

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pendekatan yang efektif menjadi bukti keberhasilan dari suatu Masjid dalam membangun minat jamaahnya. Salah satu pendekatan efektif dalam komunikasi dakwah adalah strategi komunikasi persuasif. Hal ini tidak terlepas dari peran pengurus masjid tentunya, pengurus masjid di Masjid Malikal Mulki diberi nama *The Mulkians* yang berfungsi sebagai motor penggerak kegiatan dakwah. The Mulkians terbentuk pada 19 Agustus 2022 bertepatan dengan didirikannya Masjid Malikal Mulki yang berada di Bogor, Jawa Barat.

Hadirnya pengurus Masjid Malikal Mulki adalah untuk mengajak umat manusia agar mencintai masjid, dan fokus utamanya membuat program-program keislaman. Salah satu daya tarik utama yang ditemukan di akun Instagram @masjidmalikalmulki yaitu memiliki sebuah program kajian yang rutin diadakan setiap sabtu malam yang dinamakan *Healing Satnight*. “Mulai dari tahsin quran, dinner time, qiyamulail, no sleep after subuh dan diakhiri sarapan bersama. Seperti taglinenya: tempat kembali ke Allah. Masjid *hidden gem* yang ramah untuk semua kalangan”. ulas Azimatul Khusna. Meskipun baru dua tahun berjalan, Masjid Malikal Mulki mampu menarik perhatian jamaah dalam jumlah besar melalui program-program dakwahnya.

Pengurus masjid harus memiliki visi yang jelas dalam memaksimalkan potensi masjid sebagai pusat pembinaan umat. Selain itu, kemampuan untuk memahami kebutuhan jamaah, baik dari segi spiritual, sosial, maupun kultural

menjadi kunci dalam menyusun strategi komunikasi dakwah yang efektif. Dengan kehadiran pengurus yang memiliki strategi dalam menarik minat jamaah, masjid dapat menjalankan perannya dengan maksimal tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan edukasi yang menarik bagi masyarakat. Dengan pendekatan yang efektif, *the Mulkians* berhasil menjadi magnet dan penggerak dakwah bagi masyarakat di sekitar masjid maupun diluar sekitar masjid.

Namun, keberhasilan ini tidak lepas dari tantangan. Era modern seperti sekarang membawa perubahan besar pada pola pikir dan gaya hidup masyarakat, termasuk dalam konteks keberagaman. Banyak jamaah masjid di berbagai tempat umumnya hanya hadir untuk melaksanakan salat Jumat, sementara kehadiran pada salat wajib lima waktu lainnya cenderung minim. Hal ini terutama terlihat pada waktu salat Subuh, di mana jumlah jamaah sering kali tidak mencapai satu barisan penuh. Selain itu, keterlibatan aktif jamaah dalam berbagai kegiatan keagamaan lainnya di luar salat wajib juga relatif rendah, yang menunjukkan kurangnya partisipasi mereka dalam setiap kegiatan di masjid secara lebih menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah tradisional tidak lagi cukup untuk mempertahankan relevansi masjid di tengah dinamika sosial yang terus berubah.

Pengurus masjid perlu merumuskan capaian yang hendak diciptakan melalui masjid. Strategi mencapai *best quality* hendaknya menetapkan visi misi dan pendekatan yang tepat (Samad dkk. 2021: 8). Seperti halnya pengurus Masjid Malikal Mulki atau The Mulkians yang memiliki strategi persuasif yang efektif.

Dalam konteks sejarah, dakwah telah memainkan peran sentral dalam penyebaran Islam sejak masa Nabi Muhammad SAW. menjadi fondasi utama

dalam membangun masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai tauhid. Memahami kehidupan Rasulullah Saw. adalah penting bagi setiap muslim. Selain berfungsi sebagai pembawa agama Islam, Rasulullah Saw. juga merupakan shahibuddakwah, atau pendiri dan peletak dasar dakwah Islam, yang menunjukkan hakikat dan karakter dakwah Islam. Jika kehidupan Rasul menjadi standar atau uswah hasanah bagi setiap pemeluk Islam, tentunya hal itu pun berlaku dalam dakwah Islam (Syamsuddin, 2017: 30).

Dakwah pada masa Rasulullah SAW. dimulai dengan pendekatan personal di lingkungan keluarga dan kerabat terdekat, seperti melalui seruan kepada Khadijah binti Khuwailid dan Ali bin Abi Thalib. Ketika wahyu turun, dakwah kemudian berkembang ke ruang publik, baik secara sembunyi-sembunyi selama periode awal di Mekkah, maupun secara terang-terangan setelah perintah Allah SWT. didalam Surah Al-Hijr ayat 94 di jelaskan sebagai berikut:

فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ

“Maka sampaikanlah secara terang-terangan apa yang diperintahkan (kepadamu)...”

Ayat ini menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan keberanian dan keyakinan terhadap kebenaran ajaran Islam, seraya berpaling dari mereka yang menolak atau memusuhi dakwah tersebut. Ini menjadi landasan penting dalam strategi dakwah, di mana seorang da'i dituntut untuk konsisten dan sabar dalam menyampaikan pesan-pesan agama, meskipun menghadapi tantangan. Oleh karena itu, seorang da'i harus mengetahui dengan pasti latar belakang dan kondisi masyarakat yang dihadapinya (Samsul, 2009: 69).

Dalam Islam, dakwah merupakan kewajiban bagi setiap Muslim untuk menegakkan kebenaran dan menyebarkan ajaran Islam ke seluruh umat manusia. Tujuannya bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mempengaruhi orang lain dengan mempertimbangkan situasi sosial-budaya serta reaksi yang terjadi di lingkungan masyarakat untuk mencapai tujuan dakwah (Azwar & Muliono, 2020: 41).

Dalam konteks ini, strategi komunikasi persuasif menjadi salah satu kunci keberhasilan dakwah. Komunikasi persuasif bertujuan untuk memengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku audiens melalui penyampaian pesan yang relevan, menarik, dan mudah diterima (Soemirat & Suryana, 2007: 1.27).

Di era digital, pengurus masjid juga perlu memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk menjangkau jamaah yang lebih luas. Dengan kombinasi pendekatan tradisional dan modern, masjid dapat memastikan bahwa dakwah Islam tetap relevan di tengah perubahan zaman.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana pengurus Masjid Malikal Mulki menyusun strategi komunikasi persuasif yang berhasil menarik perhatian jamaah dalam waktu singkat. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor keberhasilan strategi tersebut, tetapi juga untuk memberikan wawasan tentang bagaimana masjid dapat mempertahankan peran sentralnya sebagai pusat pembinaan umat di era modern.

Meskipun titik berangkat strategi dakwah di Masjid Malikal Mulki adalah untuk merangkul generasi muda, penelitian ini akan mengkaji bagaimana implementasi strategi tersebut pada praktiknya justru berhasil menarik minat

jamaah dari berbagai kalangan usia, menunjukkan adanya dampak persuasif yang lebih luas.

B. Fokus Penelitian

Dengan memacu pada latar belakang yang telah diuraikan, maka perlu adanya sebuah pengarahannya masalah yang mendalam, Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam strategi komunikasi persuasif yang diterapkan pengurus masjid melalui tiga pendekatan utama dalam teori Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Dari sini, penelitian akan mengarah pada beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana strategi psikodinamika yang diterapkan pengurus Masjid Malikal Mulki dalam menarik minat jamaah terhadap kegiatan dakwah?
2. Bagaimana strategi sosiokultural yang diterapkan pengurus Masjid Malikal Mulki dalam menarik minat jamaah terhadap kegiatan dakwa?
3. Bagaimana strategi konstruksi makna yang diterapkan pengurus Masjid Malikal Mulki dalam menarik minat jamaah terhadap kegiatan dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi psikodinamika yang diterapkan pengurus Masjid Malikal Mulki dalam menarik minat jamaah terhadap kegiatan dakwah.
2. Mengeksplorasi strategi sosiokultural yang diterapkan pengurus Masjid Malikal Mulki dalam menarik minat jamaah terhadap kegiatan dakwah.

3. Menganalisis strategi konstruksi makna yang diterapkan pengurus Masjid Malikal Mulki dalam menarik minat jamaah terhadap kegiatan dakwah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan yaitu secara akademis dan praktis di jelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait strategi komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks dakwah pada jamaah di Masjid Malikal Mulki. Temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi pada teori-teori komunikasi yang membahas bagaimana pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan secara persuasif untuk membangkitkan minat dan partisipasi jamaah.

Penelitian ini juga memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai hubungan antara metode komunikasi persuasif dengan peningkatan minat dan keterlibatan jamaah dalam kegiatan keagamaan. Hal ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi dakwah di masjid atau lembaga keagamaan lainnya.

2. Kegunaan secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengurus masjid, terutama dalam hal strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menarik minat jamaah. Pengurus masjid dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengoptimalkan program-program dakwah yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat jamaah islam masa sekarang.

Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi organisasi keagamaan yang ingin meningkatkan partisipasi jamaahnya dalam kegiatan keagamaan. Temuan tentang apa yang menarik minat jamaah dan bagaimana mereka merespon strategi komunikasi persuasif dapat digunakan untuk memperbaiki metode dakwah dan merancang program yang lebih menarik dan relevan.

E. Tinjauan Pustaka

Strategi Komunikasi Persuasif oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach menyebutkan tiga pendekatan, yakni psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna dalam bukunya Ezi Hendri. Berikut ini uraian dari ketiga strategi tersebut:

1. Strategi Psikodinamika

Perspektif psikodinamika berfokus pada dorongan internal yang sering tidak disadari sebagai faktor yang menentukan perilaku. Karena manusia adalah entitas yang kompleks dengan komponen biologis, emosi, dan kognitif, strategi psikodinamika menitikberatkan pada aspek internal dari individu. Pendekatan ini bertujuan memahami bagaimana karakter pribadi seseorang memengaruhi perubahan sikapnya.

Mengacu pada perkataan Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, setiap individu memiliki karakteristik yang memengaruhi cara pesan berinteraksi dengan rangsangan tertentu. DeFleur menekankan bahwa variabel psikologis yang ada dalam diri seseorang memainkan peran penting dalam menghasilkan efek tertentu. Berdasarkan teori ini, ia mengembangkan model psikodinamik yang didasarkan pada keyakinan

bahwa inti dari persuasi ada pada upaya mengubah struktur psikologis internal individu (Soemirat & Suryana, 2007: 8.28).

2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi ini berangkat dari asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor eksternal. Perspektif sosiokultural menunjukkan bahwa individu dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya, baik dari institusi sosial maupun pengaruh orang lain (Halgin, 2012). Para teoretikus sosiokultural berpendapat bahwa perilaku individu tidak hanya ditentukan oleh dorongan internal, tetapi juga oleh konteks sosial yang lebih luas. Faktor eksternal seperti budaya dan norma sosial dapat membentuk keinginan dan preferensi seseorang dalam melakukan sesuatu.

3. Strategi *the Meaning Construction*

Strategi ini menekankan pada pemanfaatan bahasa untuk menciptakan makna. Dalam strategi ini, kata-kata disusun sedemikian rupa untuk menarik perhatian dan memengaruhi penerima pesan. Meskipun penerima pesan awalnya tidak tertarik, pengolahan kata dan penggunaan simbol dapat mengubah sikap mereka. Dalam dunia periklanan, penggunaan tagline atau slogan menjadi contoh yang tepat dari strategi konstruksi makna.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi kajian penelitian ini adalah Masjid Malikal Mulki, Jl. Villa Randu II No.15, RT.04/RW.08, Kedung Jaya, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat. Peneliti memilih tempat penelitian di Masjid

Malikal Mulki karena masjid ini menjadi pusat aktivitas keagamaan bagi masyarakat setempat. Dan tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang edukatif, seperti kajian, pengajian, dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan minat jamaah dalam berpartisipasi dalam kegiatan dakwah. Masjid Malikal Mulki menjadi tempat yang strategis untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif dalam mengajak jamaah terhadap kegiatan dakwah islam.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma interpretatif. Paradigma ini berfokus pada pemahaman makna dan interpretasi yang dihasilkan oleh individu dalam konteks sosial mereka. Moleong menjelaskan bahwa paradigma interpretatif berusaha memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan, sehingga peneliti harus mengadopsi pendekatan kualitatif untuk menggali makna di balik tindakan dan interaksi individu. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami bagaimana pengurus Masjid Malikal Mulki berkomunikasi dengan jamaahnya dalam kegiatan dakwah, serta strategi komunikasi persuasif yang mereka gunakan.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang diamati (Moleong, 2006: 324). Penulis memilih

pendekatan kualitatif ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengurus Masjid Malikal Mulki dalam mengajak jamaah untuk berpartisipasi dalam kegiatan dakwah.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengurus Masjid Malikal Mulki dalam mengajak jamaah untuk aktif dalam kegiatan dakwah. Bogdan dan Taylor dalam Moleong menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif bertujuan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dari perilaku yang diamati.

Pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, yaitu mendeskripsikan peristiwa atau kejadian faktual melalui observasi di lokasi penelitian dan wawancara dengan informan yang dipilih untuk memperoleh informasi tentang objek penelitian. Metode kualitatif dipilih untuk mengungkap fakta-fakta yang ditemukan di lapangan, seperti strategi komunikasi persuasif pengurus Masjid Malikal Mulki dalam meningkatkan minat jamaah untuk aktif dalam kegiatan dakwah.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif.

Menurut Sugiono (2015), data kualitatif merupakan data yang

berbentuk kata-kata, skema, dan gambar, atau dengan kata lain, data yang bukan berupa angka. Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata untuk menggambarkan fakta atau kejadian yang diamati mengenai strategi komunikasi persuasive pengurus Masjid Malikal Mulki dalam meningkatkan minat jamaah terhadap kegiatan dakwah.

b. Sumber Data

Peneliti mengambil dua sumber data dalam penelitian ini. Pertama, sumber data primer. Data primer merujuk pada fakta yang diperoleh langsung oleh peneliti aslinya (Umar, 2013: 42). Informasi ini diambil dari informan, yaitu individu atau kelompok yang berfungsi sebagai sumber data dalam penelitian. Oleh karena itu, sumber data primer dalam penelitian ini akan diambil langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian berada, yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan Pengurus Masjid Malikal Mulki serta para jamaah yang terlibat dalam kegiatan dakwah.

Sedangkan sumber data sekunder adalah informasi tambahan yang melengkapi data primer. Menurut Umar (2013), data sekunder adalah data primer yang telah melalui proses pengolahan dan disajikan oleh peneliti yang pertama kali mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, peneliti akan memanfaatkan berbagai informasi dari jurnal, buku, dan artikel yang berkaitan dengan komunikasi persuasif, pengurus masjid, jamaah, dan kegiatan dakwah.

5. Informan dan Unit Analisis

Informan adalah sumber data informasi yang dijadikan oleh peneliti untuk menganalisis suatu subjek terkait, seperti pencarian sampel dalam penelitian ini dengan cara melakukan wawancara untuk mengenali kebutuhan penelitian (Bungin, 2008: 10). Adapun yang akan diwawancarai dan dimintakan informasi dalam penelitian ini terdiri dari pengurus dan jamaah Masjid Malikal Mulki yang terlibat dalam kegiatan dakwah. Mereka dipilih berdasarkan pengalaman dan keterlibatan langsung dalam program-programnya.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena di lapangan (Haryono, 2020: 78). Dalam penelitian ini, observasi difokuskan pada pengamatan terhadap pengurus Masjid Malikal Mulki, mencakup aspek-aspek seperti kualitas komunikasi pengurus dengan jamaah, cara penyampaian materi dakwah, penggunaan media dalam kegiatan dakwah, serta metode yang diterapkan dalam interaksi dengan jamaah untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam kegiatan masjid.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber, untuk mendiskusikan topik yang relevan dengan penelitian (Moleong, 2012: 186). Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan

pengurus Masjid Malikal Mulki untuk memahami strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam upaya menarik minat jamaah untuk berpartisipasi dalam kegiatan dakwah di masjid.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa gambar foto, video, tangkapan layar ataupun teks. Dokumentasi juga saling berhubungan dengan metode lain seperti observasi maupun wawancara untuk mendukung informasi data. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Saidah, 2015: 68).

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengujian keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi merupakan metode yang membantu memperjelas makna dengan mengidentifikasi data dari berbagai perspektif terhadap fenomena yang diamati (Haryono, 2020: 160). Teknik ini diterapkan ketika terdapat keraguan terhadap kebenaran informasi yang diberikan oleh informan. Jika data yang dikumpulkan sudah cukup jelas dan dapat dipertanggungjawabkan, maka triangulasi tidak perlu diterapkan dalam penelitian ini.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengidentifikasi dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, menguraikan menjadi unit-unit, menyusun pola, memilih data

yang relevan untuk dipelajari, dan merumuskan kesimpulan agar mudah dipahami baik oleh peneliti maupun orang lain. (Sugiyono, 2020: 131).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan meliputi:

a. Pengumpulan data

Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengurus Masjid Malikal Mulki untuk menarik minat jamaah dalam kegiatan dakwah.

b. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan dan penyaringan data yang telah dikumpulkan, di mana peneliti akan mengelompokkan, mengatur, dan mengeliminasi data yang tidak relevan untuk mempermudah analisis dan menyusun kesimpulan.

c. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari semua data yang telah dianalisis. Kesimpulan ini bersifat sementara dan dapat diperbaharui dengan data baru yang ditemukan. Setelah menganalisis data dari lapangan, peneliti akan merangkum hasil temuan untuk menggambarkan strategi komunikasi persuasif pengurus masjid dalam meningkatkan partisipasi jamaah dalam kegiatan dakwah.