

## ABSTRAK

**Habibah:** Hubungan Kredibilitas Dai dengan Motivasi Generasi Z dalam Menghadiri Kajian Keislaman Komunitas Sisterfillah Bandung Timur.

Kajian keislaman merupakan kajian yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi, komunitas, atau lembaga yang bergerak di bidang dakwah Islam. Dalam setiap kajian, akan menghadirkan dai sebagai pemateri untuk menyampaikan pesan dakwah kepada audiens atau mad'u. Kajian keislaman Komunitas Sisterfillah merupakan salah satu kegiatan kajian rutin yang diadakan dua kali dalam sebulan, yaitu pada pekan kedua dan pekan keempat di Masjid Al-Hikmah Kecamatan Cinambo, Bandung Timur. Dalam setiap pertemuan, kajian tersebut menghadirkan dai atau pemateri yang berbeda-beda. Namun, jumlah kehadiran jemaah di pertemuan dengan dai satu dan dai lainnya berbeda-beda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kredibilitas dai kajian Sisterfillah dalam persepsi generasi Z, motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah, serta hubungan antara kredibilitas dai dengan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian keislaman Komunitas Sisterfillah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori citra dai yang menjelaskan bahwa citra sekaligus kredibilitas dai sebagai komunikator dapat memengaruhi objek dakwah atau mad'u.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif analisis korelasional. Pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan kuesioner kepada 45 jemaah Sisterfillah yang termasuk generasi Z. Adapun pernyataan dalam kuesioner terdiri dari variabel kredibilitas dai dan variabel motivasi generasi Z. Variabel kredibilitas dai terdiri dari aspek keahlian, kepercayaan, dan dinamisme. Sedangkan variabel motivasi terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para dai dalam kajian Sisterfillah memiliki kredibilitas, dengan rata-rata skor aspek keahlian dan kepercayaan masing-masing sebesar 86% serta dinamisme 84%. Motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian lebih dominan berasal dari dorongan internal, dengan skor rata-rata 88%, dibandingkan motivasi eksternal yang hanya 74%. Selain itu, terdapat hubungan positif yang kuat antara kredibilitas dai dan motivasi generasi Z, dibuktikan melalui uji Pearson Product Moment dengan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$  dan koefisien korelasi sebesar 0.782, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kredibilitas dai, semakin tinggi pula motivasi generasi Z untuk menghadiri kajian Sisterfillah.

**Kata kunci:** Kredibilitas Dai, Motivasi Generasi Z, Kajian Sisterfillah