

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Masjid Al-Kahfi Bunut berdiri di bawah naungan Yayasan Cerebrum Edukanesia Nusantara, sebuah lembaga yang didirikan oleh sekelompok profesional dengan latar belakang yang kuat di bidang pendidikan dan teknologi. Masjid yang terletak di Kecamatan Banjaran ini memiliki beberapa program unggulan yang mencakup bidang agama, seperti program kajian kitab, bidang pendidikan dengan program beasiswa, saung tahfidz, serta kelompok belajar anak usia dini. Selain itu, terdapat pula program di bidang sosial, salah satunya adalah program Malam Minggu Cuan. Masjid Al-Kahfi Bunut mempunyai visi untuk menjadi masjid modern yang tidak hanya menjadi tempat ibadah, melainkan juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat. Masjid Al-Kahfi berupaya menjadi contoh dalam pengembangan kemandirian ekonomi agar dapat terus berkontribusi positif bagi lingkungan sekitar serta menjadi inspirasi bagi masjid-masjid di seluruh negeri.

Untuk mewujudkan visinya, Masjid Al-Kahfi Bunut menghadirkan program unggulan Malam Minggu Cuan. Program ini digagas oleh Aditya Pratama Ghifary, M.B.A., salah satu pendiri masjid sekaligus komunikator utama dalam kegiatan tersebut. Nama *Malam Minggu Cuan* dipilih sebagai strategi menarik minat generasi muda dengan pendekatan kreatif dan kekinian. Kata “cuan” yang tidak hanya identik dengan keuntungan secara materi, namun juga keuntungan secara ke

rohanian. Program Malam Minggu Cuan juga merupakan bentuk dakwah kreatif yang dikemas dengan pendekatan ekonomi dan disampaikan melalui komunikasi persuasif. Dakwah bukan sekadar menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menuntut kemampuan untuk memengaruhi hati dan perilaku jamaah (mad'u) agar termotivasi melakukan perubahan ke arah kebaikan, yang dalam konteks penelitian ini komunikator yaitu Founder Masjid Al-Kahfi Bunut menyampaikan materi kesuksesan yang didalamnya terdapat urgensi dan motivasi untuk menunaikan salat Tahajud.

Program Malam Minggu Cuan muncul atas keprihatinan terhadap kondisi sosial ekonomi warga sekitar Masjid Al-Kahfi Bunut. Gagasan ini berawal dari kepedulian founder masjid, Aditya Pratama Ghifary, yang melihat bahwa masjid seharusnya menjadi pusat solusi bagi berbagai persoalan masyarakat, bukan hanya tempat ibadah. Banyak warga yang menghadapi permasalahan kompleks seperti terlilit pinjaman online, hutang, hingga kesulitan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Di sisi lain, Masjid Al-Kahfi sendiri memiliki tantangan dalam hal biaya operasional yang cukup besar, sementara pemasukan hanya bergantung pada kotak amal. Dari sinilah muncul gagasan untuk membuat program yang tidak hanya bernilai religius, tetapi juga memiliki dampak ekonomi dan sosial bagi jamaah, yaitu melalui kegiatan Malam Minggu Cuan.

Selain dilatarbelakangi oleh faktor keprihatinan sosial, program ini juga muncul sebagai reaksi terhadap stigma negatif masyarakat tentang malam minggu. Selama ini, malam minggu sering diasosiasikan dengan kegiatan yang kurang bermanfaat bahkan bermaksiat, terutama di kalangan anak muda. Stigma ini

diperkuat oleh berbagai penelitian, seperti yang dikemukakan Robert D. Putnam dalam bukunya *Bowling Alone* (1995) bahwa akhir pekan menjadi waktu individu mencari interaksi sosial untuk mengisi kembali rasa kebersamaan yang hilang selama hari kerja. Media dan budaya populer pun turut memperkuat persepsi tersebut. Nick Couldry dalam *The Place of Media Power* (2000) menjelaskan bahwa film, serial TV, dan iklan sering menggambarkan malam minggu sebagai malam pesta, kencan, dan hiburan semata, sehingga membentuk pola pikir hedonistik di kalangan anak muda. Melalui program Malam Minggu Cuan, Masjid Al-Kahfi berupaya mengubah pandangan itu dengan menghadirkan kegiatan yang bernilai spiritual, edukatif, dan produktif.

Dalam program Malam Minggu Cuan, materi kesuksesan yang disampaikan oleh Aditya Pratama Ghifary memiliki posisi strategis dan penting dalam rangkaian program tersebut. Materi kesuksesan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan motivasi afektif dengan tindakan atau langkah nyata jamaah untuk memanfaatkan peluang usaha bisnis dalam program Malam Minggu Cuan. Isi dari materi kesuksesan sendiri tidak hanya memberikan dorongan untuk meraih keberhasilan secara materi, namun juga menyentuh aspek rohani para jamaah. Pesan yang disampaikan mencakup nilai-nilai keislaman yang salah satunya adalah urgensi tentang melaksanakan salat tahajud sebagai amalan untuk membuka pintu keberkahan dan kesuksesan.

Materi kesuksesan yang disampaikan Founder Masjid Al-Kahfi Bunut tidak hanya menarik perhatian jamaah dari dalam kota Bandung, tetapi juga dari berbagai daerah luar kota. Para jamaah yang datang dari luar kota diberikan kesempatan

untuk mabit (bermalam) di masjid dengan fasilitas yang disediakan oleh pengurus Masjid Al-Kahfi Bunut. Fasilitas ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi jamaah, tetapi juga melaksanakan shalat tahajud bersama-sama setelah program Malam Minggu Cuan.

Terdapatnya aktivitas penyampaian materi oleh komunikator yang mempengaruhi sisi afeksi dari mad'u yang menjadikan komunikasi yang digunakan dalam program ini yaitu komunikasi persuasif. Penerapan komunikasi persuasif memerlukan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut De Fleur dan Rokeach (1985), terdapat tiga strategi komunikasi persuasif yang sering digunakan yaitu *Psikodinamika*, *Sosiokultural*, dan *Meaning Construction*. Strategi ini melibatkan perencanaan matang dengan mempertimbangkan konteks, karakteristik pesan, serta audiens yang menjadi target komunikasi. Selain strategi tersebut, konsep strategi komunikasi yang dikembangkan oleh Harold D. Laswell (1948) menekankan pentingnya lima elemen utama dalam komunikasi, yaitu komunikator, komunikan, isi pesan, media, dan efek. Elemen-elemen ini menjadi kerangka dasar dalam menciptakan pesan yang relevan dan berdampak.

Pada konteks memotivasi jamaah untuk melaksanakan shalat tahajud, strategi komunikasi persuasif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang menginspirasi dan memotivasi. Dengan penerapan strategi ini, jamaah tidak hanya memahami pentingnya shalat tahajud, tetapi juga terdorong untuk menjadikannya sebagai bagian dari rutinitas ibadah. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan mampu memengaruhi sikap dan perilaku jamaah sehingga

tercipta perubahan yang positif menuju kehidupan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pada pengertian yang lebih luas, komunikasi menjadi alat utama untuk menyampaikan nilai-nilai keagamaan, membangun pemahaman, dan memengaruhi perilaku jamaah. Menurut Verderber (2005), komunikasi memiliki fungsi sosial yang signifikan, yaitu membangun hubungan, memengaruhi pengambilan keputusan, dan menciptakan perubahan. Dengan demikian, komunikasi persuasif menjadi kunci dalam memperkuat motivasi jamaah untuk melaksanakan shalat tahajud serta membangun kesadaran akan pentingnya ibadah sunnah dalam kehidupan sehari-hari.

Kata tahajud berasal dari kata kerja *tahajjada* yang berarti tetap terjaga di malam hari atau berjaga malam. Shalat tahajud adalah shalat sunnah muakkad yang dilakukan pada malam hari atau menjelang pagi/sepertiga malam setelah terjaga dari tidur. Meskipun tidak termasuk dalam shalat lima waktu yang diwajibkan bagi umat Muslim, shalat tahajud memiliki keutamaan yang luar biasa, salah satunya yaitu memperlancar rezeki. Shalat ini dapat dikerjakan sedikitnya dua rakaat, dengan jumlah rakaat yang tidak dibatasi. Seruan untuk melaksanakan shalat tahajud tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 79, yang menyebutkan:

وَمِنَ اللَّيْلِ فَتَهَجَّدْ بِهِ نَافِلَةً لَّكَ عَسَىٰ أَنْ يَبْعَثَكَ رَبُّكَ مَقَامًا مَّحْمُودًا

"Dan pada sebagian malam, lakukanlah shalat tahajud (sebagai suatu ibadah tambahan bagimu); mudah-mudahan Tuhanmu mengangkatmu ke tempat yang terpuji."

Selain itu, shalat tahajud juga diyakini sebagai salah satu sarana untuk membuka pintu rezeki dan mendatangkan keberkahan dalam kehidupan. Hal ini berdasarkan hadist yang diriwayatkan oleh Jabir bin ‘Abdillah Radhiyallahu anhu, bahwa Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

إِنَّ فِي اللَّيْلِ لَسَاعَةً، لَا يُوَافِقُهَا رَجُلٌ مُسْلِمٌ يَسْأَلُ اللَّهَ خَيْرًا مِنْ
أَمْرِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ إِلَّا أَعْطَاهُ إِيَّاهُ، وَذَلِكَ كُلَّ لَيْلَةٍ

"Sesungguhnya di dalam malam itu ada satu waktu, jika seorang Muslim memohon kepada Allah kebaikan dunia dan akhirat, niscaya Allah akan mengabulkannya. Dan itu berlaku setiap malam." (HR Bukhari dan Muslim)

Banyaknya ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits yang menjelaskan manfaat shalat tahajud termasuk sebagai salah satu sarana untuk melancarkan pintu rezeki, seharusnya menjadi motivasi utama bagi umat Islam untuk rutin melaksanakan ibadah ini. Namun kenyataannya, sebagian masyarakat Indonesia masih lebih mempercayai praktik-praktik penglaris yang berbau tahayul dibandingkan melalui ibadah seperti shalat tahajud.

Studi penelitian Rachmawati (2023) yang berjudul *Strategi Komunikasi Persuasif oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya dalam Melestarikan Kain Tradisional* menyoroti penggunaan strategi komunikasi persuasif oleh komunitas dalam menyampaikan pesan pelestarian budaya kepada kalangan muda. Penelitian tersebut menggunakan teori strategi komunikasi persuasif dari Melvin L. DeFleur

dan Sandra J. Ball-Rokeach dengan pendekatan psikodinamika, sosiokultural, dan meaning construction. Hasilnya menunjukkan bahwa pelibatan emosional, penyesuaian terhadap budaya audiens, dan rekonstruksi makna pesan mampu mengubah persepsi serta meningkatkan partisipasi generasi muda terhadap kain tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini melanjutkan dan memperluas ruang lingkup studi sebelumnya dengan mengkaji strategi komunikasi persuasif dalam konteks program kajian dakwah berbasis ekonomi, yaitu Malam Minggu Cuan.

Atas dasar pemaparan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji, menganalisis, dan mengamati lebih lanjut melalui sebuah penelitian yang berjudul Implementasi Strategi Komunikasi Persuasif dalam Memotivasi Salat Tahajud (Studi Kasus Pada Materi Kesuksesan Dalam Kajian Malam Minggu Cuan Masjid Al-Kahfi Bunut.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang di atas, maka penelitian ini berfokus pada :

1. Bagaimana strategi psikodinamika yang digunakan founder Masjid Al-Kahfi dalam memotivasi shalat tahajud pada materi kesuksesan dalam program Malam Minggu Cuan ?
2. Bagaimana strategi sosiokultural yang digunakan founder Masjid Al-Kahfi dalam memotivasi shalat tahajud pada materi kesuksesan dalam program Malam Minggu Cuan ?

3. Bagaimana strategi the meaning construction yang digunakan founder Masjid Al-Kahfi dalam memotivasi shalat tahajud pada materi kesuksesan dalam program Malam Minggu Cuan ?

C. Tujuan Penelitian

Setiap aktivitas penelitian senantiasa memiliki sasaran yang ingin dicapai, agar pelaksanaannya dapat berlangsung secara terfokus dan sistematis. Adapun beberapa tujuan dari penelitian ini di antaranya adalah:

1. Untuk mendeskripsikan penerapan strategi psikodinamika yang digunakan founder Masjid Al-Kahfi dalam memotivasi shalat tahajud pada materi kesuksesan dalam program Malam Minggu Cuan.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan strategi sosiokultural yang digunakan founder Masjid Al-Kahfi dalam memotivasi shalat tahajud pada materi kesuksesan dalam program Malam Minggu Cuan.
3. Untuk mendeskripsikan penerapan strategi the meaning construction yang digunakan founder Masjid Al-Kahfi dalam memotivasi shalat tahajud pada materi kesuksesan dalam program Malam Minggu Cuan.

D. Kegunaan Penelitian

Tujuan dari sebuah penelitian adalah untuk memperluas pengetahuan yang telah ada sebelumnya, serta diharapkan mampu memberikan manfaat yang dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan dalam penelitian-penelitian berikutnya, baik dalam aspek teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan dan mengaplikasikan teori-teori yang relevan di bidang Komunikasi Penyiaran Islam, sehingga dapat memperkaya khazanah keilmuan dan menjadi dasar bagi kajian-kajian ilmiah berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam memberikan pandangan baru, khususnya bagi pengelola program Malam Minggu Cuan di Masjid Al-Kahfi Bunut atau pembaca secara umum. Penelitian ini membantu memahami bagaimana strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh founder dapat menjadi sarana efektif dalam memotivasi shalat tahajud para mad'u. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau rujukan untuk pengembangan program serupa yang mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dan pemberdayaan ekonomi dalam konteks yang lebih luas.

E. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi persuasif sebagai landasan teori. Komunikasi persuasif merupakan strategi yang mengombinasikan perencanaan yang matang dengan pengelolaan komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu mengubah sikap, perilaku, atau keyakinan seseorang. Penelitian ini mengacu pada kerangka kerja komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra

J. Ball-Rokeach (1989:290), yang mengklasifikasikan strategi persuasif menjadi beberapa jenis, yaitu :

a.) Strategi Psikodinamika

Strategi Psikodinamika berlandaskan pada premis bahwa karakteristik biologis manusia yang bersifat bawaan turut dipengaruhi oleh kondisi emosional dan kognitif yang terbentuk melalui proses pembelajaran (Soemirat, 2007:129).

b.) Strategi Persuasi Sosiokultural

Prinsip utama dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku individu terbentuk oleh faktor eksternal. Pandangan sosiokultural menekankan bahwa kita dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan institusi yang ada di sekitar kita (Halgin, 2012).

c.) Strategi the Meaning Construction

Asumsi strategi ini berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diingat (Setiawan, 2017). Dengan kata lain pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku yang diimplementasikan dengan cara mengonstruksi makna. Menurut E. Hendri Pada dasarnya, strategi ini berfokus pada permainan kata. Bahasa sebagai media penyampai pesan persuasi dimodifikasi sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian *persuadee*. Meskipun awalnya *persuadee* mungkin tidak tertarik pada isi pesan atau *persuader*, melalui permainan kata dan makna, perhatian *persuadee* akhirnya dapat tercuri.

Melvin I. DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach (1989:292) berpendapat bahwa kata-kata dapat dimodifikasi untuk menciptakan makna baru. Pendapat ini didasarkan pada konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dipengaruhi oleh sejauh mana sesuatu dapat diingat. Studi tentang bahasa juga mengakui bahwa pengetahuan mampu membentuk pengertian baru terhadap suatu objek. Dengan kata lain, manusia belajar memahami makna melalui simbol atas berbagai peristiwa di alam maupun hubungan sosial yang kompleks. Pemikiran DeFleur dan Rokeach ini relevan dalam konteks saat ini, makna tidak hanya dibentuk dengan satu cara, tetapi melalui penggunaan simbol berupa kata dan bahasa yang mampu membangkitkan pemahaman sesuai harapan.

Dalam konteks penelitian ini, teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach memiliki relevansi yang erat dengan strategi yang digunakan oleh Ketua Pengurus Masjid Al-Kahfi Bunut dalam memotivasi jamaah untuk melaksanakan salat tahajud melalui program Malam Minggu Cuan. Strategi psikodinamika tercermin ketika ketua pengurus berusaha menyentuh aspek emosional jamaah, misalnya dengan memberikan nasihat keagamaan yang mengaitkan salat tahajud dengan ketenangan batin dan keberkahan rezeki. Strategi persuasi sosiokultural tampak melalui upaya membangun kebiasaan kolektif di lingkungan jamaah, sehingga ibadah tahajud tidak hanya dilihat sebagai kewajiban individu, tetapi juga sebagai budaya religius bersama yang diperkuat oleh lingkungan sosial masjid. Sementara itu, strategi *meaning construction* tampak dalam penggunaan bahasa yang sederhana, persuasif, dan penuh makna yang dikemas dalam kajian *Malam*

Minggu Cuan, sehingga jamaah dapat menangkap pesan religius dengan cara yang mudah dipahami, diingat, dan pada akhirnya memengaruhi perilaku mereka untuk konsisten melaksanakan salat tahajud. Dengan demikian, penerapan teori komunikasi persuasif ini menjadi kerangka yang tepat untuk memahami bagaimana strategi komunikasi ketua pengurus masjid mampu menggerakkan jamaah menuju perubahan sikap dan perilaku ibadah.

2. Kerangka Konseptual

Masjid Al-Kahfi Bunut, yang berada di bawah naungan Yayasan Cerebrum Eduknesia Nusantara, memiliki visi menjadi masjid modern yang tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program unggulan. Salah satu program unggulan tersebut adalah Malam Minggu Cuan, yang bertujuan untuk memberikan edukasi dan motivasi kepada jamaah, khususnya generasi muda, mengenai pentingnya kemandirian ekonomi sekaligus meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai keagamaan, dan salah satunya seperti pelaksanaan shalat tahajud. Program ini dipelopori oleh Aditya Pratama Ghifary, M.B.A., sebagai bentuk inovasi dalam menyampaikan kemandirian ekonomi sekaligus dakwah dengan pendekatan komunikasi persuasif yang efektif. Program ini juga memberikan kesempatan bagi jamaah dari luar kota untuk bermalam di masjid dan melaksanakan shalat tahajud bersama, sehingga menciptakan pengalaman spiritual yang lebih mendalam.

Dalam konteks penyampaian materi kesuksesan, hal tersebut menunjukkan bahwa program Malam Minggu Cuan tidak hanya membahas aspek ekonomi dan motivasi kemandirian, tetapi juga menyisipkan pesan-pesan keagamaan yang

bertujuan untuk meningkatkan kesadaran jamaah akan pentingnya ibadah sunnah, khususnya shalat tahajud. Ibadah sunnah ini merupakan salah satu amalan muakkad yang memiliki banyak keutamaan, termasuk memperlancar rezeki dan mendatangkan keberkahan hidup. Keutamaan tersebut tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 79 serta hadist-hadist yang diriwayatkan oleh Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam.

Pada proses penyampaian materi kesuksesan oleh Founder Masjid Al-Kahfi Bunut, strategi komunikasi persuasif memainkan peran penting dalam memengaruhi sisi afeksi jamaah, sehingga jamaah terdorong untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang lebih baik, termasuk dalam meningkatkan motivasi untuk melaksanakan shalat tahajud. Strategi komunikasi yang digunakan dalam program ini didasarkan pada teori komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rokeach.

Menurut Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, terdapat tiga strategi komunikasi persuasif. Pertama, *Strategi psikodinamika* merupakan strategi yang didasarkan pada 3 asumsi, yaitu ciri-ciri biologis, faktor emosional, dan faktor yang diperoleh sehingga membentuk struktur kognitif individu. Faktor biologis tidak bisa diubah, sehingga strategi persuasif psikodinamika harus berfokus pada faktor emosional dan kognitif. Pendekatan ini menekankan bahwa perilaku tidak sepenuhnya disadari, melainkan dipengaruhi oleh dorongan psikologis yang kompleks. Sikap manusia terbentuk dari kombinasi dimensi emosional dan kognitif, strategi psikodinamika berfokus pada bagaimana kepribadian serta kondisi psikologis seseorang dapat diarahkan untuk

menghasilkan perubahan sikap yang sesuai dengan tujuan persuasi (Hendri, 2019: 290-291).

Menurut Dr. Fadhli Rizal Makarim (2023) mendefinisikan emosi sebagai perasaan yang muncul dari dalam diri individu manusia sebagai respon dari suatu peristiwa tertentu. Dilihat dari sisi bentuk, emosi terbagi menjadi ekspresi wajah, bahasa tubuh, suara dan intonasi. Aspek emosi dari sisi bentuk menjadi pondasi utama dalam proses komunikasi persuasif, karena ekspresi wajah, bahasa tubuh, suara dan intonasi yang tepat dapat memperkuat pesan motivasi yang disampaikan.

Kognitif merupakan aspek kemampuan proses berpikir, yang melibatkan aktivitas otak untuk mengembangkan kemampuan rasional. Dalam aspek dimensi kognitif, terbagi menjadi beberapa aspek yaitu diantaranya, pengetahuan (*knowledge*), pemahaman (*comprehension*), dan penerapan (*application*) (Sudjana, 2011:22). Dimensi kognitif memiliki peranan penting karena proses berpikir jamaah akan mempengaruhi bagaimana mereka memahami pesan motivasi yang disampaikan, dan menjadi indikator keberhasilan dari pesan persuasif yang disampaikan oleh founder masjid.

Kedua, strategi sosiokultural merupakan strategi komunikasi persuasif yang menekankan bahwa perilaku manusia tidak lepas dari pengaruh lingkungan sosial, norma-norma, dan kepentingan peran (Karomah, 2016:6). Menurut Gunadi (2017) lingkungan sosial merupakan tempat pergaulan antar individu yang saling berhubungan melalui suatu bentuk interaksi. Menurut Sugiyanto (2015) faktor

yang dapat mempengaruhi lingkungan sosial terbagi menjadi 3, yaitu, *Mass media*, teman bergaul, dan kehidupan bermasyarakat. Ketiga faktor tersebut memiliki keterkaitan yang erat dalam mempengaruhi dan memotivasi jamaah mengenai salat tahajud dalam kajian Malam Minggu Cuan.

Sementara itu, norma menurut AA. Nurdiaman (2017) merupakan sebuah bentuk konstelasi yang berisikan aturan bergaul dalam kemasyarakatan. Norma mempunyai ciri-ciri yang biasanya tidak tertulis dan dilakukan sebagai bentuk kebiasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Norma tersebut tercipta melalui kesepakatan bersama yang dapat diterima serta dijalankan oleh setiap orang dalam lingkungannya. Dalam konteks penelitian ini, norma yang berkembang di Masjid Al-Kahfi Bunut juga terbentuk dari kebiasaan jamaah yang mengikuti kegiatan Malam Minggu Cuan.

Selanjutnya, peran menurut Kozier Barbara (2012) yaitu kumpulan perilaku yang diharapkan dari suatu individu oleh orang lain, sesuai dengan posisinya dalam suatu sistem. Hal tersebut menjelaskan bahwa penting nya peran founder Masjid Al-Kahfi Bunut yaitu Aditya Pratama Ghifary menjadi penggerak utama dalam memotivasi dan menanamkan kebiasaan untuk melakukan salat Tahajud terhadap jamaah kajian Malam Minggu Cuan.

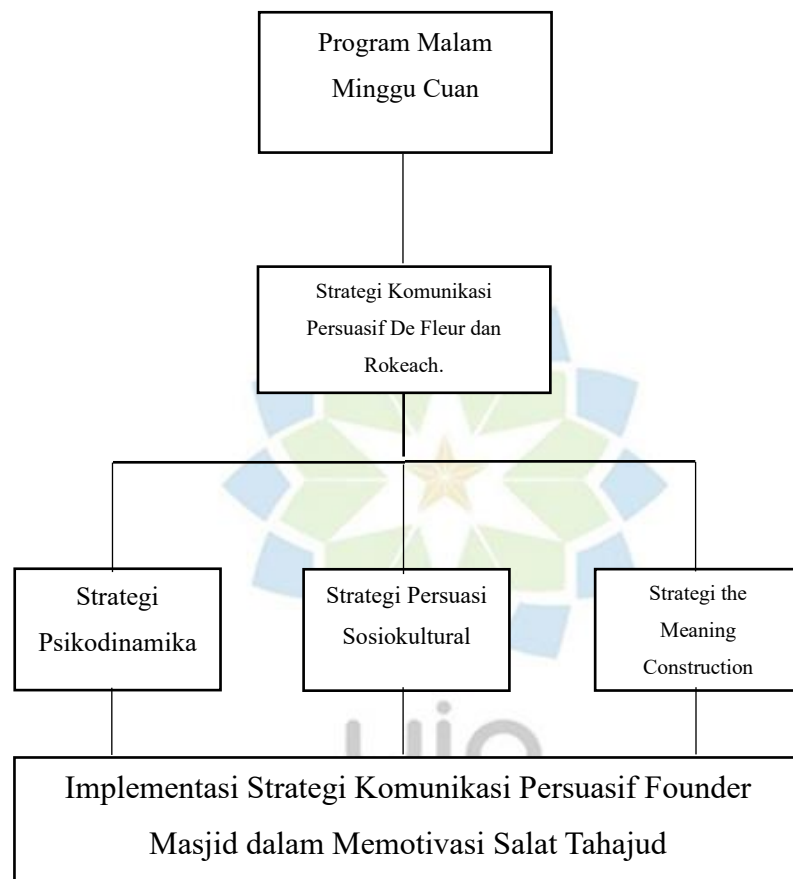
Ketiga, strategi *the Meaning Construction* berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diinginkan (Setiawan, 2017). Dengan kata lain pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku yang diimplementasikan dengan cara mengonstruksi makna. Persuader atau

Founder dalam penelitian ini berusaha memberikan pemahaman tentang salat tahajud kepada orang yang dipersuasi (jamaah) dari lingkungan kajian Malam Minggu Cuan, yang kemudian menimbulkan suatu pemahaman bahwa hal tersebut lah yang harus diikuti dan diinginkan oleh persuader (founder) (Soemirat, dkk, 2015: 37).

Dalam strategi *the meaning construction* penggunaan kata-kata dalam menyampaikan suatu pemahaman kepada persuade lebih ditekankan, sehingga pemilihan kata-kata yang menarik merupakan tahap penting untuk menarik perhatian dan minat dari persuade (Hendri, 2019: 292-293). Berdasarkan makna bentuk pemilihan kata atau diksi terbagi 2, yaitu Diksi Denotatif dan Konotatif. Denotatif mengacu pada makna harfiah atau aslinya dari suatu kata, sementara konotatif mengandung makna tambahan asosiatif atau emosional yang melekat pada makna tersebut. Kesimpulan strategi *the meaning construction* founder masjid Al-Kahfi Bunut akan memodifikasi makna untuk memberikan pemahaman yang mudah dipahami oleh jamaah kajian Malam Minggu Cuan dengan cara menggunakan analogi suatu makna, tanpa mengubah atau mengurangi makna aslinya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat diambil suatu kerangka konseptual yang menggambarkan keterkaitan antara strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh founder Masjid Al-Kahfi Bunut dengan meningkatkan motivasi jamaah dalam melaksanakan salat tahajud melalui materi motivasi dalam program Kajian Malam Minggu Cuan. Kerangka ini disusun sebagai dasar berpikir dalam penelitian guna menjelaskan bagaimana strategi psikodinamika,

sosiokultural, dan meaning construction diterapkan secara sistematis dalam aktivitas dakwah. Adapun kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. 1 *Kerangka Konseptual*

Sumber : Data penelitian 2025

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah tempat berlangsungnya acara program Malam Minggu Cuan yaitu Masjid Al-Kahfi

Bunut, tepatnya terletak di Kampung Bunut RT 02 RW 09, Desa Margahurip Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung.

2. Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretatif. Sebab paradigma interpretatif ini digunakan untuk memahami pengalaman individu (subjek penelitian) dengan memberikan definisi dan makna terhadap sesuatu yang diamati atau dialaminya, seperti pada tindakan, peristiwa, situasi, bahkan sebuah teks. Menurut Given (1990) paradigma adalah *“a set of assumptions and perceptual orientations shared by members of a research community”*, yang artinya paradigma adalah semacam “kacamata” kolektif yang digunakan oleh sekelompok peneliti untuk memahami suatu fenomena. Hal ini mencakup keyakinan dasar tentang bagaimana realitas bekerja, apa yang dianggap sebagai pengetahuan yang valid, dan metode apa yang tepat untuk mendapatkan pengetahuan tersebut.

Paradigma interpretatif relevan dalam penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif dalam memotivasi salat tahajud, karena paradigma interpretatif digunakan untuk mengkaji bagaimana jamaah memaknai pesan-pesan yang disampaikan serta bagaimana pengalaman dan interaksi sosial jamaah membentuk perubahan sikap dan perilaku terhadap kebiasaan salat tahajud. Selain itu, paradigma ini juga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi peran komunikator dalam hal ini founder Masjid Al-Kahfi Bunut yaitu Aditya Pratama Ghifary.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya menggali pengalaman dan pandangan dari para jamaah yang hadir dalam program Malam Minggu Cuan, khususnya terkait dengan kegiatan motivasi salat tahajud dalam materi kesuksesan. Metode kualitatif dianggap sesuai karena memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan subjek penelitian, mengamati interaksi sosial, serta memperoleh data secara mendalam melalui teknik observasi, wawancara, dan analisis dokumen (Creswell, 2013).

Salah satu alasan penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konteks sosial dan spiritual para jamaah yang mengikuti program Malam Minggu Cuan. Pendekatan ini tidak berfokus pada pengumpulan data berupa angka atau statistik, melainkan lebih menekankan pada narasi, deskripsi, dan penjelasan rinci mengenai strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan motivasi salat tahajud. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman personal, makna subjektif, serta respons emosional dari para jamaah terhadap pesan-pesan yang disampaikan, yang mungkin tidak dapat diungkap melalui pendekatan kuantitatif.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh founder Masjid Al-Kahfi Bunut dalam memotivasi jamaah melaksanakan salat tahajud melalui program *Malam*

Minggu Cuan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi dinamika komunikasi yang terjadi dalam konteks nyata, dengan menitikberatkan pada pengalaman subjektif para jamaah dan bagaimana memaknai pesan-pesan dakwah yang diterima.

Metode studi kasus dipilih karena memberikan ruang untuk memahami secara menyeluruh fenomena komunikasi persuasif dalam satu unit sosial tertentu, yaitu komunitas jamaah Masjid Al-Kahfi. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menangkap bagaimana proses komunikasi berlangsung, bagaimana relasi antara komunikator (founder) dan audiens terjalin, serta bagaimana pesan dakwah ditafsirkan dan diinternalisasi sebagai bentuk perubahan spiritual.

Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2007), studi kasus memungkinkan pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti wawancara mendalam, observasi langsung, dokumentasi visual, serta dokumen pendukung lainnya. Seluruh data dikaji secara naratif dan deskriptif untuk mengungkap makna mendalam dari strategi yang digunakan. Hal ini sejalan dengan pandangan Strauss dan Corbin dalam Afrizal (2015:12) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada pemaknaan terhadap data, bukan pada perhitungan statistik, sehingga mampu menangkap kedalaman pesan, emosi, dan dinamika yang terkandung dalam praktik komunikasi dakwah tersebut.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang berupa kata, kalimat, narasi, gerak tubuh, ekspresi wajah, gambar, dan foto (Sugiyono, 2022: 10). Data kualitatif ini diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Wawancara dilaksanakan bertujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan persepsi pelaku dakwah yaitu Aditya Pratama Ghifary M.B.A. sebagai pemateri dan founder Masjid Al-Kahfi Bunut, jajaran staff serta jamaah dari program Malam Minggu Cuan terhadap implementasi strategi komunikasi persuasif yang dijalankan untuk meningkatkan motivasi salat tahajud. Observasi dilaksanakan untuk mengamati interaksi dalam kegiatan kajian yang muncul selama aktivitas kajian program Malam Minggu Cuan berlangsung. Selain itu, perlu juga untuk menelaah dokumen-dokumen pendukung yang berkaitan dengan kegiatan kajian program Malam Minggu Cuan. Kombinasi teknik ini menghasilkan data yang kaya dan mendalam, sehingga dapat menggambarkan secara utuh bagaimana strategi komunikasi tersebut digunakan dalam konteks memotivasi salat tahajud para jamaah di kajian tersebut.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data yang

diperoleh langsung dari pihak-pihak yang terlibat dan memberikan informasi langsung kepada peneliti (Sugiyono, 2017: 137). Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dengan Ketua Pengurus Masjid Al-Kahfi Bunut selaku komunikator utama dalam program Malam Minggu Cuan, serta para jamaah yang mengikuti kegiatan tersebut. Wawancara ini memberikan gambaran nyata mengenai pengalaman jamaah dalam menerima pesan dakwah persuasif, termasuk tantangan dan strategi yang digunakan dalam memotivasi pelaksanaan shalat tahajud.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen tertulis seperti arsip kegiatan MMC, profil program, dokumentasi kegiatan, serta berbagai literatur akademik yang relevan, seperti buku, artikel jurnal, dan penelitian sebelumnya terkait komunikasi persuasif, dakwah, dan motivasi ibadah. Penggunaan data sekunder ini dimaksudkan untuk memperkuat analisis serta memberikan konteks teoritis yang lebih luas terhadap fenomena dakwah persuasif yang diterapkan dalam kegiatan Malam Minggu Cuan.

5. Informan atau Unit Analisis

a. Informan

Informan dalam suatu penelitian adalah individu atau pihak yang memiliki keterkaitan langsung dengan objek yang diteliti dan mampu memberikan informasi yang relevan terkait kondisi di lokasi penelitian.

Sehingga informasi yang disampaikan sangat membantu peneliti dalam memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

b. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan, yaitu dengan memilih sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Aditya Pratama Ghifary, S.T., selaku founder dan komunikator utama dalam program Kajian Malam Minggu Cuan di Masjid Al-Kahfi Bunut. Ia dipilih karena memiliki peran sentral dan pengetahuan yang mendalam terkait perencanaan, penyampaian pesan, serta strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam kegiatan tersebut.

Sementara itu, yang menjadi informan utama adalah salah satu panitia pelaksana kajian program Malam Minggu Cuan yaitu Angga, karena terlibat langsung dalam pelaksanaan teknis program serta berinteraksi secara rutin dengan jamaah dan Faiz, yang merupakan jamaah dan serta penerima manfaat dari program Malam Minggu Cuan, sehingga dapat memberikan pandangan dan pengalaman langsung terkait efektivitas komunikasi yang digunakan dalam memotivasi untuk melaksanakan shalat tahajud.

Informan dan Unit Analisis
Aditya Pratama Ghifary, S.T. (Founder Masjid Al-Kahfi Bunut dan Komunikator dalam Program Malam Minggu Cuan)
Angga (Marbot Masjid Al-Kahfi Bunut dan Operator Pelaksana dari Program Malam Minggu Cuan)
Paij (Jamaah rutin dari Program Malam Minggu Cuan)

Tabel 1. 1 *Informan dan Unit Analisis*

Sumber : Data penelitian 2025

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dirancang untuk mendapatkan informasi yang komprehensif mengenai strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam program *Malam Minggu Cuan* di Masjid Al-Kahfi Bunut. Data dikumpulkan melalui berbagai metode untuk memastikan kedalaman analisis yang dilakukan.

a. Wawancara

Menurut Bungi (2013: 133), wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara pewawancara dan narasumber melalui percakapan tatap muka. Proses ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Wawancara bisa dilakukan dengan atau tanpa panduan berupa pedoman pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik wawancara terstruktur.

Berdasarkan penjelasan Esternberg (2022) dalam Sugiyono (2012: 73), wawancara terstruktur dilakukan ketika peneliti telah memiliki gambaran yang jelas mengenai data apa yang ingin diperoleh. Oleh karena itu, peneliti menyusun instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang sudah ditulis sebelumnya, termasuk kemungkinan alternatif jawaban yang akan diberikan oleh informan.

Wawancara dilaksanakan terhadap tiga kelompok informan utama, yaitu ketua pengurus Masjid Al-Kahfi Bunut selaku komunikator utama, pihak pendukung kegiatan yaitu marbot Masjid Al-Kahfi Bunut, serta jamaah yang mengikuti program Malam Minggu Cuan. Teknik wawancara mendalam dipilih karena memungkinkan peneliti menangkap perspektif para informan secara lebih utuh, termasuk ekspresi emosi, pengalaman spiritual, serta dinamika komunikasi yang tidak selalu tampak melalui observasi maupun dokumentasi. Dengan pendekatan ini, informan juga diberi ruang untuk menyampaikan narasinya secara lebih bebas, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi persuasif diterapkan oleh ketua pengurus masjid dalam memotivasi jamaah untuk melaksanakan shalat tahajud melalui program Malam Minggu Cuan.

b. Observasi

Observasi digunakan sebagai teknik untuk menangkap tindakan dan interaksi alami yang terjadi langsung di lapangan (Sudaryana, 2018: 174).

Dalam praktiknya, observasi ini mencakup beberapa fokus pengamatan, seperti: (1) perilaku non-verbal; (2) perilaku dalam berbahasa; (3) tindakan tertentu yang khas; dan (4) perilaku tambahan di luar komunikasi verbal atau ekstra linguistik (A. Muri Yusuf, 2014: 9).

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan terlibat langsung dalam kegiatan Program Malam Minggu Cuan di Masjid Al-Kahfi Bunut. Observasi bertujuan memperoleh gambaran faktual tentang praktik komunikasi persuasif yang digunakan, pola hubungan yang terjalin antar anggota jamaah, serta tantangan dan inovasi yang muncul selama kegiatan berlangsung. Dengan metode ini, peneliti dapat mencatat ekspresi non-verbal, suasana emosional, serta bentuk komunikasi yang tidak selalu terungkap melalui wawancara. Observasi juga memberikan ruang untuk membandingkan antara teori komunikasi persuasif dengan praktik di lapangan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih kontekstual, mendalam, dan autentik dalam memahami model dakwah persuasif yang diterapkan pada kegiatan Malam Minggu Cuan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek penelitian melalui berbagai bentuk dokumen tertulis maupun cetak. Jenis data yang dimaksud bisa berupa arsip, transkrip wawancara, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda kegiatan, dan sejenisnya (Syahida, 2020: 113–130).

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang relevan terkait kegiatan Malam Minggu Cuan di Masjid Al-Kahfi Bunut. Dokumen tersebut meliputi catatan kegiatan, materi dakwah yang disampaikan, serta dokumentasi acara berupa foto, video, maupun laporan kegiatan. Data tambahan juga diperoleh dari arsip internal pengurus masjid, seperti data jamaah dan jadwal kegiatan rutin. Tujuan dari dokumentasi ini adalah untuk memberikan konteks tambahan sekaligus memperkuat data hasil wawancara dan observasi. Melalui analisis dokumen, peneliti dapat memahami bagaimana program Malam Minggu Cuan dirancang, materi dakwah persuasif yang digunakan, serta efektivitas pelaksanaannya dalam memotivasi jamaah untuk melaksanakan shalat tahajud. Teknik ini dipilih karena bersifat objektif, permanen, dan mampu mengungkap informasi yang tidak selalu muncul dalam wawancara atau observasi, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam program Malam Minggu Cuan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, keabsahan data menjadi aspek penting untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan benar-benar valid dan dapat dipercaya. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan memadukan berbagai sumber dan metode pengumpulan data guna menguji keandalan informasi. Triangulasi dilakukan

dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui hasil observasi langsung terhadap kegiatan Malam Minggu Cuan, wawancara dengan informan kunci yaitu Ketua Pengurus Masjid sekaligus founder program, pengurus pelaksana kajian, serta jamaah yang mengikuti kegiatan, serta melalui dokumentasi berupa arsip kegiatan dan catatan program dakwah. Dengan memadukan berbagai teknik tersebut, peneliti dapat memverifikasi keakuratan informasi sekaligus menemukan pola strategi komunikasi persuasif yang digunakan dalam konteks dakwah di Masjid Al-Kahfi Bunut.

Selain triangulasi, peneliti juga menerapkan teknik *cross validation*, yakni dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada para informan seperti Pak Aditya Pratama Ghifary, Pak Angga, dan Faiz agar data yang ditulis sesuai dengan maksud dan pengalaman mereka. Jika terdapat perbedaan pemahaman atau kekeliruan interpretasi, peneliti segera melakukan klarifikasi dan penyesuaian. Dengan menerapkan kedua teknik ini, keabsahan data dalam penelitian tentang strategi komunikasi persuasif pada program Malam Minggu Cuan dapat terjaga secara optimal dan mencerminkan kondisi lapangan secara aktual dan objektif.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi tiga langkah utama yang saling terkait dan membentuk sebuah siklus: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi). Menurut Miles dan Huberman (sebagaimana dikutip oleh Silalahi, 2009:339), proses ini bukanlah tahapan yang terisolasi,

melainkan berinteraksi secara terus-menerus dalam suatu siklus. Interaksi ini terjadi sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data, dan sinergi dari ketiga langkah ini menciptakan pemahaman komprehensif yang merupakan esensi dari seluruh proses analisis. Kegiatan dalam analisis data mencakup:

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data merupakan langkah penjabaran data dengan cara memilih informasi inti, memfokuskan pada aspek yang fundamental, merangkum, dan membuat gambaran yang lebih jelas. Tujuan reduksi data adalah untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data. Proses ini dapat memanfaatkan peralatan elektronik atau sejenisnya. Dalam tahap ini, data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi dan disusun agar lebih terfokus pada aspek yang relevan dengan penelitian. Data yang tidak berkaitan atau kurang signifikan akan dieliminasi untuk memastikan penelitian tetap terarah dan tidak mengalami kelebihan informasi yang tidak diperlukan.

b. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data bertujuan untuk memfasilitasi pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang dihadapi. Data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti narasi, diagram, bagan, dan sejenisnya. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan untuk mempermudah pemahaman dan analisis. Penyajian ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola, hubungan, serta dinamika

komunikasi persuasif yang terjadi dalam program Malam Minggu Cuan.

c. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing atau Verification)

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang ditemukan di lapangan, dan kemudian divalidasi dengan mencari bukti yang kuat dan valid. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti yang mendukung. Pada konteks penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan diharapkan dapat menghasilkan temuan baru (Sugiyono, 2012:338–345). Kesimpulan penelitian diperoleh berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Temuan awal akan divalidasi dengan membandingkan berbagai sumber informasi dan teori yang relevan. Kesimpulan yang dihasilkan diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang implementasi strategi komunikasi persuasif dalam dakwah, tetapi juga dapat menjadi rujukan bagi pengembangan metode komunikasi dalam kegiatan serupa di masa mendatang.

Melalui kombinasi teknik pengumpulan data, validasi, dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam, khususnya dalam strategi komunikasi persuasif yang efektif dalam dakwah.