KOMUNIKASI PERSUASIF PROGRAM DAKWAH FDKI MENGAJI IAIN SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG

Pani Azfa
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung

Gustin
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung

Musa
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung

Abstract

A preacher must be able to understand society because it often consists of diverse backgrounds and beliefs, and should strive to build dialogue that respects differences and upholds the values of tolerance. Religious activities also support community-based religious practices such as Qur'an recitations, sermons, or religious study groups. This helps strengthen religious communities both in social and academic environments. This research focuses on the research question: how is persuasive communication implemented in the FDKI Mengaji da'wah program at IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung? The findings conclude that persuasive communication in the FDKI Mengaji da'wah program at IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung is carried out by maintaining proper attitude as a preacher and by becoming uswatun hasanah (a good role model). The FDKI Mengaji program includes activities such as Qur'an recitation, prayers, literacy, congregational prayers, and commemoration of religious holidays. Through persuasive communication, FDKI Mengaji also upholds local traditions in Bangka, particularly the practice of nganggung.

Keywords: Communication, Persuasive, Da'wah, FDKI Mengaji

Abstrak

Pendakwah harus mampu memahami masyarakat karena seringkali memiliki latar belakang dan keyakinan yang beragam dan berusaha membangun dialog yang menghormati perbedaan serta menjunjung nilai-nilai toleransi. Kegiatan keagamaan juga mendukung kegiatan-kegiatan keagamaan di masyarakat seperti pengajian, ceramah, atau kelompok studi agama. Ini membantu memperkuat komunitas keagamaan di lingkungan masyarakat maupun akademik. Penelitian ini memfokuskan pada pertanyaan penelitian yaitu bagaimana komunikasi persuasif program dakwah FDKI mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. Hasil penelitian menyimpulkan Komunikasi Persuasif Program Dakwah FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung yaitu dengan cara menjaga attitude sebagai penceramah dan menjadi uswatun hasanah sebagai contoh. Program FDKI Mengaji berupa kegiatan membaca Al-Qur'an, berdoa, literasi, sholat berjamaah, dan peringatan hari besar agama serta melalui komunikasi persuasif FDKI Mengaji menjunjung tradisi yang ada di Bangka ini khususnya lokal yaitu nganggung.

Kata kunci: Komunikasi, Persuasif, Dakwah, Fdki Mengaji

A. Pendahuluan

Jamaluddin Kafie mengungkapkan bahwa dakwah merupakan “suatu sistem kegiatan, kelompok, atau segolongan umat islam sebagai aktualisasi imaniah yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, doa yang disampaikan dengan ikhlas menggunakan metode sistem dan bentuk tertentu, agar mampu menyentuh kalbu dan fitrah seseorang, sekeluarga, sekelompok, massa, dan masyarakat, manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah laku untuk mencapai tujuan tertentu”.¹

Pendakwah harus mampu memahami masyarakat karena seringkali memiliki latar belakang dan keyakinan yang beragam dan berusaha membangun dialog yang menghormati perbedaan serta menjunjung nilai-nilai toleransi. Kegiatan keagamaan juga mendukung kegiatan-kegiatan keagamaan di masyarakat seperti pengajian, ceramah, atau kelompok studi agama. Ini membantu memperkuat komunitas keagamaan di lingkungan masyarakat maupun akademik.

Dalam konteks komunikasi, dakwah bukan hanya sekadar penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga merupakan praktik komunikasi persuasif yang bertujuan membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku masyarakat. Pesan dakwah dapat disampaikan melalui berbagai saluran, termasuk media cetak, daring, maupun lisan, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Pendekatan ini menekankan pentingnya strategi komunikasi yang efektif, pemilihan media yang tepat, serta kemampuan pendakwah dalam membaca respons audiens untuk mencapai pengaruh sosial yang diinginkan. Dengan demikian, dakwah dapat dianalisis sebagai fenomena komunikasi yang memadukan nilai-nilai agama dengan teknik komunikasi persuasif, yang relevan untuk dipelajari dalam penelitian komunikasi, jurnalistik, atau media massa.

Di mana hubungan dakwah dengan komunikasi persuasif ini ialah komunikasi persuasif memiliki karakteristik yang khas dan memberikan efek positif bagi komunikan karena kemampuannya yang dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan dengan tanpa paksaan; komunikan secara tidak sadar mengikuti keinginan komunikator. Oleh

¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Prenada Media, 2019), hlm. 13.

karena itulah teknik komunikasi ini banyak dipakai dalam kegiatan *public relations* atau lebih dikenal dengan hubungan masyarakat.²

Komunikasi persuasif merupakan hal yang mempengaruhi hingga dipengaruhi mengalami perubahan perilaku, sikap, pengetahuan, opini dan keterampilan. Akan menjadi tujuan bagi pendakwah yang dialami oleh *mad'uw* dari tidak setuju dengan ilmu dan nilai yang di berikan akan menjadi setuju.³

Adanya penguasaan teknik komunikasi persuasif melalui ceramah-ceramah baik secara media sosial maupun dakwah secara langsung tentunya hal ini diminati oleh para pendengar dakwah sebab jika penguasaan teknik komunikasi persuasif dikuasai secara maksikmal maka pesan-pesan yang disampaikan seorang pendakwah dapat lebih mudah diterima oleh pendengar dakwah tersebut.⁴

Hasil penelitian Anggayuh Gesang Utomo, Kevin Rizki Emilio, dan Nabila Sekar Arum Hasanah tentang Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam Figur Rasulullah SAW menyimpulkan bahwa 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*.⁵ Persamaan penelitian Anggayuh Gesang Utomo, Kevin Rizki Emilio, dan Nabila Sekar Arum Hasanah adalah menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yaitu teori Robert Cialdini. Sedangkan perbedaan penelitian Anggayuh Gesang Utomo, Kevin Rizki Emilio, dan Nabila Sekar Arum Hasanah dengan

² Muh Ilyas, "Komunikasi Persuasif Menurut Al-Quran", *Al Tajdid*, vol. 2, no. 1 (2010), <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/tajdid/article/view/578>, accessed 16 Mar 2024.

³lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Scopindo Media Pustaka, 2020).

⁴ Erwan Komara, "Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik", *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, vol. 2, no. 1 (2021), pp. 27-41.

⁵ Anggayuh Gesang Utomo, Kevin Rizki Emilio, dan Nabila Sekar Arum Hasanah, "Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam Figur Rasulullah SAW", *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, vol. 6, no. 2 (2023), pp. 113-21.

peneliti adalah peneliti membahas tentang komunikasi dakwah dengan menggunakan studi komunikasi persuasif. Komponen-komponen yang harus ada dalam komunikasi persuasif diantaranya 1) *claim* adalah suatu pernyataan berupa tujuan baik secara *eksplisip* maupun *implisip*, 2) *warrant* merupakan suatu perintah yang dibingkai secara baik serta berisi ajakan secara *humanis*, dan 3) *data* merupakan pesan yang berupa fakta untuk memperkuat argumen dari seorang komunikator atau dalam hal ini seorang pendakwah.⁶

Hasil Seri Wahyuni Harahap penelitian tentang Komunikasi persuasif Ustadz Dikson pada pengajian rutin malam senin di Desa Pasar Matanggor Kecamatan Batang Onang menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Ustadz Dikson pada pengajian rutin malam Senin di Desa Pasar Matanggor dilakukan dengan baik. Komunikasi persuasif yang dilakukan Ustadz pada pengajian adalah dengan menggunakan metode ceramah dan tanya jawab. Penyampaian materi Ustadz menggunakan kata-kata ajakan, bahasa yang mudah dipahami oleh jama'ah dan setiap ceramah menggunakan ilustrasi cerita dengan menyelipkan humor didalamnya. Selain metode ceramah di mimbar komunikasi persuasif Ustadz Dikson juga menggunakan metode bil-hal dengan memberikan contoh secara langsung dan ikut berpartisipasi dan bersosialisasi terhadap masyarakat seperti kemalangan dan pesta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan pada peneliti selanjutnya serta menambah motivasi jama'ah untuk terus mengikuti pengajian.⁷ Persamaan penelitian Seri Wahyuni Harahap adalah peneliti sama menggunakan komunikasi persuasif. Sedangkan perbedaan penelitian Seri Wahyuni Harahap peneliti menggunakan teori Robert Cialdini membahas komunikasi dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif pada program FDKI mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data primer pengelola program FDKI mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian, data dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif.

⁶ Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia, ...*, hlm. 32.

⁷ Seri Wahyuni Harahap, "Komunikasi Persuasif Ustadz Dikson pada Pengajian Rutin Malam Senin di Desa Pasar Matanggor Kecamatan Batang Onang", undergraduate (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2022), <https://etd.uinsyahada.ac.id/8661/>, accessed 25 Apr 2024.

B. Komunikasi Persuasif Dalam Program Dakwah

Komunikasi persuasif merupakan seni memengaruhi sikap dan perilaku melalui cara halus dan lembut, terutama menggunakan bahasa. Untuk menelaah bagaimana bahasa digunakan sebagai seni memengaruhi sikap dan perilaku.⁸

Komunikasi persuasif dapat mengubah sikap, perilaku, maupun keyakinan seseorang atau kelompok terhadap sesuatu hal.⁹ Komunikasi persuasif memiliki karakteristik yang khas dan memberikan efek positif bagi komunikan karena kemampuannya yang dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan dengan tanpa paksaan; komunikan secara tidak sadar mengikuti keinginan komunikator. Oleh karena itulah teknik komunikasi ini banyak dipakai dalam kegiatan *Public Relations* atau lebih dikenal dengan hubungan masyarakat. Berbeda dengan teknik komunikasi *koersif* yang bersifat memaksa kepada komunikan untuk mengikuti kehendak komunikator, sehingga memberikan efek yang tidak menyenangkan secara psikologis bagi penerima pesan.¹⁰ Menurut Myers pada intinya tujuan komunikasi persuasif adalah memengaruhi manusia lain.¹¹

Komunikasi persuasif pada umumnya dimaknai sebagai proses mempengaruhi komunikan agar sesuai dengan kehendak komunikator. Komunikasi persuasif adalah cara untuk mempengaruhi sikap dan tindakan komunikan melalui komunikasi yang lebih menekankan pada tujuan mempengaruhi komunikan agar bersepakat atau bertindak sesuai dengan kehendak komunikator.¹²

Tujuan komunikasi persuasif berarti membicarakan tentang alasan seseorang melakukan komunikasi persuasif. Menurut Suryana komunikasi persuasif bertujuan untuk merubah pengetahuan, sikap, opini, keterampilan, dan perilaku. Menurut dari beberapa paparan ahli tentang tujuan komunikasi persuasif tersebut bisa diketahui tujuan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi dan merubah orang lain baik dalam hal pengetahuan, sikap, opini, keterampilan, dan perilaku seseorang.¹³

⁸ Ezi Hendri M.SI, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (PT. Remaja Rosdakarya 2, 2019).

⁹ Gisela Hennita, Meisy Efna Prisyilia, dan Violita Saffira, "Analisis Komunikasi Persuasif pada Akun Instagram Frelynshop dalam Meningkatkan Brand Image", *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, no. 2 (2020), pp. 227-40.

¹⁰ Ilyas, "Komunikasi Persuasif Menurut Al-Quran".

¹¹ Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*.

¹² Yudi Asmara Harianto, "Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif" (August 3, 2022), accessed March 16, 2024, <https://osf.io/sdzn8>.

¹³ Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, hlm. 37.

Prinsip teori yang digunakan pada komunikasi penelitian ini, peneliti menggunakan teori Robert B. Cialdini ia memaparkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif pada bukunya *influence: science and practice* prinsip persuasi, prinsip timbal balik (*reciprocity*), prinsip komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*), prinsip pembuktian sosial (*social proof*), prinsip rasa suka (*liking*), prinsip otoritas (*authority*), dan prinsip kelangkaan (*scarcity*). Teknik komunikasi persuasif adalah cara-cara bagaimana teknik ini berjalan dengan efektif, teknik ini merupakan perpaduan antara perencanaan dalam aspek manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.¹⁴

Reciprocity, yang berkaitan dengan kecenderungan seseorang akan membalas kebaikan yang diberikan orang lain, *Commitment and consistency*, ketika secara naluriah, seseorang akan memperlihatkan konsistensi dan komitmen sikapnya terhadap apa yang diyakininya, *social proof*, yang memperlihatkan kondisi ketika orang akan merasa aman dan nyaman untuk melakukan sesuatu manakala hal itu sebelumnya telah dilakukan orang lain, *Liking*, berkaitan dengan kondisi ketika orang cenderung melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh orang yang ia sukai dan orang lain itu menyukainya, *Authority*, yang memperlihatkan kecenderungan orang akan mempercayai orang lain yang ia anggap memiliki otoritas, dan *Scarcity*, yang memperlihatkan kecenderungan orang untuk mengejar sesuatu yang unik atau langka dan jarang ditemui.¹⁵

Prinsip-prinsip tersebut dipaparkan dalam bentuk per poin yaitu:¹⁶

1. Prinsip Timbal Balik (*Reciprocity*)

Menurut Robert B. Cialdini tidak akan berjalan dengan baik suatu persuasi jika tidak ada aksi dan reaksi misalnya, jika dalam pembelajaran memotivasi suatu siswa harus ada timbal balik antara guru dengan siswa agar siswa tersebut bisa menerima apa yang dikatakan oleh guru tersebut. Begitu juga dalam program FDKI Mengaji para akademisi akan melihat strategi yang ia lakukan agar siswa, mahasiswa, maupun masyarakat agar respons timbal balik ini menjadi penguatan dan motivasi untuk menimbulkan minat belajar.

¹⁴ M.SI, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. hlm. 270-271.

¹⁵ Asep Suryana, "Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif", *Universitas Terbuka* (2014), <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SKOM432603-M1.pdf>, accessed 7 Dec 2024.

¹⁶ Utomo, Emilio, and Hasanah, "Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam Figur Rasulullah SAW". hlm. 114-121.

2. Prinsip Komitmen dan Konsistensi (*Commitment/Connsistency*)

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. Prinsip komitmen adalah berbicara dengan kecenderungan manusia yakni seberapa konsisten untuk menjalankan apa yang telah dikerjakan. Konsistensi ialah bahwa manusia akan cenderung melakukan apa yang telah dikatakan sebelumnya, ini bisa bermaksud pada prinsip komitmen dan konsistensi adalah seberapa komitmen dan konsistensi dalam menjalankan program-program pada FDKI Mengaji.

3. Pembuktian Sosial (*Social Proof*)

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. Program fdki mengaji ini juga bisa menjadi acuan dan memiliki nilai-nilai spiritualitas untuk memberikan kesan positif bagi masyarakat, mahasiswa, maupun siswa.

4. Prinsip Rasa Suka (*Liking*)

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.

5. Prinsip Otoritas (*Authority*)

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.

6. Prinsip Kelangkaan (*Scarcity*)

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.

Komunikasi persuasif sebagai salah satu teknik berkomunikasi, yang berbeda dengan komunikasi informatif dan imperatif, juga memiliki ciri-ciri yang dikenali dari proses komunikasinya. Ciri-ciri yang akan disebutkan di sini tidak harus ada semuanya, hanya salah satu ciri saja sudah cukup menyebutnya sebagai komunikasi persuasif.¹⁷

1. Komunikasi persuasif merupakan penghalusan dari kalimat imperatif, oleh karena itu biasanya menggunakan partikel kata yang merupakan penghalusan dari kata-kata perintah atau menggunakan kata-kata ajakan yang tidak terkesan memaksa, seperti mari, ayo, cobalah, tolong, sebaiknya, dsb.
2. Komunikasi persuasif juga merupakan penegasan ajakan dari kalimat informatif, maka setelah menyampaikan informasi diiringi dengan seruan atau ajakan. Misal: smartphone A lebih murah harganya, sedangkan smartphone B spesifikasinya lebih bagus (informasi). Namun sesuai dengan budget yang kita miliki, maka sebaiknya beli yang smartphone A saja.
3. Penggunaan tanda seru yang mengiringi teks-teks pada poin (a) dan (b) di atas juga menjadi ciri kalimat persuasif karena tanda seru tidak hanya digunakan untuk perintah, namun juga digunakan untuk ajakan atau satu percakapan yang memiliki kadar emosi tertentu. Artinya, jika tanda seru dalam kalimat perintah bermakna perintah dan/atau emosi yang kuat, dalam kalimat persuasi bermakna ajakan dan/atau emosi yang tidak terlalu kuat.

C. Program FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.

FDKI ini memiliki program yang dilaksanakan FDKI Mengaji terbagi menjadi empat program utama diantaranya FDKI Mengaji *in campus*, FDKI Mengaji natak kampung, FDKI Mengaji *goes to school*, dan FDKI Mengaji *goes to media*.

1. FDKI Mengaji *in campus*
2. FDKI Mengaji natak kampung
3. FDKI Mengaji *goes to school*

¹⁷ Harianto, *Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif*.

4. FDKI Mengaji *goes to media*

Maksud kegiatan FDKI Mengaji Tahun 2024 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam ini merupakan bentuk penerjemahan dari visi, misi, tujuan, dan nilai-nilai dasar institusi. Selain itu, kegiatan ini merupakan bagian dari tridharma perguruan tinggi. Kegiatan FDKI Mengaji ini adalah langkah awal dalam menjalankan dan mengembangkan kemampuan dan spritualitas mahasiswa di lingkungan fakultas. Tujuan lain dari kegiatan ini adalah:

1. Memetakan kemampuan membaca dan hafalan Alquran mahasiswa guna tindaklanjut yang tepat bagi pengembangan kemampuan mereka.
2. Membimbing dan meningkatkan kemampuan membaca dan hafalan Alquran mahasiswa.
3. Melakukan evaluasi terhadap kemampuan membaca dan hafalan Alquran mahasiswa agar dapat diberikan treatment-treatment tertentu untuk mendukung pengembangan kemampuan mereka.
4. Membimbing mahasiswa dalam memahami tentang ritual ibadah Islam, termasuk shalat, puasa, zakat dan ibadah sosial kemasyarakatan lainnya.
5. Menumbuhkan sikap moderat dalam beragama melalui pembelajaran membaca dan menghafal Alquran.
6. Meningkatkan pemahaman dan penerapan moderasi beragama di kalangan mahasiswa.
7. Membangun hubungan yang lebih dekat antara mahasiswa dan masyarakat melalui kegiatan FDKI Mengaji Natak Kampung.
8. Melatih instruktur pengajar Alquran yang profesional.
9. Memperluas dampak kegiatan FDKI Mengaji melalui kegiatan Goes to school, office, and studio.

D. Implementasi Program FDKI Mengaji in Campus, Natak Kampung, Goes to School, dan Goes to Media

1. Program FDKI Mengaji *In Campus*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 Jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *In Campus* yaitu:

“Pertama manfaat secara kelembagaan ini mendukung visi institut salah satu visi institut itu adalah tempat religius. Apa itu ingin menciptakan suasana religius walaupun sebatas baru di tingkat fakultas. Kenapa kita bilang bisa membuat suasana programnya setiap hari Jumat. kami di pengelola mewajibkan kepada mahasiswa itu untuk memperbaiki bacaannya untuk mengaji jadi setiap hari ketika di kampus. Jadi anak-anak itu tidak hanya sekedar mengaji di hari Jumat kepada kami. Tetapi juga di hari yang lalu mereka harus mengaji kepada orang-orang yang sudah *quality* yang sudah punya kualifikasi serta itu orang-orang yang ada di kelas mahir, itu kelas yang sudah kami anggap kompetensi untuk mengaji ataupun angkatan 1 dan 2 yang sudah dulu. jadi itu manfaatnya untuk membangun iklim religius juga kedua manfaat yang bisa dirasakan yang mana membangun ikatan emosional yang kuat adalah seperti ini kami rasakan itu ada ikatannya itu lebih kuat. Kami ingin membangun ikatan emosional antara sesama mahasiswa kelasnya campur membangun untuk membangun ikatan emosional lintas prodi.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 Jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *In Campus* yaitu:

“Dalam program FDKI Mengaji secara umum untuk memperbaiki bacaan Al-Qur’an dan memperbaiki cara ibadah kita dan untuk membiasakan kita, kita ini mahasiswa orang akademisi ketika kita melaksanakan ibadah a, b, c, minimal kita tahu dasarnya apa atau kita tidak lagi disebut taklit maka kita disebut *ittiba’* misalkan niat shalat dzuhur minimal kita tau artinya apa sehingga nanti mahasiswa di masyarakat mereka punya argumentasi dan argumennya itu sesuai dengan referensi yang sudah dipelajari bukan hanya sebatas ikut-ikutan saja.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *In Campus* bahwa. Manfaat secara kelembagaan ialah mendukung visi institut yaitu menciptakan suasana religius.

Juga manfaat yang besar bagi mahasiswa karena bisa menekankan mahasiswa agar bisa memperbaiki baca Al-Qur’an dan juga bisa paham terkait ibadah kemasyarakatan. Karena mahasiswa tidak hanya sekedar kuliah tetapi juga perlu penguatan-penguatan keislaman.

Program mengaji terkhususnya untuk mahasiswa, merupakan program yang bersifat wajib bagi mahasiswa semester awal. Bertujuan untuk memberantas buta

huruf Al-Qur'an, juga meningkatkan kualitas baca Al-Qur'an, dan mempelajari ibadah kemasyarakatan lainnya. Karena dengan adanya program mengaji bisa menjaga kualitas lulusan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri saat terjun di masyarakat.¹⁸

Dengan adanya program mengaji untuk mahasiswa tentunya akan menimbulkan kebermanfaatannya yang baik. Dengan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda tentunya tidak semua mahasiswa bisa mengaji dengan benar. Mahasiswa yang sudah bisa membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar tentunya akan bisa mengajarkan temannya yang belum bisa lewat program mengaji. Sehingga bisa mendorong mahasiswa di kegiatan yang lebih bermanfaat dan menciptakan mahasiswa religius.¹⁹

2. Program FDKI Mengaji Natak Kampung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 jenis dan manfaat program FDKI Mengaji Natak Kampung yaitu:

“Punya manfaat yang besar pertama manfaat bagi institusi akan semakin dikenal kebermanfaatannya di masyarakat yang kedua manfaat kompetensi jadi kita kan fakultas dakwah natak kampung itu kan bagian dari fakultas dakwah. Sehingga ini juga bisa menjadi sarana pengabdian bagi dosen dan mungkin juga bisa menjadi sarana penelitian. ya kan Apalagi dosen-dosen yang kita punya kompetensinya di bidang dakwah. Jadi kita itu kan ada dosen di bidang dakwah atau ilmu dakwah. Jadi ini menjadi sarana untuk meningkatkan kompetensi dosen kemudian meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada kampus dan fakultas. Kemudian juga ke depan, bayangan kami itu ke depan itu FDKI Mengaji itu akan mahasiswa untuk dakwah di lembaga dakwah mahasiswa jadi bisa jadi ke depan FDKI Natak Kampung itu akan kita libatkan banyak mahasiswa sehingga bukan hanya dosen.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 jenis dan manfaat program FDKI Mengaji Natak Kampung yaitu:

¹⁸ Mustaqim Mustaqim and Moh Jazuli, *Implementasi Program Bimbingan Mengaji dalam upaya Meningkatkan Kemampuan Membaca AL-Qur'an Mahasiswa Universitas Pamulang Tangerang Selatan | JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, <https://jiip.stkipyapisdompui.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/265>, accessed 4 Feb 2025.

¹⁹ Hasbullah Hasbullah, Amelia Marantika, dan Umamah Azizah, “Persepsi Mahasiswa PAI tentang Implementasi Jumat Mengaji untuk Peningkatan Kemampuan Baca Quran”, *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, vol. 14, no. 1 (2024), pp. 111–22.

“Manfaat natak kampung yaitu kita bersosialisasi dan berdakwah kepada masyarakat sesuai dengan keilmuan kita masing-masing. Yang kita inginkan sebaik-baik manusia yang bermanfaat bagi oranglain, FDKI Mengaji ya manfaatnya sebagai lembaga dakwah juga mensosialisasikan kampus kita ataupun fakultas kita kepada masyarakat dan kita saling mengingatkan karena kita dihimbau saling mengingatkan itulah manfaat natak kampung sebenarnya untuk saling mengingatkan dalam kebaikan.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung jenis dan manfaat program FDKI Mengaji Natak Kampung bahwa. Program Natak Kampung ini mempunyai manfaat yang besar bagi institusi yaitu mengenalkan kampus kepada masyarakat luas, juga memberikan manfaat besar bagi masyarakat.

Sehingga manfaat yang didapatkan ini ialah program FDKI Mengaji ini lahir dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Dan ini menjadi sarana manfaat sebagai pengabdian kepada masyarakat juga bisa menjadi sarana penelitian bagi dosen. Kepada masyarakatpun secara tidak langsung terbantu, karena ceramah yang dilakukan para pengelola FDKI Mengaji ini tidak pernah mematok harga sekian. Tetapi mereka menerima seikhlasnya dari pihak masyarakat. Juga ceramah ke desa-desa dan kelurahan punya manfaat yang besar dalam memperkuat spiritualitas dan edukasi bagi masyarakat.

Strategi berdakwah punya aspek yang biasa dipakai oleh orang zaman dulu ketika berdakwah dimasyarakat. Yakni adat bersendikan *syara, syara bersendikan kitabullah* yang memiliki tujuan untuk menjalani hidup dengan *amar ma’ruf nahi munkar*.²⁰

Dakwah melalui bahasa daerah adalah upaya untuk menyampaikan pesan-pesan agama atau nilai-nilai kebaikan dengan menggunakan bahasa daerah atau bahasa setempat. Konsep dakwah ini muncul karena adanya kesadaran akan pentingnya menjaga identitas budaya dan bahasa daerah, serta agar membuat

²⁰ Dian Adi Perdana et al., “Strategi Dakwah Bubohu sebagai Objek Wisata Dakwah di Bumi Gorontalo pada Masa Pandemi”, *Academic Journal of Da’wa and Communication*, vol. 3, no. 1 (2022), pp. 91–108.

sasaran dakwah menjadi tertarik dan cinta akan pesan yang disampaikan oleh penceramah.²¹

3. Program FDKI Mengaji *Go To School*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *Go To School* yaitu:

“FDKI Mengaji *Go To School* menyampaikan pesantren kilat, itu kita punya Pak Soleh dan Pak Dodi yang memang sangat kompeten dalam mengelola kegiatan-kegiatan di sekolah jadi Alhamdulillah karena sumber daya yang kita miliki itu mumpuni untuk mengisi program-program tersebut maka kita buat program FDKI Mengaji *Go To School*.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *Go To School* yaitu:

“Untuk memperbaiki akhlak mereka karena kalau yang di sekolah-sekolah itu sistemnya seperti natak kampung sistem ceramah atau berdakwah di sekolah. Kalau manfaatnya mengingatkan anak-anak yang masih labil dan sosialisasi terhadap fakultas dan kampus terus memotivasi mereka agar berjalan sesuai koridor keislaman. Mungkin secara administratif kami kerja sama antar lembaga atau sekolah-sekolah dengan kampus, salah satunya di SMA Bakam dan Al-Azhar Kampak.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *Go To School* bahwa. Sumber daya yang ada di program FDKI Mengaji ini mumpuni untuk mengisi kegiatan dakwah di sekolah dan juga punya jaringan, sehingga bisa untuk menjalankan program FDKI Mengaji.

Program FDKI Mengaji *Go To School* bertujuan untuk memotivasi dan mengingatkan anak-anak yang masih labil agar tidak terjerumus dengan lingkungan yang salah. Memperkuat nilai-nilai spiritual kepada anak-anak sekaligus untuk mempromosikan institusi kampus kepada sekolah-sekolah dan menjalin *silaturahmi*.

²¹ Muhammad Fadly Hakim, “Dakwah melalui Bahasa Daerah di Radio Silaturahmi 720 Am” (B.S. thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., n.d.), accessed January 14, 2025, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74189>.

Minimnya pengetahuan agama dimasa sekarang, menjadikan anak-anak sebagai generasi muda lebih memilih nongkrong dan bermain game online ketimbang untuk membaca Al-Qur'an. Melalui program dakwah di sekolah siswa bisa dirangkul untuk diberikan motivasi sesuai dengan kaidah islamiyah.²²

Memberikan motivasi kepada anak-anak yang masih labil juga membantu dalam membentuk karakter dan moral siswa sesuai dengan kaidah-kaidah ajaran islam. Adanya program dakwah di sekolah bisa mendorong siswa untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Sarana yang efektif untuk membentuk generasi yang Islami dan berkontribusi hal positif dalam masyarakat.²³

4. Program FDKI Mengaji *Goes To Media*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *Go To Media* yaitu:

“FDKI Mengaji *Go To Media*, itulah kita komunikasi dengan TVRI bangun kerja sama percaya sama kita carikan narasumber setiap Lentera Qolbu yang ada di TVRI Bangka Belitung. Manfaatnya agar menjangkau masyarakat luas jadi *Go To Media* ini sebagai suatu perantara untuk menyampaikan dakwah ke masyarakat luas.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *Go To Media* yaitu:

“Karena kita punya tujuan yang sama dengan lembaga dakwah yang ada dimedia seperti TVRI kita inikan ada penceramah khusus seperti Ustadz Rusydi, Ustadz Iqrom, Ustadz Fakhri, dan Ustadz Amrullah. Selama ini empat orang ini. Karena kita ini sekarang zamannya era digital, kalau hanya di Kampung saja kita juga hanya sebatas kampung tapi kalau sudah dimedia itukan kita bisa menjangkau luas dan itu didukung oleh media TV TVRI bahkan ada juga yang podcast pernah di RRI Sungailiat. Manfaatnya biar lebih luas lagi menjangkau bukan hanya pada beberapa orang saja karena akses melalui media, biar media itu isinya islami karena media sekarang itu banyak yang negative maka cara kita bukan tidak menggunakan media tapi gunakan media yang sama tetapi bentuknya positif. Sehingga ada media positif dan ada yang

²² Mukhlis Fathurrohman, “Dakwah dalam Konteks Pendidikan”, *Mamba'ul'Ulum* (2019), pp. 217-24.

²³ Tarisya Indah Aprilyanti dan Eka Yusnaldi, “Mengintegrasikan Dakwah Islam dalam Pembelajaran Ips untuk Membangun Generasi yang Islami”, *Bayan lin-Naas: Jurnal Dakwah Islam*, vol. 8, no. 1 (2024), pp. 37-45.

negative sehingga bisa jadi media yang dalam konteks isinya positif bisa mengalahkan yang negative.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung jenis dan manfaat program FDKI Mengaji *Go To Media* bahwa. Program FDKI Mengaji *Go To Media* memang sudah sering digunakan sebelumnya, *Go To Media* ini sebagai suatu perantara untuk menyampaikan dakwah ke masyarakat luas karena disetiap kegiatan program FDKI Mengaji dibuatkan berita dan dipublish kedia.

E. Komunikasi Persuasif Program Dakwah FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung

1. Komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar mendapat timbal balik (*reciprocity*) dari sasaran dakwah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 agar mendapat timbal balik (*reciprocity*) dari sasaran dakwah yaitu:

“Kalaupun itu kita harus menjaga attitude kita kemasyarakat misalnya, kalau kita datang kenatak kampung itu masyarakat itu pasti melihat bahwa kita itu tokoh agama. Maka di saat itu kita harus menjaga sikap kita salah satu sikap yang harus kita jaga adalah cara duduk kita, cara makan kita, dan bagaimana cara kita kepada orang yang lebih tua. Menurut saya bagi narasumber yang biasa mengisi ceramah lebih tau bagaimana tentang sikap karena, mereka sudah banyak jam terbangnya dalam berdakwah.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 agar mendapat timbal balik (*reciprocity*) dari sasaran dakwah yaitu:

“Saya ringkas saja kalo dakwah kita berusaha untuk menjadi contoh uswatun hasanah, bagaimana sebelum kita berbuat kita sudah melaksanakan kita mau berdakwah tentang masalah kejujuran maka kalau kita tidak jujur mungkin kita tidak sesuai dengan akhlak kita.”

Selanjutnya, wawancara dengan Anggota 1 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 09 Januari 2025 agar mendapat timbal balik (*reciprocity*) dari sasaran dakwah yaitu:

“Kalau kita ceramah di kampung biasanya orang kan melihat dari siapa yang pendakwahnya kalau pendakwahnya itu tidak menarik biasanya orang cenderung malas untuk membuat menarik itu biasanya kita padukan yang ceramah itu bukan hanya satu tetapi bisa dua bahkan bisa tiga sekaligus. Jadi tidak hanya satu orang saja yang ceramah pada momen-momen tertentu. Sehingga dakwah kita betul-betul mengena dan diterima sesuai dengan sasaran dakwah.”

Lebih lanjut, wawancara dengan Anggota 2 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 06 Januari 2025 agar mendapat timbal balik (*reciprocity*) dari sasaran dakwah yaitu:

“FDKI Mengaji memberikan penghargaan kepada mahasiswa yang telah lulus atau memenuhi kriteria dalam pelaksanaan FDKI Mengaji *in campus*. Selain itu FDKI Mengaji juga melaksanakan program kegiatan diluar ceramah berupa kegiatan olahraga dan nganggung bersama masyarakat.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar mendapat timbal balik (*reciprocity*) dari sasaran dakwah bahwa. Masing-masing pendakwah juga menjaga attitude karena masyarakat pun tahu sebagai penceramah itu adalah tokoh agama dan menjadi uswatun hasanah sebagai contoh.

Kemudian memiliki narasumber yang lebih dari satu, menjadi timbal balik terhadap masyarakat. Karena lebih menarik, biasanya masyarakat itu pergi melihat ceramah tentu melihat siapa dulu yang menjadi penceramah. Dan ini menjadi lebih menarik dimata masyarakat karena penceramah atau pendakwahnya lebih dari satu.

Komunikasi yang sudah terencana akan menciptakan kesan yang menyenangkan baik dipandangan masyarakat maupun di kampus. Akan menjadi jalinan pesan yang lebih erat dan memperoleh simpati yang baik. Komunikasinya akan menjadi tujuan yang dicita-citakan berhasil dalam pelaksanaan dakwah dan dipercaya.²⁴

Oleh karena itu bila pendakwah mampu mengerti dan merespon apa yang diinginkan masyarakat maka, timbak balik dari jama'ahpun cukup positif. Hal ini

²⁴ Samsul Bahri, “Urgensi Public Relation dalam Pelaksanaan Dakwah”, *Al-Ashlah: Journal of Islamic Studies*, vol. 3, no. 1 (2019), pp. 1-19.

bagaimana meningkatkan kemampuan komunikasi dakwah agar bisa menguasai apa yang diinginkan dari sasaran dakwah.²⁵

2. Komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar selalu komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*) dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 agar selalu komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*) dalam pelaksanaannya yaitu:

“Kita saling support dan saling memahami sesama anggota tim sehingga menjadi kuat. Kami juga membangun komunikasi kami itu lebih banyak dengan hal-hal yang sifatnya humor sehingga terbentuk jalinan yang erat. Humor tapi punya kadar yang pas, masing-masing sudah mengenal teman-teman sudah saling mengerti cara bercandanya.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 agar selalu komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*) dalam pelaksanaannya yaitu:

“Agar selalu komitmen dan konsisten dalam melaksana program FDKI Mengaji kami sudah menjadi pengabdian bagi masyarakat. Karena sebelumnya disetiap ada undangan kami selalu datang itu juga menjadi ghirah kami sebagai pengelola FDKI Mengaji.”

Selanjutnya, wawancara dengan Anggota 1 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 09 Januari 2025 agar selalu komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*) dalam pelaksanaannya yaitu:

“FDKI Mengaji ini kan dibentuk bukan yang diharapkan itu bukan uang tetapi FDKI lahir itu adalah karena keresahan kita waktu itu pertama melihat kondisi mahasiswa kita yang kita uji di ibadah kemasyarakatan itu banyak lemah sehingga mereka itu masih bisa kita sebut belum layak. Kemudian dari mahasiswa itu kita juga berkembang dari sebelum hanya di In Campus memulai ke Natak Kampung dan yang lain sebagainya. dengan harapan apa yang kita sampaikan itu bisa diterima oleh masyarakat. Dan komitmen itu sampai saat ini masih terjaga oleh tim FDKI Mengaji. Tidak lama lagi kita Isra’miraj dan sudah ada beberapa undangan yang masuk untuk mengisi ceramah di kampung-kampung.”

²⁵ Maman Usman and Susi Lusiawati, “Metode Dakwah Remaja di Pedesaan”, *Iktisyaf: Jurnal Ilmu Dakwah dan Tasawuf*, vol. 2, no. 1 (2020), pp. 54–65.

Lebih lanjut, wawancara dengan Anggota 2 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 06 Januari 2025 agar selalu komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*) dalam pelaksanaannya yaitu:

“Kegiatan dakwah pada FDKI Mengaji berupa makan bersama, gotong royong, dan olahraga bersama masyarakat adalah kegiatan yang sering dilaksanakan.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar selalu komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*) dalam pelaksanaannya bahwa. Pengelola FDKI Mengaji saling suport dengan tujuan agar selalu komitmen dan konsisten dalam menjalankan kegiatan FDKI Mengaji.

Kegiatan dakwah pada FDKI Mengaji juga berupa makan bersama, gotong royong, dan olahraga bersama masyarakat adalah kegiatan yang sering dilaksanakan. Dan disetiap undangan kegiatan ceramah pihak FDKI Mengaji selalu antusias untuk datang untuk mengisi kegiatan ceramah tersebut.

Kegiatan dakwah ini tidak hanya caramah tetapi juga melakukan pembiasaan yang dibuat oleh pihak program FDKI Mengaji berupa kegiatan membaca Al-Qur'an, berdoa, literasi, sholat *berjamaah*, dan peringatan hari besar agama. Dampak implementasi karakter religius memiliki dampak positif baik itu bagi mahasiswa, siswa, maupun masyarakat. Implikasi karakter religius yang didukung oleh pihak FDKI Mengaji.²⁶ Menanamkan kesan religius justru akan menjadi dampak karakter yang lebih baik.²⁷

3. Komunikasi persuasif dakwah pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar menjadi suatu pengabdian pada masyarakat (*social proof*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 agar menjadi suatu pengabdian pada masyarakat (*social proof*) yaitu:

²⁶ Hamidah Ulfa Fauziah, Edi Suhartono, dan Petir Pujantoro, “Implementasi penguatan pendidikan karakter religius”, *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, vol. 1, no. 4 (2021), pp. 437–45.

²⁷ Muliaty Amin and B.M. St Aisyah, “Profesionalisme Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Kota Makassar”, *Jurnal Mercusuar*, vol. 3, no. 2 (2022), pp. 241–5.

“Kita tidak minta dilayani oleh masyarakat, bahkan yang mengundang itu misalnya mushola yang sangat kecil disatu kampung ya kita datangi. Ada kemarin yang di daerah Merawang itu kita datangi, berdua malahan narasumbernya. Jadi kita yang namanya pengabdian kita nggak minta dilayani berangkat dari motivasi mengabdikan kepada masyarakat.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 agar menjadi suatu pengabdian pada masyarakat (*social proof*) yaitu:

“Agar menjadi sebuah pengabdian, kami tentunya pada program FDKI Mengaji ini sudah menjadi suatu pengabdian kepada masyarakat. Dalam hal memberikan ilmu kepada masyarakat, memberikan motivasi kepada siswa, dan memberikan wadah positif bagi media masa untuk dikonsumsi masyarakat luas tentunya.”

Selanjutnya, wawancara dengan Anggota 1 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 09 Januari 2025 agar menjadi suatu pengabdian pada masyarakat (*social proof*) yaitu:

“Pengabdian kepada masyarakat ini bagian dari Tridarma perguruan tinggi oleh karena itu suka tidak suka mau tidak mau sebagai dosen dan apalagi kita sudah terlibat bagian dari FDKI Mengaji ini harus melakukan pengabdian kepada masyarakat. Bentuknya bermacam-macam, ada yang ceramah dan ada pengajaran rutin.”

Lebih lanjut, wawancara dengan Anggota 2 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 06 Januari 2025 agar menjadi suatu pengabdian pada masyarakat (*social proof*) yaitu:

“Tentunya kegiatan dakwah FDKI Mengaji merupakan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan-kegiatan langsung menjadikan masyarakat dekat dengan FDKI Mengaji.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar menjadi suatu pengabdian pada masyarakat (*social proof*) bahwa. Program FDKI Mengaji merupakan suatu lembaga yang secara tidak langsung menjadi bagian pengabdian kepada masyarakat.

Karena memang bagian dari *tridarma* perguruan tinggi, yang memang pengabdian kepada masyarakat. Tentunya kegiatan FDKI Mengaji Natak Kampung ini

menjadikan masyarakat menjadi lebih dekat dan mengenal program FDKI Mengaji yang ada di IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.

Dakwah yang baik berdampak pemberdayaan perubahan moralitas teologis dan moralitas sosial ke arah yang positif. Juga menumbuhkan mentalitas kepribadian dan kepedulian sosial. Baik itu bagi siswa, mahasiswa, dan masyarakat.²⁸

Pelaksanaan program dakwah FDKI Mengaji ini mengatasi minimnya pengetahuan tentang dakwah. Baik itu dalam *internal* maupun pada *eksternal*.²⁹

4. Komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung dapat disukai (*liking*) oleh sasaran dakwah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 agar dapat disukai (*liking*) oleh sasaran dakwah yaitu:

“Pertama nih penampilan kita datang selalu dengan pakaian yang sesuai kemasyarakat selalu pakai sarung dan selalu pakai kopiah menggunakan pakain yang sopan. Tidak memaksakan harus memakai jubah dan tidak juga kita datang menggunakan celana karena, kita tahu masyarakat itu kita harus mulai dengan penampilan. Kemudian ketika berada ditengah masyarakat kita harus memahami yang tua dan tokoh agamanya otomatis harus dihargai dan bagaimana cara terhadap anak-anaknya terus sikap terhadap ibu-ibu. Jadi kita perlu menempatkan sesuatu yang sesuai pada tempatnya.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 agar dapat disukai (*liking*) oleh sasaran dakwah yaitu:

“Agar menjadi disukai, sebenarnya bagaimana cara kita kepada masyarakat untuk mencintai majelis ilmu maupun majelis zikir. Kalau sudah cinta pada majelis ilmu akan mudah masyarakat untuk memahami apa yang disampaikan oleh narasumber. Masyarakatpun menjadi daya tarik sendiri untuk mengunjungi majelis ilmu itu.”

²⁸ Nor Kholis dkk., “Dakwah Bil-Hal Kiai sebagai Upaya Pemberdayaan Santri (Action Da’wah by the Kiai as an Effort to Empower Students)”, *Jurnal Dakwah Risalah*, vol. 32, no. 1 (2021), pp. 112–29.

²⁹ Ihwan Mahmudi, Rila Setyaningsih, dan Muchammad Taufiq Affandi, “Pendampingan E-Dakwah bagi Takmir Masjid Baiturrohman Jintap Ponorogo Sebagai Solusi Kegiatan Dakwah pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, vol. 5, no. 2 (2021), pp. 19–29.

Selanjutnya, wawancara dengan Anggota 1 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 09 Januari 2025 agar dapat disukai (*liking*) oleh sasaran dakwah yaitu:

“Kalau kita melihat berdasarkan pengalaman yang sudah kita lalui didalam pengajian rutin, masyarakat jama’ah masjid itu senang karena kajian-kajian yang kita lakukan itu adalah kajian-kajian yang memang jarang dilakukan oleh para ustad atau da’i. Jadi kita cari tema-tema kajian yang memang tema kajiannya itu yang belum pernah dilakukan oleh para *da’i*. Contoh, kajian rutin yang di masjid kampak itu biasanya kami berikan materi tentang *ushul fiqh*. Kajian *ushul fiqh* ini kan biasanya jarang di berikan ceramah tentang ilmu *ushul fiqh* kepada masyarakat umum. Ketika pengajian rutin itu dilakukan masyarakatpun antusias untuk mengikuti pengajian itu dan bertanya kepada narasumber terkait materi *ushul fiqh*.”

Lebih lanjut, wawancara dengan Anggota 2 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 06 Januari 2025 agar dapat disukai (*liking*) oleh sasaran dakwah yaitu:

“Kegiatan makan bersama, yang dilaksanakan oleh FDKI Mengaji dapat memperkuat hubungan sosial sehingga program tersebut sangat disukai oleh mahasiswa dan masyarakat khususnya.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar dapat disukai (*liking*) oleh sasaran dakwah bahwa. Agar disukai oleh sasaran dakwah, pendakwah mengenakan pakaian yang sopan selalu pakai sarung dan kopiah, tidak memaksakan harus mengenakan pakaian jubah.

Kemudian ketika berada dalam masyarakat pendakwah pun harus bisa menempatkan diri baik itu pada orang yang lebih tua, ibu-ibu, tokoh agama, dan anak-anak. Dan memberikan tema yang diperlukan dari pihak masyarakat, walaupun materi itu jarang diberikan oleh penceramah. Kegiatan makan bersama yang dilaksanakan ketika selesai ceramah biasanya sangat disukai oleh mahasiswa maupun masyarakat.³⁰

Seorang komunikator atau pendakwah harus mampu menguasai metode sikap dalam pentingnya menguasai sasaran dakwah. Karena pendakwah mempunyai

³⁰ Lalu Abdurrahman Wahid, “Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Penyampaian Pesan Dakwah”, *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 13, no. 1 (2021), pp. 115–31.

tujuan bagaimana sasaran dakwah bisa paham apa yang disampaikan oleh penceramah.³¹

5. Komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung dapat memiliki kepercayaan sebagai suatu lembaga yang kuat (*authority*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 agar dapat memiliki kepercayaan sebagai suatu lembaga yang kuat (*authority*) yaitu:

“Ini pertama, kita lakukan *profesionalitas* kita janji jam tujuh datang jam tujuh, kita janji jam empat kita datang jam 4. Jangan sampai ita diundang apa habis maghrib datang habis isya. Kemudian integritas motivasinya bukan motivasi materi, jadi kita ingin menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat tanpa ada motivasi-motivasi dalam hal materi, itu yang penting kita jaga walaupun materi itu diperlukan ya untuk membangun kebersamaan tapi bukan tujuan utama yang penting kita datang aja kalau diundang. Mohon maaf ya ada dulu sebuah lembaga mengundang kita nominalnya tidak biasanya, kita tetap enggak ada perubahan. Jadi kalau diundang lagi kita pasti datang lagi jadi yang hal-hal seperti itu yang mau kita jaga dan kita pertahankan.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 agar dapat memiliki kepercayaan sebagai suatu lembaga yang kuat (*authority*) yaitu:

“Dalam program ini kami sering datang ke daerah-daerah dan tentunya yang mengundang ini juga tau kami lahir pada institut agama negeri. Yang isi narasumbernya mempunyai jenjang pendidikan agama yang tinggi. Otomatis masyarakatpun percaya dan narasumber para dosen yang ada dipengelola program FDKI Mengaji ini sudah biasa untuk mengisi ceramah-ceramah.”

Selanjutnya, wawancara dengan Anggota 1 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 09 Januari 2025 agar dapat memiliki kepercayaan sebagai suatu lembaga yang kuat (*authority*) yaitu:

“Karena memang kita lahir dari perguruan tinggi islam negeri kemudian, kita juga dibuatkan SK oleh pak Rektor maka FDKI Mengaji ini adalah yang

³¹ Angga Aminudin dan Agus Suradika, “Peluang dan tantangan dakwah bil lisan melalui youtube sebagai metode komunikasi dakwah”, *Perspektif*, vol. 2, no. 1 (2022), <https://jurnal.jkp-bali.com/perspektif/article/view/197>, accessed 14 Jan 2025.

pertama legal, yang kedua bisa dijadikan wadah para dosen untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat.”

Lebih lanjut, wawancara dengan Anggota 2 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 06 Januari 2025 agar dapat memiliki kepercayaan sebagai suatu lembaga yang kuat (*authority*) yaitu:

“FDKI Mengaji memiliki struktur organisasi yang disah kan oleh IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung melalui rektor, selain itu tim FDKI mengaji berasal dari akademisi atau dosen sehingga para masyarakat dapat memiliki kepercayaan terhadap lembaga FDKI Mengaji.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung agar dapat memiliki kepercayaan sebagai suatu lembaga yang kuat (*authority*) bahwa. Program FDKI Mengaji ini memang lahir dari perguruan tinggi Islam negeri, kemudian dilegalkan lah oleh rektor dan dibuatkan SK pengelola.

Narasumber yang di program FDKI Mengaji ini sudah punya jenjang pendidikan agama islam yang tinggi dan tentunya sudah terbiasa dalam memberikan pesan dakwah. Sehingga masyarakatpun mempercayai suatu lembaga dakwah yang ada di program FDKI Mengaji dalam kampus IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. Dan juga dari pihak pengelola FDKI Mengaji ini yang utama bukan tujuan untuk mencari materi berupa uang tetapi, ikhlas untuk menjalankan program tersebut.

Pendidikan agama Islam yang ada di perguruan tinggi memiliki peranan penting, tidak hanya dikalangan mahasiswa. Tetapi memiliki peranan penting bagi masyarakat. Karena menanamkan nilai-nilai ajaran Islam, baik itu dalam hal memahami tauhid, etika, maupun moral.³²

³² Lukis Alam, “Internalisasi Nilai-nilai Pendidikan islam dalam Perguruan Tinggi Umum melalui Lembaga Dakwah Kampus”, *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2 (Postgraduate Program Magister Pendidikan Agama Islam, 2016), pp. 101–19.

Selanjutnya terdapat manfaat yang besar bagi mahasiswa yang belum memahami terkait membaca Al-Qur'an maupun ibadah kemasyarakatan. Akan diajarkan sampai bisa memahami, dan ini menjadi manfaat dikemudian hari.³³

6. Ciri khas (*scarcity*) komunikasi persuasif FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 10 Januari 2025 ciri khas (*scarcity*) komunikasi persuasif yaitu:

“Kalau saya melihat karena kami itu berangkat dari latar belakang yang berbeda itu menjadi ciri khas. Kami tidak mengubah diri kami menjadi orang lain misalnya, Pak Amrullah dengan dengan gaya khas bangkanya ia tidak merubah dirinya dengan gaya khas lain. Saya yang bukan orang bangka yang punya jejak pendidikan diluar negeri saya tidak bisa mengubah diri saya menjadi kebangka-bangka. Pak Sholeh dengan gaya jawanya dia nggak bisa merubah menjadi bangka-bangkanya. Jadi kami ingin menampilkan orang dengan pribadinya masing-masing ini kemudian menjadi ciri khas. Kemudian ciri khas juga kita disini kita seleksinya alami, kalau nggak karena kebersamaan kalau nggak karena motivasi pengabdian. Karena banyak orang yang bisa berdakwah tetapi ciri khas yang kami buat ini adalah kebersamaan, keikhlasan, dan pengabdian.”

Kemudian, wawancara dengan Sekretaris FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 08 Januari 2025 ciri khas (*scarcity*) komunikasi persuasif yaitu:

“Ciri khas dari lembaga FDKI Mengaji ini banyak, karena kami lahir dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. tentunya setahu saya belum ada lembaga kampus yang ada di Bangka ini untuk memberikan ceramah-ceramah kemasyarakatan. Juga gaya komunikasi dalam berdakwah pada FDKI Mengaji ini sangat unik dan menjadi ciri khas karena, biasanya saat ceramah narasumbernya ada dua orang kadang tiga orang untuk memberikan materi dan ini juga menjadi daya tarik masyarakat.”

Selanjutnya, wawancara dengan Anggota 1 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 09 Januari 2025 ciri khas (*scarcity*) komunikasi persuasif yaitu:

³³ Naufal Ibnu Tsalis, Ahmad Asrof Fitri, dan Anjar Sulistyani, “Pola Komunikasi Intrapersonal untuk Pengembangan Kepercayaan Diri dalam Berdakwah pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Iai Al-Azis”, *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, vol. 10, no. 3 (2024), pp. 263–9.

“Tradisi-tradisi yang ada dikita ini kan memang kalau di kampung-kampung itu biasanya setiap ada kegiatan itu biasanya mereka nganggung. Jadi ketika mereka nganggung itulah kita sama-sama menyantap hidangan yang mereka bawa. Kemudian kita juga melakukan dakwahnya juga tidak kaku artinya kita memberikan ceramah memberikan materi, tapi itu mudah untuk dimengerti atau dipahami oleh masyarakat itu sendiri. Dengan apa? dengan bahasa-bahasa setempat jadi da'i itu harus menguasai walaupun tidak semuanya bahasa-bahasa lokal yang ada di Bangka ini saat melakukan ceramah.”

Lebih lanjut, wawancara dengan Anggota 2 FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung pada tanggal 06 Januari 2025 ciri khas (*scarcity*) komunikasi persuasif yaitu:

“Berdakwah tidak hanya melalui ceramah tetapi juga melaksanakan kegiatan gotong royong di masjid, nganggung rutin, olahraga, dan juga menerbitkan buku untuk kepentingan mahasiswa dan masyarakat pada umumnya.”

Berdasarkan pandangan dari beberapa responden di atas terkait komunikasi persuasif pada FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung ciri khas (*scarcity*) komunikasi persuasif bahwa. Ciri khas pengelola FDKI Mengaji ini memiliki latarbelakang yang berbeda. Dan menjadi ciri khas yang berbeda baik itu dalam cara berdakwahnya setiap antara narasumber.

Dan juga menjunjung tradisi yang ada di Bangka ini khususnya lokal yaitu *nganggung*. Agar menjadi pendekatan yang baik antara mahasiswa, siswa, maupun ikatan kepada masyarakat.

Disetiap daerah mempunyai ciri khas berbeda dalam gaya penyebaran dakwah. Bahkan seiring berkembangnya zaman juga memiliki cara dakwah yang berbeda-beda. Ada yang melalui berdagang, melalui budaya, melalui ceramah terang-terangan, dan ada melalui media yang jangkauannya sangat luas.³⁴

Komunikasi dakwah secara langsung atau bertatap muka punya ciri khas tersendiri dan akan menjadi pesan yang mudah dipahami. Juga memberikan manfaat menjalin silaturahmi dan ada doa dalam suatu majelis ilmu dan majelis zikir.³⁵

³⁴ Yosieana Duli Deslima, “Dakwah Kultural di Provinsi Lampung (Filosofi Dakwah pada Makna Lambang Siger)”, *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, vol. 7, no. 2 (2021), pp. 183–212.

³⁵ Taufik Rahman, “Komunikasi Dakwah Pesantren Tradisional”, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, vol. 10, no. 2 (2016), pp. 375–97.

F. Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dalam program FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung diterapkan melalui sikap dan perilaku penceramah yang menjaga attitude serta menjadi uswatun hasanah, sehingga dapat menjadi teladan bagi jama'ah. Komunikan cenderung menyesuaikan sikap dan perilaku sesuai pesan yang disampaikan oleh komunikator, baik melalui kegiatan membaca Al-Qur'an, doa, literasi, sholat berjamaah, maupun peringatan hari besar agama. Selain itu, komunikasi persuasif juga menjunjung tradisi lokal, seperti praktik nganggung, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima dan relevan dengan konteks sosial budaya setempat. Dengan demikian, pendakwah menggunakan strategi komunikasi persuasif secara efektif untuk mengubah sikap dan meningkatkan penerimaan mad'uw terhadap nilai-nilai agama yang disampaikan, memperkuat keterlibatan jama'ah, dan memfasilitasi internalisasi nilai-nilai Islami dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan kesimpulan tentang Komunikasi Dakwah: Studi Komunikasi Persuasif Program FDKI Mengaji IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

- a. Perlunya dukungan dari pihak Institusi Kampus IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung secara berkelanjutan sehingga program FDKI Mengaji ini menjadi program penggerak dalam bidang keagamaan.
- b. Perlunya komunikasi persuasif secara optimal dilaksanakan oleh semua program bukan hanya pada program FDKI Mengaji namun juga pada program kegiatan institusi kampus lainnya.
- c. Perlunya penguatan kompetensi bagi semua mahasiswa dalam bidang ibadah kemasyarakatan melalui program FDKI Mengaji dan berkolaborasi dengan lembaga bidang agama di luar kampus sehingga program ini akan lebih optimal serta beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Lukis, "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam dalam Perguruan Tinggi Umum Melalui Lembaga Dakwah Kampus", *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2, Postgraduate Program Magister Pendidikan Agama Islam, 2016, pp. 101-19.
- Amin, Muliaty dan B.M. St Aisyah, "Profesionalisme Dai Komunitas Pendakwah Keren (KPK) dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Kota Makassar", *Jurnal Mercusuar*, vol. 3, no. 2, 2022, pp. 241-5.
- Aminudin, Angga dan Agus Suradika, "Peluang dan Tantangan Dakwah Bil Lisan melalui Youtube sebagai Metode Komunikasi Dakwah", *Perspektif*, vol. 2, no. 1, 2022, <https://jurnal.jkp-bali.com/perspektif/article/view/197>, accessed 14 Jan 2025.
- Aprilyanti, Tarisya Indah dan Eka Yusnaldi, "Mengintegrasikan Dakwah Islam dalam Pembelajaran IPS untuk Membangun Generasi yang Islami", *Bayan lin-Naas: Jurnal Dakwah Islam*, vol. 8, no. 1, 2024, pp. 37-45.
- Aziz, Moh Ali, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, Prenada Media, 2019.
- Bahri, Samsul, "Urgensi Public Relation dalam Pelaksanaan Dakwah", *Al-Ashlah: Journal of Islamic Studies*, vol. 3, no. 1, 2019, pp. 1-19.
- Deslima, Yosieana Duli, "Dakwah Kultural di Provinsi Lampung (Filosofi Dakwah pada Makna Lambang Siger)", *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, vol. 7, no. 2, 2021, pp. 183-212.
- Fathurrohman, Mukhlis, "Dakwah dalam Konteks Pendidikan", *Mamba'ul'Ulum*, 2019, pp. 217-24.
- Fauziah, Hamidah Ulfa, Edi Suhartono, dan Petir Pudjantoro, "Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter Religius", *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, vol. 1, no. 4, 2021, pp. 437-45.

- Hakim, Muhammad Fadly, “Dakwah melalui Bahasa Daerah di Radio Silaturahmi 720 Am”, B.S. thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74189>, accessed 14 Jan 2025.
- Harahap, Seri Wahyuni, “Komunikasi Persuasif Ustadz Dikson pada Pengajian Rutin Malam Senin di Desa Pasar Matanggor Kecamatan Batang Onang”, undergraduate, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2022, <https://etd.uinsyahada.ac.id/8661/>, accessed 25 Apr 2024.
- Hariato, Yudi Asmara, *Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif*, OSF, 2022 [<https://doi.org/10.31219/osf.io/sdzn8>].
- Hasbullah, Hasbullah, Amelia Marantika, and Umamah Azizah, “Persepsi Mahasiswa PAI tentang Implementasi Jumat Mengaji untuk Peningkatan Kemampuan Baca Quran”, *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, vol. 14, no. 1, 2024, pp. 111–22 [<https://doi.org/10.47200/ulumuddin.v14i1.2424>].
- Hennita, Gisela, Meisy Efna Prisyilia, dan Violita Saffira, “Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image”, *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, no. 2, 2020, pp. 227–40 [<https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.788>].
- Ilyas, Muh, “Komunikasi Persuasif Menurut Al-Quran”, *AL TAJDID*, vol. 2, no. 1, 2010, <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/tajdid/article/view/578>, accessed 16 Mar 2024.
- Kholis, Nor et al., “Dakwah Bil-Hal Kiai sebagai Upaya Pemberdayaan Santri (Action Da’wah by the Kiai as an Effort to Empower Students)”, *Jurnal Dakwah Risalah*, vol. 32, no. 1, 2021, pp. 112–29.
- Komara, Erwan, “Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik”, *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, vol. 2, no. 1, 2021, pp. 27–41 [<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.1.713>].

Mahmudi, Ihwan, Rila Setyaningsih, dan Muchammad Taufiq Affandi, "Pendampingan E-Dakwah bagi Takmir Masjid Baiturrohmah Jintap Ponorogo sebagai Solusi Kegiatan Dakwah pada Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, vol. 5, no. 2, 2021, pp. 19–29.

Masruuroh, Lina, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, Scopindo Media Pustaka, 2020.

M.SI, EZI HENDRI, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, PT Remaja Rosdakarya 2, 2019.

Mustaqim, Mustaqim dan Moh Jazuli, *Implementasi Program Bimbingan Mengaji dalam upaya Meningkatkan Kemampuan Membaca AL-Qur'an Mahasiswa Universitas Pamulang Tangerang Selatan | JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, <https://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/265>, accessed 4 Feb 2025.

Perdana, Dian Adi et al., "Strategi Dakwah Bubohu sebagai Objek Wisata Dakwah di Bumi Gorontalo pada Masa Pandemi", *Academic Journal of Da'wa and Communication*, vol. 3, no. 1, 2022, pp. 91–108.

Rahman, Taufik, "Komunikasi Dakwah Pesantren Tradisional", *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, vol. 10, no. 2, 2016, pp. 375–97.

Suryana, Asep, "Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif", *Universitas Terbuka*, 2014, <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SKOM432603-M1.pdf>, accessed 7 Dec 2024.

Tsalis, Naufal Ibnu, Ahmad Asrof Fitri, and Anjar Sulistyani, "POLA KOMUNIKASI INTRAPERSONAL UNTUK PENGEMBANGAN KEPERCAYAAN DIRI DALAM BERDAKWAH PADA MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH IAI AL-AZIS", *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, vol. 10, no. 3, 2024, pp. 263–9.

Usman, Maman dan Susi Lusiawati, “Metode Dakwah Remaja di Pedesaan”, *Iktisyaf: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Tasawuf*, vol. 2, no. 1, 2020, pp. 54–65.

Utomo, Anggayuh Gesang, Kevin Rizki Emilio, dan Nabila Sekar Arum Hasanah, “Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam Figur Rasulullah SAW”, *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, vol. 6, no. 2, 2023, pp. 113–21 [<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i2.204>].

Wahid, Lalu Abdurrachman, “Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Penyampaian Pesan Dakwah”, *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 13, no. 1, 2021, pp. 115–31.