

Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam Figur Rasulullah SAW

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v6i2.204>

Anggayuh Gesang Utomo^{1*}, Kevin Rizki Emilio¹, Nabila Sekar Arum Hasanah¹

¹Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR,
Jl. KH Mas Mansyur Kav. 35, Jakarta 10220, Indonesia
*e-mail korespondensi: anggayuh@outlook.co.id

Submitted: 27/11/2023, Revised: 02/12/2023, Accepted: 30/12/2023
Accredited by Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

Abstract - To be a good leader explains that persuasion in leadership must be able to be an example and guide to those who are led, to achieve a predetermined goal. Rasulullah SAW has proven the right persuasive communication as a leader even in a crisis situation, persuasion communication was used by Rasulullah SAW to reduce the emotions of his followers at that time and was able to change negative emotions into positive emotions. This research is limited to the implementation of Robert Cialdini's persuasive principles in Rasulullah SAW. The purpose of this research is to find out what principles are contained in the figure of Rasulullah SAW, and which principles are most appropriate to make someone a good leader. This research uses a qualitative approach with literature study method. From this research it can be concluded that Rasulullah SAW had all the persuasive principles in him, and was an honest, committed, and consistent leader.

Keywords: Rasulullah SAW, Persuasion; Leader; Robert Cialdini; Commitment

Abstrak - Menjadi seorang pemimpin yang baik haruslah bisa menjelaskan dan bertindak secara persuasif serta dalam kepemimpinannya harus bisa menjadi tauladan dan tuntunan kepada yang dipimpin guna tercapainya sebuah tujuan yang telah ditetapkan. Rasulullah SAW telah membuktikan komunikasi persuasi yang tepat digunakan sebagai pemimpin bahkan dalam keadaan krisis sekalipun. Komunikasi persuasi digunakan Rasulullah untuk meredam emosi pengikutnya kala itu dan mampu mengubah emosi negatif menjadi emosi positif. Penelitian ini terbatas pada implementasi prinsip persuasif Robert Cialdini dalam diri Rasulullah SAW. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui prinsip apa saja yang terdapat dalam figur Rasulullah SAW, dan prinsip manakah yang paling tepat untuk menjadikan seseorang sebagai pemimpin yang baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Rasulullah SAW memiliki semua prinsip persuasif dalam dirinya, dan merupakan pemimpin yang jujur, berkomitmen, dan konsisten.

Kata kunci: Rasulullah SAW, Persuasi; Pemimpin; Robert Cialdini; Komitmen

PENDAHULUAN

Prinsip Komunikasi Robert Cialdini sering digunakan sebagai komunikasi antara guru dan siswa, karena prinsip komunikasi persuasif ini memiliki tujuan untuk mengajak, menegur dan memberikan konsultasi kepada siswa (Jumaizah, 2019). Prinsip ini juga menggambarkan hubungan antara pengikut dengan tokoh yang diidolakan dengan menggunakan rasa suka terhadap seorang tokoh yang dirasa menginspirasi dan mempenetrasikan pesan terhadap khalayak ramai (Ligariaty & Irwansyah, 2021). Prinsip persuasif Robert Cialdini juga dapat mengajak dengan menggambarkan situasi yang ada melalui

prinsip persuasi pembuktian sosial, yang mana dalam sebuah pesan terkandung bukti, dan dapat berpengaruh untuk merubah pikiran dan tindakan komunikan atau mitra tutur (Utomo, 2021).

Konsep kepemimpinan sendiri adalah cara seseorang untuk mempengaruhi tindakan dan pemikiran orang lain untuk suatu tujuan, konsep kepemimpinan juga sangat erat kaitannya dengan karakter seorang pemimpin itu sendiri dan juga ditemukan bahwa beberapa karakter dapat menaikkan kesempatan seorang pemimpin untuk menyukseskan kepemimpinannya (Yudiatmaja, 2013). Tugas dari seorang pemimpin adalah mengontrol, memobilisasi, mengoptimalkan dan memanfaatkan segala sumber daya yang tersedia, maka dari itu seorang pemimpin memiliki tanggung jawab yang penuh untuk mengembangkan dan mengorganisir massa yang ia pimpin (Sukatman et al., 2022). Namun konsep kepemimpinan di dalam sebuah organisasi atau lembaga tidak selalu baik, ada beberapa kepemimpinan yang berjalan dengan tidak tahu arah tujuannya akan kemana, dan tidak tahu apa yang sedang terjadi di organisasi yang ia pimpin (Scott, 2006).

Sejak kedatangannya di muka bumi, Agama Islam telah menjadi tuntunan bagi umat manusia, tuntunan tersebut dituangkan dalam kitab suci Al-Quran yang mengandung unsur persuasif yang diinterpretasikan melalui ilmu komunikasi sebagai cara mengubah pikiran atau perspektif manusia ke arah yang lebih baik (Ilyas, 2011). Komunikasi persuasif yang dikonsepkan oleh Robert B. Cialdini, telah digunakan dalam dunia Islam, salah satunya dalam penelitian Riyanto (2019) yang menyebutkan dalam perbankan syariah Islam, lembaga kemanusiaan seperti dompet dhuafa, PKPU dan lain lain banyak menggunakan perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional, hal ini dilakukan dengan cara mengajak dan mengedukasi masyarakat serta memenuhi kebutuhan dari para donator.

Kedahsyatan pengaruh dari Nabi Muhammad SAW telah menjadikan peradaban zaman nabi Muhammad SAW sebagai masa dimana bangkitnya ilmu dan kebudayaan (Arsyad, 2016). Kemampuan komunikasi yang dimiliki Nabi Muhammad SAW telah membawa kesuksesan pada syiar yang dilakukannya, dan juga bisa memetakan pendengar dan menyesuaikan diri dengan mereka (Harmonis, 2015). Untuk menjadi seorang pemimpin yang efektif seseorang harus memiliki kekuatan dan taktik untuk mempengaruhi, salah satunya adalah mempengaruhi secara halus, yang lebih berpengaruh dari mempengaruhi secara kasar (Marianti, 2011).

Firman Allah dalam kitab suci Al-Qur'an menjelaskan, "Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu yaitu bagi orang yang mengharap Rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah" (QS. Al-Ahzab: 21). Rasulullah SAW merupakan suri tauladan bagi umat Islam yang disempurnakan dengan kemuliaan sifat dan akhlakunya. Muhammad bin Abdullah bin Abdul Muthalib bin Hasyim bin Abdi Manaf bin Qushay bin Kilab. Lahir di keluarga Bani Hasyim pada hari Senin pagi, 9 Rabiul Awwal, tahun pertama terjadinya peristiwa gajah (Al-Mubarakfuri, 1998).

Dakwah Nabi Muhammad SAW yang pada masa awal kenabian mendapati pengikutnya berasal dari keluarga dan kerabatnya saja kemudian berlangsung setelah masa kenabian hingga saat ini penduduk yang mengikuti ajaran Nabi Muhammad kian bertambah. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*, populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri. Jika dibandingkan secara global, jumlahnya setara dengan 12,30% dari populasi muslim dunia yang sebanyak 1,93 miliar jiwa (Rizaty, 2022).

Komponen yang membangun kepemimpinan Rasulullah SAW adalah kejujuran, kepercayaan, dan kebijaksanaan (Azizah, 2022), komponen komunikasi perlu dipahami komunikator sebagai tujuan untuk berlangsungnya komunikasi secara efektif, salah satu dari komponen komunikasi tersebut terletak pada sumber atau komunikator yang mana faktor kredibilitas, daya tarik dan juga kekuasaan memiliki pengaruh dalam mempersuasi komunikan.

Untuk menjadi seorang pemimpin yang baik Yukl (1999) menjelaskan persuasif dalam kepemimpinan haruslah bisa menjadi tauladan dan tuntunan kepada yang dipimpin, untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan. Dan salah satu faktor yang dibutuhkan dalam kepemimpinan adalah mampu bernegosiasi dengan orang di luar untuk mencapai mufakat dan efek dari persuasi tersebut dapat diimplementasikan dalam hal yang besar. Dengan adanya komunikasi persuasif, para persuader diharapkan mampu mengubah masyarakat sehingga mampu mewujudkan secara nyata konsep pengembangan masyarakat yang bersifat berkelanjutan atau sustainable (Arfiani, 2022).

Rasionalisasi dalam persuasi akan berjalan dengan sempurna apabila figur komunikator mengetahui apa yang komunikan butuhkan dan inginkan termasuk apa kepercayaan dan moral yang

mereka percayai (Fitria, 2021). Konsep kepemimpinan yang dalam Islam sering difahami sebagai *Ulil Amri* atau *Umaru* dan juga *khadimul ummah* sering menggunakan beberapa skema seperti contoh dari suri tauladan, konsistensi antara ucapan dan perbuatan juga musyawarah untuk mencapai mufakat (Hafulyon, 2012).

Dialog dan persuasi memiliki nilai moral yang sama dalam tradisi Islam. Ajaran teoretis ini adalah cara yang harus dilakukan umat Islam dalam komunikasi sehari-hari. Ini adalah panduan yang nyata dari Rasulullah yang memandu hambanya dalam berkomunikasi. Misalnya berapa konten yang harus disampaikan agar dapat dipercaya. Bagaimana jika keadaan emosional komunikan mencegah penerimaan komunikasi atau menciptakan interaksi yang tidak seimbang (Rahman, 2016).

Ditinjau dari penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa persuasi dalam dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW telah mengubah pola pikir masyarakat Jahiliyyah kala itu menjadi ke arah pola pikir masyarakat yang lebih baik, juga figur Rasulullah itu sangat dicintai oleh ummatnya yang sampai saat ini masih mengikuti apa yang beliau katakana dan lakukan bahkan apa yang beliau wasiatkan (Siregar, 2020). Rasulullah telah membuktikan komunikasi persuasi yang tepat sebagai pemimpin bahkan dalam keadaan krisis sekalipun, komunikasi persuasi digunakan Rasulullah untuk meredakan emosi pengikutnya kala itu dan mampu mengubah emosi negatif menjadi emosi positif (Harianto, 2022).

Penelitian ini terbatas pada implementasi prinsip persuasif Robert Cialdini dalam diri Rasulullah SAW. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui prinsip apa saja yang terdapat dalam figur Rasulullah SAW, dan prinsip manakah yang paling tepat untuk menjadikan seseorang sebagai pemimpin yang baik.

KERANGKA TEORI

Persuasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat, perilaku seseorang atau orang banyak yang dilakukan dengan cara komunikasi berdasarkan pada argumentasi dan alasan-alasan psikologis (Masruroh, 2020). Adanya perubahan pola pikir ke arah yang lebih baik dapat dijadikan acuan kesuksesan sebuah komunikasi persuasif (Hadiputra & Muharman, 2021) menurut Aristoteles, komunikasi dibangun oleh tiga unsur yang fundamental, yakni orang yang berbicara yang disebut komunikator, materi pembicaraan yang disebut pesan, dan penerima pesan yang disebut komunikan atau persuade (Maulana, Herdiyan & Gumelar, 2013).

Penelitian ini dianalisis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Robert Cialdini (2009) yang menjelaskan bahwa, terdapat enam prinsip yang dapat mempengaruhi seseorang, yaitu; *reciprocation* (timbal balik), *commitment and consistency* (komitmen dan konsistensi), *social proof* (bukti sosial), *liking* (rasa suka), *authority* (otoritas/ kewenangan), dan *scarcity* (kelangkaan).

Reciprocation (timbal balik), yaitu prinsip yang mengatakan bahwa seseorang berkewajiban untuk membalas pemberian barang ataupun perbuatan sesuai dengan apa yang telah diterima. Aspek yang mengesankan dari aturan timbal balik dan rasa kewajiban yang menyertainya adalah meresapnya kedalam budaya manusia. Menjadi yang pertama memberi dan memastikan bahwa apa yang telah kita berikan memiliki makna merupakan kunci untuk menggunakan prinsip persuasi timbal balik.

Commitment and consistency (komitmen dan konsistensi), kekuatan konsistensi sangat besar pengaruhnya dalam mengarahkan tindakan manusia, yaitu prinsip yang terjadi apabila manusia membuat suatu komitmen dalam melakukan sesuatu dan dilakukan secara konsisten. Ketika seseorang berusaha untuk mempengaruhi dengan menggunakan prinsip konsistensi, persuator harus melakukan sebuah komitmen secara sukarela terlebih dahulu yang kemudian dilakukan secara konsisten.

Social proof (bukti sosial), prinsip ini terjadi ketika seseorang lebih cenderung mengikuti kondisi sosial seseorang yang serupa. Dengan adanya pembuktian sosial yang terjadi di lingkungan sekitar dalam suatu kondisi yang serupa, dapat dijadikan sebagai acuan yang dapat diikuti. *Liking* (rasa suka), yaitu prinsip yang menjelaskan bahwa setiap orang akan menyetujui atau mengikuti setiap permintaan seseorang yang disukai. Secara psikologis, manusia akan cenderung mengikuti melalui rasa suka terhadap seseorang atau sesuatu barang. Dengan adanya rasa suka, dapat mempengaruhi seseorang untuk bertindak secara sukarela.

Authority (otoritas/ kewenangan), pada prinsip ini dijelaskan bahwa pemikiran manusia terhadap sesuatu dapat dipengaruhi melalui wewenang atau otoritas dari suatu pihak yang memiliki kemampuan untuk membuat aturan yang kemudian diikuti. Simbol-simbol yang menunjukkan suatu kewenangan atau otoritas yang dimiliki persuader akan meyakinkan khalayak untuk menerima nilai-nilai yang disampaikan.

Scarcity (kelangkaan), prinsip ini menjelaskan bahwa sesuatu hal yang bersifat langka akan lebih bernilai dan semakin banyak diinginkan dengan kelangkaan tersebut. Kelangkaan mempersuasi seseorang dengan sebuah nilai yang dimilikinya. Nilai khusus yang dimiliki dari suatu hal yang langka tersebut akan menjadi satu-satunya penyebab yang jelas lebih menarik karena hal itu tidak memiliki banyak tiruan dan akan segera menjadi tidak tersedia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, kalimat-kalimat, narasi-narasi. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006). Penelitian ini dianalisis dengan *analytical research* menggunakan fakta dan informasi yang sudah tersedia dan menganalisisnya dengan evaluasi kritis terhadap materi tersebut (Lesmana, 2019).

Metode penelitian ini menggunakan studi pustaka, yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh sejumlah data melalui koleksi perpustakaan tanpa memerlukan riset lapangan. Dalam studi kepustakaan maka akan melibatkan semua jenis literature untuk dijadikan referensi, yaitu melalui jurnal penelitian, buku, media massa, dan internet (Zed, 2004).

HASIL PENELITIAN

Dalam salah satu buku terbitan Amerika Serikat berjudul “The hundred” seorang ahli sejarah yang Barat, Dr. Michael Hart, menyusun daftar nama seratus tokoh penyebar pengaruh terbesar dalam sejarah kemanusiaan. Hanya ada satu yang ia yakini sebagai tokoh yang memiliki prestasi tertinggi melebihi semua tokoh-tokoh lainnya, yaitu Nabi Muhammad. Dia menempatkan Nabi Muhammad sebagai orang nomor satu yang paling berpengaruh di dunia. Dalam waktu 23 tahun Nabi Muhammad mendakwah, mengajarkan agama Islam kepada umat manusia sukses, tersebar ke seluruh dunia. Dia mengemukakan pendapat, satu-satunya agama yang cepat perkembangannya adalah Islam (Hart, 1978).

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Allah SWT berfirman dalam kitab suci Al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 21 yang menjelaskan Rasulullah SAW merupakan suri tauladan bagi umat Islam yang disempurnakan dengan kemuliaan sifat dan Akhlakunya. Figur Rasulullah SAW telah disempurnakan sedemikian rupa oleh Allah SWT diantara semua umat manusia. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis figur Rasulullah ke dalam enam prinsip persuasif yang dikemukakan oleh Robert Cialdini, yaitu sebagai berikut;

Reciprocation (timbal balik). Prinsip yang mengatakan bahwa semua manusia berhak mendapatkan sesuai dengan apa yang didapatkan, baik itu pemberian barang maupun perbuatan ini terdapat dalam diri seorang Rasulullah SAW. Sebagaimana dikisahkan bahwa Rasulullah selalu memberikan perlakuan baik kepada seluruh manusia tanpa memandang status, agama, dll. Sekalipun orang tidak memperlakukan beliau dengan baik, namun Rasul tetap memberikan kebaikan padanya.

Di kisahkan dalam buku *Sirah Nabawiyah* karya Syaikh Shafiyurrahman Al-Mubarakfuri sebuah kisah Rasulullah SAW yang memberikan kasih sayangnya kepada seorang pengemis Yahudi yang buta dengan tulus yang kemudian perilaku baiknya itu mendapatkan balasan yang baik pula, bahwasannya di akhir kisah, seorang pengemis Yahudi yang pada mulanya berperilaku buruk terhadap nabi, kemudian masuk Islam karena kebaikan dan kasih sayang dari Rasulullah SAW (Izani, 2021).

Kisahanya bermula di sudut jalan dekat pintu kota Madinah menjadi tempat seorang pengemis buta yang memiliki kepercayaan Yahudi. Setiap kali ada orang yang mendekatinya, dia selalu berpesan, “Jangan pernah engkau dekati Muhammad, dia itu orang gila, pembohong dan tukang sihir”. Karena keterbatasan penglihatan yang dialami pengemis tersebut, dia tidak mengetahui bahwa Rasulullah SAW gemar mendatanginya. Rasulullah SAW datang kepadanya bukan untuk menghardik ataupun meminta klarifikasi atas hasutan pengemis tersebut, beliau datang kepadanya dengan membawakan makanan dan menyuapinya dengan penuh kasih sayang. Hal tersebut dilakukan beliau rutin.

Di saat Rasulullah SAW wafat, tongkat kepemimpinan dilanjutnya oleh sahabatnya, Abu Bakar Ash-shiddiq. Beliau sudah bertekad untuk mengikuti tradisi dan kebijakan-kebijakan peninggalan Rasulullah SAW termasuk rutinitasnya sehari-hari, salah satunya yaitu memberikan makanan dan menyuapi pengemis buta di sudut jalan kota Madinah. Keesokan harinya, Abu Bakar pergi ke pasar dengan membawa makanan. Dia pun bergegas menuju titik lokasi yang dimaksud, supaya berjumpa

dengan si pengemis. Betapa gembira Abu Bakar mendapati adanya seorang pengemis buta yang duduk di dekat sana. Setelah mengucapkan salam, Abu Bakar lalu duduk dan meminta izin kepadanya untuk menyuapinya. Namun, justru di luar dugaan pengemis tadi malah murka dan membentak-bentak karena merasa Abu Bakar bukanlah orang yang sering memberikan dan menyuapinya makanan.

Abu Bakar menjelaskan bahwasannya orang yang selalu datang kepadanya adalah Rasulullah SAW, maka pengemis tersebut seketika terkejut. Dia lalu menangis dengan rasa penyesalan karena selama ini dia telah menghina, memfitnah, dan menjelek-jelekkan Rasulullah dan dia tidak pernah mendengar Rasulullah memarahinya sedikitpun. Dia yang selalu datang kepada pengemis itu setiap pagi dengan membawakan makanan. Maka di hadapan Abu Bakar ash-shiddiq, pengemis Yahudi buta itu mengucapkan dua kalimat syahadat. Dia masuk Islam karena menyadari betapa muliannya akhlak Rasulullah SAW (Izani, 2021).

Commitment and consistency (komitmen dan konsistensi). Komitmen yang dilakukan secara konsisten akan memberikan pengaruh besar dari konsistensinya. Rasulullah SAW dalam membangun komitmen untuk selalu berbuat kebaikan, adil, dan jujur membangun sebuah *trust* secara konsisten, sehingga wajar bila Rasulullah SAW akhirnya mendapatkan julukan *Al-Amin*. Bermula ketika terjadi banjir besar di Mekkah saat nabi Muhammad berusia 35 tahun. Banjir yang melanda Mekkah itu ingin diperbaiki kembali. Saat itu, terdapat berbagai macam suku sehingga pembangunannya dilakukan bersama-sama. Namun, perselisihan mulai terjadi saat pembangunan Ka'bah hampir rampung, mereka berselisih pendapat tentang siapa yang akan meletakkan Hajar Aswad ditempatnya semula. Masing-masing suku di Mekkah merasa berhak untuk meletakkan batu hitam suci tersebut hingga timbul perselisihan yang hampir berujung pada perkelahian. Hingga akhirnya mereka bersepakat bahwa orang yang pertama kali memasuki masjidil haram maka dialah yang berhak memutuskan perkara ini.

Rupanya saat itu Nabi Muhammad adalah orang yang pertama masuk ke Masjidil Haram. Dengan penuh kebijaksanaan, Rasulullah meletakkan hajar aswad di atas sorbannya dan meminta perwakilan masing-masing suku di Mekkah untuk memegang ujung sorban dan meletakkannya bersama sama. Setelah menyimpan di tempat semula, semua orang yang melihatnya merasa puas dengan keputusan Nabi dalam memutuskan perkara dengan penuh kejujuran. Sejak kejadian tersebut, Nabi Muhammad mendapat gelar Al-Amin yang artinya dapat dipercaya.

Al-Amin adalah sebuah gelar yang ditujukan kepada Nabi Muhammad SAW. Gelar Al-Amin bagi Nabi Muhammad disandangkan oleh penduduk Mekkah karena nabi dikenal sebagai seorang laki-laki yang penuh amanah, jujur, dan dapat dipercaya. Pemberian gelar ini bukan tanpa alasan. Sebagai pedagang, Nabi Muhammad tidak pernah berkata dusta demi keuntungan, Nabi Muhammad digambarkan sebagai pribadi yang sangat baik dan jujur. Beliau mengatakan dengan jujur tentang barang yang dijualnya, termasuk kerusakan atau kejelekan barang tersebut (Adzkiya, 2017).

Social proof (bukti sosial). Pembuktian sosial ini terjadi ketika seseorang lebih cenderung mengikuti kondisi sosial yang serupa. Nabi Muhammad SAW merupakan sosok luar biasa yang menarik dipelajari, terlebih perjalanan hidupnya sejak kecil sampai dewasa yang secara umum dapat diduplikasi oleh siapapun, termasuk untuk menduplikasi kesuksesan nabi dalam berdagang dan entrepreneur. Semua langkah yang dilakukan berangkat dari sebuah proses, sejarah membuktikan bahwa Nabi Muhammad SAW mengawali semua kesuksesannya dari nol, bukan karena warisan dan pemberian. Hal itu tercermin dari kisah beliau yang sejak usia enam tahun sudah yatim piatu, dan di usia delapan tahun ditinggal kakeknya, setelah itu tinggal bersama pamannya Abi Thalib.

Semenjak saat itu, Nabi Muhammad kecil menjadi pengembala kambing sebagai cara untuk mandiri. Di usia 12 tahun, Muhammad harus berdagang ke berbagai daerah untuk menemani pamannya. Berangkat dari itu, beliau mendapatkan pengalaman yang sangat berharga dalam mengembangkan kemampuan berdagangnya. Singkat cerita, tidak butuh lama Muhammad menjadi salah satu pedagang sukses di jazirah Arab pada waktu itu. Di usia 17 tahun, Muhammad sudah masuk kategori *entrepreneur* besar dengan jalur perdagangan lintas negara (Aminuddin, n.d.).

Hal yang demikian merupakan bukti dari kemampuan dirinya dalam berdagang yang memegang prinsip kejujuran, amanah, dan profesional dalam berdagang, sehingga pada akhirnya dipercaya oleh saudagar wanita kaya, Siti Khadijah, yang kemudian menjadi istri Muhammad untuk membantu usahanya dalam berdagang. Oleh karena itu, berdagang juga merupakan sunnah yang dianjurkan nabi agar para pengikutnya mengikuti jejak nabi. Rasulullah SAW bersabda, "Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat sembilan bagian pintu rezeki." (HR Ahmad). Pengaruh inilah yang

diwariskan Nabi Muhammad SAW sebagai anjuran kepada umat muslim untuk turut berdagang mengikuti jejaknya.

Liking (rasa suka). Seseorang akan menyetujui atau mengikuti setiap permintaan orang yang disukainya, begitupun kecintaan luar biasa kepada Rasulullah SAW itu tergambar pada diri seorang wanita Anshar beberapa saat usai Perang Uhud. Dia baru saja kehilangan ayah, kakak laki-laki dan suaminya, gugur sebagai syuhada. Ia bukannya meratapi mereka tetapi menanyakan nasib Rasulullah SAW. “apa yang terjadi pada diri Rasulullah, semoga Allah memberkati dan melimpahkan kedamaian kepadanya”. “Nabi baik-baik saja sebagaimana engkau mengharapkannya”, jawab para sahabat. Lalu kata perempuan itu lagi, “tunjukkanlah dia kepadaku hingga aku dapat memandangnya”. Kemudian para sahabat menunjukkan posisi Rasulullah SAW kepada wanita itu, saat melihatnya ia berucap:

كل مصيبة بعدك جلل يا رسول الله

“Semua musibah (selain yang menimpamu) adalah ringan, wahai Rasulullah” (Hisyam, 2004). “Mereka yang mencintaiku dengan sangat mendalam adalah orang-orang yang menjemputku. Sebagian dari mereka bersedia mengorbankan keluarga dan kekayaannya untuk berjumpa denganku” sabda Rasulullah sebagaimana diceritakan oleh Abu Hurairah (HR Muslim, Bukhari, dan Abu Dzar).

Authority (Otoritas/kewenangan). Sesuatu otoritas atau kewenangan yang dimiliki seseorang akan lebih memberikan pengaruh. Ketetapan Allah SWT dalam Al-Qur’an yang menjadikan Rasulullah SAW sebagai nabi terakhir dapat memberi pengaruh yang besar PADA figur Nabi Muhammad SAW.

مَا كَانَ مُحَمَّدٌ أَبَا أَحَدٍ مِنْ رِجَالِكُمْ وَلَكِنْ رَسُولَ اللَّهِ وَخَاتَمَ النَّبِيِّينَ ۚ وَكَانَ اللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا ﴿٤٠﴾

Allah berfirman dalam kitab suci Al-Qur’an: “Muhammad itu sekali-kali bukanlah bapak dari seorang laki-laki diantara kamu, tetapi dia adalah Rasulullah dan penutup nabi-nabi. Dan adalah Allah Maha mengetahui segala sesuatu” (QS. Al-Ahzab: 40). Sebagaimana firman tersebut, nabi Muhammad SAW mendapat gelar *khataman nabiyyin* atau penutup para nabi dan rasul.

مَا كَانَ مُحَمَّدٌ أَبَا أَحَدٍ مِنْ رِجَالِكُمْ وَلَكِنْ رَسُولَ اللَّهِ وَخَاتَمَ النَّبِيِّينَ ۚ وَكَانَ اللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا ﴿٤٠﴾

Ketetapan Allah SWT dalam kitab suci Al-Qur’an menyebutkan bahwa Nabi Muhammad merupakan utusanNya, tertulis dalam QS. Al-Anbiya ayat 107:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٠٧﴾

Ayat di atas mengandung arti sebagai berikut: “Dan tiadalah kami mengutus kamu melainkan untuk menjadi Rahmat bagi semesta alam”. Melalui ayat ini Allah swt memberitahukan bahwa Dia menjadikan Muhammad SAW sebagai rahmat bagi semesta alam. Diriwayatkan dalam tafsir Ibnu Katsir yang menjelaskan bahwa Allah SWT memberitahukan kepada seluruh manusia bahwa Dia menjadikan Nabi Muhammad SAW sebagai Rahmat bagi semesta alam. Dengan kata lain, Allah mengutusnya sebagai Rahmat bagi mereka. Maka barang siapa yang menerima Rahmat ini dan mensyukurinya, berbahagialah ia di dunia dan akhiratnya. Dan barang siapa yang menolak serta mengingkarinya, maka merugilah ia di dunia dan akhiratnya (Ismail, n.d.)

Hal ini memperkuat kebenaran risalah yang dibawa oleh nabi Muhammad adalah dampak dari dakwahnya. Dakwahnya telah dapat mengubah sebuah peradaban yang terbelakang, buta aksara, dan kejam, menjadi pemimpin dan menguasai peradaban dunia serta mengisinya dengan gabungan antara ketinggian ilmu pengetahuan dan akhlak yang belum dapat ditandingi pada zaman modern saat ini sekalipun (Alhikmah, n.d.). HR Tirmidzi meriwayatkan: “Sesungguhnya Rasulullah bersabda, aku dilebihkan atas para nabi dengan enam hal, yakni aku diberi *jawani al kalim* (perkataan yang sedikit tapi bermakna dalam dan luas), aku ditolong dengan rasa takut di hati para musuhku, dihalalkan bagiku ghimah (rampasan perang), dijadikan untukku bumi dalam keadaan suci dan tempat sholat, aku diutus untuk seluruh manusia, dan syirah kenabian ditutup oleh aku” (Portal – dki.kemenag.go.id).

وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ النَّبِيِّينَ لَمَا آتَيْنُكُمْ مِنْ كِتَابٍ وَحِكْمَةٍ ثُمَّ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَكُمْ لَتُؤْمِنُنَّ بِهِ وَلَتَنْصُرُنَّهُ ۚ قَالَ أَأَقْرَضُكُمْ عَلَىٰ ذَٰلِكُمْ إِصْرِي ۚ قَالُوا أَقْرَضْنَا ۚ قَالَ فَاشْهَدُوا ۚ وَأَنَا مَعَكُمْ مِنَ الشَّاهِدِينَ ﴿٨١﴾ فَمَنْ تَوَلَّىٰ بَعْدَ ذَٰلِكَ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿٨٢﴾

“Dan (ingatlah), ketika Allah mengambil perjanjian dari para nabi: “Sungguh, apa saja yang aku berikan kepadamu berupa kitab dan hikmah kemudian datang kepadamu seorang rasul yang membenarkan apa yang ada padamu, niscaya kamu akan sungguh-sungguh beriman kepadanya dan menolongnya”. Allah berfirman: “Apakah kamu mengakui dan menerima perjanjian-Ku terhadap yang demikian itu?” Mereka menjawab: “Kami mengakui”. Allah berfirman: “kalau begitu saksikanlah (hai para nabi) dan Aku menjadi saksi (pula) bersama kamu” (81). Barang siapa yang berpaling sesudah itu, maka mereka itulah orang-orang yang fasik” (82) (QS Ali Imron: 81-82). Melalui dalil-dalil Naqly yang menjelaskan akan ketetapan Allah terhadap Nabi Muhammad yang harus diimani dan diikuti keteladannya, menjadikan Rasulullah sangat berpengaruh bagi seluruh umat, terkhusus umat muslim yang telah mempercayai keagungan Allah SWT.

Scarcity (kelangkaan). kelangkaan yang terdapat dalam prinsip Cialdini dimaksudkan untuk mempersuasi seseorang dengan sebuah nilai yang dimilikinya, nilai khusus yang dimiliki tersebut akan menjadi satu-satunya penyebab yang menarik, karena tidak memiliki banyak tiruan. Rasulullah SAW mendapati mukjizat yang berbeda dari nabi-nabi sebelumnya, yaitu kitab suci Al-Qur'an. Tercatat dalam sejarah Islam bahwa Nabi Muhammad diangkat menjadi Rasul pada usia 40 tahun ketika peristiwa pewahyuan, yaitu disaat Nabi menerima mukjizat pertama kalinya langsung melalui malaikat Jibril di Gua Hira'. Malaikat Jibril mendatangi Rasulullah di Gua Hira' dan menyuruh Rasulullah untuk membaca, dan diwahyukanlah lima ayat pertama pada surat Al-Alaq. Mukjizat secara bahasa merupakan satu hal yang luar biasa, yang menyalahi kebiasaan, dinampakkan Allah SWT kepada seorang nabi, untuk menyiratkan kenabiannya dan manusia biasa tidak dapat berbuat seperti itu (Yanggo, 2016).

Mukjizat Nabi Muhammad SAW memiliki kekhususan dibandingkan dengan mujizat nabi-nabi lainnya, adapun mukjizat yang diberikan yaitu mukjizat yang bersifat immaterial dan kekal, yakni kitab suci Al-Qur'an yang berlaku untuk semua umat manusia sampai akhir zaman. Hal ini dimaksudkan bahwa Nabi Muhammad SAW diutus kepada seluruh umat manusia hingga akhir zaman. Al-Qur'an sebagai bukti kebenaran ajarannya, ia harus siap untuk disajikan kepada semua orang kapanpun, tanpa mengenal batas waktu, situasi dan kondisi apapun, oleh karena itu Al-Qur'an merupakan mukjizat terbesar dari semua mukjizat-mukjizat yang diberikan Allah SWT kepada para nabi sebelumnya. (Nuralisah, 2021).

وَهَذَا كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ مَبَارَكٌ مُصَدِّقٌ لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ وَلِتُنْذِرَ أُمَّ الْقُرَىٰ وَمَنْ حَوْلَهَا ۚ وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْآخِرَةِ يُؤْمِنُونَ بِهِ ۖ
وَهُمْ عَلَىٰ صَلَاتِهِمْ يُحَافِظُونَ ﴿٩٢﴾

Allah berfirman dalam kitab suci Al-Qur'an: “Dan ini (Al-Qur'an) adalah kitab yang telah kami turunkan yang diberkahi; membenarkan kitab-kitab yang (diturunkan) sebelumnya dan agar kamu memberi peringatan kepada (penduduk) Ummul Qura (Mekkah) dan orang-orang yang di luar lingkungannya. Orang-orang yang beriman kepada adanya kehidupan akhirat tentu beriman kepadanya (Al-Qur'an) dan mereka selalu memelihara sembahyangnya. (QS. Al-An'am: 92)

Pengaruh yang ada pada diri Rasulullah jauh lebih besar setelah Al-Qur'an diturunkan. Keberadaan Al-Qur'an memposisikan Nabi Muhammad sebagai pusat perhatian. Berbeda dengan nabi sebelumnya, Nabi Muhammad berbicara dengan adanya landasan firman-firman Allah dalam Al-Qur'an. Pada awalnya Nabi Muhammad mendapat banyak hinaan, namun secara perlahan dalam kurun waktu kurang lebih 23 tahun, kerasulan nabi Muhammad diakui bukan hanya oleh penduduk Quraisy, Makkah, melainkan juga Madinah dan seluruh jazirah Arab. Dengan demikian, kuasa al-Qur'an adalah mukjizat bagi Rasulullah sebagai bukti kebenarannya dalam menyikapi kaum kafir. Rasulullah hanya perlu menyampaikan wahyu, dan membiarkan struktur bahasanya memberikan efek psikologis bagi pendengarnya (Lukman et al., 2021).

Hal demikian bagaimana Rasul menjadi mulia karena diturunkan kitab yang mulia kepadanya. Tidak seperti kitab-kitab sebelumnya, Al-Qur'an merupakan mukjizat terbesar, ia kekal abadi. Umat Islam dan umat lainnya dapat memegang, membaca, menghayati, memahami, mengamalkan isinya untuk mencapai kebahagiaan dunia dan keselamatan di akhirat nanti (Yanggo, 2016)

Tabel 1. Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam figur Rasulullah SAW

Prinsip Persuasif Robert Cialdini	Bentuk implementasi dalam figure Rasulullah
-----------------------------------	---

<i>Reciprocation</i>	Kisah perbuatan baik Rasulullah kepada seorang pengemis buta yang pada akhirnya dibalas dengan kebaikan.
<i>Commitment and consistency</i>	Komitmen Rasulullah untuk selalu berlaku adil, jujur secara konsisten, membuatnya mendapat gelar <i>Al-Amin</i>
<i>Social proof</i>	Pembuktian Rasulullah sebagai pedagang sukses yang berawal dari keluarga yatim piatu
<i>Liking</i>	Kecintaan salah satu sahabat Rasul dalam perang Uhud
<i>Authority</i>	Ketetapan Allah swt menjadikan Rasulullah sebagai nabi terakhir utusanNya
<i>Scarcity</i>	Mukjizat khusus yang dimiliki Nabi Muhammad berbeda dengan nabi-nabi sebelumnya, yaitu berupa wahyu Allah swt, Al-Qur'an kitab yang sampai saat ini digunakan

Sumber: Data olahan penulis (2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan kisah-kisah dalam pembahasan di atas, Rasulullah SAW merupakan sosok figur pemimpin ideal, yang memiliki prinsip-prinsip persuasif sebagaimana dikemukakan oleh Robert Cialdini yaitu *Reciprocation*, *Commitment and Consistency*, *Social Proof*, *Liking*, *Authority*, dan *Scarcity*. Seseorang dapat disebut pemimpin yang baik, jika orang tersebut memegang prinsip *commitment* dan *consistency*, seperti Rasulullah SAW yang diberikan gelar Al-Amin. Seorang pemimpin yang baik harus selalu jujur dan berkomitmen terhadap kepercayaan yang sudah diberikan oleh pengikutnya. Seorang pemimpin juga harus dapat menjaga hubungan baik dengan pengikutnya, sehingga timbal balik antara pemimpin dan pengikutnya bisa terjalin dengan baik, seperti pada prinsip *Reciprocation*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, U. (2017). *Analisis Etika Bisnis dan Marketing Nabi Muhammad SAW*.
Alhikmah, tim kajian dakwah. (n.d.). *Makna Nabi Muhammad SAW Sebagai Penutup Para Nabi*.
<https://alhikmah.ac.id/makna-nabi-muhammad-SAW-sebagai-penutup-para-nabi/>
Al-Mubarakfuri, S. S. R. (1998). *Sejarah Hidup Muhammad; Sirah Nabawiyah* (1st ed.). Robbani Press.
Aminuddin, F. (n.d.). *Meneladani Rasulullah Sebagai Entrepreneur Sukses*.
<https://www.ipmafa.ac.id/meneladani-rasulullah-sebagai-entrepreneur-sukses/>
Arfiani, A. S. (2022). Komunikasi Persuasif pada Community Development (Kajian Tematik Perspektif Al-Qur'an). *Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Komunitas*, 17, 11–20.
<https://doi.org/10.24042/bu.v17i1.11431>
Arsyad, J. (2016). Pengaruh Kepribadian Rasulullah SAW terhadap Perkembangan Peradaban Islam. *Tazkiya*, 5.
Azizah, K. (2022). Analisis Karakter Kepemimpinan Nabi Muhammad SAW dalam Bidang Pendidikan. *Ash-Shuffah: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(1), 1–15.
Cialdini, R. B. (2009). Influence; The Psychology of persuasion. In *Psychology of Persuasion*.
Fitria, T. N. (2021). Persuasive Strategies in Selected Brand Products' Advertisement on Instagram: Rationalization Aspect. *Journal of Pragmatics Research*, 3(2), 108–130.
<https://doi.org/10.18326/jopr.v3i2.108-130>
Hadiputra, G. G. R., & Muharman, D. (2021). Implementasi Komunikasi Persuasif Menjadi Barista. *Warta ISKI*, 4(1), 11–16. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i1.77>
Hafulyon. (2012). Keragaman Konsep Kepemimpinan dalam Organisasi. *Jurnal Ilmu Syari'ah*, 11.
Harianto, Y. A. (2022). Teknik Persuasi Nabi Muhammad Kepada Kaum Anshar dalam Pembagian Ghanimah Perang Hunain. *Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 21.
Harmonis. (2015). Konsep Komunikasi Rasulullah Muhammad SAW. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 15(02), 267–283.
<https://doi.org/10.30631/alrisalah.v15i02.366>
Hart, M. (1978). *The Hundred*.
Hisyam, I. (2004). *As-Sirah an-Nabawiyah Juz 3*. Dar El Hadits.
Ilyas, M. (2011). Komunikasi Persuasif Menurut Al-Qur'an. *Jurnal Altajdid STAIN Palopo*, 2.
Ismail. (n.d.). *Tafsir Ibnu Katsir*. <https://quranhadits.com/quran/21-al-anbiya/al-anbiya-ayat-107/#tafsir-ibnu-katsir>

- Izani, R. & R. (2021). Pendidikan Karakter dalam Buku Sirah Nabawiyah Karya Syaikh Shafiyurrahman al-Mubarakfuri. *Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 10.
- Jumaizah, A. R. (2019). *Strategi Komunikasi Persuasif Guru dalam Penerapan Budaya Sekolah untuk Membentuk Karakter Siswa di MAN 2 Model Medan*.
<https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/11148/2/158530025%20-%20Ade%20Riska%20Jumaizah%20-%20Fulltext.pdf>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Lesmana, M. (2019). *Cara Penulisan Karya Ilmiah*. LSM Males Art Studio Pusat Dokumentasi Seni Indonesia.
- Ligariaty, Y., & Irwansyah, D. (2021). *Narasi Persuasi Social Media Influencer dalam Membangun Konsep Kecantikan dan Kepercayaan Diri*. 4(2), 173–186.
- Lukman, F., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2021). *Menyingkap Jati Diri Al-Qur'an*. April 2018.
- Marianti, M. M. (2011). Kekuasaan dan Taktik Mempengaruhi Orang Lain dalam Organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7, 45–58.
- Masruroh, L. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Maulana, Herdiyan & Gumelar, G. (2013). Psikologi Komunikasi dan Gender. In *Akademia Permata* (2nd ed.).
- Nuralisah, S. (2021). *I'jazul Al-Quran*.
- Rahman, K. A. (2016). Dialogue and persuasion in the Islamic tradition: Implications for journalism. *Global Media Journal, Canadian Edition*, 9(2), 9–26.
- Riyanto, M. A. (2019). *Analisa Teori Persuasif Robert Cialdini dalam Preferensi Lembaga Kemanusiaan Terhadap Perbankan Syariah*.
- Rizaty, M. A. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*.
- Scott, G. G. (2006). *A Survival Guide For Working With Bad Bosses*. American Management Association. <http://www.sarahnamulondo.com/wp-content/uploads/2015/04/A-Survival-Guide-for-Working-With-Bad-Bosses.pdf>
- Siregar, N. M. (2020). Daya Tarik Persuasi Komunikasi Dakwah Nabi Muhammad SAW. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 14.
- Sukatman, Maghfuri, M. A., & Asnawi, R. I. (2022). Konsep Umum tentang Kepemimpinan. *Jurnal Kajian Pendidikan Dasar*. www.ejournal.iainu-kebumen.ac.id
- Utomo, A. G. (2021). *Tindak Tutur Persuasif Iklan Pariwisata pada Channel "Yohaeng Jugan" 여행행추*. <http://repository.upi.edu/69720/>
- Yango, H. T. (2016). Al-quran Sebagai Mukjizat Terbesar. *Waratsah*, 1.
- Yudiatmaja, F. (2013). Kepemimpinan: Konsep, Teori dan Karakternya. *Media Komunikasi FIS*, 12.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.