

Menelaah Komunikasi Dakwah Komunitas Desa (Studi Kasus pada Majelis Taklim Syamsul Huda Tirtoyudo)

Lutfa Putri Valentina

Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia

email: lutfaputrivaleentina21@alqolam.ac.id

Abstract:

This research aims to identify communications elements in conveying This study aims to identify the elements of communication in the delivery of da'wah at Majelis Taklim Syamsul Huda by employing Edward T. Hall's (1976) contextual communication theory and Wilbur Schramm's (1954) communication model. This research adopts a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through observations, in-depth interviews with KH. Ali Mustofa and 15 active congregants, as well as documentation, and were analyzed using Miles and Huberman's interactive model through the processes of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show, first, that the sender of da'wah messages at Majelis Taklim Syamsul Huda predominantly applies a high-context communication style toward the rural community. Second, the persuasive messages delivered by the sender frequently employ explicit and verbal forms with strong local cultural values. Third, the level of contextuality in the preacher's messages is also well received when conveyed through a low-context communication model.

Keyword:

Contextual Communication; Da'wah; Rural Community; Persuasive Communication

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi dalam penyampaian dakwah di Majelis Taklim Syamsul Huda dengan menggunakan teori komunikasi kontekstual Edward T. Hall (1976) dan Wilbur Schramm (1954). Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan KH. Ali Mustofa dan 15 jamaah aktif, serta dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pertama*, pengirim pesan dakwah di Majelis Taklim Syamsul Huda lebih sering menerapkan sistem komunikasi *high-context* terhadap jamaah atau komunitas desa. Kedua, pesan persuasif yang digunakan *sender* kerap kali menggunakan metode penyampaian eksplisit, verbal, dan kental dengan nilai lokal. Ketiga, level kontekstualitas pesan yang disampaikan oleh pendakwah juga diterima saat menyampaikan pesan dengan model *low-context*.

Kata kunci:

Komunikasi Kontekstual; Dakwah; Komunitas Desa; Komunikasi Persuasif

Pendahuluan

Komunikasi merupakan elemen penting dalam dakwah, terutama dalam majelis taklim yang berperan sebagai wadah pembelajaran agama bagi masyarakat. Dalam kehidupan umat Islam, dakwah memiliki peran penting sebagai sarana menyampaikan nilai-nilai ajaran agama kepada masyarakat. Mengajak orang kepada hal-hal baik dan menghindari dari perbuatan buruk merupakan wujud dari *amar makruf nahi mungkar*¹. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak terlepas dari aktivitas komunikasi, karena komunikasi menjadi medium utama dalam menyampaikan pesan keagamaan. Manusia perlu melakukan komunikasi sebagai sarana utama untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam kehidupan.² Aktivitas komunikasi mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari proses pendidikan, lingkungan kerja, hubungan sosial, hingga kegiatan dakwah.³

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam unsur-unsur komunikasi interpersonal dalam kegiatan dakwah yang berlangsung di Majelis Taklim Syamsul Huda. Fokus utamanya adalah pada bagaimana pesan dakwah disampaikan oleh dai, bagaimana audiens merespons, serta bagaimana unsur pesan, audiens, dan umpan balik bekerja dalam proses komunikasi langsung dalam perspektif Wilbur Schramm dan Edward T. Hall. Majelis Taklim Syamsul Huda dipilih sebagai lokus penelitian karena memiliki karakteristik pendekatan dakwahnya yang komunikatif, humanis, dan mudah dipahami oleh masyarakat awam dari berbagai latar belakang. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk melihat bagaimana komunikasi dakwah interpersonal di majelis ini berkontribusi dalam keberhasilan dakwah.

Penelitian ini menggunakan perspektif Wilbur Schramm tentang proses komunikasi yang menekankan adanya umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi dan Edward T. Hall tentang komunikasi kontekstual. Asumsi dasar dari teori Schramm yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahwa komunikasi yang efektif terjadi ketika terdapat kesamaan pengalaman antara komunikator dan komunikan (*field of experience*), serta komunikasi merupakan proses interaktif dua arah. Ia memandang komunikasi sebagai proses interaksi antara dua pihak, di mana masing-masing pihak terlibat dalam pengkodean, penafsiran, pengiriman, dan penerimaan sinyal.⁴ Melalui pendekatan ini, komunikasi diposisikan sebagai alat untuk membujuk, mengubah sikap, dan membentuk opini, terutama ketika komunikator mampu menyesuaikan pesan dengan medan pengalaman dan motivasi audiens.⁵

¹ Hamdan Daulay Dan Evi Septiani T. H., "Komunikasi Dan Dakwah: Strategi Komunikasi Dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja," *Kalijaga Journal Of Communication* 2, No. 1 (2020): 17–32, <https://doi.org/10.14421/Kjc.21.02.2020>.

² Rahmawati Hijriyah Reza Dan Wildan Yahya, "Model Komunikasi Interpersonal Dalam Memotivasi Hafalan Al-Qur'an," *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 2, No. 2 (2022), <https://doi.org/10.29313/Bcsibc.V2i2.4452>

³ Sakinah, Qolbiya, Nia Kurniati Syam, Dan Chairawaty. 2021. "Komunikasi Verbal Yang Dilakukan Oleh Jubir Covid 19 Di Indonesia." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 1 (1): 1–6. <https://doi.org/10.29313/Jrkpi.V1i1.17>.

⁴ Akhyar Hasibuan Dan M. Si, "Komunikasi Sirkular (Circular Theory)," *Universitas Dharmawangsa Journal* 2 (2019), <https://doi.org/10.46576/Jnm.V2i1.448>

⁵ A. Suryaningsih, "Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Secara Online Pada Pelajaran Animasi 2D Melalui Strategi Komunikasi Persuasif," *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 11 (2021), <https://jurnal-dikpora.jogjapro.go.id/index.php/jurnalideguru/article/view/143/170>

Pemimpin pendapat sangat berpengaruh dalam membujuk orang untuk mengubah perilaku dan sikap mereka.⁶ Dalam *Beyond Culture*, Hall (1976) memperkenalkan konsep tentang *high-context* dan *low-context* untuk menengarai keberhasilan seseorang dalam menjaga keterikatan komunitas. *high-context* merupakan istilah yang merujuk pada proses komunikasi yang sangat bergantung pada hubungan tradisi, kelekatan emosional, terikat pada aspek etnisitas, lokalitas, lebih stabil, dan tertutup. Sedangkan *low-context* lebih terstruktur dan formal digunakan oleh para penceramah dengan tipologi pendengar yang modern. Melalui dua perspektif di atas, penelitian ini hendak menelaah dan mengurai bagaimana komunikasi dakwah yang terjadi di Majelis Taklim Syamsul Huda dapat memengaruhi keberlanjutan komunitas desa.

Penelitian ini memiliki relevansi dan keterkaitan dengan berbagai penelitian terdahulu yang sama-sama menyoroti pentingnya komunikasi dakwah sebagai sarana penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat. Kesamaan terlihat dari penggunaan pendekatan kualitatif serta fokus pada peran komunikasi dalam membangun pemahaman keagamaan, baik melalui lisan, tulisan, media sosial, kesenian, maupun tindakan nyata (*dakwah bil hal*). Meski demikian, terdapat perbedaan dalam pendekatan dan media yang digunakan. Penelitian ini secara khusus mengkaji unsur-unsur komunikasi dakwah dalam majelis taklim Syamsul Huda dengan menggunakan teori komunikasi Wilbur Schramm, menitikberatkan pada interaksi langsung antara komunikator dan komunikan. Sementara itu, penelitian lain meneliti dakwah melalui kesenian budaya lokal, psikologi komunikasi di komunitas pedesaan, *dakwah bil hal* pada masyarakat agraris, pemanfaatan media sosial oleh generasi milenial, hingga peran komunikasi dakwah dalam pencegahan eksploitasi seksual anak. Dengan demikian, meskipun memiliki fokus yang sejalan, setiap penelitian memberikan pendekatan dan konteks yang berbeda dalam mengkaji komunikasi dakwah, sehingga memperkaya pemahaman di bidang ini.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, pernah dilakukan oleh Arhanudri Davi Mawarni yang berjudul “Komunikasi Dakwah dalam Kesenian Budaya Badui Syubbanul Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan melalui kesenian budaya Badui Syubbanul Islam di Desa Belimbing kepada masyarakat setempat. Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Temuan penelitian mengungkap bahwa penyampaian dakwah dilakukan secara lisan, terutama melalui syair-syair yang mengandung pesan moral dan ajakan untuk berbuat kebaikan. Beberapa syair yang digunakan antara lain berjudul *Lilmaulidin*, *Tegap dan Tertib*, serta *Ya Umata*. Dalam komunikasi dakwah verbal ini, pesan-pesan yang disampaikan mencakup nilai-nilai seperti semangat nasionalisme, pelestarian budaya lokal, pentingnya sopan santun, menjaga kekompakan, nilai keindahan, mempererat tali persaudaraan, dan sikap religious.⁷

Jurnal yang berjudul “Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi” oleh Ridwan Rustandi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku komunikasi, proses, serta pengaruh komunikasi yang

⁶ Nurhalima Tambunan, “The Effect Of Mass Communication On The Audience,” *SIMBOLIKA* 4, No. 1 (2018), [Http://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Symbolika](http://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Symbolika)

⁷ Arhanudri Davi Mawarni, “Komunikasi Dakwah Dalam Kesenian Budaya Badui Syubbanul Islam,” *Jurnal Dakwatul Islam* 7, No. 2 (2023), [Https://Ojs.Diniyah.Ac.Id/Index.Php/Dakwatulislam](https://Ojs.Diniyah.Ac.Id/Index.Php/Dakwatulislam)

terjadi dalam komunitas Majelis Remaja dan Pelajar Islam (MERAPI) yang berlokasi di Pangalengan, Kabupaten Bandung. Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif dengan perspektif psikologi komunikasi, dan dikaitkan dengan kegiatan dakwah yang dijalankan oleh komunitas. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa komunitas MERAPI mampu merancang model dakwah yang inovatif dan kreatif. Proses komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti komunikasi kelompok kecil, kelompok besar, organisasi, maupun komunikasi massa.⁸ Komunikasi antaranggota dilakukan melalui pertemuan langsung maupun pemanfaatan media. Interaksi komunikasi yang terbangun memberi dampak pada pola komunikasi anggota, yang terlihat melalui gejala konformitas, fasilitasi sosial dan polarisasi. Perubahan ini tercermin dalam peningkatan aspek pengetahuan, penguatan keyakinan, penerapan nilai-nilai keagamaan, pengalaman spiritual, hingga komitmen anggota terhadap komunitas.

Penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Dusun Cikoneng Sumedang”. Membahas tentang bagaimana pelaksanaan agenda dakwah di Masjid Al-Amin, mencakup sejauh mana keterlibatan jamaah, tanggapan mereka terhadap kegiatan dakwah, serta faktor-faktor yang menjadi pendorong maupun penghambat dalam proses komunikasi dakwah tersebut. Dalam konteks ini, dakwah memiliki peran penting sebagai sarana penyampaian ajaran Islam agar masyarakat mampu membentuk akhlak serta perilaku yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang memberi peluang bagi peneliti untuk menggali secara mendalam pola komunikasi dakwah yang tumbuh di lingkungan masyarakat. Dakwah sendiri merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk membentuk dan meningkatkan pemahaman keagamaan di kalangan masyarakat.⁹

Penelitian dengan judul “Pola Komunikasi Dakwah Bil Hal Muhammadiyah pada Masyarakat Agraris”, khususnya komunitas petani di Kabupaten Bandung. Melalui pendekatan kualitatif, kajian ini menekankan bahwa dakwah kepada masyarakat petani tidak hanya efektif dilakukan melalui *dakwah bil lisan* baik secara langsung, tertulis, maupun melalui *tabligh* melainkan juga melalui *dakwah bil hal*, yaitu penyampaian ajaran Islam melalui tindakan nyata yang dirancang secara sistematis. Tidak hanya *dakwah bil lisan* (*tabligh*, lisan dan tulisan) yang dapat dilakukan untuk menyentuh komunitas tertentu seperti komunitas petani, tetapi juga *dakwah bil hal* (dakwah dengan tindakan) yang terencana.¹⁰

Agar pelaksanaan *dakwah bil hal* dapat mencapai hasil yang maksimal, dibutuhkan strategi komunikasi yang selaras dengan kebutuhan serta karakter masyarakat yang menjadi target. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menerapkan teknik analisis data model interaktif. Hasil penelitian mengungkap bahwa pengurus Muhammadiyah menjalankan empat jenis pola komunikasi, yakni komunikasi interpersonal, kelompok, publik, dan

⁸ Ridwan Rustandi, “Dakwah Komunitas Di Pedesaan Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi,” *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam* 8, No. 3 (2020): 305–26, <https://doi.org/10.15575/Irsyad.V8i3.2009>

⁹ Jihan Azhari Dan Bambang Saiful Ma’arif, “Pola Komunikasi Dakwah Dalam Pembinaan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Dusun Cikoneng Sumedang,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* (2023): 29–34, <https://doi.org/10.29313/Jrkpi.Vi.2258>

¹⁰ Euis Evi Puspitasari, Dan Utan, Dan Sahiro Ritonga, “Pola Komunikasi Dakwah Bil Hal Muhammadiyah Pada Masyarakat Agraris,” *Channel: Jurnal Komunikasi* 9, No. 2 (2020): 135–42, <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL>

massa. Dari keempat jenis tersebut, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok dianggap paling efektif dalam menunjang keberhasilan *dakwah bil hal*, khususnya di tengah masyarakat agraris.

“Komunikasi Dakwah Zaman Milenial”. Kehadiran internet dan berbagai media sosial telah menjadi kebutuhan penting bagi generasi milenial. Internet beserta berbagai platform seperti *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube*, dan *WhatsApp* kini menjadi bagian integral dari aktivitas sehari-hari masyarakat dari berbagai kelompok usia, mulai anak-anak hingga dewasa, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran pesan dakwah secara luas dan cepat. Penggunaan media ini sangat efektif apabila diarahkan pada tujuan positif, seperti kegiatan berdakwah.¹¹ Oleh karena itu, dakwah pada era milenial dituntut untuk mampu memaksimalkan pemanfaatan media sosial agar tidak tertinggal dari derasnya arus informasi global. Kajian ini menyoroti pengaruh globalisasi informasi dan pentingnya kesiapan para dai dalam mengadaptasi dan menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dakwah yang relevan dengan zaman.

“Implementasi Dakwah Islam Melalui Media Sosial di Majelis Taklim Sabilu Taubah Desa Karanggayam, Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar”. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana dakwah guna menghadapi pengaruh globalisasi yang semakin kuat. Dalam konteks tersebut, penyebaran ajaran Islam tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan media komunikasi modern seperti televisi, radio, film, internet, surat kabar, majalah dan buku. Di era globalisasi ini, penggunaan media komunikasi massa modern seperti televisi, film, radio, internet, surat kabar, majalah, dan buku menjadi suatu keharusan dalam menyampaikan ajaran Islam.¹² Penelitian ini menyoroti bagaimana Majelis Taklim Sabilu Taubah memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan teknologi.

Penelitian sebelumnya yang relevan yaitu “Pendidikan Karakter Melalui Dakwah: Kajian Komunikasi Dakwah dalam Pencegahan Eksploitasi Seksual Komersial Anak di Kawasan Wisata Senggigi”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis yang bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan utama bagaimana kasus eksploitasi seksual komersial anak dapat terjadi di sektor pariwisata Senggigi, serta bagaimana peran dakwah dan komunikasi dakwah dalam membangun pendidikan karakter guna mencegah terjadinya eksploitasi tersebut. Temuan penelitian mengungkap bahwa keterlibatan aktif tokoh agama melalui dakwah dan komunikasi berperan sebagai strategi utama dalam upaya menangani eksploitasi seksual komersial terhadap anak-anak di wilayah Pulau Lombok. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah faktor penyebab maraknya kasus tersebut dan menyimpulkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan telah memberikan dampak yang cukup efektif dalam menekan angka kejadian eksploitasi di kawasan tersebut. Peran tokoh agama dalam menjalankan dakwah dan komunikasi

¹¹ Muslimin Ritonga, “Komunikasi Dakwah Zaman Milenial,” (2019), <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JKPI/article/view/4263>

¹² Soebiantoro, Nik Haryanti, Dan Engilien Yusniar Permanasari, “Implementasi Dakwah Islam Melalui Media Sosial Di Majelis Taklim Sabilu Taubah Di Desa Karanggayam Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar,” *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 5, No. 2 (2024): 149–64, <https://doi.org/10.59059/Tabsyir.V5i2.1145>

diformulasikan sebagai langkah utama untuk mencegah terjadinya kasus eksploitasi seksual komersial terhadap anak-anak di Pulau Lombok.¹³

Tinjauan terhadap berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan mendasar, khususnya dalam hal fokus kajian dan pendekatan metodologis. Penelitian terdahulu, termasuk penelitian ini, menitikberatkan pada komunikasi dakwah sebagai objek utama kajian, baik dari sisi bentuk, strategi, maupun pengaruhnya terhadap masyarakat. Komunikasi dipahami sebagai sarana utama dalam menyampaikan ajaran Islam secara efektif dan kontekstual kepada khalayak. Selain itu, mayoritas penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sebagaimana penelitian ini juga mengadopsi metode serupa, yang memungkinkan eksplorasi proses komunikasi dakwah secara mendalam sesuai dengan konteks sosial dan kultural masing-masing objek studi. Persamaan lainnya terletak pada perhatian terhadap efektivitas penyampaian pesan dakwah, terutama dalam membangun pemahaman keagamaan, memperkuat karakter, serta membentuk perilaku religius masyarakat.

Namun demikian, terdapat pula sejumlah perbedaan signifikan antara penelitian ini dan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian ini secara khusus mengkaji unsur-unsur komunikasi dakwah dalam Majelis Taklim Syamsul Huda yang mengedepankan pendekatan humanis dan komunikatif antara da'i dan jamaah awam. Sementara itu, penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti media atau bentuk alternatif dakwah, seperti kesenian tradisional, komunitas remaja pedesaan, dakwah bil hal di kalangan masyarakat agraris, serta pemanfaatan media sosial dan media massa modern.

Dari sisi pendekatan teoritis, penelitian ini menggunakan teori komunikasi Wilbur Schramm sebagai landasan analisis, dengan penekanan pada umpan balik (*feedback*) dan kesamaan medan pengalaman (*field of experience*) antara komunikator dan komunikan, yang belum banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Keunikan penelitian ini juga terletak pada eksplorasi terhadap cara penyampaian pesan keagamaan secara lisan dan tatap muka, yang dinilai efektif dalam membangun kedekatan emosional dan pemahaman spiritual jamaah, khususnya dari kalangan awam. Oleh karena itu, meskipun memiliki keterkaitan secara tematis dan metodologis, penelitian ini menawarkan kontribusi orisinal melalui pemilihan objek yang spesifik, pendekatan teori komunikasi yang kuat, serta konteks komunikasi interpersonal yang relatif belum banyak dikaji dalam ranah dakwah Islam kontemporer.

Metode

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode deskriptif dipilih untuk menyusun gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang dikaji.¹⁴ Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami suatu permasalahan atau situasi tertentu secara mendalam.

¹³ Nurul Ikhsan Et Al., "Pendidikan Karakter Melalui Dakwah: Kajian Komunikasi Dakwah Dalam Pencegahan Eksploitasi Seksual Komersial Anak Di Kawasan Wisata Sengigi," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 9, No. 3 (2024): 1791–96, <https://doi.org/10.29303/Jipp.V9i3.2628>

¹⁴ Arsyad Bagja Sulfemi, Dan Tia Fajartriani, "Strengthening Of Student Motivation And Character Through Contextual Learning Approach Of Islamic Education," *Potensia: Jurnal Kependidikan Islam* 6 (2020), <http://dx.doi.org/10.24014/Potensia.V6i2.9662>

Dalam penelitian ini, teori komunikasi kontekstual Edward T. Hall dan komunikasi persuasif Wilbur Schramm digunakan sebagai perspektif untuk memahami bagaimana pesan dakwah disampaikan. Dalam konteks dakwah, komunikasi persuasif menitikberatkan pada penyampaian pesan yang mempertimbangkan aspek psikologis dan sosiopsikologis *mad'u*, sehingga mampu mempengaruhi sikap dan perilaku mereka serta mendorong penerapan ajaran Islam.¹⁵ Dengan demikian, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi dalam memperdalam pemahaman mengenai penerapan komunikasi persuasif dalam konteks dakwah di masyarakat desa.

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung proses penyampaian dakwah Majelis Taklim Syamsul Huda di lapangan, sedangkan wawancara mendalam digunakan untuk menggali pandangan para komunikator (penceramah) dan jamaah terkait efektivitas pesan dakwah. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data dari berbagai sumber tertulis, seperti catatan kegiatan, rekaman ceramah, maupun media publikasi majelis.

Adapun subjek penelitian adalah wawancara terhadap KH. Ali Mustofa tentang bagaimana penyampaian dakwah pada majelis taklim Syamsul Huda serta terhadap jamaah aktif. Jamaah aktif ini berjumlah 15 orang yang mewakili latar belakang pendidikan terakhir yang berbeda dan sudah menjadi jamaah aktif majelis taklim Syamsul Huda. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni memilih individu yang dianggap paling relevan dan memahami konteks dakwah KH. Ali Mustofa secara mendalam. Observasi ini dilakukan selama lima pekan untuk memahami pandangan komunikator.

Selanjutnya, data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan langkah-langkah: (1) reduksi data, yaitu memilah data yang relevan dengan fokus penelitian; (2) penyajian data dalam bentuk narasi untuk mempermudah pemahaman hubungan antar temuan; dan (3) penarikan kesimpulan yang didasarkan pada pola-pola komunikasi persuasif yang teridentifikasi. Model analisis interaktif dari Miles dan Huberman terdiri atas tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁶ Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman menyeluruh mengenai strategi komunikasi persuasif dalam konteks dakwah majelis taklim di desa.

Hasil dan Diskusi

Komunikasi Dakwah KH. Ali Mustofa dalam Perspektif Wilbur Schramm

KH. Ali Mustofa merupakan pendiri Majelis Taklim Syamsul Huda, pengasuh PPTQ Nurul Huda, serta Rais Syuriah MWC NU Kec. Tirtoyudo. Figurnya sebagai tokoh agama yang berpengaruh menjadi salah satu tonggak utama mengapa komunitas kegamaan di desa-desa tetap dikenal dan berkembang. Kiprahnya di dunia politik juga memengaruhi popularitas komunitas yang

¹⁵ Teddy Ardiansyah Rambe Dan Ahmad Sampurna Rambe, "Strategi Komunikasi Dakwah Oleh Habib Husein Ja'far Di Platform Youtube Noice," *Jurnal* 9, No. 1 (2024): 97–103, <https://doi.org/10.29210/30034565000>

¹⁶ Najmy Hanifah Dan Ali Nurdin, "Analisis Manajemen Komunikasi Dakwah Pada Program Volunteer Di Theelhawi Serial," *Idarotuna* 6, No. 1 (2024), <http://dx.doi.org/10.24014/Idarotuna.V6i1.30265>

dibentuk. Schramm (1964) dalam *The Process and Effects of Mass Communication* berargumen bahwa tokoh yang berpengaruh dapat menggerakkan komunitas yang besar dan menginspirasi pengikutnya bila ia mampu memanfaatkan komunikasi secara efektif. Komunikasi efektif dalam aspek-aspek yang khas dapat memperkuat pengaruh dan membangun legitimasi sehingga komunitas yang ia bentuk dapat berkembang.

Tidak hanya itu, komunikasi efektif tersebut harus dibentuk dengan strategi tertentu. Bila mengaitkan dengan model komunikasi dakwah, KH. Ali Mustofa menggunakan pendekatan kontekstual (tidak bersifat tekstual semata). Saat menyampaikan materi dakwah, ia memodifikasi bahasa dalam kitab-kitab klasik islami yang telah dipelajari. Modifikasi ini dilakukan dengan penuh kehati-hatian agar tidak mengubah isi maupun makna asli dari kitab tersebut. Tujuannya adalah agar pesan-pesan dan pelajaran yang terkandung di dalam kitab dapat lebih mudah dipahami oleh jamaah yang mayoritas berasal dari kalangan awam dan memiliki keterbatasan pengetahuan agama.

KH. Ali Mustofa mengedepankan prinsip dakwah yang komunikatif dan kontekstual. Hal ini sejalan dengan slogan yang dipegang teguh, yaitu: "*Jangan ingin mereka tertarik, jika engkau tidak menarik.*" Ungkapan ini mencerminkan pentingnya seorang pendakwah untuk menjadi pribadi yang mampu menarik perhatian dan simpati audiens, baik dari segi penyampaian, pendekatan, maupun ketulusan niat. Menurutnya, daya tarik itu tidak selalu bersifat fisik atau material, tetapi bisa berupa kualitas penyampaian dakwah yang tinggi dan bermakna, meskipun diberikan dengan cara yang sederhana atau 'murah'. Maka dari itu, Majelis Taklim Syamsul Huda menjadi ruang terbuka bagi siapa saja, khususnya masyarakat awam, yang ingin belajar dan memahami ajaran Islam secara mendalam dan benar sesuai tuntunan syariat.

Komunitas desa, dalam perspektif Wilbur Schramm (1964), merupakan kelompok masyarakat dengan keterbatasan akses informasi. Rata-rata model komunikasi yang terjadi dalam komunitas desa sifatnya lisan. Oleh sebab itu tingkat ketergantungan terhadap *opinion leader* atau tokoh informal seperti kiai sangat besar. Sebab itulah komunikasi dakwah yang dilakukan oleh KH. Ali Mustofa sifatnya normatif dan terjadwal. Di sisi lain, kerangka konseptual yang didefinisikan Schramm tidak sekompleks Hall (1976) yang meletakkan komunitas desa dalam ranah budaya dengan ikatan yang kuat dan personal. Model komunikasi dakwah yang diterapkan oleh KH. Ali Mustofa, bila dipandang melalui perspektif Hall, merupakan komunikasi yang menekankan aspek proksimitas. Proksimitas merupakan penggunaan ruang dalam budaya dengan batasan sosial yang ketat. Hal ini tampak dari Majelis Taklim yang dianggap sebagai ritual bersama.

Setiap pekan, KH. Ali Mustofa secara konsisten memberikan pengajaran tentang syariat dan hakikat Islam secara komprehensif. Topik-topik yang disampaikan membangkitkan sisi spiritual dan moral para jamaah. Hal ini menjadi salah satu ciri khas dari dakwahnya yang berbeda dari kebanyakan pendakwah lain yang lebih sering hanya menekankan aspek legal-formal syariat. Dakwah menjadi kewajiban bagi umat Muslim dan mencerminkan prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* dalam pelaksanaannya.¹⁷

¹⁷ Nanoe Rolin Prasetyo Et Al., "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Di Yayasan Baitul Maal PLN Melalui Akun Instagram @Ybmpln)," *JAIL* 7 (2023), <https://doi.org/10.31764/Jail.V7i1.19361>

Dalam setiap pertemuan, KH Ali menggunakan referensi dari berbagai literatur kitab klasik islami, sehingga materi dakwah yang disampaikan memiliki kedalaman serta keragaman yang tinggi. Variasi ini tidak hanya memperkaya wawasan jamaah, tetapi juga membuat jamaah lebih mudah memahami dan menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam aspek pelaksanaan ibadah.

KH. Ali Mustofa meyakini bahwa kunci utama dalam menyampaikan dakwah, khususnya kepada kalangan awam, adalah kedekatan emosional. Ia menegaskan bahwa pesan yang menyentuh aspek emosional dan spiritual dalam proses komunikasi dakwah akan memengaruhi keberterimaan pesan. Dengan menyandarkan segala bentuk penyampaian pada aspek ini, ia menjadikan dakwah sebagai media pengabdian, bukan sekadar rutinitas keagamaan.

Bila dihubungkan dengan konsep Hall tentang komunikasi kontekstual, model komunikasi dakwah KH. Ali Mustofa lebih menekankan aspek relasional. Sebagai komunikator, ia membangun kedekatan untuk membentuk kesesuaian dan kesetaraan dalam pemahaman pesan. Budaya kolektif yang lebih pekat ditemukan dalam ruang-ruang sosial masyarakat desa sangat bergantung pada kepercayaan antarsatu individu dengan individu lain.

KH. Ali Mustofa menyatakan bahwa dia bersedia “menjadi badut sekalipun” demi menarik perhatian jamaah agar mau bersama-sama meniti jalan kebaikan yang sesuai dengan nilai-nilai syariat dan hakikat Islam. Sikap ini menunjukkan tingkat penyesuaian gaya komunikasi dengan kebutuhan audiens. Hal ini selaras dengan pendekatan humanistik dalam dakwah yang mengedepankan empati, adaptasi, dan keteladanan.

Dengan demikian, pendekatan komunikasi dakwah yang dilakukan KH. Ali Mustofa mencerminkan praktik komunikasi yang efektif dan persuasif, yang tidak hanya mentransmisikan pesan keagamaan, tetapi juga menyentuh aspek psikologis dan sosiologis audiens. Melalui kombinasi antara kekayaan literatur, keikhlasan hati, kesabaran dalam membina, serta kemampuan beradaptasi terhadap audiens yang beragam, KH. Ali Mustofa berhasil membangun pola komunikasi dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif.

Bila ditinjau melalui teori komunikasi Schramm, strategi dakwah KH. Ali Mustofa dalam Majelis Taklim Syamsul Huda menunjukkan adanya proses komunikasi yang berlangsung secara efektif dan menyeluruh. KH. Ali Mustofa sebagai komunikator utama yang memiliki tanggung jawab dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Ia tidak hanya menguasai materi keagamaan dari literatur kitab klasik islami, tetapi juga memiliki kepekaan terhadap karakteristik audiens. Kemampuan ini menjadi modal utama dalam menjembatani kesenjangan antara teks keagamaan yang kompleks dengan kemampuan pemahaman jamaah yang sebagian besar berasal dari kalangan awam.

KH. Ali Mustofa tidak menyampaikan isi kitab secara mentah dan literal, melainkan mengolahnya dengan gaya bahasa yang sederhana, lugas, dan kontekstual. Dalam proses ini, ia menghindari perubahan makna asli, tetapi tetap mengutamakan agar makna tersebut tersampaikan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa KH. Ali menerapkan strategi komunikasi persuasif, dengan menyesuaikan bahasa dan bentuk pesan terhadap karakteristik psikologis dan sosial jamaah.¹⁸ Dalam teori Schramm, tindakan ini mencerminkan proses

¹⁸ Teddy Ardiansyah Rambe Dan Ahmad Sampurna Rambe, “Strategi Komunikasi Dakwah Oleh Habib Husein Ja’far Di Platform Youtube Noice,” *Jurnal* 9, No. 1 (2024): 97–103, <https://doi.org/10.29210/30034565000>

komunikasi efektif melalui penyamaan *field of experience* antara komunikator dan komunikan. Hall (1976) juga menegaskan bahwa komunikator yang dianggap sebagai figur sosial memudahkan penerimaan pesan dakwah di kalangan komunitas desa. Istilah-istilah keagamaan lokal dan kultural juga memudahkan komunikator-komunikan dalam menyetarakan persepsi dan pemahaman.

Cara KH. Ali Mustofa memodifikasi bahasa kitab klasik (*kitab-kitab kuning*) juga mencerminkan strategi komunikasi *high-context*. Hal ini karena dalam komunitas desa narasi simbolik seperti perumpamaan yang terdapat dalam kitab-kitab klasik tingkat responsifnya jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penjelasan teknis.

Pesan yang disampaikan mencakup ajaran-ajaran syariat dan hakikat Islam yang tidak hanya disampaikan secara tekstual, tetapi juga disertai dengan penekanan nilai spiritual dan emosional. Jamaah berperan sebagai pihak yang menerima dan menginterpretasikan pesan dakwah. Dalam hal ini, keberhasilan *decoding* dapat diamati dari tingginya partisipasi jamaah, kemauan mereka untuk terus hadir setiap minggu, serta munculnya perubahan dalam cara pandang dan praktik ibadah mereka. Interaksi di dalam majelis, pertanyaan dari jamaah, serta respons spontan atau berulangnya kehadiran jamaah menjadi bentuk umpan balik yang menunjukkan bahwa komunikasi berjalan dua arah. KH. Ali Mustofa pun secara berkala mengevaluasi gaya berdakwahnya berdasarkan respon jamaah dan terus mengasah pendekatannya agar lebih adaptif dan manusiawi.



Gambar 1. KH. Ali Mustofa dan komunitas Majelis Taklim Syamsul Huda

Efektivitas Pesan Dakwah (Message Receptivity) di Komunitas Desa Majelis Taklim Syamsul Huda

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 jamaah Majelis Taklim Syamsul Huda, terdapat kesamaan pola dalam respon yang diberikan, terutama berkaitan dengan cara penyampaian dakwah, kesan yang diperoleh selama menjadi jamaah, pesan dakwah yang membekas, serta alasan mereka memilih dan konsisten menjadi bagian dari majelis tersebut.

Seluruh informan menyepakati penyampaian dakwah yang dilakukan oleh KH. Ali Mustofa sangat mudah dipahami, bahkan oleh kalangan yang awam dalam ilmu agama. KH. Ali Mustofa dianggap berhasil menyampaikan pesan keagamaan menggunakan bahasa yang sopan, mudah dipahami, dan mampu menyentuh aspek emosional jamaah. Dalam penyampaiannya, KH. Ali Mustofa tidak menggunakan pendekatan yang menggurui, melainkan memilih bahasa yang merangkul dan membimbing. Hal ini disampaikan oleh seorang jamaah yang telah mengikuti majelis sejak tahun 2014, yang menekankan bahwa gaya dakwah KH.

Ali Mustofa cenderung humanis dan inklusif, mengingat beragamnya latar belakang jamaah yang hadir di majelis tersebut.

Jamaah lainnya juga menuturkan bahwa penyampaian dakwah dari KH. Ali Mustofa membuat mereka merasa dekat dan nyaman. Bahkan, ada yang menyebut bahwa setiap kali KH. Ali Mustofa menyampaikan *tausiyah*, dirinya merasa terdorong untuk terus mendengarkan hingga akhir, karena penyampaiannya begitu dalam ke dalam hati. Hal ini membuktikan bahwa metode komunikasi dakwah yang digunakan bukan hanya efektif dari sisi isi pesan, namun juga dari cara penyampaiannya yang menyentuh sisi psikologis jamaah.

Keberhasilan dakwah KH. Ali Mustofa tidak hanya bergantung pada isi pesan, namun juga kredibilitas personalnya sebagai kiai yang dekat dengan jamaah baik secara sosial maupun emosional. Dalam konteks komunikasi *high-context*, keberterimaan pesan dakwah KH. Ali Mustofa juga dilatarbelakangi oleh cara jamaah melihatnya sebagai *panutan*. Kredibilitas ini justru lebih lekat dalam masyarakat yang bersifat komunal dibandingkan dengan isi pesan yang rasional. Hall (1976: 87) menyebutnya dengan *the message is the person*.

Para jamaah yang diwawancarai memberikan gambaran yang hampir seragam terkait kesan yang mereka rasakan selama menjadi bagian dari Majelis Syamsul Huda. Salah satu kesan paling dominan yang disampaikan adalah munculnya rasa tenang dalam diri setelah mengikuti kegiatan majelis secara rutin. Seorang jamaah yang telah mengikuti majelis selama lebih dari tiga tahun menyatakan bahwa keberadaan Syamsul Huda mampu memberikan ketenangan batin yang sangat berarti dalam kehidupan sehari-harinya.

Selain itu, majelis ini juga menjadi sarana untuk menjalin silaturahmi antarsesama muslim. Banyak dari mereka merasa bahwa Syamsul Huda bukan sekadar tempat untuk belajar agama, namun juga sebagai ruang sosial yang mendekatkan hati antar jamaah. Kebersamaan yang tercipta di antara mereka tidak hanya terbatas pada kegiatan majelis, tetapi juga terlihat dalam kehidupan sehari-hari, seperti saling membantu dan bekerja sama dalam kegiatan sosial maupun keagamaan lainnya.

Seorang jamaah bahkan menyebut bahwa selama menjadi bagian dari Syamsul Huda, ia menyaksikan tumbuhnya semangat gotong royong dan toleransi yang sangat kuat antarsesama anggota. Dalam setiap sesi dakwah, KH. Ali Mustofa kerap menyampaikan pesan-pesan moral dan spiritual yang tidak hanya berkutat pada persoalan ritual ibadah, namun juga menyentuh ranah kehidupan sosial dan emosional jamaah. Dari wawancara yang dilakukan, terdapat beberapa pesan dakwah yang paling diingat dan membekas di benak para jamaah.

Salah satu pesan yang sering disebutkan adalah pentingnya kesabaran dalam menjalani kehidupan. Seorang jamaah mengungkapkan bahwa pesan tentang kesabaran sangat membantunya dalam menghadapi berbagai permasalahan hidup, termasuk dalam hubungan dengan orang tua dan lingkungan sekitar. Pesan ini menurutnya bukan hanya sekadar teori, namun telah ia praktikkan dalam kesehariannya dan memberikan dampak positif terhadap ketenangan batinnya. Pesan lainnya yang juga menjadi titik kuat dari dakwah KH. Ali Mustofa adalah ajakan untuk senantiasa berbuat baik dan selalu mengingat Allah SWT.

Seorang jamaah yang telah bergabung selama tujuh tahun menyampaikan bahwa pesan tersebut menjadi pegangan hidupnya hingga kini. Sementara itu, ada pula pesan dakwah yang bernada reflektif filosofis, seperti yang disampaikan oleh salah satu jamaah: *"Menjadi manusia bukan hanya sekadar mendapat apa, akan tetapi kita memberikan apa untuk agama."* Pesan ini mengajak setiap individu

untuk berpikir tentang kontribusi dan makna hidup, bukan hanya dalam konteks duniawi, tetapi juga spiritual.

Sebagian besar jamaah mengakui bahwa alasan utama mengikuti Majelis Syamsul Huda adalah keinginan untuk lebih mendekatkan diri kepada Tuhan dan memperdalam ilmu agama. Namun, lebih dari itu, mereka juga merasa bahwa KH. Ali Mustofa sebagai pendakwah utama mampu memberikan bimbingan spiritual yang konsisten dan menenangkan. Seorang jamaah menyatakan bahwa dengan mengikuti kegiatan rutin majelis, ia merasa kehidupannya menjadi lebih baik, lebih terarah, dan lebih tenang. Ada pula yang merasa bahwa kegiatan majelis membantunya membangun relasi sosial yang sehat dan positif, memperluas jaringan pertemanan, dan membuatnya merasa lebih diterima di tengah komunitas muslim yang hangat dan inklusif.

Tak hanya itu, faktor spiritualitas KH. Ali Mustofa sendiri juga menjadi alasan penting bagi sebagian jamaah. Mereka menilai bahwa kepribadian beliau yang kharismatik, rendah hati, dan penuh empati menjadi magnet tersendiri yang membuat jamaah merasa yakin dan mantap untuk terus mengikuti kegiatan majelis. Hal ini semakin memperkuat kesadaran bahwa dakwah tidak hanya tentang isi pesan, tetapi juga tentang figur penyampai yang mampu memberikan teladan nyata dalam kehidupan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dirangkum, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dakwah KH. Ali Mustofa di Majelis Syamsul Huda sangat erat kaitannya dengan pendekatan komunikatif yang digunakan yakni pendekatan yang santun, inklusif, dan menyentuh sisi spiritual maupun emosional jamaah. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dan relevan dengan dinamika kehidupan sehari-hari jamaah.

Kesan positif yang dirasakan para jamaah menjadi bukti bahwa majelis ini bukan sekadar forum pengajian biasa, melainkan sebuah komunitas spiritual yang hidup, tumbuh, dan saling menguatkan. Kebersamaan, ketenangan batin, dan peningkatan kualitas hidup spiritual menjadi indikator kuat bahwa majelis ini berhasil menjadi wadah dakwah yang efektif dan bermakna di tengah masyarakat.

Dari sisi pesan dakwah, nilai-nilai seperti kesabaran, kebaikan, refleksi diri, dan ketundukan kepada Allah SWT menjadi fokus utama yang diinternalisasi para jamaah. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang tidak hanya menginformasikan, tetapi juga mampu membentuk karakter dan memperbaiki kehidupan sosial-spiritual jamaahnya. Dengan begitu, Majelis Taklim Syamsul Huda dapat dinilai telah melaksanakan fungsinya sebagai agen dakwah yang tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara normatif, tetapi juga menciptakan lingkungan sosial yang harmonis, toleran, dan penuh kasih sayang.

Pesan dakwah dalam komunitas desa Majelis Taklim Syamsul Huda lebih diterima karena nilai-nilai Islam dan tradisi lokal telah menjadi bagian dari medan pengalaman (*field of experience*) para jamaah. Berbeda dengan dakwah di komunitas *low-context* yang terdapat di kota-kota besar yang sangat mungkin membutuhkan penjelasan logis dengan data statistik.

KH. Ali Mustofa tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai figur sentral yang menjadi panutan spiritual para jamaah. Karisma, ketulusan, serta sikap rendah hati yang dimilikinya memperkuat persepsi jamaah terhadap kredibilitas komunikator. Ia tidak hanya mentransfer teks ajaran agama, melainkan juga mengolahnya menjadi pesan yang mudah dimengerti, terutama oleh jamaah dari kalangan awam. Gaya penyampaian yang tidak menggurui, namun merangkul, menunjukkan bahwa proses pengemasan pesan telah dilakukan dengan mempertimbangkan latar belakang penerima pesan.

Berbagai tema dakwah yang disampaikan, seperti pentingnya kesabaran, keikhlasan, berbuat baik, hingga refleksi diri dan kontribusi spiritual kepada agama. Pesan-pesan ini tidak hanya bersifat normatif, namun juga aplikatif dan menyentuh sisi psikologis jamaah.

Para jamaah menunjukkan respons yang sangat positif terhadap isi ceramah. Mereka mampu menangkap esensi dari pesan dakwah karena adanya kesesuaian antara cara penyampaian dan kapasitas pemahaman mereka. Secara sederhana, komunikasi terjadi ketika terdapat kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan penerima pesan.¹⁹ Jamaah tidak hanya menerima pesan, tetapi juga menjadi bagian dari komunitas aktif yang menginternalisasi dan merefleksikan nilai-nilai dakwah ke dalam tindakan nyata, seperti semangat gotong royong, toleransi, dan kesalehan sosial.

Dalam komunikasi *high-context*, dai tidak perlu membujuk jamaah dengan cara yang aktif. Hierarki sosialnya di masyarakat justru menjadi kelebihan sekaligus jaminan keberterimaan terhadap pesan-pesannya. Meski demikian, komunikasi dakwah dalam lingkup komunitas desa tidak menutup kemungkinan adanya resiko kesalahan penafsiran bilamana konteks berubah. Misalnya saja bila analogi-analogi tentang gotong royong yang dalam konteks tertentu hanya dipahami oleh komunitas desa kemudian dibawa ke komunitas urban, resiko ini akan semakin jelas dan tampak. Kesalahan interpretasi dapat berupa komunitas urban yang menganggap tidak relevan karena kondisi sosial yang cenderung individualistik.

Makna Efektivitas Dakwah

Makna efektivitas komunikasi dakwah dalam konteks Majelis Taklim Syamsul Huda tampak dari tiga indikator utama. Pertama, pesan dakwah yang disampaikan KH. Ali Mustofa tidak hanya dipahami secara kognitif oleh jamaah, tetapi juga diinternalisasi secara emosional dan spiritual sehingga mendorong perubahan sikap dan perilaku religius. Kedua, komunikasi yang bersifat *high-context* dan berbasis kedekatan sosial terbukti memperkuat hubungan antara komunikator dan jamaah, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kesiapan jamaah untuk menerima serta mengamalkan pesan. Ketiga, keberlanjutan kehadiran jamaah setiap pekan dan meningkatnya ketenangan batin, kedisiplinan ibadah, serta solidaritas sosial menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif. Dengan demikian, efektivitas dakwah tidak sekadar terletak pada penyampaian pesan, tetapi pada kemampuan pesan tersebut menghasilkan dampak nyata dalam kehidupan spiritual dan sosial jamaah.

Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi persuasif dalam dakwah di Majelis Taklim Syamsul Huda. Fokus utama adalah pada peran KH. Ali Mustofa sebagai komunikator, isi pesan dakwah yang disampaikan secara komunikatif dan kontekstual, penyampaian berupa pertemuan langsung, serta audiens dari kalangan jamaah dan masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh keikhlasan, kesabaran, dan kemampuan KH. Ali Mustofa dalam menyesuaikan cara

¹⁹ Qolbiya Sakinah, Nia Kurniati Syam, Dan Chairiawaty, "Komunikasi Verbal Yang Dilakukan Oleh Jubir Covid-19 Di Indonesia," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 1, No. 1 (2021): 1–6, <https://doi.org/10.29313/Jrkpi.V1i1.17>

komunikasi dengan karakteristik jamaah. Hal ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan berdampak positif pada sikap serta spiritualitas jamaah.

Penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan komunikasi persuasif yang humanis dan sesuai dengan konteks dalam dakwah, terutama di lingkungan majelis taklim yang jamaahnya beragam. Pendekatan seperti ini tidak hanya membuat pesan lebih efektif, tapi juga mempererat hubungan sosial dan memperdalam pemahaman agama jamaah.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilaksanakan pada satu majelis taklim dengan jumlah responden yang terbatas. Selain itu, pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif, sehingga belum mengukur dampak jangka panjang dakwah secara kuantitatif. Kontribusi penelitian ini adalah memperkaya teori komunikasi persuasif dalam konteks dakwah masyarakat desa, serta memberi acuan bagi para pendakwah dan praktisi komunikasi untuk merancang strategi dakwah yang lebih efektif dan adaptif. Penelitian ini juga menambah literatur tentang komunikasi dakwah melalui pendekatan studi kasus yang mendalam.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mencakup lebih banyak majelis taklim dari berbagai daerah agar hasilnya lebih luas. Penelitian juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh komunikasi dakwah terhadap perubahan perilaku jamaah, serta meneliti peran media digital dalam menyampaikan dakwah.

Daftar Pustaka

- Daulay, Hamdan, Dan Evi Septiani T. H. 2020. "Komunikasi Dan Dakwah: Strategi Komunikasi Dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja." *Kalijaga Journal Of Communication* 2 (1): 17–32.
<https://doi.org/10.14421/Kjc.21.02.2020>.
- Davi Mawarni, Arhanudri. 2023. "Komunikasi Dakwah Dalam Kesenian Budaya Badui Syubbanul Islam." *Jurnal Dakwatul Islam* 7 (2).
<https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/dakwatulislam>.
- Hall, Edward T. 1976. *Beyond Culture*. Anchor Books Doubleday.
- Hanifah, Najmy, Dan Ali Nurdin. 2024. "Analisis Manajemen Komunikasi Dakwah Pada Program Volunteer Di Theelhawi Serial" 6 (1).
<http://dx.doi.org/10.24014/idarotuna.v6i1.30265>
- Ikhsan, Nurul, Muhamad Khalid Iswadi, Detty Agustin Riscal, Dan Siti Julai Kha. 2024. "Pendidikan Karakter Melalui Dakwah: Kajian Komunikasi Dakwah Dalam Pencegahan Eksploitasi Seksual Komersial Anak Di Kawasan Wisata Sengigi." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 9 (3): 1791–96.
<https://doi.org/10.29303/jipp.v9i3.2628>.
- Jihan Azhari, Dan Bambang Saiful Ma'arif. 2023. "Pola Komunikasi Dakwah Dalam Pembinaan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Dusun Cikoneng Sumedang." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, Juli, 29–34.
<https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2258>.
- Komunikasi, Pengaruh, Massa Terhadap Khalayak, Dan Nurhalima Tambunan. 2018. "The Effect Of Mass Communication On The Audience." *Simbolika* 4 (1). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>.
- Marhamah. 2023. "Komunikasi Persuasif Dalam Pelaksanaan Dakwah: Sebuah Tinjauan Literatur" <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i2.24148>
- Muhammad, Oleh, Akhyar Hasibuan, Dan M Si. 2019. "Komunikasi Sirkular (Circular Theory)." *Universitas Dharmawangsa*. Vol. 2.
<https://doi.org/10.46576/jnm.v2i1.448>

- Puspitasari, Euis Evi, Dan Utan, Dan Sahiro Ritonga. 2020. "Pola Komunikasi Dakwah Bil Hal Muhammadiyah Pada Masyarakat Agraris." *Channel Jurnal Komunikasi* 9 (2): 135-42. [Http://Journal.Uad.Ac.Id/Index.Php/Channel](http://Journal.Uad.Ac.Id/Index.Php/Channel)].
- Rahmawati Hijriyah Reza, Dan Wildan Yahya. 2022. "Model Komunikasi Interpersonal Dalam Memotivasi Hafalan Al-Qur'an." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 2 (2). <https://doi.org/10.29313/Bcsibc.V2i2.4452>.
- Rolin Prasetyo, Nanoe, Muhammad Zulkifli, Nurliya Ni, And Matul Rohmah. 2023. "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Di Yayasan Baitul Maal Pln Melalui Akun Instagram @Ybmpln)." Vol. 7. <https://doi.org/10.31764/Jail.V7i1.19361>
- Muslimin Ritonga. 2019. "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial." <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jkpi/article/view/4263>
- Rustandi, Ridwan. 2020. "Dakwah Komunitas Di Pedesaan Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi." *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam* 8 (3): 305-26. <https://doi.org/10.15575/Irsyad.V8i3.2009>.
- Sakinah, Qolbiya, Nia Kurniati Syam, Dan Chairiawaty. 2021. "Komunikasi Verbal Yang Dilakukan Oleh Jubir Covid 19 Di Indonesia." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 1 (1): 1-6. <https://doi.org/10.29313/Jrkpi.V1i1.17>.
- Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Bogor, Arsyad, Wahyu Bagja Sulfemi Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Bogor, Dan Tia Fajartriani. 2020. "Strengthening Of Student Motivation And Character Through The Learning Approach To Contextual Lessons Of Islamic Education." *Potensia: Jurnal Kependidikan Islam*. Vol. 6. <http://dx.doi.org/10.24014/Potensia.V6i2.9662>
- Soebiantoro Soebiantoro, Nik Haryanti, Dan Engeliyen Yusniar Permanasari. 2024. "Implementasi Dakwah Islam Melalui Media Sosial Di Majelis Taklim Sabilu Taubah Di Desa Karanggayam Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar." *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 5 (2): 149-64. <https://doi.org/10.59059/Tabsyir.V5i2.1145>
- Suryaningsih, A. (2021). Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Secara Online pada Pelajaran Animasi 2d Melalui Strategi Komunikasi Persuasif. *Ideguru : Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 11. <https://jurnal-dikpora.jogjapro.go.id/index.php/jurnalideguru/article/view/143/170>
- Teddy Ardiansyah Rambe, Ahmad Sampurna Rambe. 2024. "Strategi Komunikasi Dakwah Oleh Habib Husein Ja'far Di Platform Youtube Noice." Vol. 9, No. 1, 2024, Pp. 97-103. <https://doi.org/10.29210/30034565000>