukup menggelikan. Video ini diawali dengan pernyataan dari seorang wanita Jepang yang masih *galau* untuk masuk Islam. Hal ini disebabkan masih ada ketakutan dalam dirinya kalau-kalau masih ada pertanyaan-pertanyaan yang belum bisa dijawab oleh dirinya. Penyebab kegalauan yang lain adalah

bahwa dia merasa daging babi itu enak. Atas kegalauan ini, DR. Zakir Naik memberikan penjelasan bahwa ketidaktahuan sesuatu tentang Islam itu sesuatu yang wajar dan dirasakan oleh semua muslim. Akan tetapi jangan khawatir, karena Allah SWT sudah berfirman dalam Qs. Al-Anbiya [21] ayat 7 dan Qs. An-Nahl [60] ayat 43, “*Bertanyalah kepada ahlinya jika kalian tidak mengetahui.*” “*Jadi kalau ada orang yang sakit, ya bertanya kepada dokter sebagai ahlinya. Kalau ada yang tidak mengetahui tentang agama, bertanya juga kepada ahlinya yaitu para ulama.*”, lanjut DR. Zakir Naik.

Mendengar penjelasan tersebut, wanita Jepang itu terlihat cukup faham, namun masih enggan mengucapkan syahadat. Terucap dari lisannya, “*Saya percaya kepada dua hal itu (syahadat) meski begitu daging babi itu enak.*” Mendengar ucapan tersebut yang diiringi dengan tertawaan dari peserta yang karena terdengar lucu, DR Zakir Naik langsung bertanya, “*Bagaimana kalau kau masuk Islam dan boleh makan daging babi, maukah kau masuk Islam?*” Wanita itu spontan menjawab, “*Ya, aku mau masuk Islam*”. Dengan bijak DR. Zakir Naik berkata, “*Lebih baik makan babi tapi menjauh dari syirik, kamu punya kesempatan besar untuk masuk surga daripada makan daging babi dan melakukan syirik.*” Pernyataan DR. Zakir Naik ini terasa aneh. Seolah dia membolehkan makan daging babi yang telah diharamkan oleh Allah SWT dalam Al-Quran. Akan tetapi kalau ditelaah lebih mendalam, sebagaimana yang juga dijelaskan oleh DR. Zakir Naik pada kesempatan berikutnya, bahwa dosa syirik adalah dosa paling besar dibandingkan dosa-dosa besar yang lainnya termasuk dosa makan daging babi. Dosa syirik akan menyebabkan seseorang masuk ke dalam surga. Berbeda dengan makan daging babi, kesempatan untuk masuk surga masih ada.

Kalimat pembolehan makan daging babi yang disampaikan oleh DR. Zakir Naik, bukan kalimat *final* akan tetapi kalimat pemberian peluang dan harapan kepada lawan bicaranya agar dia terbebas dari dosa yang paling besar yaitu syirik kepada Allah SWT dan mau menerima Islam sebagai agamanya. Walau DR. Zakir Naik tetap berharap, setelah terbebas dari dosa syirik dan masuk ke dalam agama Islam, dosa-dosa yang lain pun ditinggalkan termasuk memakan daging babi. Maka dengan kalimat tersebut, wanita Jepang itu mau mengucapkan dua kalimat syahadat dan menyatakan diri masuk Islam.

4) Teknik Tataan

Dalam sebuah komunikasi persuasif, pesan sebaiknya ditata sedemikian rupa sehingga enak didengar, menarik untuk disimak, dan penasaran untuk diikuti, serta termotivasi untuk dilakukan. Inilah yang dimaksud seni menata pesan. Dalam teori komunikasi persuasif disebut teknik tatan atau *icing technique*. Seorang komunikator yang menerapkan teknik tataan ini, akan mendapat respons yang baik dari komunikannya. DR. Zakir Naik, seorang pendakwah yang pandai menata pesan. Agar pesannya diterima oleh pendengarnya, dia senantiasa menyusun kata demi kata, kalimat demi kalimat yang disampaiakannya. Apalagi pada saat menyampaikan tema-tema yang sensitif, yang berhubungan dengan budaya dan keyakinan agama lain. Namun juga, tetap tegas dan lugas dalam menyampaiakannya. Satu hal yang sangat menonjol adalah, DR. Zakir Naik selalu memperkuat pernyataan dan argumentasinya dengan dalil-dalil yang bersumber dari Kitab-Kitab Suci semua Agama. Bukan hanya Islam, Yahudi, Kristen, Hindu, Budha, juga agama dan kepercayaan lainnya

termasuk Sikh. Dia terlihat sangat menguasai seluruh Kitab Suci yang ada di dunia terutama dalam konsep-konsep agama yang sangat mendasar, seperti konsep Tuhan dan kenabian.

Masalah sensitif yang menurut peneliti cocok untuk diungkap dalam tulisan ini adalah disaat menyampaikan materi-materi atau menerima pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan konsep Tuhan. Kita mengetahui bahwa setiap agama mengaku punya Tuhan. Begitu juga setiap agama mempunyai konsep Tuhannya masing-masing. Hal ini kalau dibahas di muka umum pasti akan mendapatkan tanggapan yang beragam. Jika salah menyampaikannya, bisa membuat umat agama lain tersinggung dan marah. Seperti halnya dalam video ke-7. Video ini berjudul *Which Religion Have The Correct Concept of God?* (Agama mana yang mempunyai konsep Tuhan yang benar?). Di awal penjelasannya, DR. Zakir Naik mengenalkan konsep Tuhan dalam agama Islam, yaitu yang tertera dalam Qs. Al-Ikhlash [112] ayat 1-4. Kemudian dia mengatakan, *“Inilah empat kalimat yang menjelaskan Allah dalam Al-Quran yang kami sebut sebagai tes limus bagi teologi”*. Dia menegaskan, *“Kandidat apapun yang kau katakan Tuhan, tempatkan dia pada kriteria surat Al-Ikhlash ini. Jika kandidat itu lulus tesnya, kami sebagai muslim tidak masalah menerima kandidat ini sebagai Tuhan”*.

Menurut peneliti, penempatan menyampaikan konsep Tuhan dalam agama Islam di awal merupakan penataan pesan yang cerdas. Hal ini dikarenakan untuk menyamakan persepsi para pendengar yang beragam tentang Tuhan. DR. Zakir Naik menawarkan alat ujinya. Jadi siapapun yang menawarkan kandidat Tuhan, harus teruji dalam empat hal ini, 1) Tuhan itu harus satu; 2) Tuhan itu tempat meminta seluruh makhluk, 3) Tuhan itu tidak melahirkan dan tidak dilahirkan, dan 4) Tuhan itu berbeda dengan makhluk-Nya. Di satu sisi, DR. Zakir Naik menawarkan konsep Tuhan yang tegas, jelas, dan menjadi teori umum yang bisa diterima oleh orang. Di sisi lain, DR. Zakir Naik juga sangat terbuka untuk menerima bentuk atau kandidat Tuhan dari manapun, dengan syarat lulus uji dari empat konsep Tuhan yang disampaikannya. Video lain, yakni video ke-8, yang menampilkan seorang Kristiani, yang bernama Patrick, mempertanyakan mengapa Islam tidak menganggap Yesus anak Tuhan, padahal dia lahir hanya dari seorang ibu. Pertanyaan seperti ini jika dijawab dengan penataan pesan yang salah bisa jadi akan mengecewakan penanya. Tapi di sini, DR. Zakir Naik dapat menata jawaban dengan kalimat-kalimat yang bisa diterima oleh penanya.

Jawaban DR. Zakir Naik dimulai dengan perkataan, *“Saudara Patrick, ini pertanyaan yang bagus. Pertanyaan yang penting.”* Dengan kalimat ini, siapapun orang yang bertanya akan merasa pertanyaannya dihargai dan akan menjadi daya tarik utama untuk terus menyimak jawaban yang akan didengarnya. Berikutnya, DR. Zakir Naik menyampaikan bahwa dia akan lebih menerima perkataan bahwa kita semua adalah anak Tuhan dari pada hanya Yesus yang disebut anak Tuhan. Alasan yang dikemukakan DR. Zakir Naik, mengapa kita semua anak Tuhan, karena makna anak di sana bukanlah makna yang sesungguhnya. Tapi anak Tuhan di sana bermakna kekasih Tuhan. Sebagaimana dikatakan kepada Adam, Daud, Sulaiman, mereka semua adalah anak Tuhan dalam arti kekasih Tuhan. Begitu juga kepada kita yang selalu mengikuti ajaran-Nya, maka bisa dikatakan anak Tuhan. Setelah itu, DR. Zakir Naik mengutip beberapa dalil dari Bibel dan Al-Quran. Dengan penataan kata dan kalimat seperti itu, pemuda Kristen yang bernama Patrick tadi terlihat menerima dan memahami penjelasan DR. Zakir Naik. Dan di akhir tayangan dikabarkan, pemuda ini masuk

Islam. Ini menandakan penjelasan DR. Zakir Naik dengan penataan kalimat yang baik dapat membuat seseorang menerima pesan yang disampaikan dan memahaminya dengan baik pula. Puncak dari pemahaman yang baik dari seseorang itu adalah pengakuan agama Islam dalam dirinya yang sebelumnya tidak diyakini kebenarannya.

5) Teknik *Red Herring*

Teknik *red herring* merupakan teknik yang terakhir dalam komunikasi persuasif. Maksudnya, teknik yang dimiliki oleh seorang komunikator untuk mengesampingkan argumentasi lemah yang dimilikinya dan mengalihkannya sedikit demi sedikit ke argumentasi yang lebih ia kuasai untuk melemahkan argumentasi lawan bicaranya. Bahkan argumentasi ini menurut Effendi, bisa dijadikan senjata ampuh untuk menjatuhkan komunikannya. Video-video ceramah DR. Zakir Naik menunjukkan bahwa, dia menerapkan teknik *red herring* ini. Apalagi pada saat ia ditanya oleh para tokoh-agama agama lain atau dari kalangan saintifik. DR. Zakir Naik dapat menyampaikan argumentasi-argumentasi yang kuat bahkan lebih kuat daripada argumentasi penanya. Bukan hanya itu, dia juga memperkuatnya dengan dalil-dalil dari Kitab Suci agama penanya yang membuat penanya tidak banyak berketik. Salah satunya sebuah video yang menggambarkan perdebatan antara seorang pendeta juga sarjana teologi dengan DR. Zakir Naik. Video ini diurutkan di video ke-9 dan berisi pernyataan dari seorang pendeta yang bernama Sulaiman Al-Abudi. Dia menentang pernyataan dari DR. Zakir Naik, bahwa Yesus bukan Tuhan. Menurut pemahaman Dia, Yesus adalah Tuhan karena ada perkataan Yesus, “*Akulah jalan kebenaran dan kehidupan. Ayahku dan aku satu. Mereka yang melihatku berarti melihat Ayahku.*” Jadi dari pernyataan ini, pendeta ini tetap meyakini bahwa Yesus adalah Tuhan.

Mendengar pernyataan ini, DR. Zakir Naik menjelaskan bahwa apa yang disampaikan oleh pendeta itu ada di dalam Bibel. Tapi pernyataan itu tidak bisa berdiri sendiri, harus dilihat dan dibaca juga konteks ayat-ayat sebelumnya. Bahkan DR. Zakir Naik menyebutkan letak pernyataan tadi dalam Injil yang tidak disebutkan oleh pendeta tadi, yaitu di dalam Injil Jhones bab 14 ayat 6 dan 9. Pada kesempatan berikutnya, DR. Zakir Naik mengutip beberapa ayat sebelumnya yang menjadi konteks dari pernyataan di awal sehingga menjadi sebuah rangkaian peristiwa yang utuh. Setelah itu, DR. Zakir Naik meyakinkan bahwa Yesus itu bukanlah Tuhan atau bukan juga bagian dari Tuhan, melainkan dia hanyalah seorang utusan Tuhan, sama seperti Adam, Nuh, Musa, dan juga Muhammad saw. Mendengar penjelasan itu, Pendeta tersebut tidak bisa berkata apa-apa kecuali pergi begitu saja meninggalkan podium pertanyaan. Itu kemampuan teknik *red herring* yang dimiliki oleh DR. Zakir Naik. Argumentasinya kuat dan didukung juga dengan kemampuan penguasaan materi yang dibahasnya.

Video berikutnya yang menarik untuk diteliti saya tempatkan di video ke-10. Video ini menampilkan seorang yang memperdebatkan soal ahli kitab yang tidak terbatas hanya Yahudi dan Kristen sebagaimana yang dijelaskan oleh DR. Zakir Naik. Dia mengutip pernyataan yang ditulis oleh seorang Profesor Malaysia bernama Prof. Hasyim Kamali. Walau DR. Zakir Naik tidak mengenal penulis buku ini, tapi dia menghargai apa yang dituliskannya. Akan tetapi, apa yang dituliskannya tidak disetujui oleh DR. Zakir Naik. Tulisannya tidak sesuai dengan Al-Quran dan penjelasan para ulama-ulama tafsir terkenal sebelumnya. DR. Zakir Naik menyakinkan bahwa pemahamannya tentang bahwa ahli kitab

yang dirujuk Al-Quran hanya dari golongan Yahudi dan Kristen bukan dari golongan lain, seperti Hindu atau Budha. Hal itu senada dengan apa yang dijelaskan dalam tafsir-tafsir Quran terkenal lainnya. Seperti Ibu Katsir, Ibnu Taymiah, Tabrani, dan puluhan ulama lainnya. Dengan penjelasan seperti itu, penanya tadi tidak bisa lagi menyanggah pemahaman DR. Zakir Naik.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian terhadap ceramah-ceramah yang dilakukan oleh DR. Zakir Naik, peneliti menemukan teknik-teknik komunikasi yang dikonsepskan oleh Effendy yang diterapkan. Berikut temuannya.

- 1) Penerapan teknik asosiasi terdapat dalam tema kajiannya yang diminati banyak orang dan yang selama ini dicari jawabannya. Tema yang banyak dibahas adalah tentang perbandingan agama-agama dunia. Pembahasannya seputar konsep Tuhan dan konsep Kenabian.
- 2) Kedua, penerapan teknik integrasi. DR. Zakir Naik pandai menyatukan apa yang diinginkan oleh lawan bicaranya secara komunikasi. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan oleh para pendengarnya mampu dicerna dengan baik dan dijawab sesuai dengan harapan penanyanya. Tak jarang, dengan kemampuannya ini, orang yang bertanya bersedia meninggalkannya keyakinan agamanya yang lama dan memilih agamanya yang baru yaitu Islam.
- 3) Ketiga, teknik ganjaran. Penerapannya dalam ceramah DR. Zakir Naik terdapat dalam janji dan harapan yang diberikan olehnya. Beberapa kalimat yang selalu disampaikan oleh DR. Zakir Naik adalah akan masuk surga, diampuni segala dosa-dosa yang telah lalu, dan mendapat pahala yang berlipat. Namun demikian, DR. Zakir Naik menyampaikan empat syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkannya. Keempat syarat itu adalah, dia beriman, beramal kebaikan, bernasihat dalam kebenaran, dan bernasihat dalam kesabaran. berupa barang siapa yang berbuat baik.
- 4) Keempat, teknik tataan. Dalam ceramahnya, DR. Zakir Naik pandai menata pesan dalam untaian kalimat yang mudah dipahami oleh pendengarnya. Pandai menempatkan penjelasan mana yang harus didahulukan dan penjelasan mana yang harus diakhirkan. Begitu juga dalam hal penerapan ketegasan, kepada siapa yang bisa diterapkan hukum yang tegas kepada siapa yang diterapkan secara bertahap.
- 5) Kelima, teknik *red herring*. Teknik ini yang menurut peneliti lebih dominan dimiliki oleh DR. Zakir Naik daripada keempat teknik sebelumnya. DR. Zakir Naik sangat pandai mengemukakan argumentasi-argumentasi yang didasari oleh dalil-dalil yang jelas dan lengkap dari Kitab-Kitab Suci semua agama. Hal ini juga didukung dengan daya ingat yang dimilikinya, sehingga para lawan bicaranya tidak bisa berbuat apa-apa.

Dengan kemampuan penguasaan teknik komunikasi persuasif yang dimiliki oleh DR. Zakir Naik, ceramah-ceramahnya baik melalui youtube maupun yang tempat terbuka, diminati oleh banyak orang. Bukan hanya itu, pesan-pesan yang disampaikannya berkenan dan dapat diterima di hati para pendengarnya baik muslim maupun nonmuslim. Banyak di

antara nonmuslim yang masuk Islam. Bukan karena mereka dipaksa, tapi karena mereka telah mendengarkan penjelasan dari DR. Zakir Naik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbi, Armanwati. 2003. *Dakwah dan Komunikasi*. Tangerang: UIN Jakarta.
- A. Muis. 2001. *Komunikasi Islam*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Al-'Asqalani, Abu Al-Fadhil Ahmad bin 'Ali bin Hijr. 1989. *Bulughul Maram*. Beirut: Darul Fikr.
- Arbi, Armanwati. 2003. *Dakwah dan Komunikasi*. Tangerang: UIN Jakarta.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchajana. 1990. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju, 1990.
- Gunara, Thorik. 2014. *Komunikasi Rasulullah, Indahnya Berkomunikasi ala Rasulullah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- K. Albi. 2016. *Dr. Zakir Naik, Dokter yang Mengislamkan Ratusan Ribu Orang*. Yogyakarta: Mutiara Media.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Maarif, Zainul. 2015. *Retorika, Metode Komunikasi Publik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ngalimun. 2018. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2015. *Teori-Teori Komunikasi, Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suhandang, Kustadi, 2013. *Ilmu Dakwah, Perspektif Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____. 2014. *Strategi Dakwah, Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sukayat, Tata. 2015. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.