

# Strategi Pemujukan Dalam Komunikasi Dakwah Masyarakat Orang Asli

Nur Uswah Ahmad Fauzi, Zulkefli Aini

Jabatan Dakwah dan Kepimpinan  
Fakulti Pengajian Islam  
Universiti Kebangsaan Malaysia.  
43600, UKM Bangi Campus, Selangor Darul Ehsan, Malaysia  
E-mail : uswahfauzi92@gmail.com; zulaini@ukm.edu.my

---

**Abstrak** – Kelangsungan kegiatan dakwah masyarakat Orang Asli merupakan tugas yang perlu diberi perhatian khususnya terhadap usaha membimbing ke arah penghayatan Islam yang sebenar. Memandangkan aktiviti dakwah dan komunikasi merupakan suatu gabungan penting dalam menyalurkan mesej Islam, penyampaiannya tidaklah hanya bersahaja malah menuntut kepada keberkesannya. Persoalannya, adakah semua kegiatan komunikasi dalam lapangan dakwah memperoleh kesan yang positif terutamanya dalam aspek perubahan tingkah laku dan sikap mad'u?. Oleh itu, kebolehpayaan pendakwah menggunakan pendekatan pemujukan untuk tujuan dakwah wajar dikaji sebagai salah satu perkembangan dalam uslub dakwah. Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti strategi pemujukan dalam komunikasi dakwah kepada Orang Asli. Kajian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan reka bentuk analisis kandungan. Manakala, pengumpulan data kajian dengan menggunakan kajian-kajian lepas seperti tesis, prosiding, artikel dalam jurnal, buku-buku dan kertas kerja. Hasil kajian mendapati bahawa kemampuan pendakwah menggunakan pemujukan dalam komunikasi dakwah terhadap masyarakat Orang Asli membawa kesan positif terhadap kesedaran, pemikiran, kefahaman, penghayatan dan pengamalan ajaran Islam secara sukarela tanpa rasa dipaksa.

**Kata kunci:** Pemujukan, Pendakwah, Dakwah, Komunikasi, Orang Asli

---

## I. PENDAHULUAN

Masyarakat Orang Asli dikenali sebagai komuniti yang sarat dengan keunikan gaya hidup sama ada dari segi budaya, adat resam, kepercayaan mahupun pemikiran. Bertepatan dengan keunikan-keunikan ini ia memerlukan para pendakwah menyusun strategi dari segi elemen dakwah iaitu *manhaj*, *uslub* dan *wasilah* yang sesuai dalam menyumbang kepada peningkatan terhadap kefahaman dan penghayatan Orang Asli tentang asas-asas ajaran Islam yang sebenar. Menurut Don (2014), mendapati bahawa realiti beragama dalam penguasaan asas-asas ajaran Islam seperti akidah, ibadah dan akhlak dalam kalangan Orang Asli yang telah memeluk Islam adalah masih lemah. Berdasarkan pernyataan tersebut artikel ini bertujuan mengenalpasti keberkesanan pendakwah Orang Asli mempengaruhi sikap dan tingkah laku mereka melalui komunikasi pemujukan.

Menurut Ashaari et al. (2014) keberkesanan metode dakwah boleh dinilai dari aspek kemahiran komunikasi yang berlangsung di antara pendakwah dengan sasaran. Pelaksanaannya termasuklah melalui komunikasi pemujukan yang merupakan salah satu *uslub* dakwah dalam membina kepercayaan sasaran dakwah terhadap mesej yang disampaikan. Oleh itu, keadaan ini menuntut kepada kebijaksanaan pendakwah dalam menggunakan metode yang akhirnya dapat menghasilkan keberkesanan dakwah melalui perubahan tingkah laku dan sikap sasaran di atas kesedaran sendiri.

## II. Permasalahan Kajian

Keadaan sasaran dakwah yang mempunyai kepelbagaian latar belakang dan pemikiran menjadi salah satu sebab usaha dakwah melalui proses dinamik yang berpanjangan. Oleh itu, memahami realiti tentang keadaan yang berlaku di dalam lapangan dakwah merupakan asas utama dalam menjalankan tugas sebagai pendakwah (Al-Qardawi, 1979). Menurut Ashaari et al. (2014) sebagai muhasabah dan panduan gerak kerja dakwah Orang Asli, ia perlu suatu penilaian bagi tujuan menjalankan perancangan dan tindakan lanjut. Salah satunya, sebagaimana yang dinyatakan oleh Yunus & Zin (2006) iaitu para pendakwah Orang Asli memerlukan kemahiran dalam teknik penyampaian dakwah di samping mematuhi peraturan-peraturan, disiplin dan strategi yang telah dirancang.

Antara persepsi negatif yang timbul terhadap ajaran Islam ialah isu tentang cara penyampaian yang tidak bersesuaian mengakibatkan Orang Asli tidak mampu memahami ajaran Islam sebenar. Sebagai contoh, pengetahuan yang minimum tentang ajaran Islam dalam konteks ibadah seperti solat dan membaca al-Quran menyebabkan Orang Asli berasa tersisih walaupun setelah memeluk Islam (Abdullah, 2015). Akibatnya, mereka menganggap bahawa agama Islam hanya sebagai "label" rasmi status agama dalam konteks hubungan dengan masyarakat luar (Abdullah, 2015). Justeru, dalam konteks dakwah kepada Orang Asli, aspek penyampaian dakwah yang sesuai menjadi titik permulaan kepada pendakwah untuk merangka strategi penyampaian dakwah yang berkesan terutamanya dari sudut komunikasi pemujukan (Aini & Suyorno, 2016).

Begitu juga peranan yang telah dimainkan oleh agensi-agensi yang mempunyai tugas dakwah kepada Orang Asli seperti Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Jabatan/Majlis Agama Islam Negeri dan Badan Bukan Kerajaan (NGO) seperti PERKIM dan lain-lain. Mereka mengadakan pelbagai program melalui kelas-kelas *fardhu ain*, program kebesaran Islam, bantuan kebajikan serta projek pembangunan dilihat masih menyumbang kepada impak yang kecil dalam meningkatkan kualiti hidup beragama Orang Asli Islam (Don 2014). Perkara ini ditambah lagi dengan kehadiran gerakan missionari Kristian yang mengganggu gugat keimanan Orang Asli melalui dakyah yang dibawa dengan menggunakan pendekatan-pendekatan yang dilihat dapat menarik Orang Asli untuk menganut agama Kristian (Arabestani & Juli Edo 2011).

Selain itu, masih terdapat Orang Asli yang menganggap bahawa program-program berteman Islam yang dijalankan oleh pendakwah bertujuan memaksa mereka memeluk Islam (Mokhtar & Aini, 2014). Berdasarkan kajian Mokhtar (2002) menunjukkan beberapa faktor yang menyebabkan Orang Asli memeluk Islam antaranya ialah perkahwinan, imbuhan, keturunan, dan pergaulan. Justeru itu, usaha meningkatkan kefahaman dan kesedaran Islam di atas kerelaan hati sendiri perlu kepada penelitian agar dapat mendorong kepada kefahaman Islam yang benar selepas mereka memeluk Islam.

Dalam aspek sikap dan tingkah laku, hasil kajian Saleh et al. (2009) mendapati beberapa sikap semulajadi Orang Asli terhadap proses pembelajaran antaranya sikap mudah jemu dan bosan, sifat sendiri yang rendah seperti pemalu dan mudah terasa. Faktor-faktor ini menjadi cabaran kepada para pendakwah dalam memahami kaedah dan pendekatan yang dapat menarik perhatian dan minat Orang Asli terhadap mesej Islam yang disampaikan. Oleh itu, keperluan kepada teknik untuk mempengaruhi dan menarik minat mereka perlu kepada penelitian yang fokus dan sesuai.

Berdasarkan perbincangan di atas, berkenaan usaha-usaha terhadap aktiviti dakwah kepada Orang Asli, secara umum memberi gambaran bahawa teknik penyampaian dakwah yang dijalankan oleh para pendakwah perlu diberi perhatian. Orang Asli perlu kepada pendekatan dakwah yang bersesuaian terutamanya dalam membina kepercayaan mereka terhadap pendakwah. Dengan ini ia dapat membantu mendapatkan maklum balas, tanggapan, persepsi dan pandangan Orang Asli melalui kepercayaan, kefahaman, penghayatan dan pengamalan hidup secara Islam.

## III. Konsep Dakwah

Secara umum, dakwah ialah suatu seruan yang didasari oleh prinsip-prinsip Islam sebagaimana yang diturunkan oleh Allah SWT sebagai panduan hidup seluruh manusia. Dakwah dalam konteks disiplin ilmu bermaksud mengajak, menyeru dan menggalakkan manusia agar memahami realiti kehidupan yang diajar dalam Islam (Al-Bayanuniy, 2001). Ghalwusy (1978) mentakrifkan dakwah dengan gabungan dua maksud iaitu agama Islam yang berbentuk teoritikal dan kegiatan dakwah secara praktikal maka istilah dakwah ialah satu bentuk penyebaran agama Islam. Dalam konteks metodologi dakwah, Ab. Aziz Mohd Zin (2001) menjelaskan bahawa dakwah yang dilakukan hendaklah mengikut metodologi yang telah menjadi amalan para Nabi dan Rasul disamping menyesuaikan dengan perubahan zaman dan persekitaran. Secara asas, metodologi dakwah yang disebut sebagai *manhaj rabaniyyah* ini telah dijelaskan oleh Allah SWT menerusi surah an-Nahl 16:125:

*“Serulah ke jalan Tuhanmu (Wahai Muhammad) dengan hikmat kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik; sesungguhnya Tuhanmu Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalannya, dan Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk”.*

Dakwah dalam konteks hubungan antara pendakwah dengan mad'u ia melibatkan tatacara komunikasi dan adab seseorang pendakwah yang mengandungi aspek kesempurnaan insan yang menggabungkan unsur al-qabl, al-'aql dan al-nafs (Aini & Suyorno, 2014). Ketiga-tiga aspek ini jika difahami dengan baik oleh pendakwah akhirnya dapat menyumbang perubahan psikologi mad'u ke arah yang lebih berkesan. Dengan itu, komunikasi dakwah dilihat bermula dengan memahami latar belakang dan pemikiran mad'u serta menyesuaikan dengan topik yang disampaikan akan mendorong kesan positif terhadap tindak balas mad'u. Menurut pandangan al-Qardawi (1979), kebijaksanaan Baginda SAW sehingga dapat menarik para mad'u ialah melalui menifestasi kefahaman tentang realiti keadaan sahabat yang meminta nasihat serta pandangan dalam semua sudut seterusnya disesuaikan dengan kandungan dakwah itu sendiri. Ini disebabkan pendekatan yang sesuai dengan sasaran akan mencapai matlamat dakwah iaitu ajaran-ajaran Islam yang diamalkan melalui kefahaman yang benar tanpa sebarang keraguan.

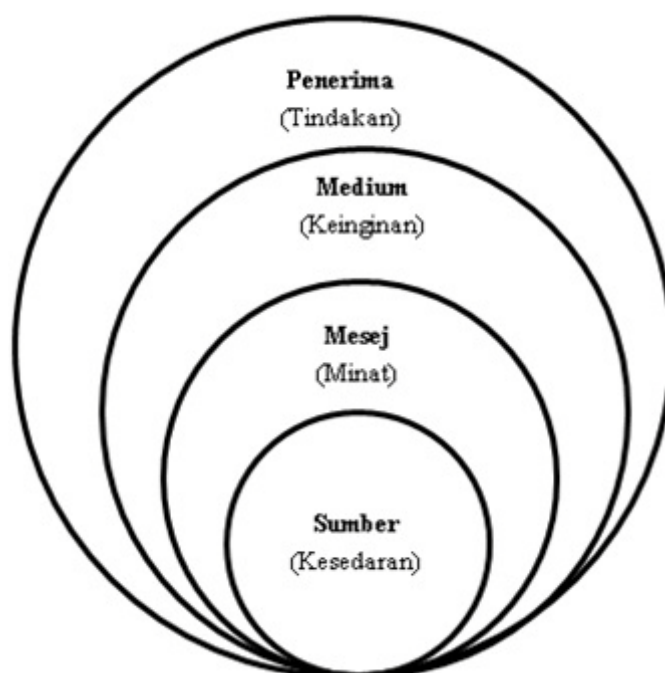
Berdasarkan penjelasan di atas, konsep penyebaran dakwah bukan hanya melibatkan aktiviti dakwah secara prinsip semata-mata malah ia mementingkan aspek keberkesanaannya. Oleh itu, penyampaian dakwah yang berjaya ialah menyentuh dimensi emosi dan perasaan sasaran dakwah yang akhirnya dapat melahirkan insan yang mengamalkan Islam iaitu didasari dengan iman dan taqwa kepada Allah SWT.

#### IV. Pemujukan Sebagai Fungsi Dalam Komunikasi

Penggunaan pemujukan dalam proses komunikasi bukanlah suatu yang baharu. Menurut Petty & Briñol (2008) bahawa pemujukan mempunyai peranan penting dalam pelbagai bidang seperti politik, agama, psikoterapi, pendidikan dan dalam interaksi sosial. Pendekatan ini turut digunakan secara sistematik oleh sarjana dalam disiplin ilmu psikologi, komunikasi, pemasaran dan pengiklanan selama bertahun-tahun (Friestad & Wright, 1995). Ini disebabkan manusia sebagai makhluk sosial memerlukan proses komunikasi yang berterusan ketika menyalurkan idea untuk mempengaruhi perubahan sikap dan tingkah laku orang lain sepertimana yang dikehendaki (Brembeck & Howell, 1976)

Rogers (1994), mentakrifkan komunikasi sebagai perkongsian makna di antara dua pihak sehingga mencapai kesefahaman bersama. Menurut Ma'arif (2015), pemujukan dalam istilah bahasa Arab disebut sebagai *al-Iqna'* yang bermaksud meyakinkan atau membuat orang lain mempercayai atau membuat sesuatu tindakan sepertimana yang dikehendaki oleh sumber. Manakala, Andersen (1978) & Hunt, Sarji, & Nordin (1992) menjelaskan tujuan pemujukan dilakukan adalah untuk mempengaruhi tindak balas pendengar. Oleh itu, elemen pemujukan merupakan salah satu fungsi komunikasi bagi mempengaruhi nilai, kepercayaan, sikap dan tingkah laku orang lain yang akhirnya memberi kesan melalui tindakan penerima secara sukarela.

Sehubungan itu, kemahiran komunikasi perlu dikuasai oleh seorang penyampai supaya mampu memastikan makna yang disampaikan dapat difahami oleh pendengar. Dengan erti kata lain, keperluan memahami psikologi tentang motivasi, tingkah laku dan rangsangan terhadap sasaran akan membantu kelancaran mempengaruhi mereka (Faizah, S. A. & Effendi, 2006). Dalam konteks komunikasi pemujukan, Azlina Kamaruddin (2015) mengatakan kaitan antara komunikasi dengan pemujukan adalah berdasarkan rajah berikut:



Rajah 1: Model Komunikasi Pemujukan (Azlina Kamaruddin, 2015)

Berdasarkan rajah 1, kriteria sumber sebagai pemujuk ialah seseorang yang mempunyai kemahiran komunikasi secara efektif, sikap dan tingkah laku sopan, mempunyai minat yang mendalam dalam bidang tertentu, hubungan sistem sosial yang baik, serta memahami persamaan dan perbezaan budaya masyarakat. Kandungan mesej hendaklah difahami dan merangsang minat sasaran untuk memudahkan perencanaan tindakan yang perlu dilakukan selepas proses penyampaian dan penerimaan mesej pemujukan. Manakala, penggunaan medium komunikasi secara optimum oleh sumber turut mendorong keinginan untuk mempercayai mesej yang dikongsi bersama antara penyampai dengan sasaran. Akhirnya, keberkesanan mesej yang disampaikan sama ada berbentuk komunikasi interpersonal, komunikasi kumpulan kecil atau komunikasi massa akan menghasilkan tindakan yang berbeza mengikut keperluan sasaran (Azlina, 2015).

Walaupun bagaimanapun, penguasaan kemahiran komunikasi bukan suatu yang mudah kerana ia memerlukan kesungguhan dan usaha penyampai terhadap kejelasan makna pada isu yang menjadi tujuan pemujukan (Siren, 2013). Menurut Petty & Brinol (2008), mempengaruhi pemikiran mengikut tahap motivasi dan kemampuan sasaran supaya dapat memahami mesej yang disampaikan menjadi asas penting untuk mendorong perubahan sikap dan tingkah laku. Oleh itu, keputusan mengubah tingkah laku dan mempengaruhi pemikiran sasaran hadir daripada sifat dalam gaya penyampaian yang lembut dan memikat hati. Sebaliknya, usaha penyampai tidak akan mampu menambat hati dan kepercayaan sasaran sekiranya mereka tidak mempamerkan elemen pemujukan dalam komunikasi.

Ketika menyalurkan mesej dalam komunikasi, penyampai tidak dapat mengelak daripada menggunakan elemen pemujukan yang ada dalam diri mereka untuk mempengaruhi sasaran sama ada secara lisan atau bukan lisan (Wariya, 2015). Elemen tersebut termasuk kemahiran dalam komunikasi dan perbincangan secara rasional terhadap topik yang disampaikan. Brinol & Petty (2009) menyatakan kepakaran dan daya tarikan sumber dalam komunikasi pemujukan boleh memberi kesan terhadap kepercayaan sasaran. Contohnya, apabila mesej yang disampaikan itu kurang berkaitan dengan kepentingan peribadi sasaran ketika itu, maka mesej yang disampaikan perlu disokong oleh kepakaran dan kredibiliti sumber dalam mengubah pemikiran mereka (Petty & Cacioppo, 1981). Oleh itu, sekecil-kecil perkara sehingga sebesar-besarnya perkara seperti gerak geri sumber akan diberi perhatian oleh sasaran.

## V. Pendekatan Komunikasi Pemujukan Dalam Dakwah Kepada Orang Asli

Proses komunikasi dalam dakwah terdiri daripada pendakwah sebagai komunikator yang menyebarkan mesej Islam melalui pelbagai medium penyampaian kepada audiens atau *mad'u* (Tasmara, 1997). Menurut Arifin, (1977), pelaksanaan komunikasi pemujukan memerlukan pendakwah memahami secara mendalam psikologi *mad'u* supaya dakwah yang disampaikan dapat meresap dan diterima serta diamalkan dengan senang hati dan yakin. Kesannya dapat dilihat berdasarkan perubahan positif terhadap sikap dan tingkah laku *mad'u*. Dalam konteks dakwah kepada masyarakat Orang Asli, komunikasi pemujukan melibatkan usaha pendakwah menarik minat Orang Asli sebagai *mad'u* untuk mengenali dan menghayati ajaran Islam yang sebenar melalui mesej Islam dengan mengoptimalkan penggunaan medium yang bersesuaian. Oleh itu, segala elemen seperti personaliti pendakwah, mesej dakwah dan keadaan *mad'u* berperanan penting untuk mempengaruhi perubahan yang diinginkan (Mubarak, 1999).

### 5.1. Personaliti Pendakwah yang Melakukan Pemujukan

Para pendakwah sebagai agen pembimbing masyarakat tampil dengan imej dan personaliti yang pasti menjadi perhatian *mad'u*. Dalam aspek komunikasi, faktor kebolehan menyampaikan idea dengan terang, berkesan dan penuh keyakinan memberi kesan yang signifikan terhadap penerimaan dan kepercayaan *mad'u* yang terdiri daripada Orang Asli (Rahim et al., 2016). Sebagai pendakwah, ciri-ciri tersebut ditambah lagi dengan tahap pengetahuan yang tinggi, penampilan yang menarik, kepimpinan yang mantap dan kemahiran yang pelbagai (Aziz & Ismail, 2016). Menurut Petty & Brinol (2008), sumber yang melakukan pemujukan perlu menguasai kepakaran yang mendalam terhadap bidang yang diceburi. Begitu juga pendakwah masyarakat Orang Asli perlu mempunyai kredibiliti yang tinggi dengan merujuk kepada al-Quran dan As sunnah sebagai rujukan utama dan hendaklah disesuaikan dengan tahap pemikiran Orang Asli.

Kejayaan seseorang pendakwah sangat berkait rapat dengan ilmu pengetahuan tentang isi kandungan yang disampaikannya. Di samping itu, pendakwah perlu menjadikan al-Quran dan hadis sebagai sandaran yang utama dalam meletakkan sesuatu hukum pada isu-isu tertentu bagi mengelakkan salah faham dan penyelewengan. Menurut al-Qardawi (1979) pendakwah perlu mempunyai ilmu asas dalam bidang-bidang seperti ilmu akidah, feqah, *tasawuf*, kemasyarakatan, psikologi, *sirah*, sains dan ilmu kontemporari. Perkara ini membuktikan bahawa usaha mendalami ilmu Islam menjadi satu kewajipan para pendakwah sehingga dapat disesuaikan dengan *mad'u* yang menjadi sasaran.

Dalam konteks dakwah Orang Asli, pendakwah perlu meningkatkan kefahaman terhadap hal ehwal *mad'u*. Ilmu pengetahuan tentang latar belakang, budaya, bahasa dan kehidupan masyarakat Orang Asli hendaklah difahami dengan teliti (Rahim et al., 2016). Pengetahuan tentang ilmu-ilmu Islam yang disampaikan perlu diselarikan dengan tahap pemikiran dan kehidupan mereka (Ab. Aziz Mohd Zin, 2001). Begitu juga ilmu *feqah* umpamanya antara salah satu ilmu yang perlu dikuasai oleh pendakwah ketika menjawab persoalan-persoalan seperti ibadah dan muamalat yang melibatkan halal haram mendorong kepada menjelaskan hukum dan menambah kefahaman agama dalam kalangan

*mad'u* (Aziz & Ismail, 2016). Dalam masa yang sama, pendakwah perlu meyakini bahawa kedudukan darjat yang mulia bagi penuntut ilmu sebagai ganjaran diberikan oleh Allah SWT sepertimana di dalam surah al-Mujadalah ayat 11.

Selain itu, *istiqamah* yang tinggi daripada pendakwah akan menyumbang kepada keberkesanan mesej yang disampaikan. Menurut Zuhdi (2011), seseorang muslim yang konsisten dengan komitmennya dapat mengawal emosi, tingkah laku, memiliki pemikiran positif dan tidak berpatah balik meskipun berada dalam situasi yang betul-betul tertekan. Sehubungan itu, usaha pendakwah yang berterusan akan berpeluang meningkatkan keberkesanan teknik penyampaian sehingga dapat menarik minat *mad'u* untuk mempelajari Islam (Aini & Suyorno, 2016). Dengan kata lain, proses komunikasi pemujukan bermula daripada diri pendakwah iaitu hasil cetusan niat yang lahir daripada hati yang menghasilkan tindakan positif (Azlina 2015). Sebagai seorang muslim, keperluan dalam melakukan sesuatu amalan di atas kesedaran niat yang ditetapkan hanya kerana Allah SWT penting sebagai salah satu matlamat untuk mencapai sesuatu kejayaan.

Penyediaan kursus-kursus sebagai latihan kepada pendakwah juga wajar diadakan untuk meningkatkan kepakaran dan impak yang tinggi dalam pengembangan dakwah Islamiah kepada Orang Asli (Yunus & Zin 2006). Di samping itu, melalui latihan yang fokus kepada gerak kerja dakwah Orang Asli, ia mampu meningkatkan pergerakan pendakwah secara proaktif dan berkeyakinan terhadap tugas yang diberikan. Menurut Abduh & Sobari (2005) sikap bersungguh-sungguh dan optimis para pendakwah adalah daripada keputusan seseorang yang diikat dengan kemahuan sendiri, bebas dan tanpa paksaan. Matlamat ini akan memudahkan lagi kerja dakwah kerana pendakwah mengetahui tugas yang sepatutnya dilakukan.

Begitu juga akhlak terpuji yang menjadi komponen penting dalam meningkatkan keyakinan dan kepercayaan *mad'u* terhadap pendakwah. Bertepatan dengan pandangan Zaidan, Ayub, & Omar (2002), perkara yang dapat menarik perhatian *mad'u* apabila pendakwah mempunyai keperibadian seperti bertolak ansur, memaafkan, berbicara halus dan mempunyai kesabaran yang tinggi. Selain itu, usaha membangkitkan semangat para *mad'u* untuk mendalami Islam perlu disertai dengan komunikasi melalui pameran wajah yang ramah, bersopan-santun dan menerima pendapat orang lain mampu mempengaruhi *mad'u* (Abduh & Sobari, 2005). Sebaliknya, perbuatan yang menggambarkan tingkah laku negatif pendakwah seperti memungkiri janji, penipuan dan penyelewengan merupakan sikap yang bertentangan dengan akhlak seorang pendakwah. Justeru itu, perbuatan seperti ini akan merencatkan dan melambatkan usaha dakwah.

Sehubungan itu, prinsip seruan dakwah dan akhlak seorang pendakwah hendaklah selari di antara perbuatan dan kata-kata disamping niat yang jujur (Zaid & Hussien, 2003; Ghalwusy, 1978). Dalam lain perkataan, kesungguhan terhadap apa yang disampaikan oleh pendakwah hendaklah dizahirkan dengan perbuatan bukan sekadar kata-kata. Dorongan terhadap kesedaran dalam diri pendakwah tentang persaingan keagamaan dalam dunia global perlu diterapkan dan harus dipandang serius kerana ia seiring dengan fikrah Islamiyyah yang membawa rahmat keseluruhan alam.

## 5. 2. Perubahan Tingkah Laku Orang Asli

Dalam komunikasi pemujukan, gabungan *uslub* dan ilmu psikologi berperanan membantu pendakwah memahami keperluan *mad'u*. Dari sini, konsep pendekatan *hikmah* dan *maw'i'zah hasanah* sebagai pendekatan yang telah dinyatakan oleh Allah SWT perlu difahami dan disertakan dalam berdakwah. Mengikut Malaikah & Samson Rahman (2001), dakwah yang dijalankan secara *hikmah* akan memuaskan akal dan mendorong kepada kefahaman yang baik untuk menggerakkan hati seseorang. Bagi Siren (2013), pemujukan *hikmah* terbahagi kepada dua iaitu secara lemah lembut dan keras. Kaedah lemah lembut ialah melalui ajakan dan galakan dalam merangsang *mad'u* menerima dan berpegang teguh dengan ajaran Islam. Kaedah ini sepertimana yang dikatakan oleh Ab. Aziz Mohd Zin (2001) yang dilakukan oleh pendakwah dengan menjadikan dirinya sebahagian daripada *mad'u* iaitu mengajak mereka melakukan kebaikan bersama-sama. Aspek ajakan dan galakan secara lemah lembut dapat merangsang rasa kebersamaan oleh pendakwah ketika memujuk *mad'u*. Secara tidak langsung ia mampu mengubah emosi *mad'u* ke arah yang lebih positif. Manakala, kaedah *hikmah* secara keras ialah berbentuk amaran dan arahan bertujuan menakutkan *mad'u* supaya lebih berhati-hati dengan bisikan dan godaan syaitan yang mendorong kepada kesesatan (Siren, 2013). Dengan ini, unsur pembalasan di akhirat terhadap hukum yang telah ditetapkan akan membangkitkan kesedaran secara sukarela kerana didorong dengan perasaan takut kepada Allah SWT.

Don & Salamon, (2009) membuat kesimpulan bahawa kebijaksanaan pendakwah yang berhikmah ialah apabila mereka berjaya menilai situasi melalui gambaran psikologi *mad'u* untuk meletakkan sesuatu pada tempat dan masa yang sesuai. Antaranya dengan pendekatan beransur-ansur, mudah dan bersesuaian dengan *mad'u* ketika berdakwah menunjukkan kebijaksanaan pendakwah untuk memujuk sasaran (Ab. Aziz Mohd Zin, 2001). Aziz & Ismail, (2016) menjelaskan penguasaan ilmu psikologi batiniah dan jasmaniah akan membangkitkan rasa seronok, sedih, cinta, benci dan kemarahan *mad'u* terhadap isu yang ditimbulkan. Oleh itu, unsur kejiwaan ini dapat difahami oleh pendakwah melalui pembinaan hubungan yang baik dengan *mad'u* sebagai langkah permulaan.

Secara fitrahnya, pendekatan *maw'i'zah hasanah* atau memberi nasihat merupakan *uslub* yang dapat merangsang untuk melakukan suatu kebaikan dan meninggalkan keburukan. Akan tetapi, dari sudut pandangan lain bentuk nasihat perlu kepada usaha secara komited dengan disokong oleh konsep *hikmah* atau kebijaksanaan. Nasihat yang berbentuk bimbingan adalah lebih sesuai digunakan kerana aspek ini menjurus kepada perkongsian secara terbuka

dan mendorong penyelesaian kepada *mad'u*. Nasihat yang diberi secara halus dalam bentuk kiasan, penceritaan yang mengandungi pengajaran dan humor secara tidak langsung dapat menarik minat *mad'u* (Siren, 2013). Dalam masa yang sama, peringatan berbentuk pengulangan merupakan salah satu teknik untuk memantapkan ingatan tentang sesuatu perkara dan mungkin akan menyebabkan *mad'u* berasa tidak selasa tetapi perbuatan yang mengarah kepada kebaikan itu secara beransur-ansur dapat memberi kesan terhadap tingkah laku dan sikap yang terpuji.

Dalam dakwah Orang Asli, aspek kehalusan bahasa, tarikan emosi dan teguran yang tidak menyentuh perlu diaplikasi oleh pendakwah. Ini disebabkan Orang Asli atau dikenali sebagai masyarakat peribumi mempunyai pemikiran tersendiri dalam mentafsir kehidupan mereka. Aspek ini memerlukan kebijaksanaan pendakwah dengan cekap menggunakan daya pengaruh untuk menarik minat, meningkatkan kefahaman, menerapkan keyakinan sehingga mengamalkannya dalam kehidupan tanpa rasa dipaksa dan selari mengikut ajaran Islam. Justeru itu, kedua-dua pendekatan *hikmah* dan *maw'i'zah hasanah* dalam berdakwah kepada Orang Asli boleh diberi perhatian oleh pendakwah ketika mendalami psikologi mereka. Namun, ia perlu kepada kesabaran dan keikhlasan terhadap nasihat yang diberikan.

### 5. 3. Mesej dalam Pemujukan Dakwah

Dakwah menggunakan komunikasi pemujukan memerlukan pemilihan bahan-bahan dakwah yang bersesuaian agar mesej yang disampaikan dapat mengubah tindakan *mad'u* selepas mendengarnya. Tahap pemikiran dan pengetahuan *mad'u* tentang apa yang disampaikan sudah tentu perlu diberi perhatian oleh pendakwah. Dalam konteks dakwah dan fatwa, al-Qardawi (2010) menjelaskan bahawa keutamaan sesuatu isu atau permasalahan melibatkan usaha meringankan dan tidak memberatkan golongan sasaran terutamanya bagi orang yang baru mengenali Islam atau bukan Islam. Dengan ini, pendakwah harus memahami rationalisme tentang hujahan topik yang selari dengan realiti semasa untuk mempengaruhi akal fikiran sasarannya (Siren, 2013). Justeru, pendakwah harus memiliki kemahiran untuk mengenal pasti pendekatan yang mampu memenuhi keperluan, minat dan personaliti pendengar melalui mesej yang disampaikan.

Dalam erti kata yang lain, pendekatan secara *al-mujadalah* sebagai salah satu *uslub* dakwah boleh digunakan oleh pendakwah untuk mengukuhkan keterangan-keterangan tentang kebenaran Islam berlandaskan dalil dan fakta yang jelas. Penguasaan kemahiran ini memerlukan pengalaman dan pengetahuan yang luas terhadap topik yang dibicarakan. Menurut Siren (2013) menerusi pandangannya pendekatan *al-mujadalah* terbahagi kepada dua iaitu melalui kaedah pendalilan rasional dan pendalilan emotif. Pendalilan rasional atau *argumentative* yang mengaitkan unsur *naqli* dengan penerangan menggunakan fakta yang benar daripada al-Quran dan hadis, dan melalui unsur *aqli* iaitu pembuktian logik yang memerlukan kekuatan akal pendakwah tentang isu yang dibincangkan. Manakala, pendalilan emotif iaitu pemujukan yang dapat menarik emosi dan perasaan *mad'u* seperti timbul rasa ketakutan, keinsafan, penghargaan, keseronokan dan kecintaan (Siren, 2013). Oleh itu, kemahiran pendakwah melalui *al-mujadalah* memerlukan penghujahan yang dilakukan secara lemah lembut bertujuan memberi kesedaran dan sebagai salah satu jalan agar mendapat petunjuk Allah SWT daripada kesesatan dan kejahatan.

Sebagai contoh, bagi mendekati dan merangsang minat masyarakat Orang Asli terhadap Islam, perancangan apa yang perlu dilakukan oleh pendakwah untuk berkomunikasi dengan mereka. Seperti, apakah topik yang menjadi perbualan antara Orang Asli bersama pendakwah setiap kali awal pertemuan. Kemudian, bagaimanakah pendakwah menyusun idea dalam penyampaian topik tersebut sehingga dapat mengaitkannya dengan mesej Islam. Dalam keadaan ini, akhirnya pendakwah akan dapat mendorong dan menggalakkan Orang Asli untuk berbicara tentang Islam melalui dialog atau persoalan-persoalan yang timbul. Seterusnya, secara tidak langsung dapat membuka hati dan memperbaiki kefahaman serta amalan mereka. Sebaliknya, sekiranya pendakwah menggunakan kekerasan sehingga menyinggung perasaan Orang Asli dalam tutur katanya maka manfaat daripada isi kandungan dakwah itu sendiri akan lenyap bahkan boleh menyebabkan kekeliruan yang berpanjangan.

## VI. Kesimpulan

Secara keseluruhannya, komunikasi pemujukan sebagai salah satu pendekatan yang penting dalam penyampaian dakwah mampu menjadi sebagai kayu ukur keberkesanan dakwah yang dijalankan. Fungsi pemujukan menekankan setiap elemen penting dalam proses komunikasi sehingga dapat mengubah sikap, tingkah laku dan pemikiran penerima. Ianya sebagai alternatif agar perubahan dilakukan dengan segera bagi mengharmonikan tuntutan syariat Islam. Maka, boleh dikatakan bahawa strategi pemujukan yang digunakan dalam usaha dakwah menyokong keberkesanan dakwah yang bukanlah berlaku secara spontan. Malah, ia memerlukan kesungguhan pendakwah bersama keperibadian yang unggul. Oleh itu, sebagai penyampai dakwah, pendakwah masyarakat Orang Asli boleh meningkatkan kefahaman aspek psikologi dan kehidupan masyarakat Orang Asli bagi membina pengaruh melalui komunikasi yang dijalankan. Akhirnya, dapat menggalakkan Orang Asli berkomunikasi tentang Islam dan mengamalkan ajaran Islam dengan kefahaman sebenar dalam kehidupan.

## RUJUKAN

1. Al-Quran
2. Ab. Aziz Mohd Zin. (2001). *Metodologi Dakwah*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
3. Abduh, M., & Sobari, A. (2005). *Komitmen Da'i Sejati*. Jakarta: Al-I'tishom Cahaya Umat.
4. Abdullah, R. (2015). *Cabaran Dalam Masyarakat Orang Asli*. Persidangan Pembangunan Insan Memimpin Masyarakat Orang Asli, PERKIM. Port Dickson. Negeri Sembilan.
5. Aini, Z., & Suyorno, S. S. (2014). *Hubungan Antara Pendakwah Dengan Mad'u Dalam Komunikasi Insan*. Persidangan Antarabangsa Kelestarian Insan. Anjuran Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM), Batu Pahat. Johor.
6. Aini, Z., & Suyorno, S. S. (2016). *Pengantar Komunikasi Dakwah*. Bangi: Jabatan Pengajian Islam UKM.
7. Al-Bayanuni, M. A. A.-F. (2001). *Al-Madkhal ila Ilmi al-Da'wah*. Beirut: Muassasah ar-Risalah.
8. Al-Qardawi, Y. (1979). *al-Thaqafah al-Diniyyah*. Beirut: Muassasah ar-Risalah.
9. Andersen, K. E. (1978). *Persuasion: Theory and Practice*. Boston: Allyn & Bacon.
10. Arifin, H. M. (1977). *Psikologi Da'wah: Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: PT Bulan Bintang.
11. Ashaari, M. F., Hamzah, M. H. Don, A. G., Kawangit@Muhammad, R., & Puteh, A. (2014). Komunikasi Dakwah Orang Asli: Analisis Latihan Ilmiah di JPDK. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia. In *Pembangunan Dakwah Mualaf* (pp. 106–126). Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
12. Aziz, I. U. M. A., & Ismail, Z. (2016). Trait Personaliti Pendakwah Muslim: Satu Sorotan Literatur (pp. 165–179). Prosiding Kolokium Antarabangsa Siswazah Islam. Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.
13. Azlina Kamaruddin. (2015). *Komunikasi dan Seni Pemujukan*. Sintok: UUM Press.
14. Arabestani, M., & Edo, J. (2011). The Semai's response to missionary work: From resistance to compliance. *Anthropological Notebooks*, 17(3).
15. Brembeck, W. L., & Howell, W. S. (1976). *Persuasion: A Means of Social Influence*. New Jersey.: Prentice Hall.
16. Brinol, P., & Petty, R. E. (2009). Source Factors in Persuasion: A self-Validation Approach. *European Review of Social Psychology*, 20(1), 49–96.
17. Don, A. G. (2014). *Masyarakat Orang Asli Muslim Malaysia: senario dan realiti kefahaman dan penghayatan Islam*. Bandar Baru Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
18. Don, A. G., & Salamon, H. (2009). Dakwah kepada non-muslim di Malaysia: Konsep, Pendekatan dan Cabaran. *Al-Hikmah*, 1, 39–54.
19. Faizah, S. A. & Effendi, H. L. (2006). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Rahmat Semesta.
20. Friestad, M., & Wright, P. (1995). Persuasion Knowledge: Lay People's and Researchers' Beliefs about the Psychology of Advertising. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 62–74.
21. Ghalwusy, A. A. (1978). *Al-Dakwah al-Islamiyah: Usuluha wa wasa'iluha*. Kaherah: Dar Al-Kutub Al-Misri.
22. Hunt, G. T., Sarji, A., & Nordin, M. (1992). *Perucapan Umum (Public Speaking)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
23. Ma'arif, B. S. (2015). Psikologi komunikasi dakwah: suatu pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
24. Malaikah, M., & Samson Rahman. (2001). *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qardhawi: Harmoni Antara Kelembutan dan Ketegasan*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
25. Mokhtar, H., & Aini, Z. (2014). Dakwah Islamiah Kepada Orang Asli Di Pulau Carey Banting Selangor: Isu, Cabaran dan Permasalahan. In *Kertas Kerja Seminar Antarabangsa Dakwah & Etnik 2014: Dakwah & Etnicity: Multidisciplinary Perspective*. Anjuran Pusat Kajian Dakwah Orang Asli dan Peribumi. (pp. 17–19 Mac). UKM Bangi.
26. Mokhtar, H. (2002). *Penerimaan Dakwah Islamiah di Kalangan Orang Asli di Pulau Carey Banting Selangor*. Tesis Sarjana. Universiti Kebangsaan Malaysia.
27. Mubarak, A. (1999). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
28. Petty, R. E., & Briñol, P. (2008). Psychological processes underlying persuasion: A social psychological approach. *Diogenes*, 55(1), 52–67.
29. Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. : William C. Brown. Dubuque, IA: WC Brown Co.
30. Rahim, F. A., Aini, Z., & Da, D. H. N. S. (2016). Kemahiran Berkomunikasi Pendeakwah Masyarakat Orang Asli. Hlm. 227-244. Bangi. dalam, Zulkefli Aini, A. I. Mokhtar, & A. A. Mokhtar (Eds.), *Prosiding Seminar Antarabangsa Multi Etnik* (pp. 227–244). Universiti Kebangsaan Malaysia.: Penerbit Pusat Kajian Dakwah Orang Asli dan Peribumi.
31. Rogers, E. M. (1994). *History of Communication Study: A biographical approach*. New York: Free Press. New York: Free Press.
32. Saleh, M. J., Idris, N. K., A., Yusuf, N. A., H., N., & Hashim, S. A. (2009). Kajian Terhadap Kesedaran Pendidikan di Kalangan Masyarakat Orang Asli. In *Persidangan Kebangsaan Pendidikan Luar Bandar* (pp. 1–15). Universiti Maaysia Sabah: Sekolah Pembangunan dan Pendidikan Sosial.
33. Siren, N. R. (2013). *Retorik Penulisan Dakwah*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
34. Tasmara, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Penerbit Gaya Media Pratama.
35. Wariya, C. (2015). *Strategi pemujukan Najib Razak dalam komunikasi politik*. Kuala Lumpur: Malaysian Press Institute (MPI) dengan kerjasama Pusat Pengajian Komunikasi, Universiti Sains Malaysia (USM), Pulau Pinang.
36. Yunus, A. R. M., & Zin, A. A. M. (2006). Dakwah Masyarakat Orang Asli di Negeri Pahang: Masalah Pendakwah. *Islamiyyat*, 28.
37. Zaid, A. M. A., & Hussien, U. (2003). *Pendakwah Masa Kini*. Kuala Lumpur: Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia (YADIM).
38. Zaidan, A. K., Ayub, S., & Omar, A. F. (2002). *Islam & Dakwah*. Kuala Lumpur: Pustaka Salam Sdn. Bhd.
39. Zuhdi, M. H. (2011). Istiqomah dan Konsep Diri Seorang Muslim. *Religia*, 14(1), 111–128.