

ABSTRAK

Yulia Rahma Kamila: Aktivitas Dakwah Persuasif Komunitas Satu Rasa Sebagai Metode *Taqarrub* Generasi Muda Kota Bandung

Komunitas Satu Rasa hadir karena keresahan Ustaz Handy Bonny dan pengurus melihat banyak anak muda yang mulai meninggalkan masjid, terkena isu kesehatan mental, dan meromantisasi perbuatan yang jauh dari syariat Islam. Oleh karena itu, Komunitas Satu Rasa hadir menjadi wadah bagi generasi muda untuk berkumpul dan bersama-sama memperbanyak ilmu agama dengan mendekati diri kepada Allah (*Taqarrub*) dan beribadah dengan penuh cinta. Dengan fokus pembahasan pada perbaikan akhlaq dan menjadi wanita shalihah. Serta pemanfaatan media sosial sebagai media yang memudahkan untuk berinteraksi antara jamaah dan pengurus Komunitas Satu Rasa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: a) tahapan dakwah persuasif Komunitas Satu Rasa sebagai metode *taqarrub* di kalangan generasi muda Kota Bandung, b) teknik persuasif Komunitas Satu Rasa dalam Aktivitas Dakwah sebagai metode *taqarrub* di kalangan generasi muda Kota Bandung, c) fungsi persuasif dalam Aktivitas Dakwah Komunitas Satu Rasa sebagai metode *Taqarrub* di Kalangan Generasi Muda Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan model komunikasi persuasif Carl Hovland, dengan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, dengan metode kualitatif deskriptif yaitu untuk menguraikan, menjelaskan, dan menggambarkan data yang diperoleh. Sumber data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul kemudian pengujian validitas dengan menggunakan triangulasi data. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Satu Rasa menggunakan tahapan komunikasi persuasif AIDDA, *Attention* (Perhatian: memanfaatkan media sosial untuk promosi), *Interest* (Ketertarikan: sosok Ustaz Handy Bonny), *Desire* (Keinginan: membuat jamaah seperti keluarga), *Decision* (Keputusan: berpedoman pada Al-Quran dan Hadits, juga 2 kitab lainnya), *Action* (Tindakan: rutin mengikuti kajian, memperbaiki akhlaqnya, dan menjadi dai di lingkungannya). Menggunakan 3 teknik komunikasi persuasif, yaitu: a) teknik asosiasi: mengaitkan pesan dengan kejadian yang viral, b) teknik integrasi: interkasi antara pengurus dan jamaah seperti keluarga, dan c) teknik tatahan: mengatur pesan yang disampaikan menjadi semenarik mungkin untuk didengar. Serta menerapkan 2 fungsi yaitu, a) fungsi kontrol: menerapkan pesan yang disampaikan, dan b) fungsi pengetahuan: menambah pengetahuan bagi pengurus dan jamaah.

Kata Kunci: Aktivitas Dakwah, Komunikasi Persuasif, *Taqarrub*, Generasi muda