

ABSTRAK

Sri Susanti: *Komunikasi Persuasif Ustaz Handy Bonny Dalam Ceramah Untuk Meningkatkan Kesadaran Berakhlak Mulia (Studi Kasus di Pengajian Masjid Agung Trans Studio Bandung)*

Melemahnya kesadaran berakhlak mulia di kalangan generasi muda menjadi persoalan yang mendesak. Di tengah derasnya arus digitalisasi yang kerap menjadi salah satu penyebabnya, ceramah tatap muka di masjid dinilai memiliki kedalaman pengaruh yang tidak tergantikan karena memungkinkan terbangunnya interaksi emosional dan hubungan personal yang kuat antara da'i dan jamaah. Fenomena ini tampak nyata dalam ceramah Ustaz Handy Bonny di Masjid Agung Trans Studio Bandung, yang secara konsisten menggerakkan perubahan sikap dan perilaku jamaah secara sukarela, bahkan di antara jamaah yang sebelumnya berada di titik krisis akibat lemahnya akhlak dan iman.

Penelitian ini bertujuan mengkaji komunikasi persuasif Ustaz Handy Bonny dalam ceramahnya untuk meningkatkan kesadaran berakhlak mulia jamaah, dianalisis menggunakan teori Strategi komunikasi persuasif DeFleur dan Ball-Rokeach (1989) melalui tiga strategi utama yaitu : *psychodynamic strategy*, *sociocultural strategy*, dan *meaning construction strategy*. Teori ini dipilih karena menjelaskan komunikasi persuasif melalui tiga jalur perubahan, yaitu psikologis individu, norma sosial budaya, dan pembentukan makna bersama, sehingga relevan untuk mengungkap bagaimana ceramah Ustaz Handy Bonny mendorong perubahan kesadaran berakhlak mulia jamaah dari sisi internal, konteks sosial generasi muda, dan proses pemaknaan pesan dakwah.

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus tunggal (*single-case study*). Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan Ustaz Handy Bonny, anggota panitia, dan jamaah, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan, *Psychodynamic Strategy* diterapkan melalui sesi muhasabah yang menghadirkan keterlibatan emosional mendalam, pendekatan relasi *as a family*, dan gaya komunikasi empatik yang tidak menghakimi, sehingga mendorong munculnya motivasi internal jamaah untuk berubah. *Sociocultural Strategy* diwujudkan melalui penggunaan bahasa khas generasi Z, integrasi referensi budaya populer, dan pemilihan tema akhlak mulia yang berangkat dari pembacaan sosiologis terhadap kondisi generasi muda Indonesia. *Meaning Construction Strategy* dilakukan melalui pola penyampaian berbasis peristiwa nyata, penciptaan *quotes* ringkas namun sarat makna, serta mekanisme sosial yang mendorong pengamalan nilai dalam keseharian jamaah. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas ceramah Ustaz Handy Bonny merupakan hasil sinergis antara *Psychodynamic Strategy*, *Sociocultural Strategy* dan *Meaning Construction Strategy* yang bekerja secara terintegrasi, sehingga nilai-nilai akhlak mulia tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga dihayati secara afektif dan diamalkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari jamaah.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Ceramah, Kesadaran Berakhlak Mulia, *Psychodynamic Strategy*, *Sociocultural Strategy*, *Meaning Construction Strategy*