

ABSTRAK

Sutiya Sukmawati Ramli: Komunikasi Persuasif di Media Sosial dalam Mendorong Motivasi Murojaah Hafalan Al-Qur'an (Studi Deskriptif di Akun Instagram @rindu_surga)

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam penyampaian dakwah Islam. Instagram menjadi salah satu media yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan karena memiliki karakter visual, interaktif, dan mampu menjangkau berbagai kalangan. Berangkat dari fenomena masih rendahnya konsistensi para penghafal Al-Qur'an dalam melakukan muroja'ah, hadir akun Instagram @rindu_surga sebagai media dakwah digital yang secara konsisten menyampaikan konten motivasi muroja'ah hafalan Al-Qur'an. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya mengkaji komunikasi persuasif yang diterapkan akun tersebut dalam mendorong motivasi followers untuk menjaga hafalan Al-Qur'an melalui aktivitas.

Fokus penelitian ini adalah menganalisis komunikasi persuasif pada konten muroja'ah akun Instagram @rindu_surga berdasarkan tahapan teori AIDDA yang meliputi Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action. Fokus tersebut diarahkan untuk mengetahui bagaimana setiap tahapan komunikasi persuasif diterapkan dalam penyampaian pesan dakwah kepada followers.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif pada konten muroja'ah akun Instagram @rindu_surga dalam menarik perhatian, membangun ketertarikan, menumbuhkan keinginan, mendorong pengambilan keputusan, serta menghasilkan tindakan nyata followers dalam menjaga hafalan Al-Qur'an melalui aktivitas muroja'ah.

Penelitian ini menggunakan teori AIDDA karena mampu menjelaskan tahapan respons audiens terhadap pesan persuasif, mulai dari munculnya perhatian hingga terwujudnya tindakan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik akun Instagram @rindu_surga sebagai informan utama dan beberapa followers sebagai informan pendukung, serta didukung oleh observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif pada konten muroja'ah akun Instagram @rindu_surga telah memenuhi seluruh tahapan teori AIDDA. Penggunaan bahasa yang sederhana, struktur pesan yang sistematis, serta format carousel mampu menarik perhatian dan membangun ketertarikan followers. Konten juga berhasil menumbuhkan keinginan, mendorong komitmen untuk istigamah, serta mendorong penerapan muroja'ah secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, komunikasi persuasif pada akun Instagram @rindu_surga berkontribusi dalam meningkatkan motivasi muroja'ah hafalan Al-Qur'an pada followers.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Media Sosial, Motivasi, Muroja'ah, Aidda.